

Direction des Statistiques d'Entreprises

E2013/03

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 28 juin 2013.

Ce rapport est une version actualisée du rapport sur les comptes commerciaux établi en décembre 2012. Catherine BASSELIER, Karine DIARD, Laure GENEVES, Stéphanie LEMERLE, Christèle RANNOU-HEIM et Florent ROYER à la division « commerce » de l'Insee, en ont assuré la rédaction sous la direction de Pierre BISCOURP, rapporteur général de la commission.

Institut National de la Statistique et des Études Économiques

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

E 2013/03

La situation du commerce en 2012

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

Division Commerce

Juin 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 5,8 % en volume. Après les bons résultats de 2011 dans le commerce de gros, les professionnels du secteur enregistrent un léger repli de leurs ventes (- 0,4 % après + 3,7 % 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 comparable à l'ensemble du secteur marchand (- 0,7 % contre - 0,6 %). 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 (- 5.8 % in volume), due to the sharp decrease of automobile purchases made by households. After a robust 3.7 % growth in 2011, the wholesale industry slowed down again in 2012 with sales decreasing in volume by 0.4 %. 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 drop in salaried employment was similar in the trade industries and in the economy as a whole (- 0.7 % against - 0.6 %). As in 2011, firm creations in the trade industry slowed down in 2012, but remained dynamic due to the regime of "autoentrepreneur" (one-person business).

Keywords :

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

LE COMMERCE EN 2012

RAPPORT SUR LES COMPTES

SOMMAIRE

Avertissement	5
DONNÉES DE CADRAGE : LE COMMERCE DANS L'ÉCONOMIE	7
VUE D'ENSEMBLE	9
1 - Les secteurs commerciaux n'échappent pas à la crise	10
1.1 - Commerce de gros : repli des volumes, hausse des prix	11
1.2 - Commerce de détail : la croissance s'essouffle	15
1.3 - Une mauvaise année pour le commerce et la réparation automobile	18
2 - Baisse de l'emploi salarié	20
2.1 - Le commerce perd 20 000 salariés en 2012	20
2.2 - L'emploi non salarié en 2010	23
2.3 - Des salaires plus élevés dans le commerce de gros	24
3 - Les créations d'entreprises restent à un niveau élevé	25
3.1 - Le nombre d'entreprises commerciales continue d'augmenter entre début 2011 et début 2012 ----	25
3.2 - Plus de créations d'entreprises en 2012 dans le commerce automobile	26
3.3 - Augmentation des défaillances d'entreprises dans le commerce automobile en 2012	29
CHAPITRE I : LE COMMERCE DE GROS	31
1 - Produits agricoles bruts : les prix soutiennent les ventes	32
2 - Produits alimentaires : baisse des ventes, hausse des prix	34
3 - Les biens domestiques : ventes en légère hausse	36
4 - Équipements de l'information et de la communication : la croissance s'épuise	38
5 - Ralentissement pour les autres équipements industriels	39
6 - Les prix des matières premières soutiennent les ventes en valeur de combustibles	40
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 2010	45
10 - L'emploi salarié redescend au niveau bas de fin 2010 dans le commerce de gros	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
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 - Léger recul des effectifs salariés dans le commerce de détail	71
4.1 - En 2012, l'emploi salarié baisse 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
2.1 - Grands magasins et autres commerces de détail en magasin non spécialisé	80
3 - L'emploi dans le grand commerce en 2010	81
CHAPITRE IV : L'ÉQUIPEMENT COMMERCIAL	83
1 - La structure de l'équipement commercial du commerce de détail : plus de 90 % des entreprises n'ont qu'un seul magasin	83
1.1 - Le nombre de stations-service diminue toujours	85
1.2 - La construction de locaux du commerce	85
2 - L'équipement commercial dans le grand commerce	87

3 - L'équipement en grandes surfaces	88
3.1 - Le nombre de grandes surfaces par département en 2012.....	88
S : Secret statistique.....	92
3.2 - Densité en grandes surfaces par département	93
CHAPITRE V : LE COMMERCE ET LA RÉPARATION AUTOMOBILE.....	101
1 - Mauvaise tenue du commerce de véhicules automobiles	102
2 - Activité en baisse dans l'entretien-réparation, en légère hausse dans l'équipement automobile	103
3 - Activité au plus bas dans le commerce et réparation de motocycles	103
4 - La baisse de l'emploi salarié dans le commerce et la réparation automobile s'amplifie	105
5- Forte hausse des créations d'entreprises du commerce et de la réparation automobile en 2012	106
ANNEXES - MÉTHODES ET DÉFINITIONS.....	107
ANNEXE I - Les comptes du commerce en base 2005	108
ANNEXE II - Le changement de nomenclature dans les secteurs du commerce	109
ANNEXE III - Champ du commerce et des activités artisanales à caractère commercial	116
ANNEXE IV - Réconciliation des ventes au détail et de la consommation commercialisable des ménages	120
ANNEXE V - Les indicateurs de la démographie des entreprises	123
ANNEXE VI - Méthodes et sources sur l'emploi	125
ANNEXE VII - Les comptes du grand commerce non alimentaire	127
ANNEXE VIII - Les indices de prix utilisés dans le commerce de gros	128
ANNEXE IX - Le prix du service commercial ou de la marge commerciale	129
ANNEXE X - Les formes du commerce par taille	130
ANNEXE XI - Définition de l'artisanat commercial retenu pour les comptes du commerce	131
ANNEXE XII - Typologie des magasins non spécialisés	132
ANNEXE XIII - La réglementation du commerce	134
ANNEXE XIV - Définitions pour l'analyse du commerce de détail	138
ANNEXES STATISTIQUES	143
ANNEXE I - Les ventes de marchandises du commerce de gros.	144
ANNEXE II - Les ventes du commerce de détail.	146
ANNEXE III- La consommation commercialisable des ménages	167
ANNEXE IV - Démographie des entreprises commerciales	170
ANNEXE V - Emploi	174
ANNEXE VI - Comptes des secteurs commerciaux	178
Textes officiels relatifs à la commission des comptes commerciaux de la Nation	187
BIBLIOGRAPHIE	192

**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.

Les résultats des années 2008, 2009 et 2010, définitifs, sont issus d'Ésane et articulés avec le cadre central des comptes nationaux. Exceptionnellement, du fait que l'Insee prépare un nouveau changement de base qui entrera en vigueur en mai 2014, cette articulation n'a pas été faite de façon aussi approfondie que d'habitude pour le compte définitif de 2010. Les résultats de 2011 et 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'une première révision, fonction des informations statistiques collectées entre juin et décembre ; en particulier, les comptes sectoriels de l'année $n-1$ sont en principe arrêtés en décembre $n+1$ (cf infra), de sorte que l'évolution « provisoire » fondée sur les CA3 et appliquée au niveau $n-1$, peut être affinée par la prise en compte du niveau $n-1$ définitif.
- En **juin $n+2$** , les évaluations des ventes de l'année n bénéficient d'un apport beaucoup plus important d'informations sur les comptes des entreprises. Jusqu'en 2009, ces informations provenaient à ce stade essentiellement des déclarations fiscales. Le nouveau système rénové de données d'entreprises Ésane, permettra d'intégrer à ces comptes dits **semi-définitifs (sd) ou révisés (r)**, un ensemble sensiblement plus complet de données d'entreprises, mettant en cohérence les liasses fiscales et les données de l'enquête sectorielle sur le commerce.
- En **décembre $n+2$** sont arrêtés les comptes **définitifs** ; ceux-ci s'appuient sur une exploitation d'Ésane permettant d'affiner les premiers résultats fournis en juin.

Le présent rapport présente les comptes des secteurs commerciaux de 2000 à 2010 (annexe statistique VI, page 180). Il s'agit d'une rétopolation 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. Il en sera ainsi jusqu'au prochain changement de base des comptes nationaux, en 2014.

¹ Cf annexe 1

DONNÉES DE CADRAGE : LE COMMERCE DANS L'ÉCONOMIE

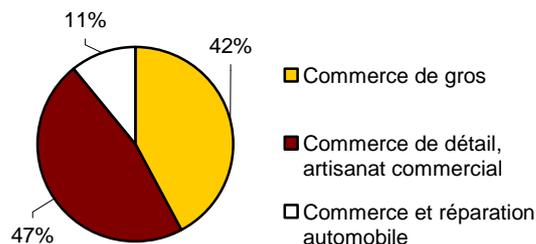
Sauf mention contraire, l'artisanat commercial est compté avec le commerce dans les données ci-dessous

Valeur ajoutée en 2010	Commerce	Part dans l'économie (1)
Valeur ajoutée (en millions d'euros)	186 373	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 2010



Source : Insee, comptes du commerce

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

	2010	2011	2012(p)
Commerce de gros	701,8	760,7	780,0
Com. détail, artis. com.	436,2	449,4	456,4
Commerce, répar. auto.	154,4	162,2	155,3
Ensemble commerce	1 292,4	1 372,3	1 391,7

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	3 007,8	3 028,0	3 008,0
Effectif non salarié	381,7	nd	nd

Source : Insee - estimations d'emploi

Effectifs salariés au 31/12 dans les secteurs du commerce

	2012(p) en milliers	Part dans secteurs principalement marchands
Commerce de détail	1676,2	10,5%
Commerce de gros	962,6	6,0%
Commerce, répar. auto.	369,2	2,3%
Ensemble commerce	3008,0	18,8%

Source : Insee - estimations d'emploi

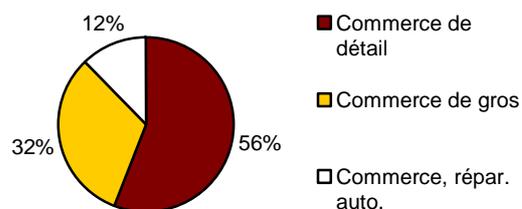
Taux de marge commerciale

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

	2010
Commerce de gros	19,6%
Commerce de détail	29,0%
Commerce, répar. auto.	14,5%

Source : Insee, comptes du commerce

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)	777	3 604	21,6%
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 relativement favorables, l'activité ralentit nettement en 2012 dans les secteurs du commerce. Le marché intérieur est atone dans un contexte de baisse de pouvoir d'achat des ménages (- 0,9 %) inégalée depuis le recul de 1984 et de contraction de l'investissement des entreprises (- 2,1 %). Les dépenses des ménages en biens manufacturés se replient, particulièrement les achats d'automobiles (- 7,0 %). La contribution du commerce extérieur à la croissance reste légèrement positive (1 point) malgré le ralentissement de la progression des exportations (+ 2,4 % après + 5,4 % en 2011) liée à la décélération du commerce mondial.

Les volumes de ventes du **commerce de gros** peinent à se maintenir (- 0,4 %). Dans les secteurs des produits agricoles, agroalimentaires et des industries extractives, ils accusent même un net repli (respectivement - 3,7 %, - 2,2 % et - 1,4 %). Les exportations en volume de céréales vers l'Afrique du Nord, l'Italie et l'Allemagne chutent. Celles de produits à base de viande et de produits laitiers sont encore en hausse mais celle-ci est très ralentie. De même, les importations augmentent faiblement dans ces secteurs et la demande intérieure est atone. Les grossistes en autres produits sont plus favorisés par le marché mondial : les exportations de matériels aéronautiques notamment, sont toujours bien orientées et permettent aux volumes vendus de progresser².

Dans le **commerce de détail et l'artisanat commercial**,³ la progression des ventes est stoppée (+ 0,1 % en volume) dans un contexte de léger recul de la consommation des ménages (- 0,2 % hors automobile). Les ventes sont toutefois soutenues par des prix fermes et progressent de 2 % en valeur.

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 + 2,6 % 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 faiblement.

L'année 2012 est particulièrement difficile pour l'ensemble du **commerce et de la réparation automobile** : les ventes diminuent en volume de 5,8 % et de 3,9 % en valeur en 2012. La baisse des ventes est particulièrement marquée dans le secteur du commerce de véhicules automobiles (- 7,5 % en volume après + 2,7 % en 2011). Dans un contexte économique peu favorable, la demande en voitures neuves a chuté. Les immatriculations de voitures neuves particulières ont diminué de 14,1 % en 2012 et sont à leur plus bas niveau depuis 15 ans. En valeur, les ventes de véhicules automobiles diminuent de 5,6 %.

L'emploi salarié dans les secteurs commerciaux se contracte entre fin 2011 et fin 2012, de façon comparable à l'ensemble du secteur marchand (- 0,7 % contre - 0,6 %). La diminution de l'emploi est tirée par le commerce et la réparation automobile où la tendance à la baisse déjà enregistrée depuis plusieurs années s'accélère nettement en 2012 (- 2,0 %).

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

³ 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 2

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

Le ralentissement général 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 les bons résultats de 2011 dans le secteur, les professionnels du **commerce de gros et les intermédiaires** enregistrent un léger repli de leurs ventes (- 0,4 % après + 3,7 % en volume HT). Elles s'élèvent à 735 milliards d'euros.

La situation est à peine meilleure pour l'ensemble du **commerce de détail et de l'artisanat commercial** (boulangeries, pâtisseries, charcuteries) avec une croissance très ralentie (+ 0,1 % en volume). Les ventes s'élèvent à 496 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. Les ventes sont toujours un peu plus dynamiques dans le commerce non alimentaire : elles augmentent de 1,0 % en volume et de 1,9 % en valeur.

Le secteur du **commerce et réparation automobile** est dans la position la plus difficile avec une diminution des ventes de 5,8 % en volume. Les ventes atteignent 114 milliards d'euros : elles sont en repli de 3,9 % en valeur. La conjoncture a été particulièrement défavorable au commerce de véhicules automobiles dont les ventes ont chuté de 7,5 % en volume et 5,6 % en valeur. Le commerce de gros et de détail d'équipements automobiles et le secteur de l'entretien et de la réparation ont mieux résisté à la morosité du secteur.

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

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

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 le repli lié à la crise de 2009 puis le rebond de 2010 et surtout de 2011, les ventes du **commerce de gros et des intermédiaires du commerce** reculent légèrement en volume (- 0,4 %). Les prix élevés de certains produits agricoles et du combustible permettent aux ventes en valeur de progresser encore en 2012, quoique de façon très ralentie par rapport aux années précédentes (+ 2,5 %).

Les ventes s'élèvent à 735 milliards d'euros, y compris les intermédiaires du commerce et les centrales d'achat. Sans ces intermédiaires, elles atteignent 614 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 tirent les ventes des biens domestiques ; le dynamisme des équipements électroniques et de télécommunication évite le recul du commerce de gros d'équipements de l'information et des télécommunications; seules les ventes de matériel agricole sont en hausse dans le secteur des autres équipements industriels.

Tableau 2 : Évolution *en valeur* 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	2011p	2012p	
C.G. de produits agricoles bruts	-0,8	0,6	0,8	-0,3	4,3	23,9	-7,0	-6,2	23,7	2,8	63,8
- 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	27,2	2,1	49,5
- autres produits (1)	5,1	0,6	4,5	4,7	-3,8	7,7	-0,4	-12,7	12,7	4,9	14,4
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	6,2	2,4	124,9
- produits frais (2)	1,9	-0,5	2,1	1,4	4,1	5,5	-16,0	7,3	5,5	3,1	58,4
- boissons (alcoolisées ou non)	4,4	9,1	4,9	2,6	4,8	3,5	-3,1	-5,1	6,9	2,4	23,6
- autres produits (3)	-1,5	-1,9	4,4	5,8	2,7	2,8	-9,1	6,6	6,9	1,3	42,9
C.G. de biens domestiques	4,8	1,5	9,3	5,6	3,3	1,2	-7,6	1,2	4,1	0,5	130,2
- produits pharmaceutiques	9,4	2,2	14,2	7,2	3,8	2,6	-1,6	2,5	3,2	-0,2	56,3
- autres produits (4)	2,2	1,1	6,3	4,5	3,0	0,3	-11,6	0,2	4,8	1,0	73,8
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	1,7	0,7	40,7
- ordinateurs, équipements informatiques périphériques et logiciels	0,2	17,9	6,4	5,8	3,7	-1,3	-16,4	1,2	2,6	-2,0	26,4
- composants et équipements électroniques et télécommunication	-0,9	-1,8	8,7	11,2	4,0	-8,1	-11,7	12,4	-0,1	6,0	14,3
C.G. d'autres équipements industriels	-2,2	4,7	5,7	-4,2	8,0	2,7	-14,8	3,0	10,4	2,6	81,4
- équipements de bureau (5)	0,2	17,9	6,4	5,8	3,7	-4,9	-15,8	8,6	3,2	-0,2	4,7
- matériel électrique	-0,4	-1,4	6,9	10,4	5,1	1,9	-9,4	12,2	5,8	-1,2	13,2
- autres équipements (6)	-2,7	5,0	5,5	-7,4	9,0	3,5	-15,7	0,6	12,1	3,6	63,4
Autres C.G. spécialisés	-1,2	9,0	3,7	7,3	5,3	7,9	-21,4	9,3	10,2	1,8	153,5
- combustibles et produits annexes	1,4	12,8	11,8	6,5	2,8	16,5	-27,4	17,0	11,5	7,7	58,9
- 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	7,6	-0,8	52,3
- autres produits (8)	-6,6	6,5	-5,0	7,0	6,6	5,0	-25,7	12,4	11,9	-2,5	42,4
Commerce de gros total : (hors intermédiaires du commerce)	0,6	4,4	5,4	3,8	4,7	5,3	-12,8	4,6	8,4	1,8	614,0
Intermédiaires du commerce	3,4	5,2	4,7	3,7	5,1	7,6	-11,2	6,0	8,9	6,7	120,8
dont centrales d'achats	6,4	4,3	5,7	3,1	5,5	9,3	-8,3	6,0	9,9	7,6	105,2
Commerce de gros et intermédiaires	1,0	4,5	5,3	3,8	4,8	5,6	-12,6	4,8	8,5	2,5	734,9

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

Source : Insee - Comptes du commerce

Les ventes en volume des grossistes en **produits agricoles bruts** reculent de 3,7 % en 2012, subissant 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 %).

Dans le commerce de gros de **produits alimentaires**, les ventes sont également orientées à la baisse en volume (- 2,2 %) et les prix permettent aux valeurs de progresser (+ 2,4 %). 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 en berne, et les exportations de produits laitiers ou à base de viande ralentissent⁴. 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.

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 (+ 0,5 %). Si le dynamisme des échanges internationaux est marqué pour les produits pharmaceutiques, il n'en est pas de même pour le marché intérieur. Les prix sont toujours en repli et permettent à peine le maintien des ventes en valeur 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. La baisse des prix qui était la norme plus de dix ans ralentit fortement en 2011 et en 2012, pour le commerce de gros d'ordinateurs et d'équipements informatiques en particulier. Au total, le ralentissement de la croissance des ventes en volume de l'ensemble du secteur (+ 1,4 % après +11,1 % en 2010 et + 3,4 % en 2011) s'accompagne d'une stabilisation des valeurs (+ 0,7 %).

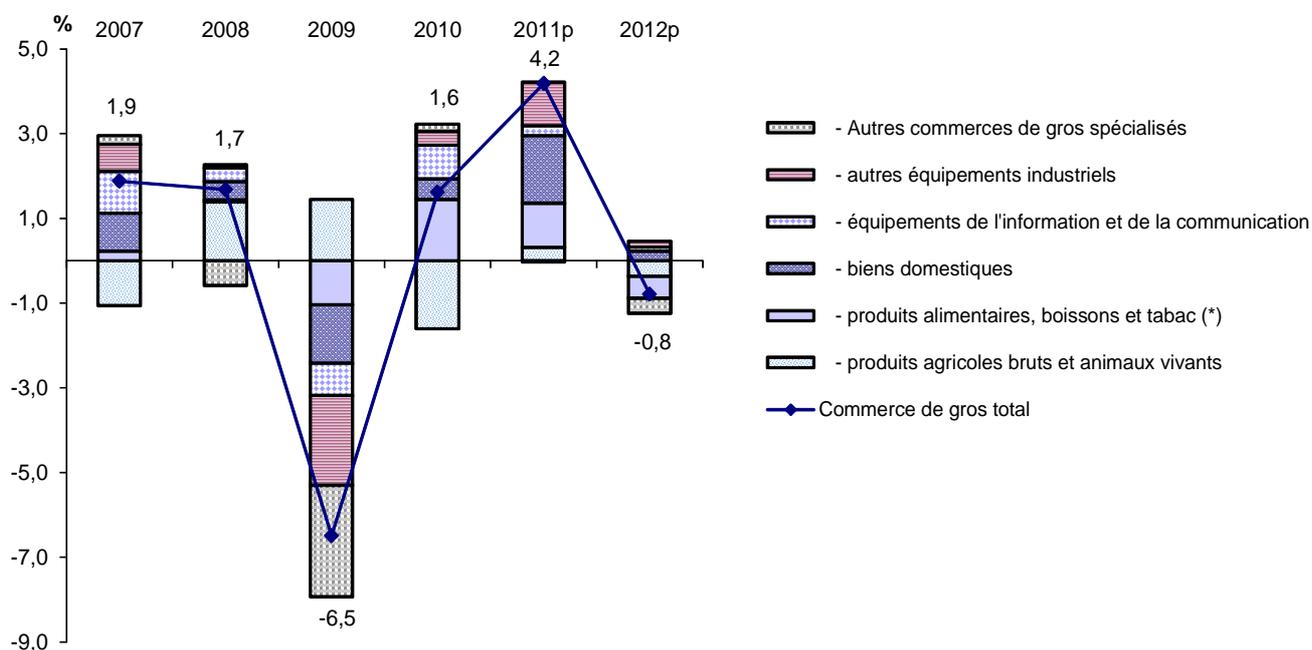
Dans la plupart des secteurs des **autres équipements industriels**, les grossistes subissent les conséquences de la conjoncture défavorable, tant sur le marché intérieur qu'à l'international. Le marché des agroéquipements fait exception : il profite de la volonté d'innovation des constructeurs et d'une 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 %).

⁴ Le chiffre du commerce extérieur, année 2012 <http://lekiosque.finances.gouv.fr>

Les ventes des **autres commerces de gros spécialisés** sont essentiellement composées de biens intermédiaires non agricoles. Elles diminuent en volume (- 1,4 %) et sont soutenues en valeur (+ 1,8 %) par les hausses de prix des combustibles. Le recul des mises en chantier de logements neufs entraîne celui des ventes de produits pour l'installation de l'habitat et la construction.

Les intermédiaires du commerce, dont les ventes représentent 16% du commerce de gros dans son ensemble, tirent mieux leur épingle du jeu. La croissance des ventes enregistrée en 2011 se confirme, pour les centrales d'achat en particulier.

Graphique 1 : Évolution en volume des ventes de marchandises du commerce de gros et contributions sectorielles (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	2011p	2012p	Poids en 2012
Commerce de gros de :							
- produits agricoles bruts et animaux vivants	-1,1	1,4	1,4	-1,6	0,3	-0,4	10,0%
- produits alimentaires, boissons et tabac (*)	0,2	0,0	-1,0	1,4	1,0	-0,5	23,1%
- biens domestiques	0,9	0,4	-1,4	0,5	1,6	0,2	21,9%
- équipements de l'information et de la communication	1,0	0,3	-0,8	0,8	0,2	0,1	6,9%
- autres équipements industriels	0,6	0,1	-2,1	0,3	1,0	0,1	13,4%
- Autres commerces de gros spécialisés	0,2	-0,6	-2,6	0,2	0,0	-0,4	24,8%
Commerce de gros total : (hors intermédiaires du commerce)	1,9	1,7	-6,5	1,6	4,2	-0,8	100,0%

Source : Insee - Comptes du commerce

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

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

Lecture : Le commerce de gros de produits agricoles et d'animaux vivants contribue pour 0,4 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.

L'évolution des ventes de marchandises du commerce de gros, hors intermédiaires, en volume (- 0,8 % en 2012) peut se décomposer entre les différentes contributions sectorielles du commerce de gros.

C'est le secteur des produits alimentaires, boissons et tabac qui contribue le plus au recul de l'ensemble (- 0,5 points). Ses ventes pèsent pour près d'un quart du total des ventes en gros, et elles sont en net repli en 2012.

Les grossistes en produits agricoles bruts et animaux vivants ainsi que ceux des autres commerces de gros spécialisés entraînent chacun un recul de - 0,4 point des ventes de l'ensemble du commerce de gros. Seuls les secteurs des biens domestiques et dans une moindre mesure des équipements de l'information et de la communication, et autres équipements industriels ont une contribution positive à la croissance. Mais celle-ci reste très modérée (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) se sont élevées à 495,6 milliards d'euros⁵ (tableau 5), soit 2 % de plus que l'année précédente. En volume, elles se stabilisent (+ 0,1 %) après deux années de croissance.

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	2011p	2012p	valeur 2012p (en G €)
Alimentation spécialisée et artisanat commercial (1)	1,8	2,9	0,7	2,1	2,5	1,7	-0,8	2,8	3,2	1,6	43,7
Petites surfaces d'alimentation générale et magasins de produits surgelés	4,4	1,6	-1,1	-0,5	1,9	4,4	-0,2	2,3	2,7	2,4	15,0
Grandes surfaces d'alimentation générale	3,8	1,7	1,2	2,0	3,2	3,8	-2,9	3,0	2,5	2,2	183,7
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	4,1	5,0	7,8
Magasins non alimentaires spécialisés dont :	3,6	4,7	5,3	4,8	4,4	3,2	-3,4	2,7	3,6	1,8	217,3
carburant	4,4	3,9	12,7	4,7	1,1	14,9	-27,8	10,8	12,8	3,8	17,6
pharmacie	6,2	6,5	5,1	4,4	3,1	2,2	3,0	2,0	2,2	0,2	42,3
autres	3,0	4,4	4,7	4,9	5,0	2,2	-2,4	2,2	3,1	1,9	157,4
Commerce hors magasin	3,8	5,7	0,9	2,1	2,0	0,1	-3,7	2,0	3,5	1,9	28,0
ENSEMBLE COMMERCE DE DÉTAIL ET ARTISANAT COMMERCIAL	3,6	3,3	2,9	3,2	3,6	3,1	-2,9	2,8	3,2	2,0	495,6

Source : Insee - Comptes du commerce

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

⁵ 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	2011p	2012p
Alimentation spécialisée et artisanat commercial (1)	-2,4	-2,0	-0,2	0,7	0,6	-2,6	-1,1	0,9	0,4	-1,6
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	0,5	-0,6
Grandes surfaces d'alimentation générale	1,9	0,6	0,1	0,5	2,4	-0,5	-0,9	1,2	-0,5	-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	2,3	2,0
Magasins non alimentaires spécialisés dont :	3,6	4,7	5,4	5,5	5,3	2,1	-0,8	2,3	2,6	1,0
carburant	1,7	-3,4	0,8	-0,6	-0,7	2,6	-14,6	-0,8	-0,6	-1,0
pharmacie	6,4	7,6	6,2	7,9	5,4	3,9	5,1	3,8	3,7	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	2,9	0,2
ENSEMBLE COMMERCE DE DÉTAIL ET ARTISANAT COMMERCIAL	2,3	2,5	2,4	2,7	3,5	0,5	-1,0	1,7	1,2	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 un recul de 1,6 % après deux années de relative croissance (+ 0,9 % en 2010 et + 0,4 % 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 poursuivent leur hausse dans toutes les formes de commerce alimentaire, soutenant la croissance des ventes en valeur.

▪ Commerce non alimentaire

Les ventes en volume des **magasins non alimentaires spécialisés** augmentent toujours (+ 1,0 %) mais leur taux d'accroissement est le plus bas de ces dix dernières années - si on excepte la crise de 2009 -. Lorsqu'elle n'est pas négative, la croissance est en repli par rapport à 2011.

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 (+ 3,4 %), mais elle est presque trois fois moins forte qu'en 2011. Et la baisse des prix des tablettes, des téléviseurs et de certains équipements de téléphonie conduit à 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 (- 0,2 % en volume). Mais ce sont les **biens culturels et de loisirs**, en particulier les livres, CD et DVD qui reculent le plus (- 0,6 %), victimes de la baisse de la consommation mais aussi de la concurrence d'internet et des ventes numériques.

Le secteur de **l'habillement-chaussure** se redresse légèrement (+ 1,1 % en volume), après quatre ans de quasi stagnation. La demande des touristes pour les produits de luxe de la **maroquinerie** ou de la **parfumerie et produits de beauté** soutient toujours fortement les ventes de ces secteurs dont les volumes progressent encore nettement en 2012 (respectivement + 7,8 % et + 3,4 %), mais un peu moins vigoureusement que l'année précédente.

Les ventes de **carburants** poursuivent leur tendance au repli en volume (- 1,0 %) dans un contexte de hausse des prix nettement ralenti. La croissance en valeur est ainsi très inférieure à celle des années précédentes (+ 3,8 % après + 12,8 % en 2011 et + 10,8 % en 2010).

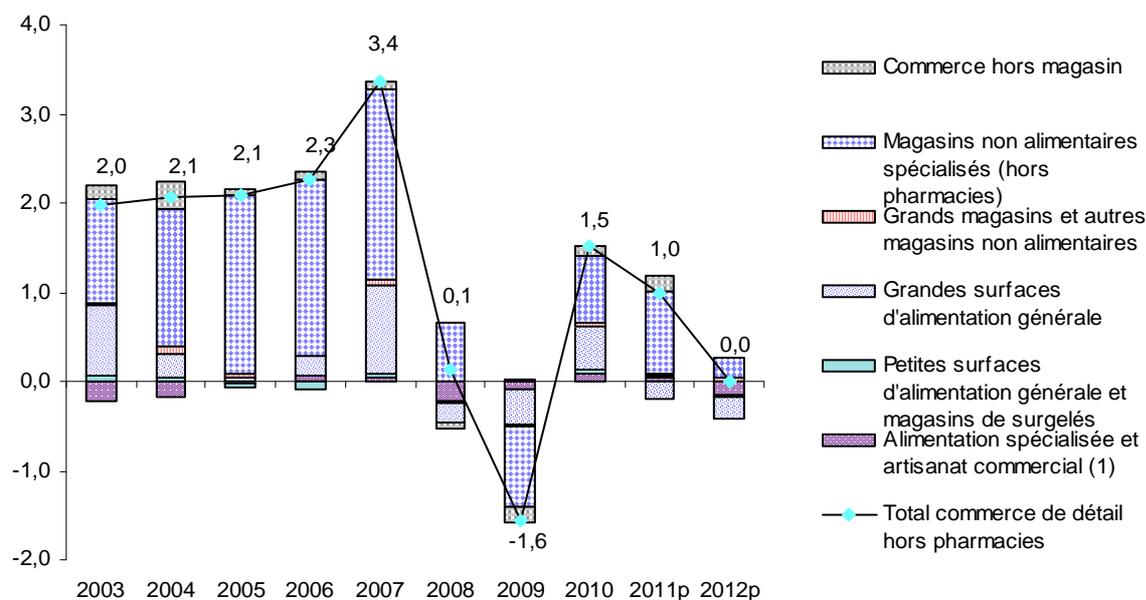
La progression des ventes des **pharmacies** est plus modérée que les deux années précédentes (+ 2,8 % après + 3,7 % et + 3,8 %).

Enfin, les ventes des **grands magasins** et autres commerces **généralistes non alimentaires** (« bazars ») connaissent une croissance supérieure à celle des magasins non alimentaires spécialisés (+ 2,0 % en volume) à peine ralenti par rapport à 2010 (+ 2,3 % en volume).

▪ Commerce hors magasin

Le **commerce hors magasin** reste stable, après deux années nettement plus favorables. Les ventes sur éventaires et marché reculent (- 2,4 % en volume) tandis que la vente à distance (+ 1,1 %) continue à bénéficier de l'essor du e-commerce. Le poids du commerce hors magasin dans le commerce de détail reste faible (5,8 % en 2012), et ne progresse pas en 2012 contrairement aux années précédentes. Pourtant, le commerce sur internet se développe toujours. Mais le commerce électronique 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 commercial⁶ 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 %	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011p	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	0,0	-0,2	9,6
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	0,0	0,0	3,3
Grandes surfaces d'alimentation générale	0,8	0,3	0,0	0,2	1,0	-0,2	-0,4	0,5	-0,2	-0,3	40,3
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	0,9	0,2	38,9
Commerce hors magasin	0,2	0,3	0,1	0,1	0,1	-0,1	-0,2	0,1	0,2	0,0	6,2
Total commerce de détail hors pharmacies	2,0	2,1	2,1	2,3	3,4	0,1	-1,6	1,5	1,0	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.

⁶ 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 automobile

En 2012, les ventes au détail de l'ensemble des secteurs du commerce et de la réparation automobile diminuent de 5,8 % en volume, après une année 2011 assez satisfaisante.

Les ventes du secteur du **commerce de véhicules automobiles** baissent de 7,5 % en volume et 5,6 % en valeur en 2012. La crise économique a freiné la consommation des ménages en voitures neuves. Les immatriculations sont à leur plus bas niveau depuis 2007. Les marques françaises souffrent plus de la crise que les marques étrangères et pour la première fois, elles ne sont plus majoritaires : leur part recule de 4 points en 2012 (47,2 % des immatriculations).

Les ventes en volume du secteur de **l'entretien et réparation de véhicules automobiles** sont en repli (- 2,4 %) pour la cinquième année consécutive. Cette tendance s'explique en partie par le recul du nombre d'accidents de la route. Mais la raréfaction des interventions s'accompagne d'un coût unitaire toujours 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 à la baisse d'activité. Les ventes en volume sont stables chez les détaillants (- 0,1 %) et progressent légèrement pour les grossistes (+ 1,2 %).

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

Activités	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011p	2012p	Valeur 2012p (en G €)
Commerce de véhicules automobiles	-0,2	5,5	7,1	1,6	6,4	-0,4	1,8	1,5	5,2	-5,6	78,8
Entretien et réparation de véhicules automobiles	3,1	7,3	2,4	4,3	4,1	1,8	-3,6	-1,0	1,3	-0,2	23,6
Commerce de gros d'équipements automobiles	5,1	-0,4	7,9	6,4	4,2	0,8	-5,6	3,0	8,3	2,8	1,6
Commerce de détail d'équipements automobiles	4,1	-1,2	8,4	1,5	4,6	2,0	1,3	3,5	1,4	1,9	7,8
Commerce et réparation de motocycles	1,8	5,0	-3,3	3,9	1,4	0,7	-7,6	-4,3	2,4	-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	4,1	-3,9	114,1

Source : Insee - Comptes du commerce

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

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

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 automobile (en %)

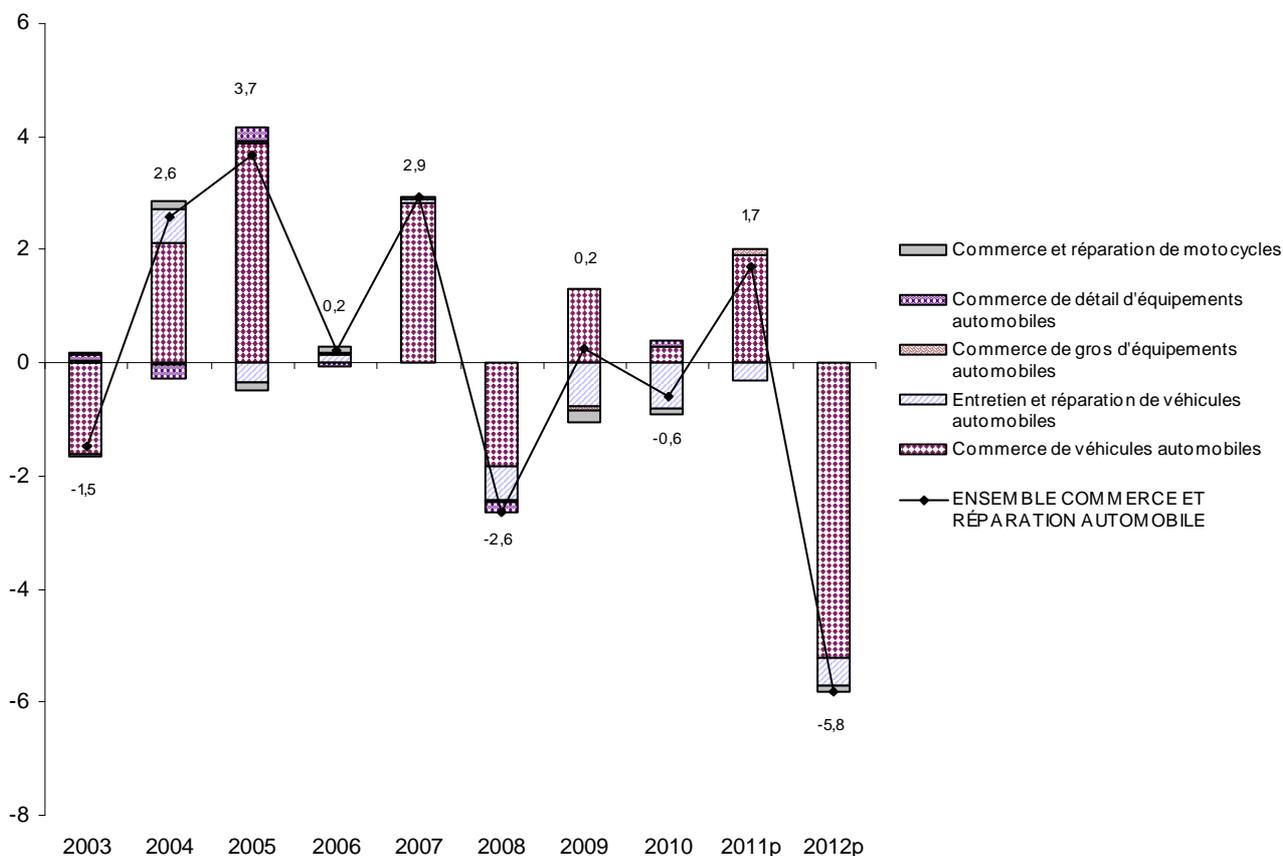


Tableau 10 : Contributions des secteurs à la croissance *en volume* de l'ensemble des ventes T.T.C. du commerce et réparation automobile

Contributions en %	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011p	2012p	pois 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	1,9	-5,2	70,3
Entretien et réparation de véhicules automobiles	0,0	0,6	-0,3	0,2	0,1	-0,6	-0,8	-0,8	-0,3	-0,5	19,8
Commerce de gros d'équipements automobiles	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	-0,1	0,0	0,1	0,0	1,3
Commerce de détail d'équipements automobiles	0,1	-0,2	0,3	-0,1	0,0	-0,2	0,0	0,1	0,0	0,0	6,5
Commerce et réparation de motocycles	0,0	0,1	-0,1	0,1	0,0	0,0	-0,2	-0,1	0,0	-0,1	2,0
ENSEMBLE COMMERCE ET RÉPARATION AUTOMOBILE	-1,5	2,6	3,7	0,2	2,9	-2,6	0,2	-0,6	1,7	-5,8	100,0

Source : Insee - Comptes du commerce

Lecture: La baisse des ventes de marchandises du commerce et réparation automobile en volume (- 5,8 % en 2012) est imputable essentiellement au commerce de véhicules automobiles qui contribue à hauteur de -5,2 points. Les contributions sectorielles s'expliquent par le dynamisme des secteurs et leur poids dans l'ensemble du commerce et réparation automobile.

Ce sont presque toujours les évolutions du commerce de véhicules qui déterminent les variations de l'ensemble du secteur commerce et réparation automobile, non pas en raison du dynamisme propre de ce sous-secteur, mais simplement en raison de son poids prépondérant.

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

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 18,8 % des salariés de l'ensemble des secteurs principalement marchands⁷.

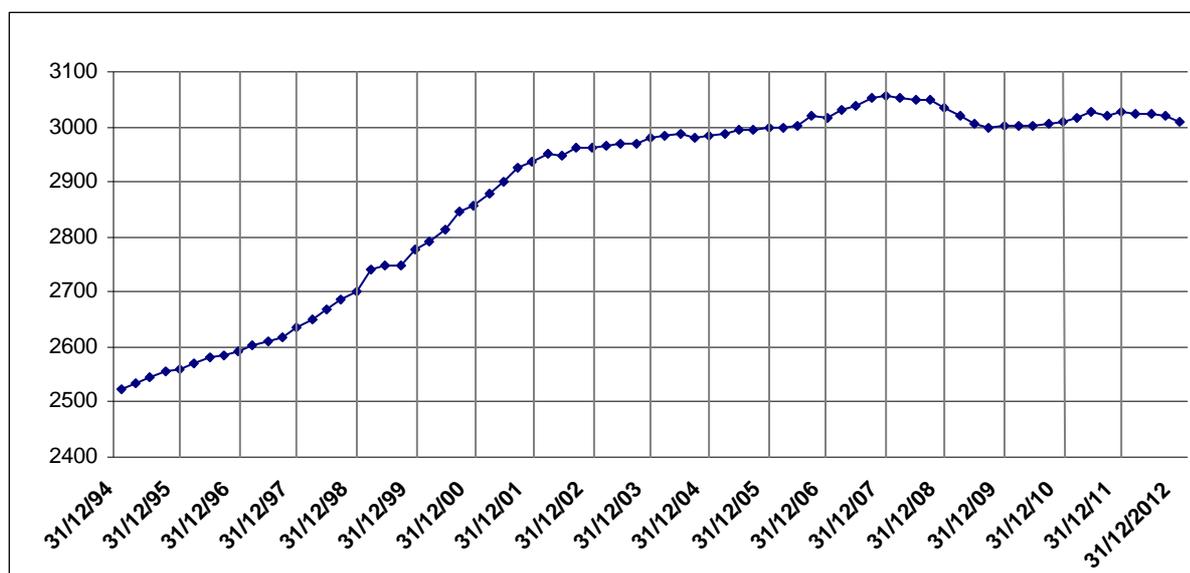
Plus de la moitié d'entre eux sont dans le commerce de détail, et près d'un tiers dans le commerce de gros. Les non-salariés représentaient 381 700 emplois dans le commerce fin 2010, soit 11 % de l'emploi total.

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 (35 % en 2010⁸). En 2010, 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 plein⁹. Le volume¹⁰ de l'emploi salarié à temps partiel représente 18 % de l'ensemble du volume de l'emploi salarié.

2.1 - Le commerce perd 20 000 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 début 2006 (graphique 4). Après une année difficile en glissement annuel (- 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 (- 0,7 % en glissement annuel, entre le 31/12/2011 et le 31/12/2012) sans toutefois atteindre le point bas de la fin du troisième trimestre 2009. Le secteur perd ainsi 20 200 emplois salariés en 2012, ce qui efface la hausse observée en 2011. Cette baisse est comparable à celle de l'ensemble de l'emploi salarié des secteurs principalement marchands (- 0,6 %).

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



Source : Insee, estimations d'emploi

⁷ 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).

⁸ Données DADS 2010

⁹ Cf. annexe méthodologique VI

¹⁰ Le volume est mesuré en nombre d'heures, cf. annexe méthodologique VI

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

SECTEURS D'ACTIVITE	2007	2008	2009	2010	2011	2012(p)
Commerce de détail	1662	1656	1656	1667	1682	1676
Commerce de gros	1002	997	967	963	969	963
Commerce et réparation automobile	391	384	379	378	377	369
Total Commerce	3055	3036	3001	3008	3028	3008
Secteurs principalement marchands	16397	16211	15950	16005	16060	15961

Source : Insee, estimations d'emploi

(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	10,8	0,7	15,4	0,9	-6,2	-0,4
Commerce de gros	-4,0	-0,4	6,2	0,6	-6,2	-0,6
Commerce et réparation automobile	-0,4	-0,1	-1,4	-0,4	-7,6	-2,0
Total Commerce	6,4	0,2	20,2	0,7	-20,0	-0,7
Secteurs principalement marchands	54,6	0,3	55,0	0,3	-99,5	-0,6

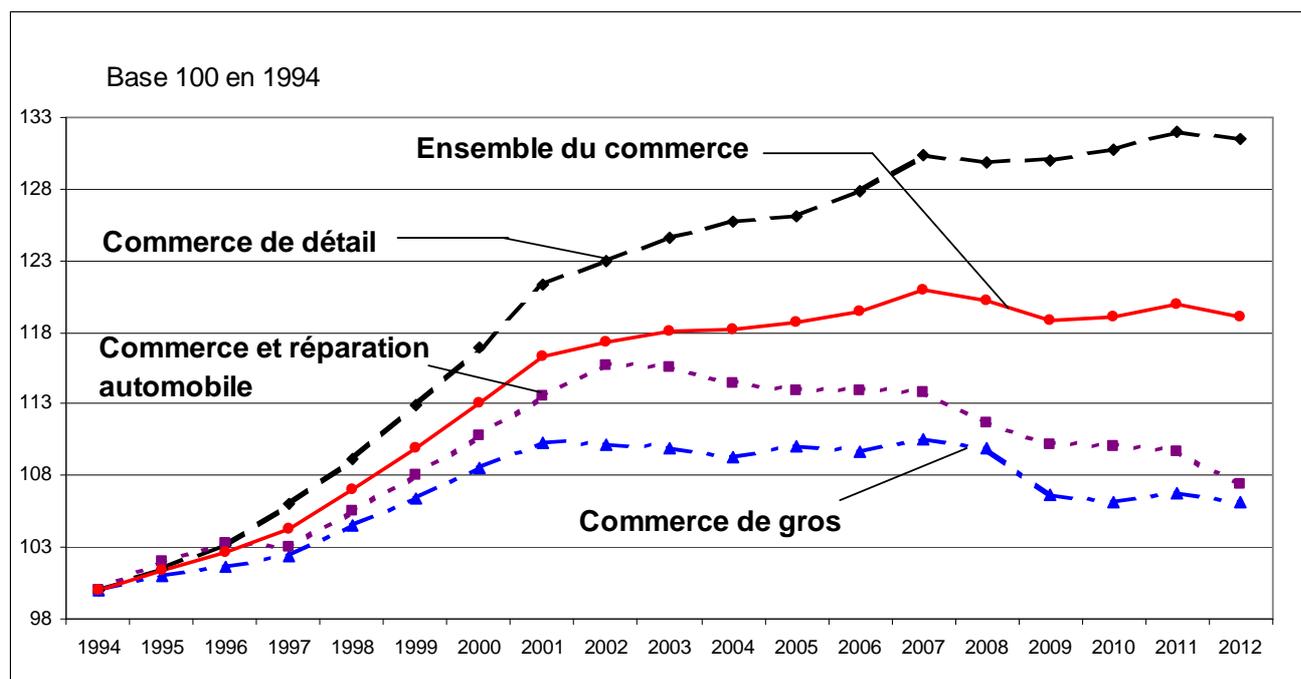
Source : Insee, estimations d'emploi

(p) : données provisoires

La dynamique se retourne dans le commerce détail : après deux années de hausse (+ 0,7 % en 2010 et + 0,9 % en 2011), l'emploi diminue de 0,4 %, soit une perte de 6 200 salariés. Après une année de hausse en 2011, l'emploi salarié du commerce de gros diminue en 2012 (- 0,6 %) avec une perte de 6 200 salariés. À l'exception de l'année 2011, l'emploi salarié du commerce de gros est en baisse continue depuis 2008. L'emploi du commerce et de la réparation automobile diminue en 2012, comme chaque année depuis la fin 2002 (- 2,0 %) avec une perte de 7 600 salariés.

¹¹ Comme il s'agit de données CVS, les données des années antérieures à 2011 sont sujettes à de légères variations.

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 salarié¹² 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.

En moyenne annuelle, l'emploi salarié du commerce gagne 1 400 salariés sur l'année 2012, après la hausse de 2011 (17 100 salariés), soit une hausse minime par rapport à 2011 (tableau 13). Il augmente en 2012 dans le secteurs du commerce de détail (+ 0,3 %) et diminue dans le commerce et la réparation automobiles (- 0,0 %). Il n'évolue presque pas dans le commerce de gros.

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	1 661,3	1676,3	+ 14,9	+ 0,9 %	1681,1	+ 4,9	+ 0,3 %
Commerce de gros	963,7	966,7	+ 3,0	+ 0,3 %	967,0	+ 0,4	+ 0,0 %
Commerce et réparation automobile	378,4	377,5	- 0,9	- 0,2 %	373,8	- 3,8	- 1,0 %
Total Commerce	3003,4	3020,5	+ 17,1	+ 0,6 %	3021,9	+ 1,4	+ 0,0 %

Source : Insee, estimations d'emploi

(p) : données provisoires

¹² Les données disponibles ne permettent pas d'isoler les secteurs de l'artisanat commercial.

2.2 - L'emploi non salarié en 2010¹³

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 en 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

¹³ 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 brut¹⁴ légèrement inférieur à 16 euros de l'heure en 2010. Le salaire brut horaire moyen est moins élevé dans le commerce que dans l'industrie ou dans les services (tableau 16).

Tableau 16 : Salaires bruts horaires moyens de l'ensemble des salariés dans l'industrie, le commerce et les services en 2010

(€/h)

Secteur d'activité	Temps complet	Temps partiel	Ensemble
Commerce de gros	19,42	17,41	19,27
Commerce de détail	13,89	12,18	13,47
Commerce et réparation automobiles	15,23	13,96	15,15
Total commerce	16,18	14,52	15,96
Industrie	18,90	18,98	18,90
Construction	16,35	15,33	16,31
Services	20,77	16,05	20,00

Source : Insee - DADS 2010

Tableau 17 : Salaires bruts horaires moyens des salariés du commerce selon la catégorie socioprofessionnelle et le sexe en 2010 (en euros)

(€/h)

Secteur d'activité	Cadres	Professions intermédiaires	Employés	Ouvriers
Hommes				
Commerce de gros	36,24	19,33	14,98	12,95
Commerce de détail	27,91	16,59	12,19	12,39
Commerce et réparation automobiles	30,46	19,45	14,24	12,58
Femmes				
Commerce de gros	30,19	18,64	13,80	11,85
Commerce de détail	23,75	14,71	11,32	11,38
Commerce et réparation automobiles	25,26	16,72	12,20	11,72

Source : Insee - DADS 2010

Il existe des disparités importantes de salaire entre les trois grands secteurs du commerce et selon les catégories socioprofessionnelles. C'est dans le commerce de gros, où les salariés sont plus âgés et les cadres proportionnellement plus nombreux, que le salaire brut horaire moyen est le plus élevé en 2010. Dans tous les secteurs et quelle que soit la catégorie socioprofessionnelle, les hommes ont un salaire horaire moyen brut supérieur à celui des femmes.

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

3 - 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 13 %, dont 26% pour le commerce de gros, 9 % pour le commerce de détail et 6 % 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 production¹⁵. 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 733 700 entreprises commerciales au 1er janvier 2012, auxquelles s'ajoutent 43 600 entreprises de l'artisanat commercial (boulangeries-pâtisseries, charcuteries). Le nombre total d'entreprises tous secteurs confondus¹⁶ étant d'un peu plus de 3,6 millions, les entreprises commerciales (hors artisanat commercial) représentent 20,4 % des entreprises de l'ensemble de l'économie.

Tableau 18 : Évolution du nombre de sociétés et d'entreprises individuelles du commerce en France (nombre au 1^{er} janvier en milliers)

SECTEURS D'ACTIVITE	Nombre d'entreprises				Evolution en %		
	2009	2010	2011	2012 (sd)	2010/2009	2011/2010	2012/2011
Commerce de gros	178,6	183,5	186,8	188,0	2,7	1,8	0,6
Commerce de détail	411,1	441,5	452,8	457,0	7,4	2,5	0,9
Commerce et réparation automobile	77,0	81,7	85,8	88,8	6,1	5,0	3,4
Total commerce	666,7	706,7	725,4	733,7	6,0	2,6	1,1
Artisanat commercial	45,2	44,6	44,1	43,6	-1,2	-1,2	-1,2
Total commerce et artisanat commercial	711,9	751,3	769,5	777,3	5,5	2,4	1,0

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)

¹⁵ On estime qu'environ la moitié des demandes de créations d'auto-entreprises déboucheront sur une activité réelle.

¹⁶ Dans le cadre de la nouvelle démographie d'entreprises, le champ est désormais élargi à l'ensemble du secteur marchand non agricole. La notion d'entreprise retenue ici correspond aux unités légales du répertoire Sirene dans lequel des entités comme Carrefour ou Leclerc peuvent être enregistrées différemment selon le statut juridique des magasins (les magasins Leclerc sont des unités légales indépendantes alors que les magasins Carrefour sont des établissements d'une seule unité légale Carrefour).

Ces 777 300 entreprises du commerce et de l'artisanat commercial se répartissent de la manière suivante : 59 % sont 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.

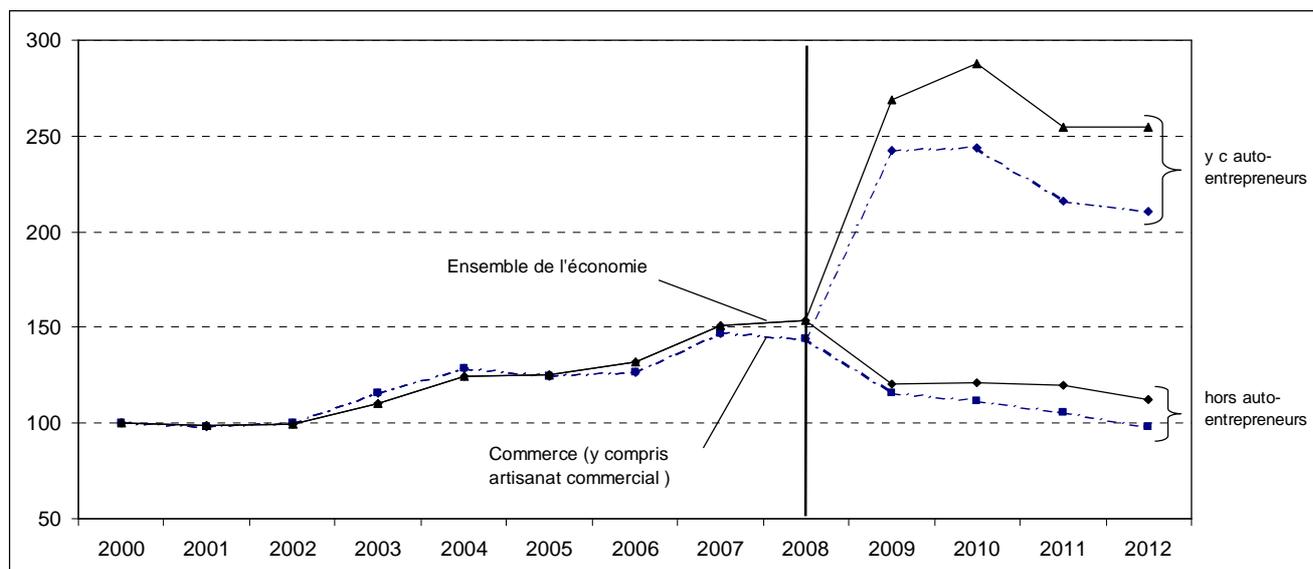
Le nombre d'entreprises commerciales a augmenté de 1,0 % entre début 2011 et début 2012 (tableau 18). Cette hausse du nombre d'entreprises concerne les trois secteurs du commerce : + 0,6 % dans le commerce de gros, + 0,9 % dans le commerce de détail et + 3,4 % dans le commerce et la réparation automobile. Les entreprises du commerce sont en majorité composées de S.A.R.L. (48 %) et d'entreprises individuelles (43 %).

3.2 - Plus 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 au sens large 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.

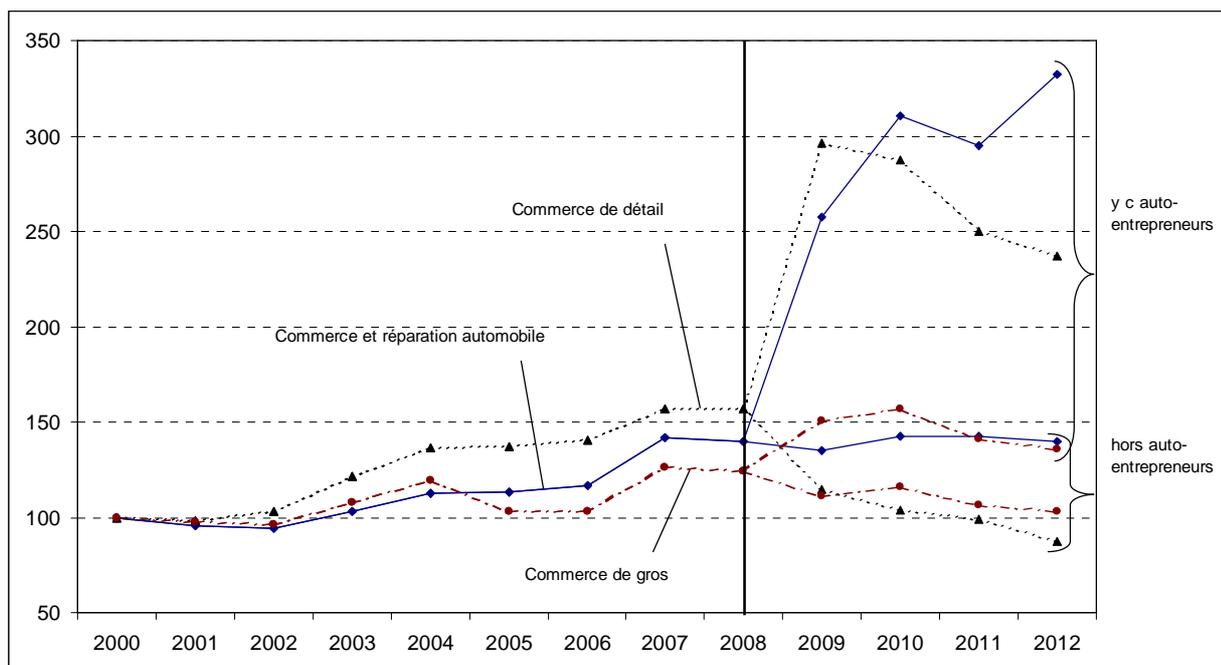
Les créations d'entreprises diminuent en 2012 dans les secteurs du commerce de détail, du commerce de gros et de l'artisanat commercial. A contrario, elles augmentent fortement dans le commerce et la réparation automobile.

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 qui profite le moins de cet effet « auto-entrepreneur » (+ 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

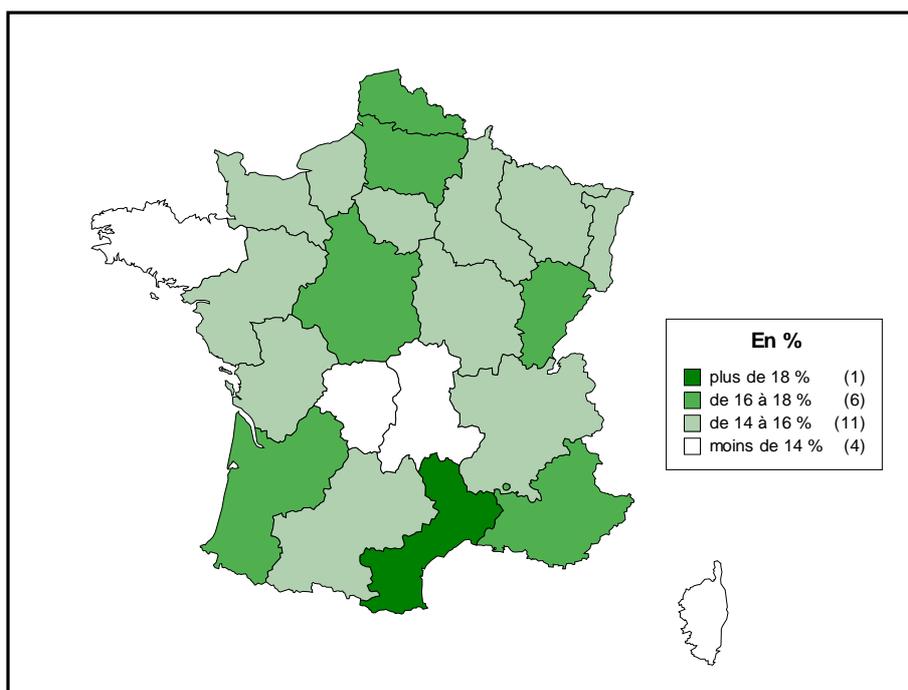
Tableau 19 : Les créations de sociétés et d'entreprises individuelles dans le commerce entre 2009 et 2012 - France entière

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 création¹⁷ national est de 15,3 %. C'est la région Languedoc-Roussillon qui a le taux de création le plus élevé (18,7 %). Les régions du nord ont également des taux de création parmi les plus élevés : le Nord-Pas-de-Calais (17,3 %) 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 (13,7 %) possèdent les plus faibles taux de création.

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



¹⁷ 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

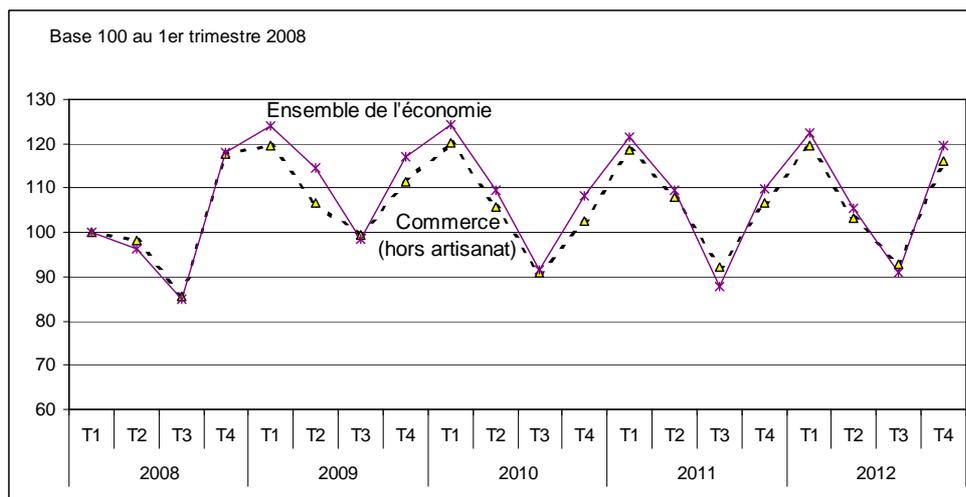
Définitions

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 dans les rapports précédents. Aussi, les niveaux sont plus élevés que dans les rapports publiés précédemment. 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 fait suite à la forte baisse enregistrée en 2010 (- 4,0 % par rapport à 2009) et à la hausse de 2011 (+ 1,4 %).

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 c'était déjà le cas 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 20 : 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
<i>CD de carburants en magasin spécialisé</i>	68	82	57	62	20,6	-30,5	8,8
<i>CD d'équipements de l'info et de la communication en mag spé</i>	288	273	264	271	-5,2	-3,3	2,7
<i>CD d'autres équipements du foyer en mag spé</i>	1 415	1 302	1 283	1 245	-8,0	-1,5	-3,0
<i>CD de biens culturels et de loisirs en mag spé</i>	664	657	605	615	-1,1	-7,9	1,7
<i>Autres CD en mag spé</i>	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 des volumes de ventes (- 0,4 %). Les prix poursuivent leur montée, 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 l'an dernier se confirme en 2012 (+ 1,4 %). La hausse des prix des combustibles et des matières premières agricoles leur permet une performance encore meilleure en valeur (+ 6,7 %).

En 2012, 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. Elles reculent de 2,2 % en volume en 2012.

Le secteur des produits agricoles bruts et animaux vivants baisse plus encore (- 3,7 %). Mais son impact dans l'ensemble du commerce de gros, hors intermédiaires, est plus limité car il ne représente que 10 % du total.

La plupart des sous-secteurs du commerce de gros de biens d'équipements enregistrent un repli 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 963 000 salariés en 2012, soit presque un tiers des effectifs du commerce. Au 1^{er} janvier 2012, le nombre d'entreprises du commerce de gros (hors auto-entrepreneurs non actifs) est de l'ordre de 188 000 et dans le courant de l'année 2012, on recense près de 24 000 créations, moins qu'en 2010 et 2011. Plus de la moitié d'entre elles ont lieu dans le secteur des intermédiaires du commerce.

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

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

Source : Insee - Comptes du commerce

1 - Produits agricoles bruts : les prix soutiennent les ventes

Les ventes en volume des grossistes en produits agricoles bruts se contractent en 2012 (- 3,7 %) 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 au cours des trois dernières années.

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 (- 1,0 %). En raison de leur poids prédominant dans le secteur, les grossistes en céréales influencent fortement la tendance de l'ensemble.

Tableau 1 : Les ventes des produits agricoles bruts

Évolution des ventes de marchandises	Taux de croissance en %										Mds d'euros 2012p
	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011p	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	23,7	2,8	63,8
- 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	27,2	2,1	49,5
- autres produits (*)	5,1	0,6	4,5	4,7	-3,8	7,7	-0,4	-12,7	12,7	4,9	14,4
EN VOLUME											
C.G. de produits agricoles bruts				-8,1	-13,3	17,3	15,3	-16,0	3,5	-3,7	
- céréales, tabac non manufacturé, semences et aliments pour le bétail				-11,3	-17,1	23,7	18,2	-16,7	3,6	-4,2	
- autres produits (*)				-0,4	-4,4	1,0	6,1	-13,9	3,0	-1,8	

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 2011¹⁸. 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 est en hausse de 6 %¹⁹.

Les prix céréaliers et oléagineux se sont affolés 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, l'envolée des prix céréaliers s'est très légèrement adoucie, la hausse par rapport à 2011 se maintenant toutefois à 36 %.

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 %. 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 volume²⁰. De même, les volumes vendus de blé dur se contractent de 33% en lien avec le tarissement de la demande algérienne.

¹⁸ Agreste, infos rapides grandes cultures et fourrages, novembre 2012

¹⁹ Agreste, prix agricoles et alimentaires, février 2013

²⁰ 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 1,8 % 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 réduisent²¹.

En 2012, les ventes des grossistes en **fleurs et plantes** suivent une tendance inverse à celle observée en 2011. En effet, les ventes en volume chutent, effaçant totalement la hausse de 2011 (- 5,1 % en 2012 après + 2,8 % en 2011). De plus, les prix augmentent en 2012 (+ 6,2 %) alors qu'en 2011 ils diminuaient (- 1,5 %) pour la troisième année consécutive. Le bilan²² des échanges extérieurs 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 avec - 2,5 % par rapport à 2011 (après un recul de 13,7 % en 2011), mais les exportations françaises sont toujours en baisse. Les importations (avec 975,7 millions d'euros) ont diminué de 2,4 % (après un recul de 13 % en 2011) et les exportations (avec 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, - 10,5 %. La hausse des prix limite la baisse des ventes en valeur (- 1,5 %).

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

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

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

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

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

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

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

²¹ Agreste Conjoncture, Panorama au 5 mars 2013, n°2

²² 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 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 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 commercial²³. 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	2011p	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	6,2	2,4	124,9
- produits frais (*)	1,9	-0,5	2,1	1,4	4,1	5,5	-16,0	7,3	5,5	3,1	58,4
- boissons (alcoolisées ou non)	4,4	9,1	4,9	2,6	4,8	3,5	-3,1	-5,1	6,9	2,4	23,6
- autres produits (**)	-1,5	-1,9	4,4	5,8	2,7	2,8	-9,1	6,6	6,9	1,3	42,9
EN VOLUME											
C.G. de produits alimentaires, de boissons et de tabac				0,4	0,6	-0,1	-7,6	2,1	5,0	-2,2	
- produits frais (*)				-2,4	-0,3	0,4	-9,9	3,3	4,2	-2,1	
- boissons (alcoolisées ou non)				2,0	2,9	-0,5	-5,4	-5,8	4,9	-1,2	
- autres produits (**)				3,4	0,6	-0,5	-5,5	5,3	6,1	-3,0	

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

Après deux années de croissance, les volumes de ventes des grossistes en *fruits et légumes*²⁴ se contractent en 2012 (- 2,6 %), atteignant leur niveau le plus bas depuis 2007. 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 4,3 %.

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.

²³ Agreste conjoncture, Industries agroalimentaires, Avril 2013, n°2013/209

²⁴ 31 % des ventes des produits frais, source Ésane-commerce 2010.

Alors qu'en volume les ventes des grossistes de *volailles et gibiers* continuent de baisser en 2012 (- 1,1 %), en valeur, elles augmentent de 1,5 %. 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 décrochent²⁵.

Après une bonne année 2011, le secteur du commerce de gros de *produits laitiers et œufs* connaît un ralentissement de ses ventes en volumes (- 2,6 %). 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 1,2 % en volume, et augmentent de 2,4 % en valeur.

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

En 2012, la croissance des exportations de vins et champagnes est marquée, 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'échanges²⁶.

▪ **Autres produits alimentaires**

Les ventes des grossistes des autres produits alimentaires sont en baisse en volume (-3,0 %). 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 l'année record 2010, et la croissance modérée de 2011, les grossistes en sucre, chocolat et confiserie (15 % des ventes de ce groupe) enregistrent une décroissance de leurs ventes en volume (- 7,1 %) en 2012. Les prix ne soutiennent pas suffisamment les ventes qui, en valeur, diminuent de 2,5 %. 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 quatre 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 %.

²⁵ France AgriMer, Données et Bilan, février 2013

²⁶ 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 (+ 0,5 %) 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	2011p	2012p	
EN VALEUR											
C.G. de biens domestiques	4,8	1,5	9,3	5,6	3,3	1,2	-7,6	1,2	4,1	0,5	130,2
- produits pharmaceutiques	9,4	2,2	14,2	7,2	3,8	2,6	-1,6	2,5	3,2	-0,2	56,3
- autres produits (*)	2,2	1,1	6,3	4,5	3,0	0,3	-11,6	0,2	4,8	1,0	73,8
EN VOLUME											
C.G. de biens domestiques				7,5	3,9	1,9	-6,4	2,1	7,1	1,0	
- produits pharmaceutiques				11,4	5,4	4,4	0,2	4,3	6,6	3,1	
- autres produits (*)				5,0	3,0	0,2	-10,9	0,4	7,5	-0,5	

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 constatée depuis 2010 se poursuit en 2012 (+ 3,1 % après + 6,6 % en 2011 et + 4,3 % en 2010). En revanche, le recul des prix continue de s'accélérer, du fait de la concurrence des médicaments génériques et de la fin des brevets pour certains produits phare²⁷. En conséquence, on observe une quasi-stabilité des ventes en valeur en 2012 (- 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 Etats-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 milliards²⁸.

▪ Autres biens domestiques

Chez les grossistes des autres biens domestiques, la tendance est légèrement défavorable (- 0,5 % pour les ventes en volume) mais les prix soutiennent les ventes en valeur, moins nettement toutefois qu'en 2011 (+ 1,0 % en 2012 et + 4,8 % en 2011). Les évolutions sont contrastées entre 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 (- 0,8 %). La consommation est en berne²⁹ (- 2,2 %) et les importations en provenance de Chine et d'Inde refluent.

La situation est à peine meilleure côté *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 2,1 % et la hausse des prix suffit tout juste à stabiliser les ventes en valeur (+ 0,7 %).

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 - 1,8 %). La baisse des prix dans l'électroménager se poursuit (- 2,6 %). Dans ce secteur, les ventes en valeur diminuent de 4,2 %.

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

²⁷ Le chiffre du commerce extérieur, études et éclairages, n°37, janvier 2013

²⁸ Le chiffre du commerce extérieur, année 2012. <http://lekiosque.finances.gouv.fr>

²⁹ IFM, Distribilan/Observatoire économique, n°217, janvier 2013

Si les ventes en volume freinent un peu après la très forte progression de 2011 (- 3,0 % après + 31,4 %) 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, ils choisissent des objets plus chers³⁰ ce qui entraîne une croissance des ventes en valeur de 6,1 %. 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 forte. Les ventes en gros du secteur progressent de 7,7 % en volume et de 8,4 % en valeur.

³⁰ GFK, communiqué de presse, février 2013

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	2011p	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	1,7	0,7	40,7
- ordinateurs, équipements informatiques périphériques et logiciels	0,2	17,9	6,4	5,8	3,7	-1,3	-16,4	1,2	2,6	-2,0	26,4
- composants et équipements électroniques et télécommunication	-0,9	-1,8	8,7	11,2	4,0	-8,1	-11,7	12,4	-0,1	6,0	14,3
EN VOLUME											
C.G. d'équipements de l'information et de la communication				12,4	12,3	4,1	-10,4	11,1	3,4	1,4	
- ordinateurs, équipements informatiques périphériques et logiciels				10,6	14,7	9,0	-11,1	9,3	4,0	-0,8	
- composants et équipements électroniques et télécommunication				16,4	7,2	-6,3	-8,9	14,9	2,1	6,0	

Source : Insee - Comptes du commerce

La dynamique des ventes en volume de l'ensemble du secteur ralentit pour la seconde année consécutive (+ 1,4 %), 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. Pour la première fois depuis la crise de 2009, les ventes en valeur de ces produits par les grossistes sont en recul (- 2 %).

En revanche, le marché mondial des composants et équipements électroniques se redresse. Dans ce secteur, les ventes progressent en 2012, en volume comme en valeur (+ 6,0 %).

5 – Ralentissement pour les autres équipements industriels

Dans ce secteur, plus des trois quarts des ventes concernent des équipements industriels liés à la production (78 %), 16 % 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 plus de 40 % des achats des grossistes du secteur. La part des exportations dans les ventes de ces mêmes grossistes est moindre, à 14,4 %.

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 + 8% 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	2011p	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	10,4	2,6	81,4
- équipements de bureau (*)	0,2	17,9	6,4	5,8	3,7	-4,9	-15,8	8,6	3,2	-0,2	4,7
- matériel électrique	-0,4	-1,4	6,9	10,4	5,1	1,9	-9,4	12,2	5,8	-1,2	13,2
- autres équipements (**)	-2,7	5,0	5,5	-7,4	9,0	3,5	-15,7	0,6	12,1	3,6	63,4
EN VOLUME											
C.G. d'autres équipements industriels				-6,0	4,8	0,6	-15,8	2,5	8,0	1,0	
- équipements de bureau (*)				4,4	1,9	-6,8	-15,3	9,3	0,1	-3,4	
- matériel électrique				4,4	0,7	1,1	-8,6	8,4	1,7	-1,8	
- autres équipements (**)				-8,6	5,9	1,1	-17,2	0,7	10,1	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

▪ Le matériel électrique

Le marché des matériels électriques est à la peine. La demande française et les exportations sont atones³¹ et les ventes des grossistes reculent en volume (- 1,8 %) et en valeur (- 1,2 %).

▪ 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 (- 3,4 %) et les prix peinent à soutenir les valeurs (- 0,2 %).

▪ 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 + 3,6 %), 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 entreprises³². 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. 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'équipement³³. Dans l'ensemble du secteur des matériels agricoles, les ventes des grossistes progressent de 9,7 % en volume et de 12,3 % 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 0,8 % en volume et augmentent de 0,6 % en valeur.

³¹ DGCIS, Le 4 pages trimestriel de conjoncture industrielle, mars 2013

³² Le chiffre du commerce extérieur, année 2012, <http://lekiosque.finances.gouv.fr>

³³ 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	2011p	2012p	
EN VALEUR											
Autres C.G. spécialisés	-1,2	9,0	3,7	7,3	5,3	7,9	-21,4	9,3	10,2	1,8	153,5
- combustibles et produits annexes	1,4	12,8	11,8	6,5	2,8	16,5	-27,4	17,0	11,5	7,7	58,9
- 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	7,6	-0,8	52,3
- autres produits (**)	-6,6	6,5	-5,0	7,0	6,6	5,0	-25,7	12,4	11,9	-2,5	42,4
EN VOLUME											
Autres C.G. spécialisés				0,4	0,8	-2,3	-10,1	0,7	-0,1	-1,4	
- combustibles et produits annexes				-3,7	1,1	-5,1	-4,3	-1,8	-6,6	-0,9	
- produits pour l'installation de l'habitat et la construction (*)				4,7	1,0	-0,9	-11,5	0,0	4,9	-1,6	
- autres produits (**)				0,0	0,0	-0,9	-15,6	4,7	1,8	-1,8	

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 (+ 7,7 %).

La consommation d'énergie primaire réelle est quasi stable par rapport à 2011³⁴. En fin d'année, toutes les énergies 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 autoroutier³⁵).

En moyenne sur l'année, les prix du pétrole brut importé sont en hausse de 10,6 % en euros (l'augmentation est beaucoup moins forte en dollars, à 2,2 % en raison de l'appréciation du dollar 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 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 - 1,6 % 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 2012³⁶ (- 4 % après + 7,6 % en 2011) ainsi que les mises en chantier (- 3 % après + 8,8 % en 2011). Le nombre de logements terminés (- 5 %) poursuit son repli,

³⁴ Commissariat général au développement durable, Chiffres et statistiques n°393, février 2013

³⁵ Commissariat général au développement durable, Chiffres et statistiques n°414, avril 2013

traduction de l'effondrement des nouveaux programmes lors de la crise de 2009. Il reste néanmoins supérieur 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 %) malgré une nette contraction des délais entre l'ouverture des chantiers et l'achèvement des travaux. 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 plus marqué pour les autres grossistes du secteur des biens intermédiaires avec - 1,8 %. La baisse des prix vient le renforcer et le repli des ventes en valeur atteint - 2,5 %.

Les ventes du sous-secteur des minerais et métaux, très dynamiques en 2010 et 2011, reculent en volume (- 6,4 %) et en valeur (- 9%).

Les principaux débouchés des grossistes en *minerais et métaux* sont les branches productrices de ces produits elles-mêmes, ainsi que la construction automobile (par exemple avec les produits de la fonderie), le secteur de la construction et dans une certaine mesure celui de la fabrication de matériel électrique. 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 %.

³⁶ CGDD/SOeS, Premiers résultats 2012 – Comptes du logement 2011

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	2011p	2012p	
EN VALEUR											
Intermédiaires du commerce	3,4	5,2	4,7	3,7	5,1	7,6	-11,2	6,0	8,9	6,7	120,8
dont :											
- centrales d'achats	6,4	4,3	5,7	3,1	5,5	9,3	-8,3	6,0	9,9	7,6	105,2
<i>alimentaires</i>	6,1	-1,2	-0,1	1,4	4,2	9,7	-3,8	2,7	6,2	7,1	49,7
<i>non alimentaires</i>	6,7	11,1	12,0	4,8	6,8	9,0	-12,5	9,4	13,4	8,0	55,4
- autres intermédiaires du commerce	-7,9	9,0	0,5	6,4	3,2	-0,2	-25,1	5,8	3,4	1,0	15,7
EN VOLUME											
Intermédiaires du commerce				-0,9	3,0	-1,1	-1,0	-1,0	1,0	1,4	
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	2,8	2,9	
<i>non alimentaires</i>				-2,3	5,4	-5,3	5,8	-3,1	0,4	1,3	
- autres intermédiaires du commerce				2,6	0,3	-5,5	-18,1	0,4	-2,2	-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 de considérer séparément les centrales d'achat de carburant. Elles se trouvent sur un marché dont les contraintes et les logiques sont tout à fait spécifiques. Le ralentissement de la hausse 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 10,1%.

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 + 1,1 % et + 3,4 %).

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

Les *intermédiaires* mettent en rapport acheteurs et vendeurs, et exécutent des opérations commerciales pour le compte d'un tiers sans être eux-mêmes propriétaires des marchandises. Leur chiffre d'affaires se compose de commissions et de ventes de marchandises³⁷ sur lesquelles ils prennent en moyenne une marge de 4 à 10 %.

Comme l'an dernier, leurs ventes en volume sont en repli après la légère embellie de 2010 qui avait fait suite à deux années de recul (- 2,7 % en 2012, après - 2,2 % en 2011 et + 0,4 % en 2010). 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 %).

³⁷ Essentiellement des ventes pour compte de tiers.

Encadré 2 Caractéristiques des Centrales d'achat

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

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

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

De ce fait, 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.

8 - La clientèle intérieure du commerce de gros³⁸

En 2010, l'activité des grossistes (hors centrales d'achat et intermédiaires du commerce) sur le marché intérieur, est orientée principalement vers l'approvisionnement des producteurs (industrie et artisanat, pour 30 % de leur chiffre d'affaires) et du commerce de détail (27 %). La redistribution des marchandises vers les centrales d'achat (13 %) 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 63 % des achats directs des agriculteurs et de leurs coopératives. Outre le secteur de la construction (55 %), les grossistes spécialisés dans l'équipement pour la construction sont tributaires pour plus de 12 % des ventes aux particuliers, et également des prestataires de services (ingénierie...) et des administrations (13 %).

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 électronique. 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 48 % des ventes intérieures des grossistes en produits pharmaceutiques, dont l'autre clientèle importante est celle des centrales d'achat et autres grossistes (27 %). Les autres clients sont les services de santé publics et privés (20 %) et enfin l'approvisionnement des producteurs et des particuliers (5 %).

La clientèle professionnelle des grossistes en matériel informatique, ainsi que de ceux spécialisés dans le matériel et les fournitures pour le secteur tertiaire, est répartie différemment : 27 % aux autres grossistes et centrales d'achat, 24 % aux revendeurs au détail, 18 % de revente directe à l'industrie, 16 % à des prestataires de services, 13 % aux administrations et comités d'entreprises et enfin 2 % de ventes aux particuliers.

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

³⁸ Ce paragraphe porte sur l'année 2010 en données définitives. La source est l'Enquête sectorielle annuelle dans le commerce 2010 de l'INSEE

9 - Le poids du commerce international dans l'activité du commerce de gros en 2010

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 22 % 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 (9 % de leurs achats), est très important pour ceux en équipements de bureau (48 %).

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 77 % du chiffre d'affaires de leur secteur.

Tableau 8 : Le poids du commerce international en 2010

En %

Activités	Ensemble des entreprises du commerce de gros		Poids dans le CA du secteur des entreprises	
	Ventes à l'exportation [A]	Achats à l'importation [B]	exportatrices	importatrices
CG de produits agricoles bruts et d'animaux vivants	19,9	6,9	72,5	31,4
- céréales, tabac non manufacturé, semences et aliments pour le bétail	21,9	7,7	77,2	35,4
- autres produits (1)	14,1	4,6	58,8	19,5
CG de produits alimentaires, de boissons et de tabac (a)	14,8	21,2	63,9	52,3
- produits frais (2)	13,5	17,1	66,7	41,7
- boissons (alcoolisées ou non)	19,3	9,1	71,5	36,9
- autres produits (3)	14,2	33,6	57,3	70,9
CG de biens domestiques (a)	16,9	40,2	81,1	63,1
- produits pharmaceutiques	10,6	28,3	77,0	48,0
- autres produits (4)	21,9	51,1	84,2	74,9
CG d'équipements de l'information et de la communication	25,1	40,1	89,9	56,1
- ordinateurs, équipements informatiques périphériques et logiciels	28,1	41,3	93,0	57,9
- composants et équipements électroniques et télécommunication	19,0	37,4	83,5	52,4
CG d'autres équipements industriels	14,4	40,1	78,5	73,8
- équipements de bureau (5)	4,4	48,1	51,3	61,0
- matériel électrique	15,6	28,5	90,2	77,3
- autres produits (6)	15,0	42,1	78,3	74,2
Autres commerces de gros spécialisés	11,0	32,1	62,2	61,0
- combustibles et produits annexes (a)	7,4	32,4	43,4	49,3
- produits pour l'installation de l'habitat et la construction (7)	4,7	21,1	66,1	65,8
- autres produits (8)	23,1	44,4	80,1	69,1
CG non spécialisé	21,7	23,4	84,0	59,7
Intermédiaires du commerce	7,4	13,6	38,6	42,0
- centrales d'achats (b)	0,9	2,8	23,3	39,1
- autres intermédiaires	33,6	33,7	62,7	42,4
Ensemble du commerce de gros (y compris intermédiaires)	14,1	27,2	66,1	55,4

Source : Insee - Enquête sectorielle annuelle dans le commerce 2010

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Principes d'évaluation

Les résultats de l'activité des entreprises (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 **2010**, définitifs, sont basés sur l'exploitation du nouveau système d'information sur la statistique d'entreprise Esane. Ceux de **2011 et 2012**, estimés, s'appuient sur les résultats définitifs 2010 et ont été obtenus à partir des indices de chiffres d'affaires calculés par l'Insee.

Les évolutions présentées sur les années **2011 et 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 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

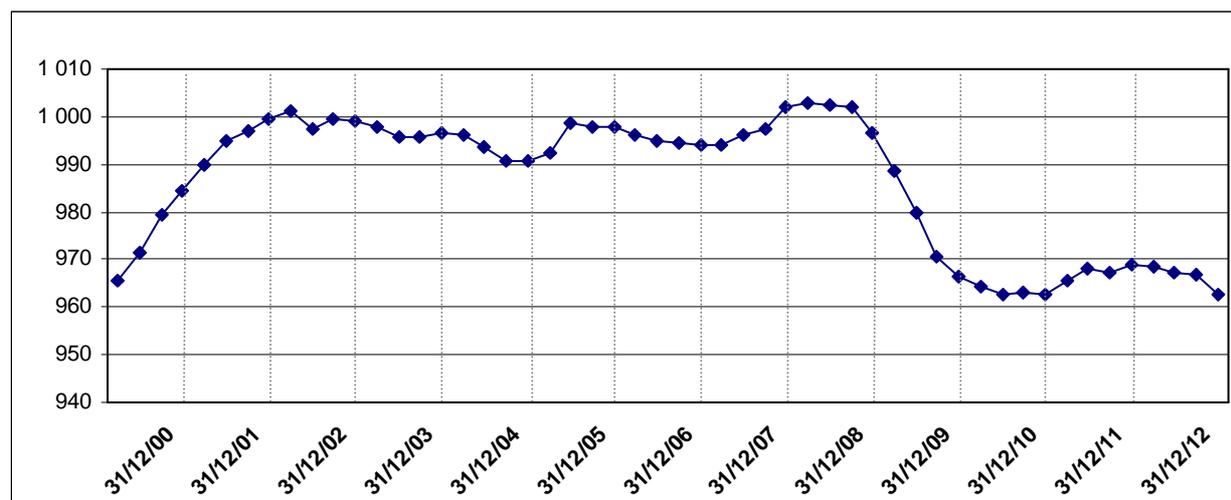
Source Insee - Comptes du commerce

10 - L'emploi salarié redescend au niveau bas de fin 2010 dans le commerce de gros

Au 31 décembre 2012, le commerce de gros emploie 963 000 salariés, soit près du tiers (32 %) des **salariés** du commerce.

En glissement annuel, le nombre de salariés du commerce de gros est en baisse (- 0,6 %) par rapport à 2011. Cette baisse fait suite à la hausse de 2011 (+ 0,6 %) 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 2010.

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 %) ³⁹.

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, 12,9 % 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 2010, la durée moyenne des emplois à temps partiel (ou équivalent temps plein du temps partiel) représente 61,4 % d'un temps plein dans le commerce de gros ⁴⁰, et le volume d'emploi salarié effectué à temps partiel ⁴¹ équivaut à 8,4 % du volume d'emploi salarié. Si l'emploi à temps partiel était réparti sur l'ensemble des emplois salariés, chaque emploi salarié représenterait 95,0 % d'un emploi à temps plein (équivalent temps plein de l'emploi salarié).

³⁹ Cf. tableau V-2 en annexe statistique

⁴⁰ Cf. tableau V-3 en annexe statistique

⁴¹ Cf. Annexe méthodologique n°VI : Méthodes et sources sur l'emploi

11 - Les créations d'entreprises⁴² diminuent dans le commerce de gros

En 2012, le nombre de créations d'entreprises dans le commerce de gros est en baisse (- 3,6 % par rapport à 2011). Cette baisse fait suite à la forte diminution des créations d'entreprise de l'année 2011 (- 9,9 % par rapport à 2010). Si les créations d'entreprises sont en baisse dans certains secteurs du commerce de gros (commerce de gros non spécialisé, intermédiaires du commerce de gros, commerce de gros de biens domestiques, autres commerces de gros spécialisés), elles sont en hausse dans les autres (commerce de gros de produits alimentaires, de boissons et tabac, commerce de gros d'autres équipements industriels, commerce de gros de produits agricoles bruts et d'animaux vivants, 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)

On ne connaît pas encore suffisamment les cessations de l'année 2012 pour estimer le nombre d'entreprises au 1^{er} janvier 2013. Au 1^{er} janvier 2012, le commerce de gros comprend 188 000 entreprises, en augmentation par rapport au 1^{er} janvier 2011 (+ 0,6 %). Les intermédiaires représentent plus du quart des entreprises du commerce de gros. Le commerce de gros non spécialisé se distingue des autres secteurs du commerce de gros par une hausse du nombre de ses entreprises significative (+ 4,2 % 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 (sd)	2010/2009	2011/2010	2012/2011
Intermédiaires du commerce de gros	49,1	52,3	54,8	54,9	6,5	4,7	0,2
CG de produits agricoles bruts et d'animaux vivants	6,4	6,3	6,2	6,1	-1,4	-2,0	-0,6
CG de produits alimentaires, de boissons et de tabac	20,1	20,4	20,6	20,8	1,5	1,0	0,8
CG de biens domestiques	36,9	36,7	36,2	36,1	-0,5	-1,3	-0,2
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	0,3
Autres commerces de gros spécialisés	18,9	19,5	19,9	20,2	3,2	2,0	1,4
Commerce de gros non spécialisé	13,9	14,9	15,7	16,3	7,5	5,2	4,2
COMMERCE DE GROS (y compris intermédiaires)	178,6	183,5	186,8	188,0	2,7	1,8	0,6

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.

⁴² 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 25.

CHAPITRE II : LE COMMERCE DE DÉTAIL

L'évolution des ventes est d'abord présentée par *formes de vente (alimentation spécialisée, grandes surfaces d'alimentation générale...)*⁴³.

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

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

En 2012, la part des grandes surfaces alimentaires dans les ventes du commerce de détail (tous produits) est de 32,2 %. Elle est restée stable depuis 2009.

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

L'atonie de l'activité dans le secteur du commerce de détail n'a pas été propice à l'emploi. En 2012, les effectifs salariés du commerce de détail (hors artisanat commercial) diminuent de 0,4 % après deux années de hausse en 2010 et 2011. Ils s'élèvent à 1,676 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 5,3 %. 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'auto-entrepreneur.

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	2011p	2012p
Alimentation spécialisée et artisanat commercial (1)	-2,4	-2,0	-0,2	0,7	0,6	-2,6	-1,1	0,9	0,4	-1,6
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	0,5	-0,6
Grandes surfaces d'alimentation générale	1,9	0,6	0,1	0,5	2,4	-0,5	-0,9	1,2	-0,5	-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	2,3	2,0
Magasins non alimentaires spécialisés dont :	3,6	4,7	5,4	5,5	5,3	2,1	-0,8	2,3	2,6	1,0
carburant	1,7	-3,4	0,8	-0,6	-0,7	2,6	-14,6	-0,8	-0,6	-1,0
pharmacie	6,4	7,6	6,2	7,9	5,4	3,9	5,1	3,8	3,7	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	2,9	0,2
ENSEMBLE COMMERCE DE DÉTAIL ET ARTISANAT COMMERCIAL	2,3	2,5	2,4	2,7	3,5	0,5	-1,0	1,7	1,2	0,1

Source : Insee - Comptes du commerce

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

⁴³ 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 commercial (boulangeries, pâtisseries, charcuteries) se sont élevées à 495,6 milliards d'euros (tableaux 1 et 1b). Elles ont augmenté de 2,0 % en valeur par rapport à 2011, mais n'ont pas progressé en volume (+ 0,1 %).

L'activité commerciale a pâti de la dégradation de la conjoncture économique. Les ventes sont restées stables en 2012 après deux années consécutives de redressement (+ 1,7 % en 2010 et + 1,2 % en 2011). Pour rappel, elles avaient baissé de 1,0 % 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 de l'inflation sur les produits alimentaires. Les prix de ces derniers se sont en effet accrus de 3,0 % en 2012 après 1,9 % en 2011. Les prix des produits frais se sont raffermis 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 incluant notamment le commerce du carburant, les magasins d'équipements de l'information et de la communication, le commerce des autres équipements du foyer et celui des produits de la culture et des loisirs.

Dans ces secteurs, la progression des ventes s'élève à 1,0 % en volume en 2012 après 2,6 % en 2011. En valeur, les ventes progressent de 1,9 %. 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 commercial en valeur T.T.C. (en %)

milliards d'euros

Formes de vente	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011p	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	3,2	1,6	43,7
Boulangeries-pâtisseries	2,6	5,8	1,6	1,7	2,3	2,8	0,9	2,4	3,8	1,9	13,0
Boucheries-charcuteries	-1,5	0,8	-0,5	-0,3	1,1	3,0	0,5	1,3	3,2	1,7	9,0
Autres magasins d'alimentation spécialisée	3,3	2,3	0,7	3,8	3,5	0,5	-2,6	3,8	2,8	1,4	21,7
Petites surfaces d'alimentation générale et magasins de produits surgelés	4,4	1,6	-1,1	-0,5	1,9	4,4	-0,2	2,3	2,7	2,4	15,0
Grandes surfaces d'alimentation générale	3,8	1,7	1,2	2,0	3,2	3,8	-2,9	3,0	2,5	2,2	183,7
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	4,1	5,0	7,8
Magasins non alimentaires spécialisés (y c.pharmacie)	3,6	4,7	5,3	4,8	4,4	3,2	-3,4	2,7	3,6	1,8	217,3
Carburants	4,4	3,9	12,7	4,7	1,1	14,9	-27,8	10,8	12,8	3,8	17,6
Technologie de l'information et de la communication	3,0	6,0	5,1	5,0	5,4	1,4	-6,1	-1,2	1,8	-2,9	7,2
Équipement du foyer	4,1	6,2	4,7	5,3	6,7	2,3	-1,2	2,0	2,3	0,2	54,3
Culture, loisirs	2,1	4,9	3,0	2,5	3,6	-1,1	-4,7	2,1	3,0	1,3	21,0
Autres commerce de détail en magasin spécialisé	3,8	4,0	5,3	5,3	3,9	3,0	-0,1	2,4	3,3	2,6	117,1
Habillement-chaussures	2,8	0,0	4,7	5,4	4,5	0,6	0,6	1,0	1,4	3,2	35,3
Autres équip. de la personne	0,6	6,0	3,3	6,5	6,2	2,8	1,1	4,8	7,0	5,1	18,6
Pharmacies, articles médic. et orthop	6,2	6,5	5,1	4,4	3,1	2,2	3,0	2,0	2,2	0,2	42,3
Autres magasins spécialisés	3,9	4,2	8,1	5,9	2,8	9,2	-8,7	4,0	5,7	4,1	20,9
Commerce hors magasin	3,8	5,7	0,9	2,1	2,0	0,1	-3,7	2,0	3,5	1,9	28,0
Commerce sur éventaire ou marché	2,2	0,1	1,6	-0,5	1,8	-0,1	-0,9	2,4	3,5	0,7	7,3
Ventes à distance et autres formes de commerce	4,5	8,2	0,6	3,2	2,1	0,1	-4,7	1,8	3,4	2,3	20,7
ENSEMBLE COMMERCE DE DÉTAIL ET ARTISANAT COMMERCIAL	3,6	3,3	2,9	3,2	3,6	3,1	-2,9	2,8	3,2	2,0	495,6
dont : activités artisanales	1,3	5,5	0,8	0,5	2,1	2,8	1,1	2,3	3,7	1,9	15,0
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	3,2	2,1	453,3

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 commercial en *volume T.T.C.* (en %)

Formes de vente	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009d	2010	2011p	2012p
Alimentation spécialisée et artisanat commercial (1)	-2,4	-2,0	-0,2	0,7	0,6	-2,6	-1,1	0,9	0,4	-1,6
Boulangeries-pâtisseries	-0,3	2,9	0,5	0,5	0,5	-1,4	0,4	2,1	1,8	0,4
Boucheries-charcuteries	-2,6	-1,4	-1,8	-2,3	-0,8	-1,7	-0,7	0,9	0,5	-1,3
Autres magasins d'alimentation spécialisée	-3,7	-5,7	0,3	2,5	1,6	-3,8	-2,3	0,3	-0,4	-2,9
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	0,5	-0,6
Grandes surfaces d'alimentation générale	1,9	0,6	0,1	0,5	2,4	-0,5	-0,9	1,2	-0,5	-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	3,0	3,3	3,0
Magasins non alimentaires spécialisés (y c.pharmacie)	3,6	4,7	5,4	5,5	5,3	2,1	-0,8	2,3	2,6	1,0
Carburants	1,7	-3,4	0,8	-0,6	-0,7	2,6	-14,6	-0,8	-0,6	-1,0
Technologie de l'information et de la communication	7,6	12,1	12,3	11,3	12,7	11,8	3,7	7,1	10,4	3,4
Équipement du foyer	4,3	7,1	6,3	6,4	8,0	2,6	-0,2	3,2	2,9	-0,2
Culture, loisirs	1,7	3,9	4,2	3,7	4,6	-2,2	-6,0	0,6	1,5	-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	2,6	2,0
Habillement-chaussures	3,3	-0,1	4,5	5,3	3,9	0,0	-0,3	0,5	0,7	1,1
Autres équipements de la personne	-1,2	4,8	2,6	3,8	4,1	1,2	0,3	3,6	4,7	3,0
Pharmacies, articles médic et orthop	6,4	7,6	6,2	7,9	5,4	3,9	5,1	3,8	3,7	2,8
Autres magasins spécialisés	3,9	4,5	6,5	5,1	3,3	1,9	-0,2	0,6	1,9	0,9
Commerce hors magasin	3,0	5,9	1,4	1,8	1,8	-0,9	-3,0	2,0	2,9	0,2
Commerce sur éventaire ou marché	0,5	0,5	1,0	-2,3	0,3	-2,7	-1,1	0,8	2,0	-2,4
Ventes à distance et autres formes de commerce	4,2	8,4	1,6	3,5	2,4	-0,2	-3,7	2,4	3,2	1,1
ENSEMBLE COMMERCE DE DÉTAIL ET ARTISANAT COMMERCIAL	2,3	2,5	2,4	2,7	3,5	0,5	-1,0	1,7	1,2	0,1
dont : activités artisanales	-1,3	2,7	-0,3	-0,8	0,3	-1,5	0,4	2,0	1,5	0,2
dont : commerce de détail (hors pharmacies) et artisanat commercial (2)	2,0	2,1	2,1	2,3	3,4	0,1	-1,6	1,5	1,0	-0,2

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

En %

Évolution des ventes	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011p	2012p
En valeur										
Alimentation spécialisée et artisanat commercial	1,8	2,9	0,7	2,1	2,5	1,7	-0,8	2,8	3,2	1,6
Boulangeries-pâtisseries	2,6	5,8	1,6	1,7	2,3	2,8	0,9	2,4	3,8	1,9
Boucheries-charcuteries	-1,5	0,8	-0,5	-0,3	1,1	3,0	0,5	1,3	3,2	1,7
Autres magasins d'alimentation spécialisée	3,3	2,3	0,7	3,8	3,5	0,5	-2,6	3,8	2,8	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	2,7	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	0,4	-1,6
Boulangeries-pâtisseries	-0,3	2,9	0,5	0,5	0,5	-1,4	0,4	2,1	1,8	0,4
Boucheries-charcuteries	-2,6	-1,4	-1,8	-2,3	-0,8	-1,7	-0,7	0,9	0,5	-1,3
Autres magasins d'alimentation spécialisée	-3,7	-5,7	0,3	2,5	1,6	-3,8	-2,3	0,3	-0,4	-2,9
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	0,5	-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 1,6 % en volume, mais augmentent de 1,6 % en valeur, soutenues par des prix fermes.

Sur ce segment, les **boulangeries-pâtisseries** sont les formes de vente qui résistent le mieux à la baisse : leurs ventes augmentent de 0,4 %. Soutenues par la hausse des prix du pain, elles progressent de 1,9 % 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 se maintiennent toutefois en valeur (+ 1,7 %) en raison de la hausse des prix à la consommation des viandes.

Dans le secteur des autres **magasins d'alimentation spécialisée**, la tendance est plutôt à la baisse d'activité (- 2,9 % en volume). Les ventes de tabac se replient encore en volume pour la cinquième année consécutive (- 6,7 %) en raison d'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 5,6 % en volume.

Soutenues par un raffermissement 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 grâce à des prix fermes.

La conjoncture est plus favorable aux **commerces de détail de produits surgelés** où les ventes progressent en volume (+ 1,2 %) 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)⁴⁴ ou GSA peinent à se maintenir après la relative embellie de 2010. La baisse des ventes en volume est de - 0,6 % en 2012, après - 0,5 % 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 %)⁴⁵. La mévente des produits non alimentaires s'est accentuée entre 2011 et 2012 (- 3,5 %) en raison d'un repli des ventes des produits du secteur des technologies de l'information et de la communication conjugué à une baisse des prix, d'une certaine désaffection pour les produits culturels et de la concurrence accrue d'internet pour les achats de biens d'équipement⁴⁶.

Tableau 1.3 : Évolution des ventes des grandes surfaces d'alimentation générale, en valeur et en volume T.T.C. En %

Évolution des ventes	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011p	2012p
En valeur										
Grandes surfaces d'alimentation générale	3,8	1,7	1,2	2,0	3,2	3,8	-2,9	3,0	2,5	2,2
Supermarchés	3,3	-1,8	-0,8	0,6	3,5	5,2	-2,0	3,5	3,3	2,4
Hypermarchés	4,3	4,3	2,8	3,0	2,9	2,8	-3,3	2,7	2,0	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	-0,5	-0,6
Supermarchés	1,0	-3,4	-2,6	-1,5	2,2	-0,2	-0,2	0,9	-0,5	-0,8
Hypermarchés	2,6	3,4	2,1	1,9	2,5	-0,8	-1,2	1,4	-0,5	-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 orientées, comme en 2011, en légère 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 (après - 0,5 % en 2011). 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 continuent de croître, au même rythme qu'en 2011 (+ 2,0 % en volume après + 2,3 % en 2011). Ce secteur comprend les grands magasins et les « autres commerces non alimentaires spécialisés » (de type « bazar »).

Tableau 1.4 : Évolution des ventes du commerce de détail non alimentaire en magasin non spécialisé, en valeur et en volume T.T.C. En %

Évolution des ventes	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011p	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	4,1	5,0
Grands magasins	-0,8	6,5	1,3	1,0	5,1	-0,3	-2,1	4,4	2,6	4,2
Autres commerces non alimentaires spécialisés	7,4	0,9	3,9	-1,0	3,6	4,9	-0,9	2,4	8,4	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	2,3	2,0
Grands magasins	-0,7	6,9	2,1	1,2	5,5	-2,0	-2,6	3,5	0,7	1,0
Autres commerces non alimentaires spécialisés	6,5	0,5	3,9	-1,5	2,7	4,3	-1,4	1,9	7,1	4,8

Source : Insee - Comptes du commerce

⁴⁴ cf. définitions en annexe XII

⁴⁵ Enquête Emagsa, Insee

⁴⁶ LSA - 09/07/2012

Les **grands magasins**, surtout ceux implantés à Paris, continuent de bénéficier d'une large fréquentation. Les ventes de ces magasins sont soutenues par une clientèle internationale à fort pouvoir d'achat, recherchant des produits de luxe. Elles progressent de 1,0 % en volume en 2012. En valeur, la croissance des ventes atteint 4,2 %.

La conjoncture continue d'être particulièrement favorable aux **autres commerces non alimentaires non spécialisés** (magasins de type « bazar ») où les ventes ont progressé de 4,8 % 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) progressent encore en volume, mais à un rythme un peu ralenti par rapport aux deux années précédentes : + 1,0 % en volume en 2012 après + 2,6 % en 2011 et + 2,3 % en 2010.

Au sein du commerce non alimentaire spécialisé, le secteur le plus dynamique pour les ventes en volume est celui 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	2011p	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	3,6	1,8
- carburant	4,4	3,9	12,7	4,7	1,1	14,9	-27,8	10,8	12,8	3,8
- technologie de l'information et de la communication	3,0	6,0	5,1	5,0	5,4	1,4	-6,1	-1,2	1,8	-2,9
- équipement du foyer	4,1	6,2	4,7	5,3	6,7	2,3	-1,2	2,0	2,3	0,2
- culture et loisirs	2,1	4,9	3,0	2,5	3,6	-1,1	-4,7	2,1	3,0	1,3
- autres magasins spécialisés (y c.pharmacies)	3,8	4,0	5,3	5,3	3,9	3,0	-0,1	2,4	3,3	2,6
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	2,6	1,0
- carburant	1,7	-3,4	0,8	-0,6	-0,7	2,6	-14,6	-0,8	-0,6	-1,0
- technologie de l'information et de la communication	7,6	12,1	12,3	11,3	12,7	11,8	3,7	7,1	10,4	3,4
- équipement du foyer	4,3	7,1	6,3	6,4	8,0	2,6	-0,2	3,2	2,9	-0,2
- culture et loisirs	1,7	3,9	4,2	3,7	4,6	-2,2	-6,0	0,6	1,5	-0,6
- autres magasins spécialisés (y c.pharmacies)	3,8	4,2	5,2	6,0	4,3	2,0	1,8	2,2	2,6	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 dans le commerce de détail de carburant se replient de 1,0 % en volume mais progressent en valeur (+ 3,8 %). 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 après la forte hausse enregistrée en 2011. La progression des ventes en volume n'est plus que de 3,4 % 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.

		En %									
Évolution des ventes		2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011p	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	1,8	-2,9
Ordinateurs, unités périphériques et logiciels		5,7	8,2	7,6	5,8	6,1	1,5	-7,5	-1,6	2,5	-0,9
Matériel de télécommunication		5,7	8,2	7,6	5,8	6,1	4,0	3,6	-2,6	4,5	-1,4
Matériel audio et vidéo		0,9	4,2	2,9	4,3	4,7	0,2	-5,1	0,2	-0,7	-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	10,4	3,4
Ordinateurs, unités périphériques et logiciels		9,8	13,4	13,1	9,4	9,4	11,2	0,6	6,1	10,8	5,1
Matériel de télécommunication		9,8	13,4	13,1	9,4	9,4	11,4	10,2	6,5	14,7	5,9
Matériel audio et vidéo		5,8	11,1	11,7	12,9	15,7	13,6	10,9	10,2	8,6	-2,0

Source : Insee - Comptes du commerce

Les ventes des commerces d'**ordinateurs** affichent en 2012 une progression de 5,1 % en volume. En 2011, le taux de croissance était de 10,8 %. La croissance en volume sur le marché informatique a été portée par les tablettes numériques, produit phare de l'année 2012⁴⁷. 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. Les mobiles « classiques » sont remplacés progressivement par des smartphones. 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 ventes de téléphones mobiles « classiques ». Au total, 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 rupture avec la tendance haussière 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 être 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.

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.⁴⁸

▪ 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 après deux années de hausse d'activité. Globalement, les ventes sont stables en 2012 (en volume et en valeur), 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

⁴⁷ GFK : « Bilan 2012 des marchés de biens techniques en France »

⁴⁸ GFK Retail and Technology France

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 aménagées⁴⁹.

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

Tableau 1.7 : Évolution des ventes du commerce de détail des autres équipements du foyer, en valeur et en volume T.T.C. En %

Évolution des ventes	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011p	2012p
En valeur										
Équipement du foyer	4,1	6,2	4,7	5,3	6,7	2,3	-1,2	2,0	2,3	0,2
Commerce de détail de textile	-3,7	9,3	2,4	-1,3	2,6	3,6	-2,1	0,4	0,4	0,9
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	3,0	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	4,3	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	1,2	-3,7
Commerce de détail d'appareils électroménagers	0,9	4,2	2,9	4,3	4,7	0,9	0,6	1,0	1,5	-0,4
Commerce de détail de meubles	1,7	4,0	14,2	4,6	6,1	1,3	-2,4	2,6	-0,2	-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	2,8	1,0
En volume										
Équipement du foyer	4,3	7,1	6,3	6,4	8,0	2,6	-0,2	3,2	2,9	-0,2
Commerce de détail de textile	-4,7	8,9	3,2	-1,9	2,7	3,3	-2,7	1,8	-1,0	-4,9
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	3,2	-0,5
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	3,2	-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	-0,2	-8,2
Commerce de détail d'appareils électroménagers	5,8	11,1	11,7	12,9	15,7	9,8	10,3	8,8	8,7	5,3
Commerce de détail de meubles	1,5	4,2	15,5	5,1	6,9	0,4	-2,4	3,2	-0,2	-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	1,9	-0,6

Source : Insee-Comptes du commerce

Dans le secteur du **bricolage** (grandes surfaces et petites quincailleries), les ventes marquent un coup d'arrêt après deux années assez prospères. Les ventes des grandes surfaces comme celles des quincailleries se stabilisent en volume en 2012. 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 ». Les ventes progressent de 1,8 % en valeur dans les grandes surfaces de bricolages, la hausse est plus modérée dans les magasins traditionnels de plus petite taille.

L'activité se contracte dans le commerce de **textiles** (- 4,9 % en volume) ainsi que dans les commerces spécialisés dans les **revêtements de sols et murs** (- 8,2 %).

Après l'embellie de 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 difficultés économiques des Français, la suppression du prêt à taux zéro et un marché immobilier en berne caractérisé par une diminution des transactions dans l'ancien et du nombre de mises en chantiers de logements neufs⁵⁰.

▪ **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 (+ 1,3 %). 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 2,8 % 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 kiosquiers⁵¹.

⁴⁹ GIFAM : Groupement Interprofessionnel des Fabricants d'Appareils d'équipement ménager

⁵⁰ 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)

⁵¹ Les échos 17 avril 2013

2012 est une année difficile pour le **commerce de livres**. Les ventes de ce secteur diminuent de 4,5 % en volume en 2012 alors qu'elles avaient progressé en 2011.

La hausse de la TVA (passant de 5,5 % à 7 % au 1^{er} avril 2012) conjuguée à la baisse du pouvoir d'achat des ménages et à la période électorale pourraient expliquer les difficultés du marché du livre⁵². 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.

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	2011p	2012p
En valeur										
Culture-loisirs	2,1	4,9	3,0	2,5	3,6	-1,1	-4,7	2,1	3,0	1,3
Commerce de détail de livres	-2,7	3,3	-0,6	-1,0	1,5	0,1	0,7	-0,9	2,1	-2,3
Commerce de détail de journaux et papeterie	-2,7	3,3	-0,6	-1,0	1,5	0,2	-4,6	3,1	2,9	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	-7,4	-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	2,9	3,0
Commerce de jeux et jouets	5,7	8,2	7,6	5,8	6,1	3,6	0,1	3,3	8,4	-0,2
En volume										
Culture-loisirs	1,7	3,9	4,2	3,7	4,6	-2,2	-6,0	0,6	1,5	-0,6
Commerce de détail de livres	-5,9	-2,2	-1,5	-1,6	-0,1	-1,6	-2,5	-3,1	0,9	-4,5
Commerce de détail de journaux et papeterie	-5,9	-2,2	-1,5	-1,6	-0,1	-2,2	-7,3	-1,3	-1,1	-2,8
Commerce de détail d'enregistrements musicaux et vidéo	5,8	11,1	11,7	12,9	15,7	0,6	-2,6	1,1	-6,4	-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	2,4	2,9
Commerce de jeux et jouets	9,8	13,4	13,1	9,4	9,4	1,7	-2,4	5,3	10,0	-0,9

Source : Insee-Comptes du commerce

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 magasins⁵³. 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** continue de tirer son épingle du jeu. Pour la troisième année consécutive, les ventes progressent de 2,9 % en 2012 en volume et 3,0 % en valeur. Ce marché doit son dynamisme aux 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 masculine⁵⁴. Les ventes de ski ont également contribué à la bonne santé du marché du sport.

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, même si elles restent toujours élevées. Pour des raisons de calendrier, le démarrage des achats de Noël a été plus tardif que d'habitude et n'a pas permis aux enseignes de rattraper le retard accumulé le reste de l'année. 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)⁵⁵. Par ailleurs, les conditions météo du printemps et de l'été 2012 n'ont pas été propices aux ventes de jouets d'extérieur.

⁵² Bilan GFK et LSA : le magazine de la grande distribution (18/03/2013)

⁵³ SNEP : Syndicat national de l'édition phonographique

⁵⁴ FPS : Fédération Professionnelle des Entreprises du Sport et des Loisirs

⁵⁵ FJP : Fédération française des industries jouet puériculture

- **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.*

	En %									
Évolution des ventes	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011p	2012p
En valeur										
Habillement-chaussures	2,8	0,0	4,7	5,4	4,5	0,6	0,6	1,0	1,4	3,2
Commerce de détail d'habillement	3,4	-1,7	6,5	4,9	4,3	0,5	0,5	0,7	1,4	3,2
Commerce de détail de la chaussure	0,1	8,0	-2,9	7,4	5,3	0,9	1,4	2,7	0,9	3,0
Autres équipements de la personne	0,6	6,0	3,3	6,5	6,2	2,8	1,1	4,8	7,0	5,1
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	12,3	11,4
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	6,2	4,7
Commerce de détail d'horlogerie et de bijouterie	-3,3	-0,7	1,5	5,9	7,0	2,8	-1,2	7,7	10,3	6,9
Commerce de détail d'optique	6,9	8,1	3,7	8,6	3,6	1,8	2,2	2,1	3,5	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	2,2	0,2
Autres commerces en magasin spécialisés (1)	3,9	4,2	8,1	5,9	2,8	9,2	-8,7	4,0	5,7	4,1
En volume										
Habillement-chaussures	3,3	-0,1	4,5	5,3	3,9	0,0	-0,3	0,5	0,7	1,1
Commerce de détail d'habillement	4,0	-1,6	6,4	4,8	3,9	0,0	-0,4	0,4	0,9	1,0
Commerce de détail de la chaussure	0,3	7,2	-3,6	7,4	4,0	0,0	0,3	1,4	-0,3	1,3
Autres équipements de la personne	-1,2	4,8	2,6	3,8	4,1	1,2	0,3	3,6	4,7	3,0
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	8,9	7,8
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	5,2	3,4
Commerce de détail d'horlogerie et de bijouterie	-4,6	-1,7	0,3	-3,4	0,4	-4,2	-6,9	-1,6	-2,2	-1,6
Commerce de détail d'optique	5,5	6,8	2,6	8,7	3,0	4,9	5,6	5,4	7,2	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	3,7	2,8
Autres commerces en magasin spécialisés (1)	3,9	4,5	6,5	5,1	3,3	1,9	-0,2	0,6	1,9	0,9

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 1,1 % en volume et de 3,2 % 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 (3,2 %) en raison de prix plus élevés.

- **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 (+ 3,0 % en volume). La progression des ventes est davantage marquée en valeur (+ 5,1%).

En 2012, les ventes du commerce de détail de la **maroquinerie et des articles de voyage** poursuivent leur croissance très dynamique (+ 7,8 % en volume et + 11,4 % 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 (- 1,6 %), entamé il y a une dizaine d'années. En revanche, elles progressent de

6,9 % 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.⁵⁶

Le commerce de la **parfumerie et des produits de beauté** n'est pas aussi florissant qu'en 2011, mais il bénéficie encore de bons résultats en 2012. Les ventes progressent de 3,4 % en volume et de 4,7 % 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.⁵⁷

▪ **Ralentissement des ventes dans les pharmacies**

Le fléchissement de la croissance des ventes des **commerces de produits pharmaceutiques et d'articles médicaux et orthopédiques** se poursuit en 2012. Elles augmentent de 2,8 % en volume en 2012 contre 5,5 % par an sur la période 2003-2011.

En valeur, les ventes sont stables (+ 0,2 %) 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. Les scandales pharmaceutiques récents ont pu également susciter chez les Français une perte de confiance dans le médicament.

▪ **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	2011p	2012p
En valeur										
Commerce hors magasin	3,8	5,7	0,9	2,1	2,0	0,1	-3,7	2,0	3,5	1,9
Commerce sur éventaire ou marché	2,2	0,1	1,6	-0,5	1,8	-0,1	-0,9	2,4	3,5	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	3,4	2,3
En volume										
Commerce hors magasin	3,0	5,9	1,4	1,8	1,8	-0,9	-3,0	2,0	2,9	0,2
Commerce sur éventaire ou marché	0,5	0,5	1,0	-2,3	0,3	-2,7	-1,1	0,8	2,0	-2,4
Ventes à distance et autres formes de commerce	4,2	8,4	1,6	3,5	2,4	-0,2	-3,7	2,4	3,2	1,1

Source : Insee - Comptes du commerce

L'activité du **commerce sur éventaire ou marché** se replie après l'embellie de 2010 et 2011. Les ventes de ce secteur diminuent de 2,4 % en volume en 2012 ; en valeur, elles se stabilisent.

La progression des ventes est de 1,1 % 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

⁵⁶ Comité Francéclat et Xerfi

⁵⁷ GFK Retail and Technology France

progressent de 3,8 % en volume et celles sur catalogue général de 1,1%. En valeur, les ventes progressent respectivement de 4,2 % et 2,2%.

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 2012⁵⁸ mais les plus gros chiffres d'affaires du commerce électronique concernent toujours les ventes de services, notamment les voyages⁵⁹.

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 en cours de préparation et sera développée dans les prochains rapports.

Enfin, les autres formes de vente à distance connaissent des résultats plus médiocres (-1,5 % pour les ventes à domicile et - 4,1 % pour les ventes par automate).

⁵⁸ FEVAD : Fédération e-commerce et vente à distance

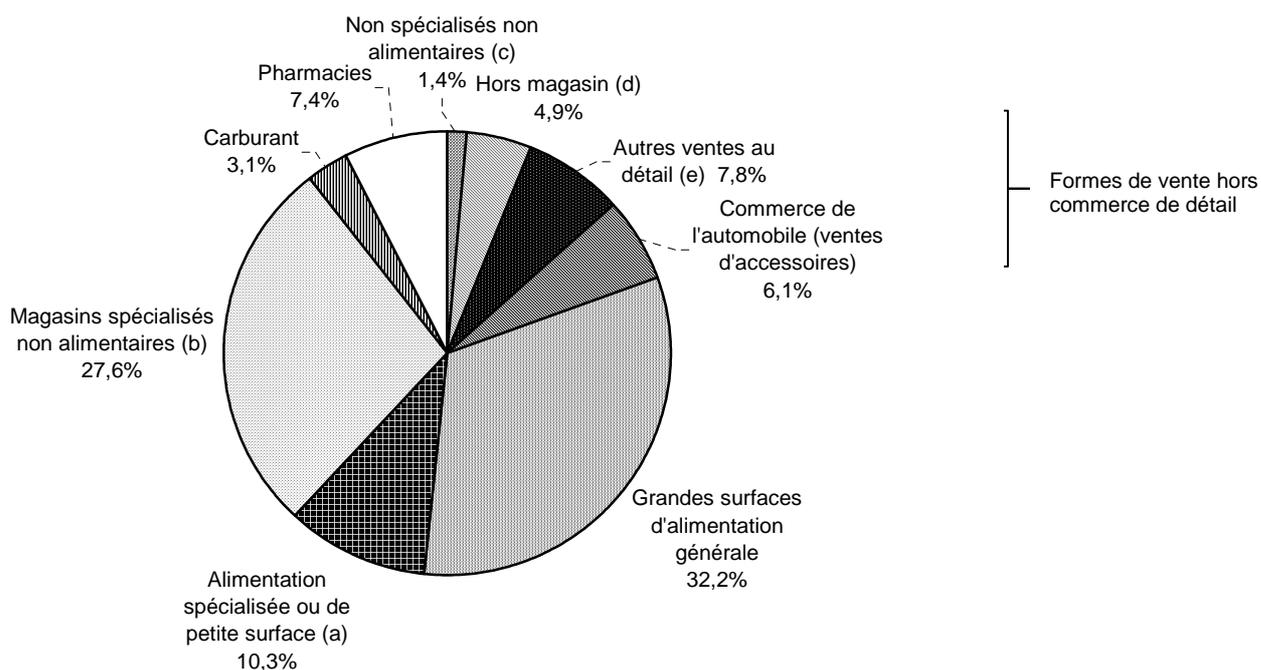
⁵⁹ Ces ventes de services ne sont pas comptabilisées dans les montants du tableau 1-9 qui ne concerne que les ventes de marchandises des secteurs commerciaux .

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 86,5 % des ventes de produits commercialisables hors ventes d'automobiles⁶⁰ (graphique 1 et tableau 2). Le secteur du commerce et de la réparation automobile représente 6,1 % de ces ventes (équipements automobiles, vente et réparation de motocycles). Les autres secteurs (grossistes, producteurs et prestataires de services) réalisent le complément (7,8 % du total des ventes au détail de produits commercialisables hors automobile), lors de ventes directes aux particuliers à titre accessoire.

Un point de part de marché représente, toutes taxes comprises, 5,7 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.

⁶⁰ 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	2011p	2012p
Alimentation spécialisée, artisanat commercial et petites surfaces d'alimentation générale	10,3	10,3	10,3	10,3
Grandes surfaces d'alimentation générale	32,2	32,2	32,0	32,2
Supermarchés	13,1	13,2	13,2	13,3
Hypermarchés	18,5	18,5	18,3	18,3
Grands magasins et autres magasins non alimentaires non spécialisés	1,3	1,3	1,3	1,4
Magasins non alimentaires spécialisés (y c.pharmacies)	37,9	37,8	38,0	38,0
Carburant	2,6	2,8	3,0	3,1
Pharmacies (1)	7,7	7,6	7,5	7,4
Autres	27,7	27,5	27,5	27,6
Commerce hors magasin	4,9	4,9	4,9	4,9
Eventaire et marché	1,3	1,3	1,3	1,3
Vente à distance	2,7	2,7	2,7	2,8
Autres formes	0,9	0,9	0,9	0,9
ENSEMBLE COMMERCE DE DETAIL ET ARTISANAT A CARACTERE COMMERCIAL	86,6	86,5	86,5	86,8
Ventes au détail du commerce automobile (2)	6,4	6,4	6,3	6,1
Autres ventes au détail (3)	7,0	7,1	7,2	7,1
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 32,2 % en 2012. Elle a peu bougé lors des trois années précédentes.

La part des commerces alimentaires spécialisés est de 10,3 %.

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 7,4 %.

Enfin, la part du commerce et réparation automobile s'élève à 6,1 % 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 générale⁶¹ 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) atteint 7,4 % en 2012. Elle a légèrement augmenté par rapport aux deux années précédentes.

La part des **commerces alimentaires spécialisés**, y compris l'artisanat commercial s'élève à 18,6 % en 2012, en hausse de 0,2 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	2011p	2012p
Alimentation spécialisée et artisanat commercial	18,4	18,4	18,7	18,6
Boulangeries-pâtisseries	7,1	7,1	7,2	7,1
Boucheries-charcuteries	5,1	5,0	5,0	4,9
Autres magasins d'alimentation spécialisée	7,1	7,1	7,2	7,1
Petites surfaces d'alimentation générale et magasins de produits surgelés	7,2	7,2	7,3	7,4
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	0,2	0,2
Magasins non alimentaires spécialisés (y c.pharmacies)	0,8	0,8	1,0	1,1
Carburant	0,2	0,2	0,3	0,4
Pharmacies (1)	0,3	0,3	0,3	0,3
Autres	0,7	0,7	0,7	0,7
Commerce hors magasin	5,2	5,2	5,6	6,0
Eventaire et marché	2,8	2,8	2,9	2,9
Vente à distance	1,2	1,2	1,4	1,8
Autres formes	1,2	1,2	1,2	1,3
ENSEMBLE COMMERCE DE DÉTAIL ET ARTISANAT A CARACTÈRE COMMERCIAL	98,3	98,4	98,0	97,7
Ventes au détail du commerce automobile	0,0	0,0	0,0	0,0
Autres ventes au détail (2)	1,6	1,6	1,9	2,3
ENSEMBLE DES VENTES AU DÉTAIL (EN %)	100%	100%	100%	100%
ENSEMBLE DES VENTES AU DÉTAIL 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

⁶¹ 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 17,9 % (tableau 4), en légère progression par rapport aux années précédentes.

L'ensemble du **commerce non alimentaire spécialisé** représente 56,8 % du marché des produits non alimentaires. Si on exclut les commerces de carburant et les pharmacies, la part du commerce non alimentaire spécialisé est de 41,0 %. 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 3,3 % 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, l'activité des établissements exerçant cette forme de vente à titre secondaire n'étant pas encore chiffrée.

Les autres formes de ventes hors magasins (**marchés, vente à domicile et vente par automate**) représentent seulement 1,2 % 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	2011p	2012p
Alimentation spécialisée, artisanat commercial et petites surfaces d'alimentation générale	0,9	0,9	0,8	0,7
Grandes surfaces d'alimentation générale	16,9	17,2	17,6	17,9
Supermarchés	5,9	6,1	6,5	6,9
Hypermarchés	10,7	10,8	10,8	10,8
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	56,4	56,8
Carburant	3,8	4,1	4,5	4,6
Pharmacies (1)	11,6	11,5	11,4	11,3
Autres	41,2	40,7	40,6	41,0
Commerce hors magasin	5,0	4,9	4,8	4,6
Eventaire et marché	0,6	0,6	0,6	0,5
Vente à distance	3,6	3,5	3,4	3,3
Autres formes	0,8	0,8	0,7	0,7
ENSEMBLE COMMERCE DE DÉTAIL ET ARTISANAT A CARACTÈRE COMMERCIAL	81,3	81,3	81,5	82,0
Ventes au détail du commerce automobile (2)	9,8	9,8	9,7	9,5
Autres ventes au détail (3)	8,9	8,9	8,8	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.

Il est usuel d'isoler les achats d'automobiles au sein de la consommation commercialisable. En effet, bien que les achats d'automobiles effectués par les ménages soient classés par la comptabilité nationale en consommation finale, de tels achats, par leur importance et leur pérennité, sont intermédiaires entre consommation courante et investissement. Ils fluctuent davantage que l'ensemble de la consommation commercialisable. 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 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 fortement en 2012 (- 8,3 % en volume et - 6,0 % en valeur).

Le contexte économique défavorable de 2012 a provoqué une baisse des achats de **voitures particulières 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

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)

SECTEUR	a	b	c	d	e	f = a+b+c+d+e	g	h	i = f+g+h	j	k=i - j
ACTIVITÉS	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
Ventes au détail de marchandises (hors auto)											
Produits alimentaires	56,3	117,6	0,4	7,4	11,2	192,9	0,0	9,0	201,9	10,8	191,1
Produits non alimentaires	2,0	38,8	7,4	192,0	16,7	256,9	0,4	27,4	284,6	39,6	245,0
Produits liés à l'automobile	0,4	27,3	0,0	17,8	0,1	45,7	34,5	4,3	84,5	12,4	72,0
Total des ventes au détail (hors auto)	58,7	183,7	7,8	217,2	28,0	495,5	34,9	40,6	571,0	62,8	508,1
Vente et réparation automobile	0,0	0,0	0,0	0,1	0,0	0,1	79,2	4,1	83,3	33,4	50,0
Total des ventes au détail et des ventes et réparation automobile en secteur d'établissement	58,7	183,7	7,8	217,3	28,0	495,6	114,1	44,7	654,3	96,2	558,1
Total des ventes au détail et des ventes et réparation automobile en secteur d'entreprise (4)=(6)+(5)	58,2	192,5	8,3	231,2	26,0	516,2	111,2				
Valorisation des commissions en ventes - ventes ne relevant pas du commerce de détail (5)	6,7	-17,3	-0,5	-5,8	-1,8	-18,7	-70,9				
Chiffre d'affaires en secteur d'entreprise (6)	51,5	209,8	8,8	237,0	27,8	534,8	182,0				

Source : Insee - Comptes du Commerce

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

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

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

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

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

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

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

Lecture :

a) Le **chiffre d'affaires total du commerce de détail et de l'artisanat** en secteur d'entreprise (colonne f), s'élève à 534,8 milliards d'euros. Le montant des *ventes au détail et de ventes et réparation automobile en secteur d'entreprise* est de 516,2 milliards d'euros. Pour obtenir les ventes, il a fallu ajouter au chiffre d'affaires la valorisation des ventes de produits sur lesquelles les professionnels du commerce ne perçoivent que des commissions et déduire les ventes qui ne relèvent pas du commerce de détail (commerce de gros, ventes de services, ventes de biens). Une seconde phase consiste à transformer les ventes en secteur d'entreprise en ventes en secteur d'établissement 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 495,6 milliards d'euros de *ventes au détail et de ventes et réparations automobile* des secteurs du commerce de détail et de l'artisanat les 114,1 milliards des *ventes et réparations du secteur du commerce et réparation automobile* et les 44,7 milliards de *ventes au détail des autres secteurs*. On obtient ainsi l'ensemble des ventes au détail de tous les secteurs de l'économie, soit 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 2011 et 2012 sont **provisoires** (p). Elles sont issues de la version provisoire de la consommation commercialisable⁶² 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 2010 sont **définitives**. Elles reprennent la version définitive de la consommation commercialisable et les chiffres d'affaires calculés par l'Insee à partir des déclarations fiscales des entreprises et de leurs réponse à l'enquête structurelle annuelle (ESA).

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

		2007	2008	2009	2010	2011	2012
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

⁶² Voir l'avertissement, page 5

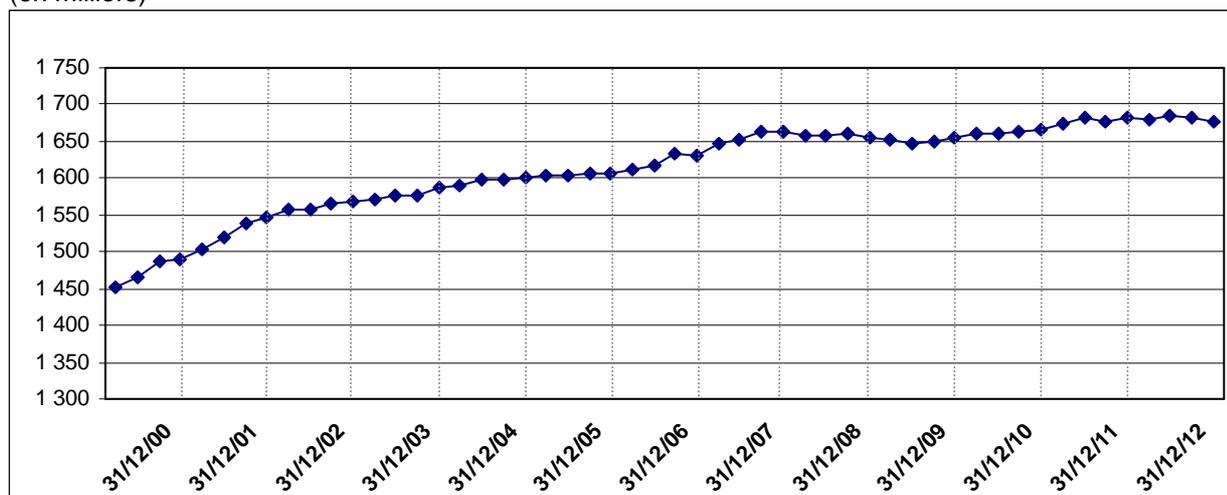
4- Léger recul des effectifs salariés dans le commerce de détail

Au 31 décembre 2012, le commerce de détail (hors artisanat commercial) emploie 1 676 000 **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 baisse légèrement en glissement annuel

L'emploi salarié du commerce de détail (hors artisanat commercial) comprend 6 200 salariés de moins fin 2012 qu'un an plus tôt. Il diminue donc légèrement en 2012 (- 0,4 %), surtout en fin d'année, après avoir augmenté en 2011 (+ 0,9 %) et en 2010 (+ 0,7 %).

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 %) ⁶³.

L'emploi à temps partiel est trois fois plus répandu dans le commerce de détail (35,2 % de l'emploi en 2010) que dans le commerce de gros et le commerce et la réparation automobile où il représente respectivement 12,9 % et 10,6 % de l'emploi total. En conséquence, en 2010, le volume d'emploi salarié effectué à temps partiel ⁶⁴ représente 26,7 % du volume d'emploi salarié dans le commerce de détail, contre seulement 8,4 % dans le commerce de gros et 6,2 % dans le commerce et la réparation automobile.

En 2010, la durée moyenne des emplois à temps partiel (ou équivalent temps plein du temps partiel) a représenté 67,1 % d'un temps plein dans le commerce de détail ⁶⁵. Si l'emploi à temps partiel était réparti uniformément sur l'ensemble des emplois salariés, chaque emploi salarié représenterait 88,4 % d'un emploi à temps plein (équivalent temps plein de l'emploi salarié).

L'emploi salarié à temps partiel concerne essentiellement les femmes : elles sont 43,7 % à travailler à temps partiel dans le commerce de détail, contre seulement 20,6 % des hommes. En particulier, dans les grandes surfaces à prédominance alimentaire 54,9 % des femmes travaillent à temps partiel, tandis que 23,8 % des hommes sont dans ce cas.

⁶³ Cf. tableau V-2 en annexe

⁶⁴ Cf. annexe méthodologique n°VI : Méthodes et sources sur l'emploi

⁶⁵ 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. Parmi les plus concernés il y a notamment 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 précarité⁶⁶ 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-emploi⁶⁷ a baissé d'un point en 2012 dans le secteur du commerce de détail, après avoir augmenté de deux points en 2010. Il diminue plus particulièrement pour les ouvrières (- 7 points). Parmi les personnes travaillant à temps partiel dans le commerce de détail, la part de temps partiel subi⁶⁸ 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.

⁶⁶ 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).

⁶⁷ 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.

⁶⁸ 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 %) en 2012, tout comme en 2011 (- 13 %) et en 2010 (- 3 %) mais le nombre de créations reste très élevé après l'explosion enregistrée en 2009 (+ 89 %) 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 0,9 %, 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 au 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 (sd)	2010/2009	2011/2010	2012/2011
Commerce de détail en magasin non spécialisé	33,0	34,2	35,0	37,4	3,6	2,4	6,8
CD alimentaire en magasin spécialisé	45,8	46,5	47,2	47,5	1,7	1,3	0,7
CD non alimentaire en magasins spécialisés	230,9	234,8	236,3	236,6	1,7	0,6	0,1
<i>CD de carburants en magasin spécialisé</i>	4,3	4,2	4,0	4,0	-2,7	-4,5	-1,8
<i>CD d'équipements de l'info et de la communication en mag spé</i>	7,1	8,0	8,3	8,5	12,7	4,2	1,7
<i>CD d'autres équipements du foyer en mag spé</i>	40,0	39,7	39,3	38,9	-0,9	-1,0	-1,0
<i>CD de biens culturels et de loisirs en mag spé</i>	27,8	27,6	27,3	26,9	-0,5	-1,2	-1,6
<i>Autres commerces de détail en mag spé</i>	151,6	155,3	157,4	158,5	2,4	1,3	0,7
Commerce de détail sur éventaires et marchés	86,2	97,7	98,3	96,9	13,4	0,6	-1,5
Commerce de détail hors magasin, éventaires ou marchés	15,3	28,3	36,0	38,6	84,7	27,4	7,2
COMMERCE DE DETAIL	411,1	441,5	452,8	457,0	7,4	2,5	0,9

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 vente⁶⁹). Les évolutions ne sont donc pas parfaitement identiques.

Définition :

Le grand commerce non alimentaire spécialisé est défini⁷⁰ comme l'ensemble des entreprises⁷¹ 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 69,2 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 deux secteurs (habillement-chaussure et équipement de la personne), la croissance du grand commerce ralentit aussi bien en volume qu'en valeur.

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 (+ 2,3%) qu'en valeur (+ 2,8%).

Comparées à celles de l'ensemble du commerce non alimentaire spécialisé en 2012 (+ 0,5 % en volume et + 1,0% en valeur), les évolutions du grand commerce sont plus dynamiques. En 2012, la part du grand commerce s'élève à 50,2 % du chiffre d'affaires de l'ensemble du commerce non alimentaire en magasin spécialisé après 48,7 % en 2011.

⁶⁹ 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.

⁷⁰ Définition arrêtée par la Commission des comptes commerciaux de la nation en 1987, révisée en 1998

⁷¹ 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 25.

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

Secteurs	2010	2011p	2012p	mds d'euros 2012p
En valeur				
TIC	-1,7	-1,9	-2,6	4,7
Équipement du foyer	3,1	5,8	1,6	28,0
Culture et loisirs	4,9	3,8	0,7	10,9
Habillement-Chaussures	5,8	2,4	4,5	16,8
Équipement de la personne	10,7	9,0	11,4	6,2
Autres (4776Z et 4778C)	0,9	6,3	5,1	2,6
Ensemble du grand commerce non alimentaire en magasin spécialisé	4,2	4,4	2,8	69,2
En volume				
TIC	7,7	9,3	4,5	
Équipement du foyer	2,9	5,1	0,5	
Culture et loisirs	4,6	3,0	0,0	
Habillement-Chaussures	5,4	2,4	2,0	
Équipement de la personne	7,9	5,2	8,0	
Autres (4776Z et 4778C)	8,8	14,9	11,4	
Ensemble du grand commerce non alimentaire en magasin spécialisé	5,0	5,0	2,3	

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

Source : Insee - Comptes du Commerce

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

Secteurs	2010	2011p	2012p	Mds d'euros 2012p
En valeur				
TIC	-5,2	1,7	-3,5	7,6
Équipement du foyer	2,5	2,0	-0,4	48,6
Culture et loisirs	8,2	2,9	0,9	20,2
Habillement-Chaussures	0,8	1,2	2,7	32,1
Équipement de la personne	11,3	6,9	4,8	16,8
Autres (4776Z et 4778C)	4,0	2,4	0,5	12,4
Ensemble du commerce non alimentaire en magasin spécialisé	3,5	2,5	1,0	137,8
En volume				
TIC	3,9	13,3	3,5	
Équipement du foyer	2,3	1,3	-1,5	
Culture et loisirs	8,0	2,0	0,2	
Habillement-Chaussures	0,4	1,2	0,3	
Équipement de la personne	8,5	3,2	1,6	
Autres (4776Z et 4778C)	12,1	10,7	6,5	
Ensemble du commerce non alimentaire en magasin spécialisé	4,3	3,1	0,5	

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

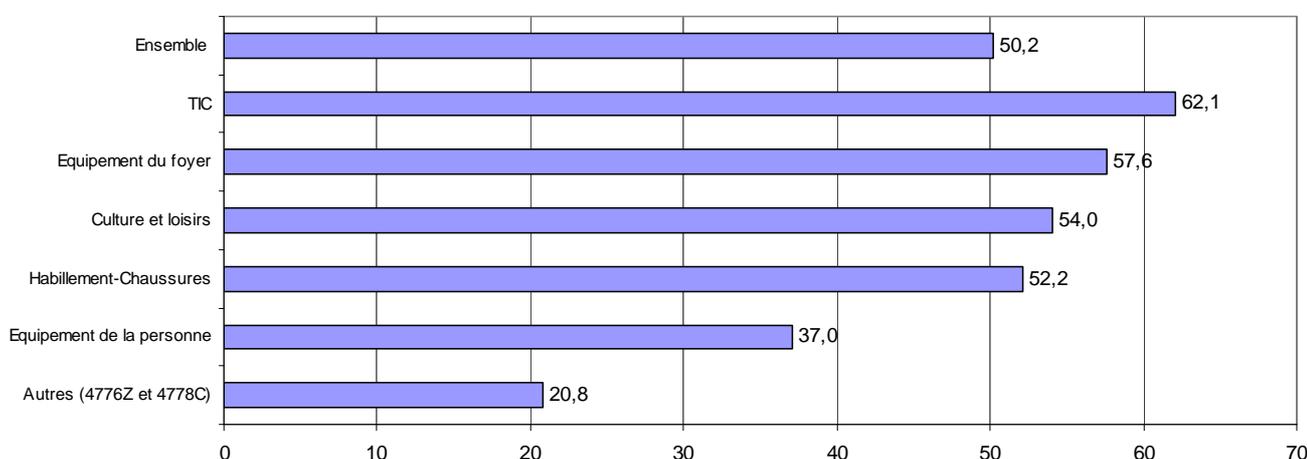
Source : Insee - Comptes du Commerce

▪ Technologies de l'information et de la communication

Dans le secteur des TIC, le grand commerce enregistre une croissance du chiffre d'affaires en volume de 4,5 %. Cette évolution est en net recul par rapport à celle de l'année 2011 (+ 9,3 % en volume). Elle reste néanmoins plus marquée que celle de l'ensemble du secteur (+ 3,5 %). 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 année 2011 affichant une très forte progression des volumes de ventes, l'année 2012 est marquée par un net ralentissement de la croissance. En cause, le taux élevé d'équipement des Français en écrans plats et les arbitrages budgétaires non favorables aux produits high-tech en période de crise⁷². Ces magasins souffrent également de la concurrence des sites Internet qui ne cessent de gagner des parts de marchés sur la vente de biens techniques (TV, ordinateurs...)⁷³. Comme les années précédentes, la croissance des volumes ne suffit pas à maintenir les ventes en valeur : celles-ci baissent de 2,6%, conséquence de la chute continue des prix sur le marché de l'électronique grand public.

Avec 62,1% 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 - 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 très ralenti (+ 0,5 %). 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). Après deux bonnes années de croissance stimulées par l'engouement des Français pour le bricolage, le ralentissement de 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 neufs⁷⁴. Ceci ne remet pas pour autant en cause le goût des Français pour la décoration et la tendance au fait soi-même (« do it yourself »)⁷⁵. 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...)⁷⁶. Les entreprises du grand commerce de l'équipement du foyer réalisent 57,6 % du chiffre d'affaires de l'ensemble du secteur.

⁷² GFK : « Bilan 2012 des marchés de biens techniques en France »

⁷³ Revue LSA : la magazine de la grande distribution (revue du 22/02/2013)

⁷⁴ Revue LSA : la magazine de la grande distribution (revue du 08/03/2013)

⁷⁵ Eurostaf.fr « Le marché et la distribution de bricolage grand public en France à l'horizon 2015 »

⁷⁶ 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 est stable en volume par rapport à 2012. Les ventes en valeur sont légèrement soutenues par les prix (+ 0,7 %). La part du chiffre d'affaires des entreprises du grand commerce s'élève à 54 % 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 2,4 % en volume le chiffre d'affaires dans l'habillement-chaussure continue de croître en 2012 à un rythme légèrement inférieur (+ 2,0 %). 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 ligne⁷⁷.

Les grandes enseignes de l'habillement-chaussure réalisent en 2012, 52,2 % du chiffre d'affaires du secteur .

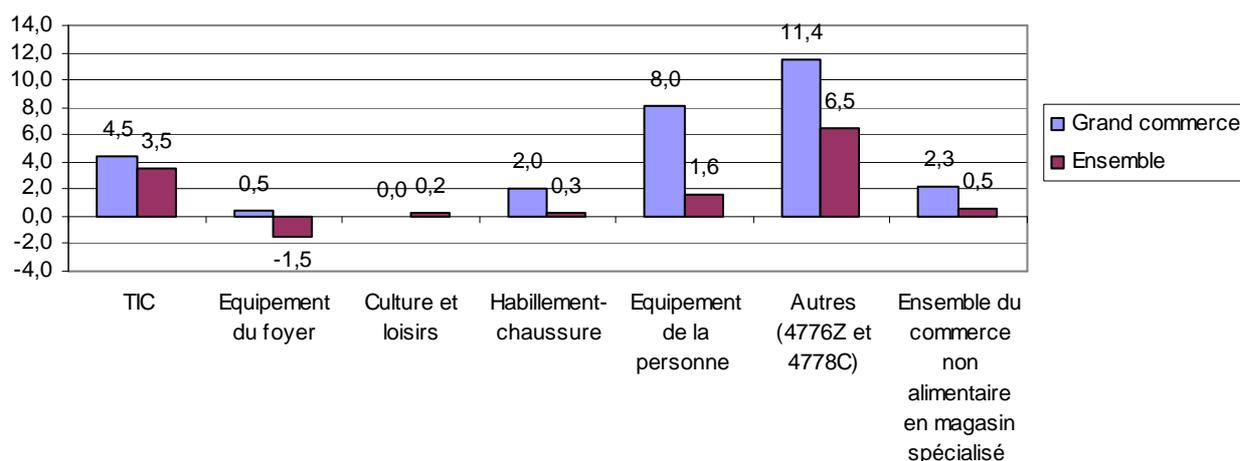
▪ Autres équipements de la personne

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 (+ 8,0 % en volume). Cette croissance est plus marquée en valeur (+ 11,4 %). 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 6,4 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 37 % 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 - Comptes du Commerce

⁷⁷ 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 commerce électronique (e-commerce) 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 marchés⁷⁸

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 nettement moins dynamique que les années précédentes. Ce ralentissement s'explique par le fort recul en 2012 des leaders de la vente par correspondance que la progression du e-commerce ne compense pas⁷⁹. Dans ce secteur, le grand commerce affiche une évolution plus marquée en valeur qu'en volume. (respectivement + 2,6 % et + 1,1 %).

La croissance du grand commerce en volume est identique à celle de l'ensemble dans ce secteur (+ 1,1 %).

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

Hors magasins, éventaires ou marchés	2010	2011p	2012p
En valeur			
Grand commerce (50 salariés ou plus)	4,2	4,3	2,6
Ensemble	2,0	3,7	2,5
En volume			
Grand commerce (50 salariés ou plus)	4,1	3,7	1,1
Ensemble	1,9	3,2	1,1

Source : Insee- Comptes du commerce

⁷⁸ 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.

⁷⁹ Revue LSA : le magazine de la grande distribution (revue du 3/10/2012)

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

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

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

Grands magasins et autres commerce de détail en magasin non spécialisé	2010	2011p	2012p
En valeur			
Grand commerce	3,4	5,4	4,7
Ensemble	3,0	4,3	4,7
En volume			
Grand commerce	3,3	4,9	3,2
Ensemble	2,8	3,8	3,1

Source : Insee - Comptes du Commerce

Les ventes en volume du grand commerce des grands magasins continuent de progresser en 2012 (+ 3,2 %) à un rythme proche de celui de 2010. L'évolution du grand commerce est très proche de celle de l'ensemble du secteur (3,1%). 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 ont une fois de plus profité 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...) ⁸⁰.

⁸⁰ Crocis : Chambre de commerce et d'industrie de Paris (bilan des soldes)

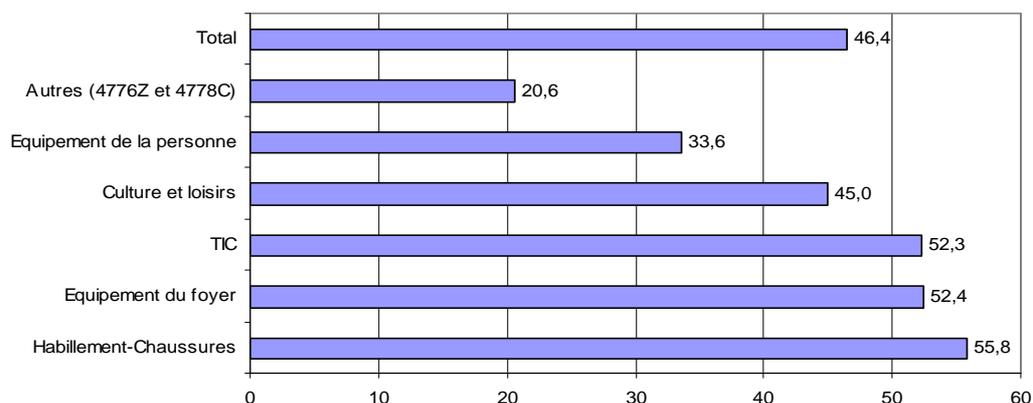
3 - L'emploi dans le grand commerce en 2010

Au 31 décembre 2010, 320 100 personnes travaillent dans le grand commerce tel que défini par la CCCN, ce qui représente 46,4% 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 2010 à 50% 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 concernés⁸¹.

Le secteur de l'habillement-chaussures est celui où la part de salariés dans le grand commerce est la plus élevée (55,8 %) avec 105 000 personnes. La productivité relative du travail y est proche de 1 en 2010. Cette productivité relative est supérieure pour le secteur de la culture et des loisirs (1,2) et pour le secteur des TIC (1,2). Les entreprises du grand commerce spécialisé y emploient respectivement 41 000 et 15 100 salariés soit 45,0 % et 52,3% des salariés de ces secteurs.

Dans l'équipement du foyer, les grandes enseignes emploient plus de la moitié des salariés du secteur (52,4%) pour une productivité relative de 1,1. La productivité relative est la même dans le secteur des autres équipements de la personne (1,1) où le grand commerce emploie 33,6 % des salariés.

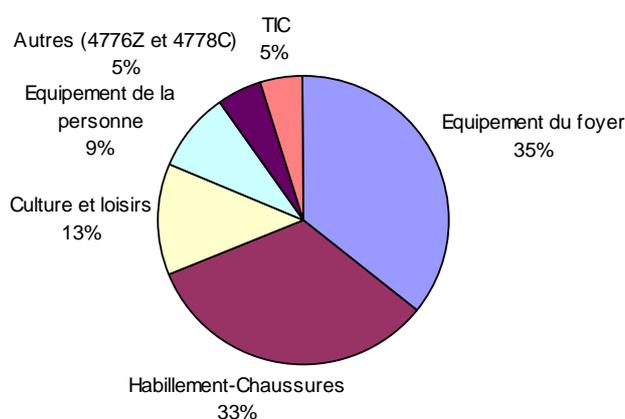
Graphique 3 : Part des salariés* des secteurs du commerce non alimentaire spécialisé travaillant dans le grand commerce en 2010



Source : Insee - Comptes du Commerce (année 2010)

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

Graphique 4 : Répartition des salariés du grand commerce selon le secteur d'activité au 31/12/2010



Source : Insee - Comptes du Commerce (année 2010)

⁸¹ 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 : plus de 90 % des entreprises⁸² 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 2010. S'agissant d'une enquête par sondage, la précision des résultats ne doit pas être considérée à l'unité près.

Dans le commerce de détail alimentaire (y compris artisanat commercial) et non-alimentaire, les magasins de moins de 400 m² restent très majoritaires (respectivement 91 % et 88 % du parc). Les magasins de plus de 2 500 m² sont pour l'essentiel des hypermarchés ou des magasins d'équipement du foyer.

En 2010, 93 % des entreprises du **commerce de détail à prédominance alimentaire** ne comptent qu'un seul magasin et réalisent un peu plus de la moitié du chiffre d'affaires du secteur (52 %). Même si les entreprises possédant dix magasins ou plus sont très peu nombreuses (0,2%), elles génèrent 42 % du chiffre d'affaires du secteur. Dans le commerce alimentaire en grandes surfaces, les entreprises ayant seulement un ou deux magasins correspondent généralement aux supermarchés et aux hypermarchés des réseaux d'indépendants (principalement les enseignes Leclerc, Intermarché, Système U). Elles représentent 97 % des entreprises et réalisent 47 % du chiffre d'affaires du secteur. À l'opposé, les grandes entreprises succursalistes possédant au moins dix magasins, peu nombreuses, réalisent 52 % du chiffre d'affaires.

Dans le **commerce de détail non alimentaire en magasin (hors pharmacies et carburants)** les entreprises du secteur habillement-chaussures ayant 10 magasins ou plus (c'est à dire 0,7 % des entreprises) réalisent 53 % du chiffre d'affaires et celles qui possèdent un ou deux magasins (c'est-à-dire 95 % des entreprises) réalisent 37 % 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 (53 %). 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 93% des entreprises) réalisent 37% 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 98 % pour une part de chiffre d'affaires de 54%.

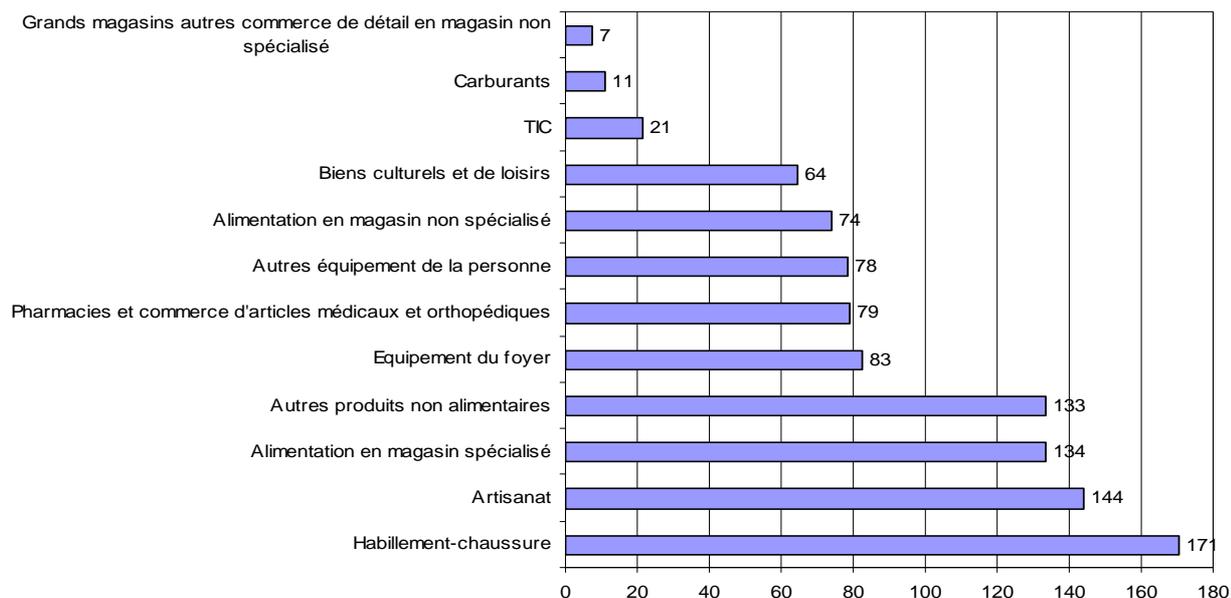
Tableau 1 : Le nombre de magasins des entreprises⁸² du commerce de détail et de l'artisanat commercial en 2010

Secteurs d'activité	2010
Prédominance alimentaire en magasins	133 200
Moins de 120 m2	107 300
De 120 m2 à moins de 400 m2	14 600
De 400 m2 à moins de 2500 m2	9 300
2500 m2 et plus	2 000
Pharmacies	27 500
Moins de 120 m2	22 300
Plus de 120m2	5 200
Non alimentaire en magasins hors pharmacies	218 400
Moins de 120 m2	152 100
De 120 m2 à moins de 400 m2	41 100
De 400 m2 à moins de 2500 m2	22 200
2500 m2 et plus	3 000
Carburants	4 200
Moins de 120 m2	3 400
De 120 m2 à moins de 400 m2	500
De 400 m2 à moins de 2500 m2	200
2500 m2 et plus	100

Source : Insee - Enquête sectorielle annuelle sur le commerce en 2010

⁸² Le terme d' « entreprise » utilisé ici recouvre les sociétés et les entreprises individuelles. Il désigne toute unité légale déclarée au répertoire Sirene. Pour plus de précisions, cf. l'avertissement de la page 25.

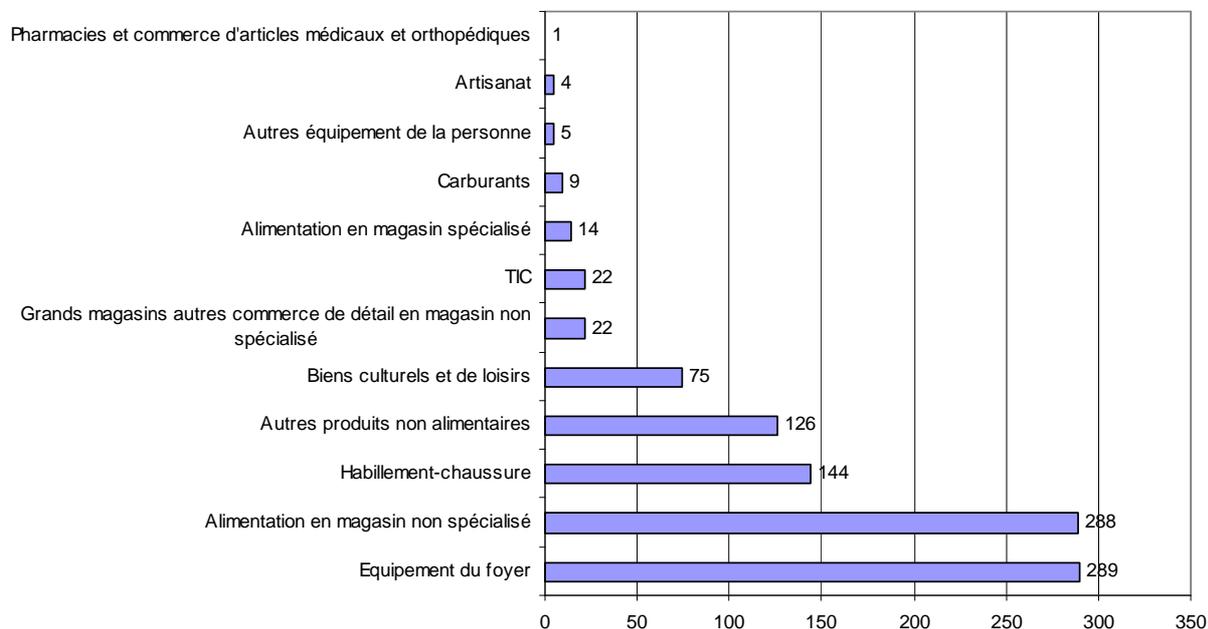
Graphique 1 : Répartition du nombre de magasins de moins de 400 m² par secteur d'activité en 2010



Source : Insee - Enquête sectorielle annuelle sur le commerce en 2010

Note de lecture : sur 1 000 magasins de moins de 400 m², 171 sont des magasins de l'habillement-chaussure.

Graphique 2 : Répartition du nombre de magasins de plus de 400 m² par secteur d'activité en 2010



Source : Insee - Enquête sectorielle annuelle sur le commerce en 2010

Note de lecture : sur 1 000 magasins de plus de 400 m², 289 sont des magasins de l'équipement du foyer.

1.1 - Le nombre de stations-service diminue toujours

Selon la Direction Générale de l'Énergie et du Climat (DGEC), on compte 12 000 points de vente de carburants à la fin de l'année 2011. Cela représente une perte de 158 points de vente en un an, ce qui est moins important qu'en 2010 (- 175 stations-services). Dans le même temps, le nombre de points de vente de carburants des grandes et moyennes surfaces s'est accru de 47 unités et celui des points de vente situés en bordure d'autoroute a légèrement diminué (perte de 8 unités).

Depuis 30 ans, le parc automobile s'accroît, mais le nombre de distributeurs de carburants s'est fortement réduit : on dénombrait 40 400 points de vente en 1980, soit plus de trois fois plus qu'aujourd'hui. Leur implantation s'est beaucoup modifiée. Ainsi, 431 points de vente sont situés en bordure d'autoroute, contre 226 en 1980, et 4 907 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 5,6 % en 2010. Elles ne représentent plus que 45 % des stations-services en 2010 (80 % en 2002). Les autres sont des indépendants qui s'approvisionnent auprès de grossistes en carburants.

1.2 - La construction de locaux du commerce

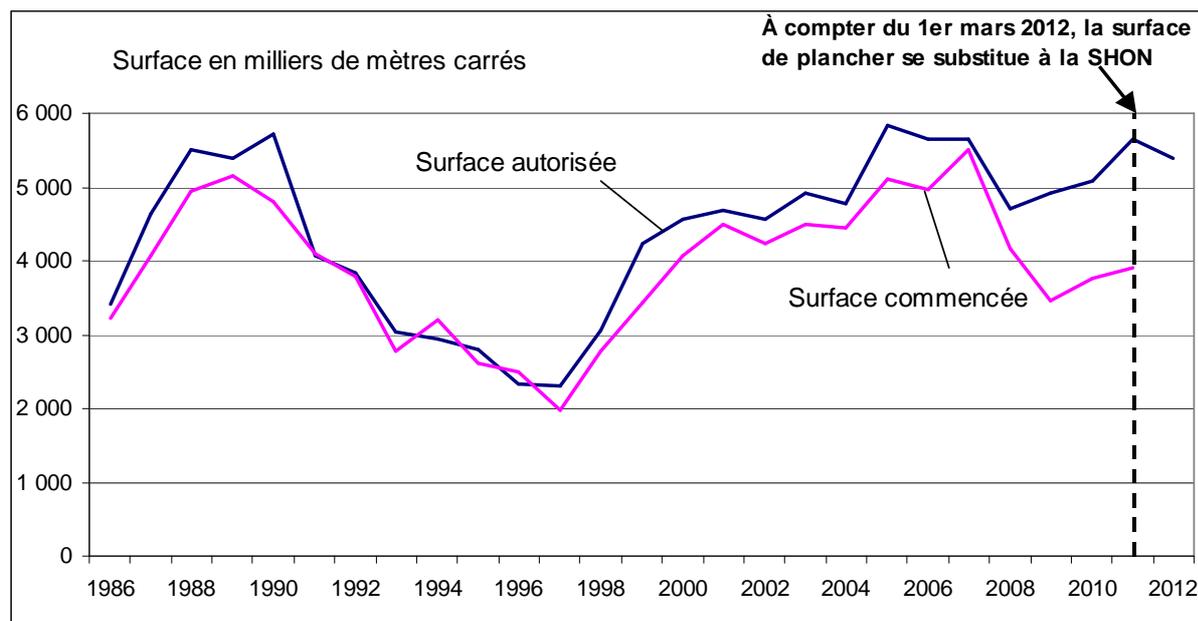
Avertissement

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 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

(1) : A compter du 1^{er} mars 2012, la surface de plancher se substitue à la SHON

Source : SoeS, Sit@del2 (France entière)

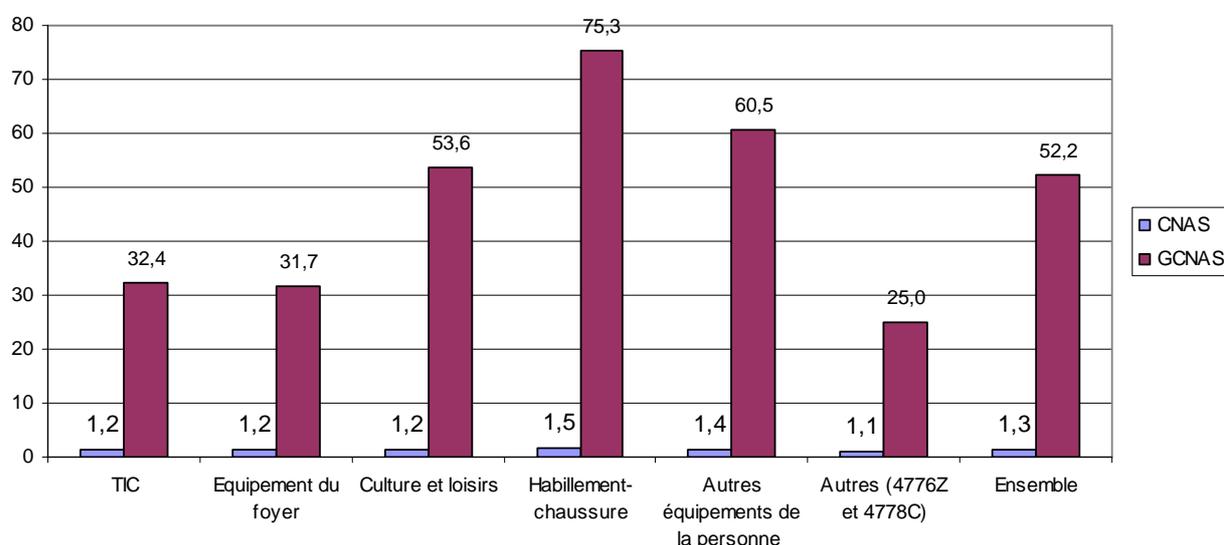
2 - L'équipement commercial dans le grand commerce⁸³

En 2010, le nombre moyen de magasins pour les entreprises du grand commerce non alimentaire spécialisé est proche de 52. 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 entreprises 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 75 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 entreprises⁸⁴ pour le grand commerce



Source : Insee - *États des Comptes du Commerce*

CNAS : commerce non alimentaire spécialisé

GCNAS : grand commerce non alimentaire spécialisé

⁸³ On s'en tient ici à la définition traditionnelle du grand commerce non alimentaire spécialisé.

⁸⁴ 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 25.

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 :

- le répertoire Sirene 2012 n'est pas définitif, et peut encore évoluer à la suite de la disponibilité de nouvelles données d'entreprises ;
- par construction, les différentes catégories de grandes surfaces reposent sur des seuils de surface de vente ; un supermarché de 2499 m² apparaîtra en hypermarché dans certaines sources, en supermarché dans d'autres sources ;
- Les magasins de hard discount 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	Alpes (Hautes-)	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	S	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	Garonne (Haute-)	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	Loire (Haute-)	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

51	Marne	18	47	55	1
52	Marne (Haute-)	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	Pyrénées (Hautes-)	9	26	17	4
66	Pyrénées-Orientales	13	51	36	2
67	Rhin (Bas-)	36	102	72	3
68	Rhin (Haut-)	22	64	57	2
69	Rhône	25	129	67	8
70	Saône (Haute-)	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	Savoie (Haute-)	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	Sèvres (Deux-)	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	Vienne (Haute-)	13	49	27	1
88	Vosges	15	47	51	1
89	Yonne	17	35	30	1
90	Belfort (Territoire de)	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	4	23	.	1
2B	Haute-Corse	7	22	.	.
Total		1882	6120	4256	286

Sources : répertoire Sirene, enquête d'amélioration du répertoire 2012, Contours de réseaux, Tascom
Calculs Insee

S : Secret statistique

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	Alpes (Hautes-)	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	Garonne (Haute-)	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	Loire (Haute-)	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
51	Marne	196	36	31	21	13	10	11

52	Marne (Haute-)	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	Pyrénées (Hautes-)	73	6	7	19	4	3	7
66	Pyrénées-Orientales	127	19	15	15	9	12	8
67	Rhin (Bas-)	245	39	35	27	20	19	14
68	Rhin (Haut-)	197	33	34	20	13	11	16
69	Rhône	316	63	46	31	18	21	24
70	Saône (Haute-)	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	Savoie (Haute-)	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	Sèvres (Deux-)	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	Vienne (Haute-)	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	Belfort (Territoire de)	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		17009	3099	2328	2139	1253	1135	1123

Sources : répertoire Sirene, enquête d'amélioration du répertoire 2012, Contours de réseaux, Tascom
Calculs Insee

S : Secret statistique

3.2 - Densité en grandes surfaces par département

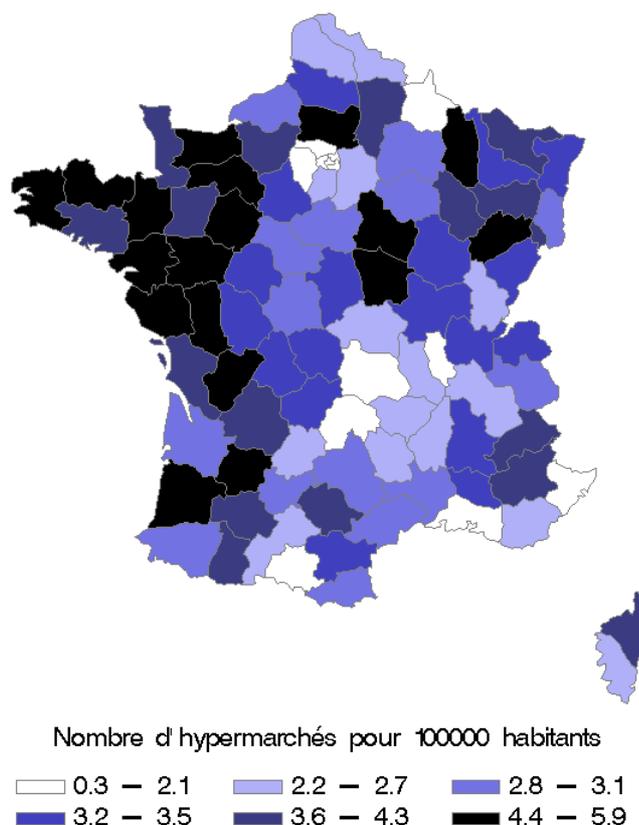
Pour compléter l'analyse locale de l'équipement commercial, on a rapporté le nombre de magasins à la population de chaque département.

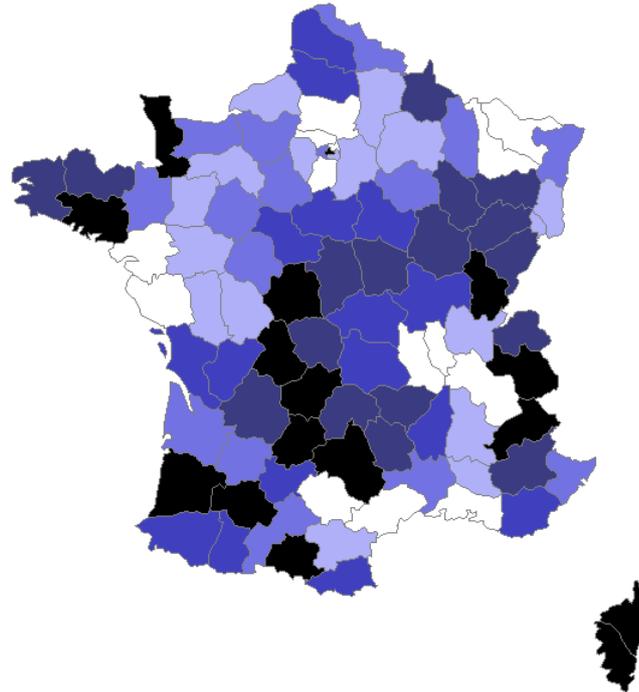
Les cartes suivantes montrent ainsi la densité en grandes surfaces par département (en nombre de magasins pour 100 000 habitants).

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

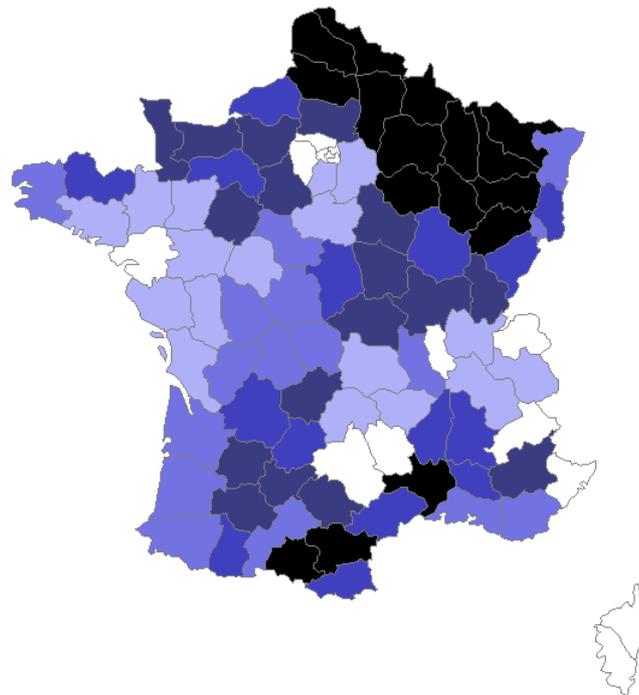
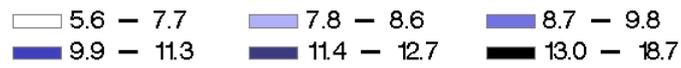
Les différentes cartes mettent en évidence des disparités selon les régions. Ainsi, concernant l'alimentaire, ce sont les régions de l'ouest qui sont le plus dotées d'hypermarchés par habitant, tandis que le centre de la France concentre davantage les supermarchés. Le hard discount, lancé en Allemagne 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.

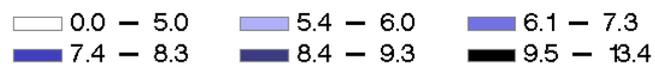


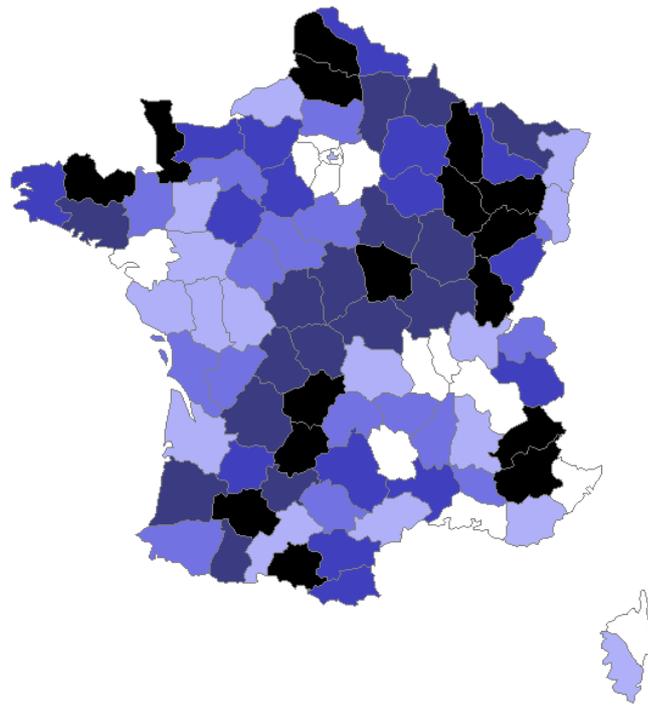


Nombre de supermarchés pour 100000 habitants

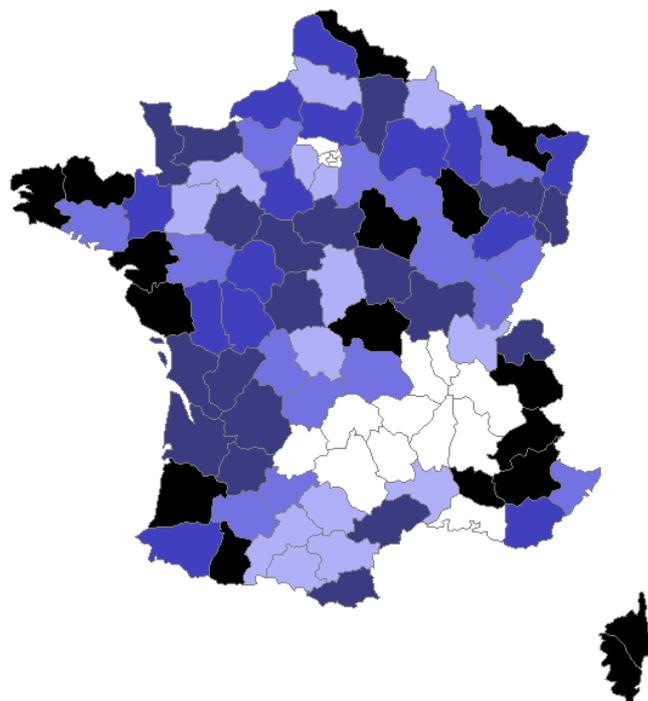
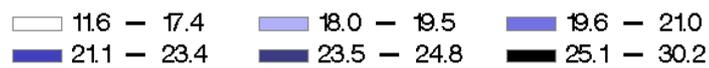


Nombre de Hard Discount pour 100000 habitants

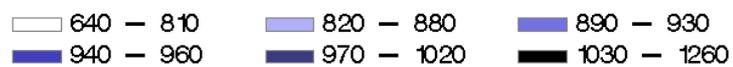


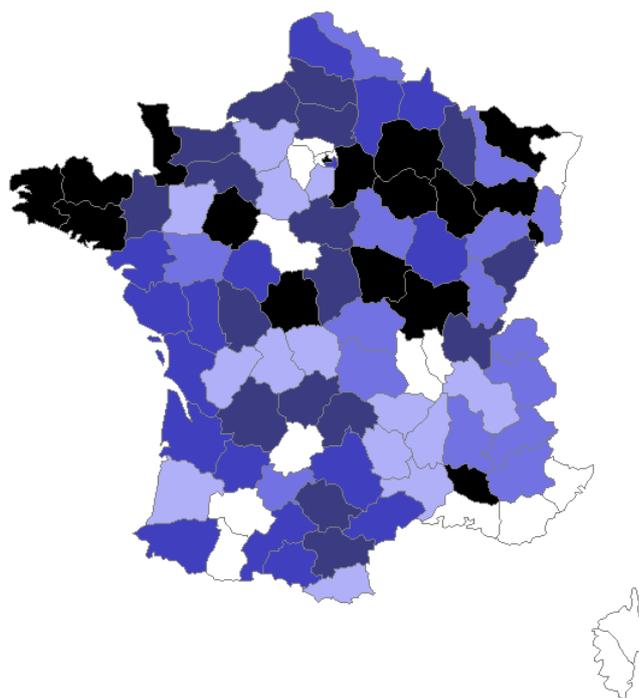


Nombre de GSA pour 100000 habitants

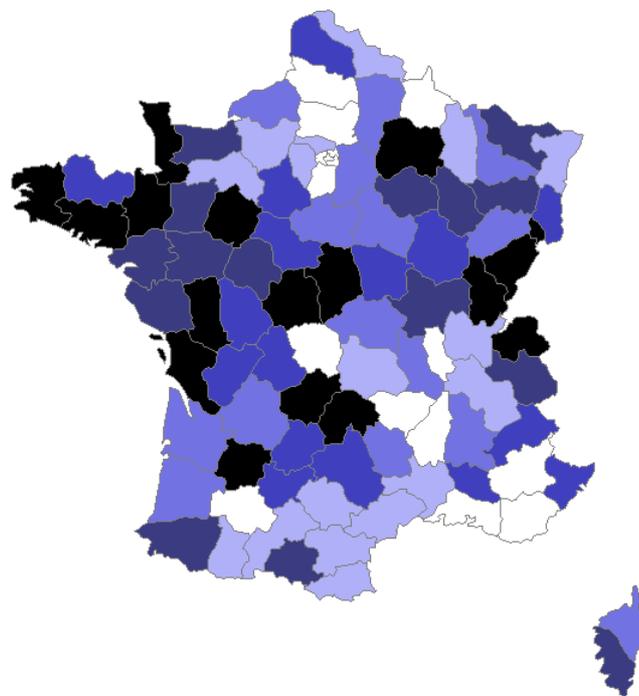
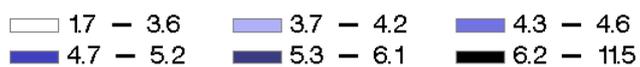


Salariés de GSA pour 100000 habitants

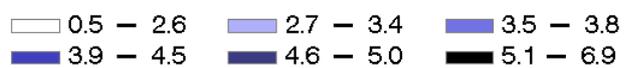


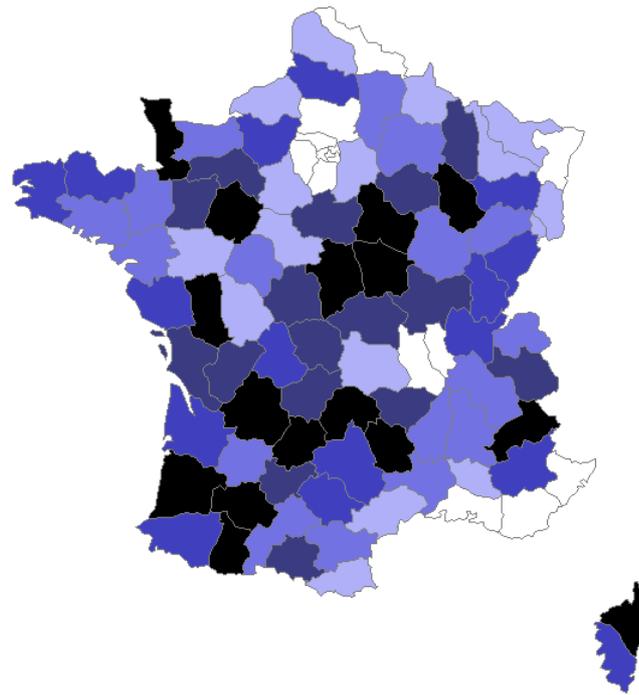


Nombre de GS d'habillement pour 100000 habitants

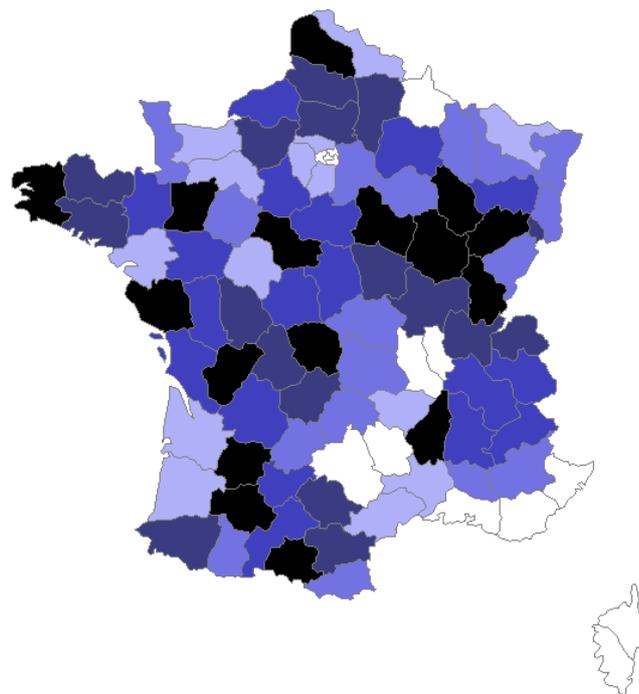
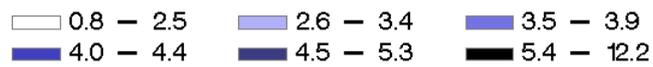


Nombre de GS de meubles pour 100000 habitants

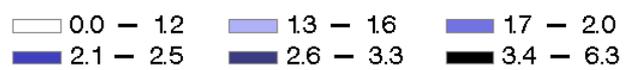


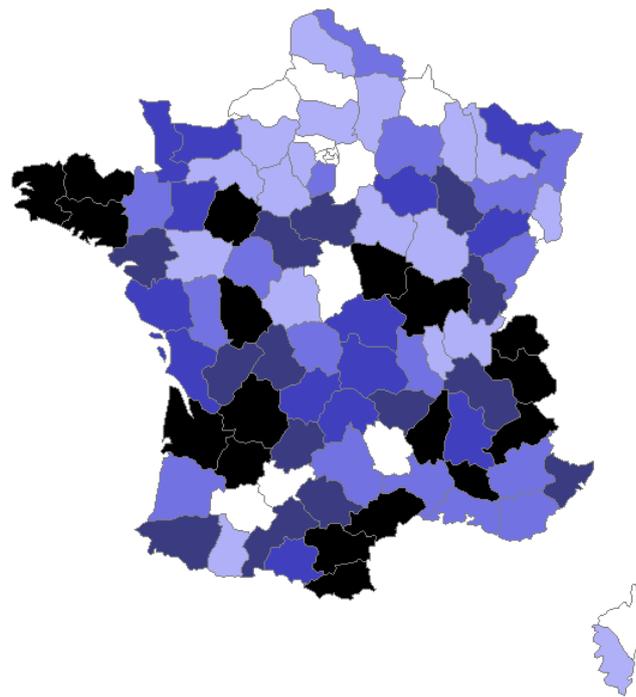


Nombre de GS de bricolage pour 100000 habitants

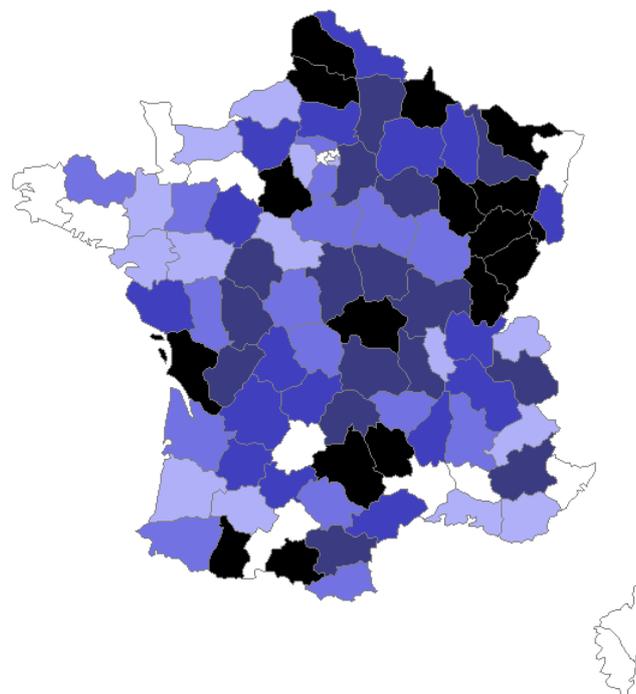
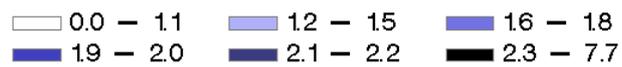


Nombre de GS de jardinerie pour 100000 habitants

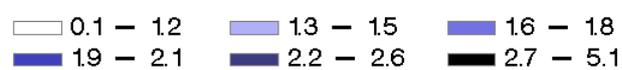


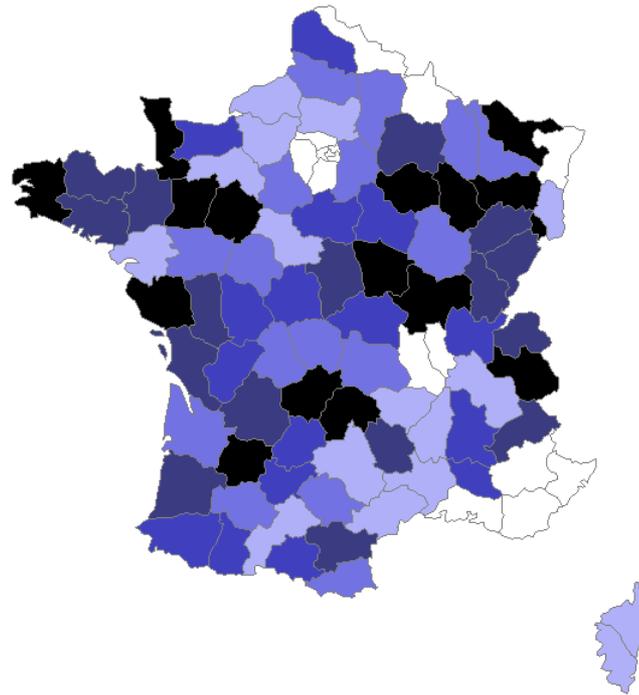


Nombre de GS de sport pour 100000 habitants

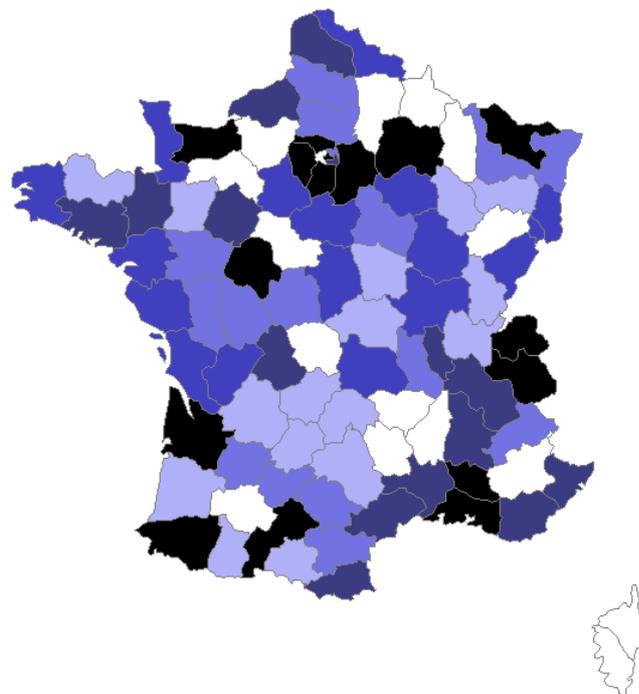
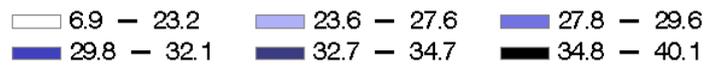


Nombre de GS de chaussure pour 100000 habitants

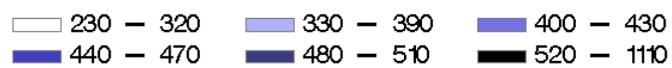




Nombre de GSNA pour 100000 habitants



Salariés de GSNA pour 100000 habitants



CHAPITRE V : LE COMMERCE ET LA RÉPARATION AUTOMOBILE

Le bilan 2012 est plutôt négatif dans l'ensemble **du commerce et de la réparation automobile**⁸⁵. **Les ventes toutes taxes comprises atteignent 114,1 milliards d'euros** (tableau 1). Elles diminuent de 3,9 % en valeur et de 5,8 % 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 7,5 % 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 2,4 % 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 (369 200 salariés au 31 décembre 2012) sont en repli de 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 88 800, en augmentation de 3,4 %.

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

Activités	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011p	2012p	Valeur 2012p (en G €)
Commerce de véhicules automobiles	-0,2	5,5	7,1	1,6	6,4	-0,4	1,8	1,5	5,2	-5,6	78,8
Entretien et réparation de véhicules automobiles	3,1	7,3	2,4	4,3	4,1	1,8	-3,6	-1,0	1,3	-0,2	23,6
Commerce de gros d'équipements automobiles	5,1	-0,4	7,9	6,4	4,2	0,8	-5,6	3,0	8,3	2,8	1,6
Commerce de détail d'équipements automobiles	4,1	-1,2	8,4	1,5	4,6	2,0	1,3	3,5	1,4	1,9	7,8
Commerce et réparation de motocycles	1,8	5,0	-3,3	3,9	1,4	0,7	-7,6	-4,3	2,4	-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	4,1	-3,9	114,1

Source : Insee - Comptes du commerce

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

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

Source : Insee - Comptes du commerce

⁸⁵ 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 7,5 % en volume après trois années plutôt honorables. Malgré une hausse des prix des voitures, les ventes ne se maintiennent pas en valeur (- 5,6 %).

▪ 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 1^{er} janvier 2013. Ce regain d'activité de fin d'année n'a cependant pas permis de compenser la dégradation des mois précédents⁸⁶.

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 2010.⁸⁷

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)⁸⁸. 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.

⁸⁶ 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 1^{er} 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).

⁸⁷ CFCA : Comité des Constructeurs Français d'Automobiles

⁸⁸ 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 2,4 % en volume en 2012.

La fiabilité croissante des véhicules, ainsi que le mouvement de baisse continue du nombre d'accidents corporels de la route⁸⁹ (- 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 stagnent dans le commerce de détail (respectivement + 1,2 % et - 0,1 %).

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 2,8 % 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 %.

⁸⁹ 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 2011 et 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 2010 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 intervient avec le changement de base des comptes nationaux et le passage à la nouvelle nomenclature d'activité (NAF rév.2). En particulier, le secteur du carburant passe de l'ensemble commerce et réparation automobile, à celui du commerce de détail en magasin spécialisé (Cf. annexes de méthode et définitions 1 et 2 pour davantage de précisions sur ces points).

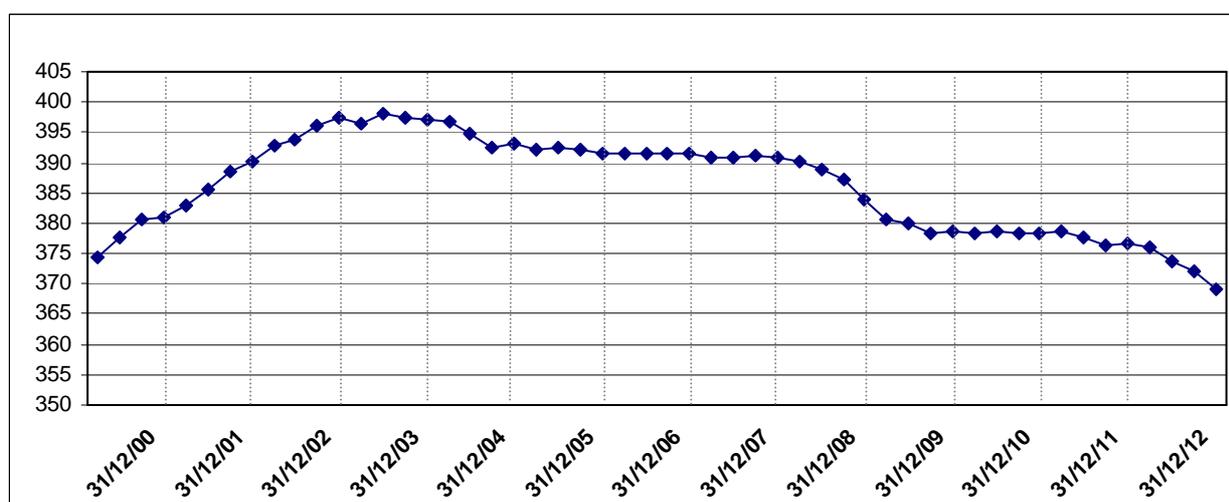
		2007	2008	2009	2010	2011	2012
Rapport de juin 2013 (base 2005)	en valeur	+ 5,7	+ 0,2	+ 0,4	+ 1,0	+ 4,1 (p)	- 3,9 (p)
	en volume	+ 2,9	- 2,6	+ 0,2	- 0,6	+ 1,7 (p)	- 5,8 (p)
Rapport de déc.2012 (base 2005)	en valeur	+ 5,7	+ 0,2	+ 0,4	+ 1,0 (def)	+ 3,8 (p)	
	en volume	+ 2,9	- 2,6	+ 0,2	- 0,6 (def)	+ 1,2 (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, 369 200 salariés travaillent dans le secteur du commerce et de la réparation automobile. Ils représentent 12 % des salariés du commerce. Le nombre de salariés dans ce secteur a augmenté jusqu'en 2003 avant de diminuer régulièrement jusqu'en 2007. Depuis, la baisse s'est nettement accentuée en 2008 (- 1,8 %) et en 2009 (- 1,4 %). En 2010, le nombre de salariés est resté quasiment stable, avant de baisser à nouveau en 2011. En 2012, la baisse s'accélère; le commerce automobile perd 7 600 salariés (- 2 %). En glissement annuel, entre décembre 2002 et décembre 2012, le secteur a perdu 28 200 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 10,6 % des salariés en 2010. Comme dans les autres secteurs, il touche plus les femmes (26,4 %) que les hommes (7,1 %). Ce sont des temps partiels relativement courts : en moyenne, le nombre d'heures d'un salarié à temps partiel représente 55,7 % d'un temps plein. Le volume d'emploi salarié effectué à temps partiel⁹⁰ 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 95,3 % d'un emploi à temps plein (équivalent temps plein de l'emploi salarié).

⁹⁰ 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 le 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)

On ne connaît pas encore suffisamment les cessations de l'année 2012 pour estimer le nombre d'entreprises au 1^{er} janvier 2013. Début 2012, le secteur du commerce et de la réparation automobile compte 88 800 entreprises, soit 3,4 % de plus qu'en 2011. Cette forte augmentation est due au régime d'auto-entrepreneur qui a dynamisé 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 (sd)	2010/2009	2011/2010	2012/2011
Commerce de véhicules automobiles	26,8	28,0	28,9	30,0	4,2	3,3	3,7
Entretien et réparation de véhicules automobiles	37,6	40,5	43,2	44,6	7,7	6,6	3,2
Commerce d'équipements automobiles	7,0	7,4	7,8	8,1	5,7	4,5	4,5
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	88,8	6,1	5,0	3,4

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.

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 » à partir de la mi 2011. Les séries du commerce suivent donc naturellement les modifications générées par ce changement de base.

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

L'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'affaire des secteurs commerciaux « gagne » ainsi de l'ordre 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 automobile : la division 45 associe le commerce de gros ou de détail de véhicules automobiles ou de motocycles et leur réparation ainsi que le commerce de gros ou de détail d'équipements automobiles.

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

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

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

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

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

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

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

1.2 – Les changements de dénomination et de regroupements

Les principales modifications sont les suivantes :

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

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

Les principales modifications sont les suivantes :

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

3 - L'impact

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

COMMERCE ET RÉPARATION AUTOMOBILE

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

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

COMMERCE DE GROS ET INTERMÉDIAIRES DU COMMERCE

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

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

**** Note de lecture :**

activité 518H : 33% des entreprises ayant une activité principale en « Commerce de gros d'autres machines et équipements de bureau », en NAF rév1, sont passées dans une activité de « Commerce de gros (commerce interentreprises) de mobilier de bureau », en NAF rév2, avec le nouveau code 4665Z. Ces 33% d'entreprises représentent 20% du chiffre d'affaires du secteur 518H.

COMMERCE DE DÉTAIL ET RÉPARATIONS

naf rev1	naf rev2	Intitulé de poste rev1	Intitulé de poste rev2	Part du nombre d'entreprises du secteur	Part de chiffre d'affaires du secteur	Remarques
522P	4721Z	Commerces de détail alimentaires spécialisés divers	Commerce de détail de fruits et légumes en magasin spécialisé	14%	16%	Les fruits et légumes ont été élargis aux fruits secs. Ces fruits concernent 14% des commerces de détail alimentaires spécialisés divers
522P	4729Z	Commerces de détail alimentaires spécialisés divers	Autres commerces de détail alimentaires en magasin spécialisé	86%	84%	
524J	4753Z	Commerce de détail d'équipement du foyer	Commerce de détail de tapis, moquettes et revêtements de murs et de sols en magasin spécialisé	7%	3%	Le commerce de détail de revêtement a été élargi aux produits de voilages et rideaux
524J	4759B	Commerce de détail d'équipement du foyer	Commerce de détail d'autres équipements du foyer	93%	97%	
524L	4743Z	Commerce de détail d'appareils électroménagers, de radio et de télévision	Commerce de détail de matériels audio et vidéo en magasin spécialisé	27%	30%	« Le commerce de détail d'appareils électroménagers, de radio et télévision » a été subdivisé en « audio et vidéo » d'une part, en « enregistrement musicaux et vidéo » et en « électroménagers spécialisé » d'autres part. Cette distinction permet de mieux cibler les produits vendus dans ce secteur
524L	4754Z	Commerce de détail d'appareils électroménagers, de radio et de télévision	Commerce de détail d'appareils électroménagers en magasin spécialisé	48%	41%	
524L	4759B	Commerce de détail d'appareils électroménagers, de radio et de télévision	Commerce de détail d'autres équipements du foyer	10%	3%	
524L	4763Z	Commerce de détail d'appareils électroménagers, de radio et de télévision	Commerce de détail d'enregistrements musicaux et vidéo en magasin spécialisé	15%	26%	
524R	4761Z	Commerce de détail de livres, journaux et papeterie	Commerce de détail de livres en magasin spécialisé	66%	60%	Les livres et les journaux ont été séparés dans la nouvelle nomenclature
524R	4762Z	Commerce de détail de livres, journaux et papeterie	Commerce de détail de journaux et papeterie en magasin spécialisé	34%	40%	
524T	4778A	Commerce de détail d'optique et de photographie	Commerces de détail d'optique	96%	98%	L'optique et la photographie ont été séparés dans la nouvelle nomenclature
524T	4778C	Commerce de détail d'optique et de photographie	Autres commerces de détail spécialisés divers	4%	2%	

524W	4764Z	Commerce de détail d'articles de sport et de loisir	Commerce de détail d'articles de sport en magasin spécialisé	96%	98%	Les articles de sport ont rejoint pour 96% d'entre eux le commerce d'articles de sport 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%	
526 ^{E*}	4782Z	Commerce de détail non alimentaire sur éventaïres et marchés	Commerce de détail de textiles, d'habillement et de chaussures sur éventaïres et marchés	36%	32%	La part importante que représentent le textile et les chaussures sur les éventaïres et marché est désormais prise en compte dans la nomenclature. L'habillement et les chaussures concernent 36% du commerce sur éventaïres et marchés
526E	4789Z	Commerce de détail non alimentaire sur éventaïres et marchés	Autres commerces de détail sur éventaïres et marchés	64%	68%	

* *Note de lecture :*

activité 526E : 36% des entreprises ayant une activité principale en « commerce de détail non alimentaire sur éventaïre et marchés », en NAF rév1, sont passées dans une activité de « Commerce de détail de textiles, habillement et de chaussures sur éventaïres et marchés », en NAF rév2, avec le nouveau code 4782Z. Ces 36% d'entreprises représentent 32% du chiffre d'affaires du secteur 526E.

ANNEXE III - Champ du commerce et des activités artisanales à caractère commercial

La définition est donnée par référence à la nomenclature d'activité NAF Rév.2 (nouvelle nomenclature)
Les intitulés des différents postes de la nomenclature présentés ici sont synthétiques ; la formulation précise et officielle se trouve sur le site de l'Insee, à l'adresse suivante :
<http://www.insee.fr/fr/methodes/default.asp?page=nomenclatures/naf2008/naf2008.htm>

ENSEMBLE DU COMMERCE (NAF 45, 46, 47)

NAF rév. 2 Intitulés

45 Commerce et réparation d'automobiles et de motocycles

45.1 Commerce de véhicules automobiles

45.11Z Commerce de voitures et véhicules automobiles légers

45.19Z Commerce d'autres véhicules automobiles

45.2 Entretien et réparation de véhicules automobiles

45.20A Entretien et réparation de véhicules automobiles légers

45.20B Entretien et réparation d'autres véhicules automobiles

45.3 Commerce d'équipements automobiles

45.31Z Commerce de gros d'équipements automobiles

45.32Z Commerce de détail d'équipements automobiles

45.4 Commerce et réparation de motocycles

45.40Z Commerce et réparation de motocycles

46 Commerce de gros, à l'exception des automobiles et des motocycles

46.1 Intermédiaires du commerce de gros

46.11Z Matières premières agricoles, animaux vivants, textiles et produits semi-finis

46.12A Centrales d'achat de carburant

46.12B Combustibles, métaux, minéraux et produits chimiques

46.13Z Bois et matériaux de construction

46.14Z Machines, équipements industriels, navires et avions

46.15Z Meubles, articles de ménage et quincaillerie

46.16Z Textiles, habillement, fourrures, chaussures et articles en cuir

46.17A Centrales d'achat alimentaires

46.17B Denrées, boissons et tabac

46.18Z Spécialisés dans le commerce d'autres produits spécifiques

46.19A Centrales d'achat non alimentaires

46.19B Autres intermédiaires du commerce en produits divers

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

46.21Z Céréales, tabac non manufacturé, semences, aliments pour le bétail

46.22Z Fleurs et plantes

46.23Z Animaux vivants

46.24Z Cuirs et peaux

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

46.31Z Fruits et légumes

- 46.32A Viandes de boucherie
- 46.32B Produits à base de viande
- 46.32C Volailles et gibier
- 46.33Z Produits laitiers, œufs, huiles et matières grasses comestibles
- 46.34Z Boissons
- 46.35Z Produits à base de tabac
- 46.36Z Sucre, chocolat et confiserie
- 46.37Z Café, thé, cacao et épices
- 46.38A Poissons, crustacés et mollusques
- 46.38B Alimentaire spécialisé divers
- 46.39A Produits surgelés
- 46.39B Alimentaire non spécialisé

46.4 Commerce de gros de biens domestiques

- 46.41Z Textiles
- 46.42Z Habillement et chaussures
- 46.43Z Appareils électroménagers
- 46.44Z Vaisselle, verrerie et produits d'entretien
- 46.45Z Parfumerie et produits de beauté
- 46.46Z Produits pharmaceutiques
- 46.47Z Meubles, tapis et appareils d'éclairage
- 46.48Z Articles d'horlogerie et bijouterie
- 46.49Z Autres biens domestiques

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

- 46.51Z Ordinateurs, équipements informatiques périphériques et logiciels
- 46.52Z Composants et équipements électroniques et télécommunication

46.6 Commerce de gros d'autres équipements industriels

- 46.61Z Matériel agricole
- 46.62Z Machines-outils
- 46.63Z Machines pour l'extraction, la construction et le génie civil
- 46.64Z Machines pour l'industrie textile et l'habillement
- 46.65Z Mobilier de bureau
- 46.66Z Autres machines et équipements de bureau
- 46.69A Matériel électrique
- 46.69B Fournitures et équipements industriels divers
- 46.69C Fournitures et équipements divers pour le commerce et les services

46.7 Autres commerces de gros spécialisés

- 46.71Z Combustibles et produits annexes
- 46.72Z Minerais et métaux
- 46.73A Bois, matériaux de construction
- 46.73B Appareils sanitaires, produits de décoration
- 46.74A Quincaillerie
- 46.74B Fournitures pour la plomberie et le chauffage
- 46.75Z Produits chimiques
- 46.76Z Autres produits intermédiaires
- 46.77Z Déchets et débris

46.9 Commerce de gros non spécialisé

- 46.90Z Commerce de gros non spécialisé

47 Commerce de détail, à l'exception des automobiles et des motocycles

47.1 Commerce de détail en magasin non spécialisé

- 47.11A Produits surgelés
- 47.11B Alimentation générale
- 47.11C Supérettes
- 47.11D Supermarchés
- 47.11E Magasins multi-commerces
- 47.11F Hypermarchés
- 47.19A Grands magasins
- 47.19B Autres commerces de détail

47.2 Commerce de détail alimentaire en magasin spécialisé

- 47.21Z Fruits et légumes
- 47.22Z Viandes et produits à base de viande
- 47.23Z Poissons, crustacés et mollusques
- 47.24Z Pain, pâtisserie et confiserie
- 47.25Z Boissons
- 47.26Z Produits à base de tabac
- 47.29Z Autres commerces de détail alimentaires

47.3 Commerce de détail de carburants en magasin spécialisé

- 47.30Z Commerce de détail de carburants

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

- 47.41Z Ordinateurs, unités périphériques et logiciels
- 47.42Z Matériels de télécommunication
- 47.43Z Matériels audio et vidéo

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

- 47.51Z Textiles
- 47.52A Quincaillerie, peintures et verres en petites surfaces (moins de 400 m²)
- 47.52B Quincaillerie, peintures et verres en grandes surfaces (400 m² ou plus)
- 47.53Z Tapis, moquettes et revêtements de murs et de sols
- 47.54Z Appareils électroménagers
- 47.59A Meubles
- 47.59B Autres équipements du foyer

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

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

47.7 Autres commerces de détail en magasin spécialisé

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

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

47.8 Commerce de détail sur éventaires et marchés

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

47.9 Commerce de détail hors magasin, éventaires ou marchés

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

ACTIVITÉS ARTISANALES A CARACTERE COMMERCIAL

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

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

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

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

Principes généraux

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

- la consommation commercialisable des ménages (41 produits)
- l'activité des 61 secteurs commerciaux, mesurée par leurs chiffres d'affaires

La notion de consommation commercialisable

La consommation commercialisable représente une partie de la consommation effective des ménages (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 « règle de trois ».

1. Première séquence : la consommation est « retraitée » pour tenir compte des produits achetés par des utilisateurs professionnels (artisan achetant des fournitures dans un magasin de bricolage...) ainsi que des produits acquis par les ménages ayant la nature d'un investissement et non d'une consommation (biens destinés au gros entretien du logement notamment). La consommation des biens d'occasion, qui ne prend en compte que la marge des intermédiaires professionnels, est également redressée de façon à reconstituer les ventes correspondantes.

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

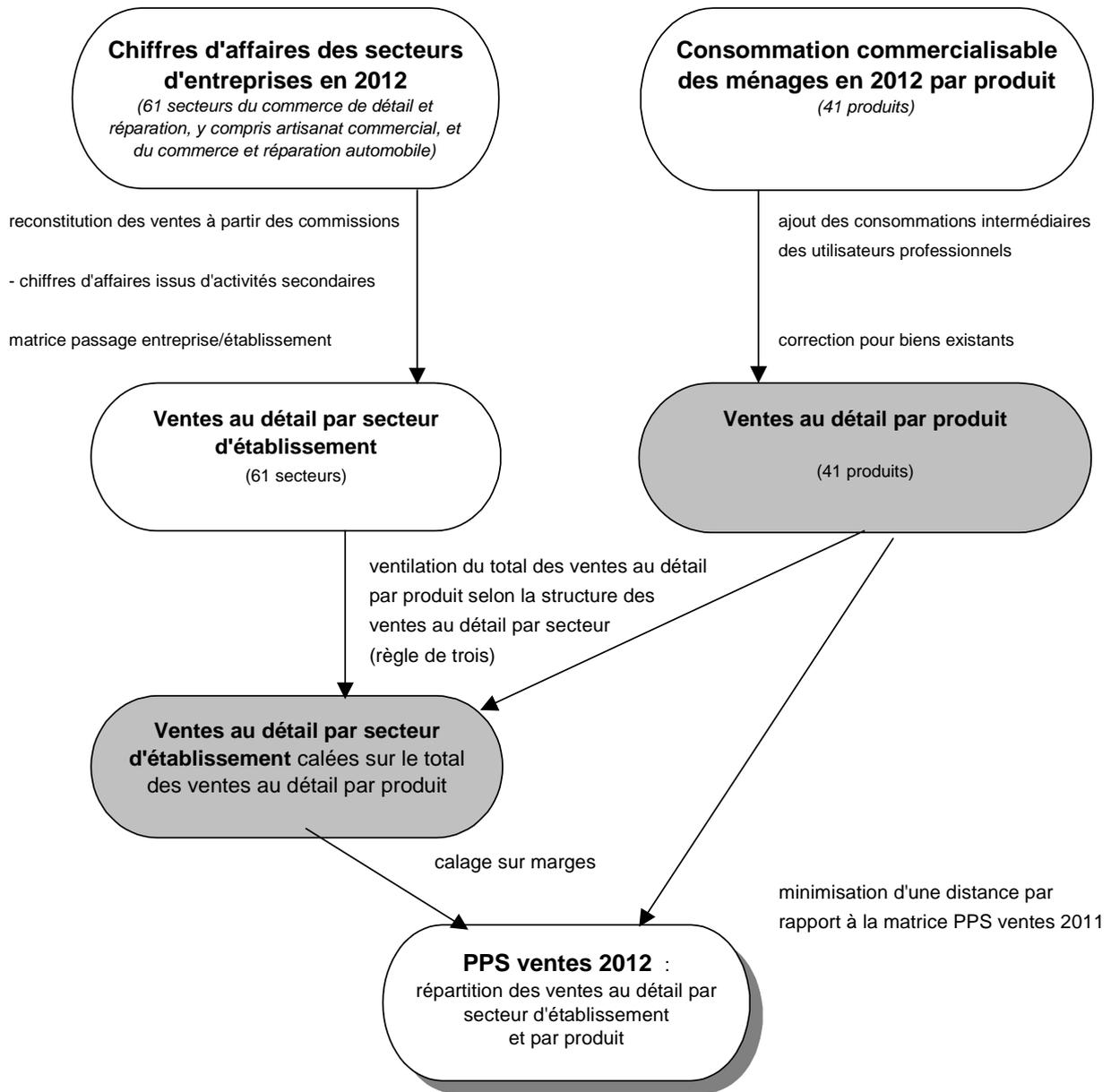
La première étape consiste à effectuer un *passage secteur d'entreprise* → *secteur d'établissement*, c'est-à-dire à estimer les chiffres d'affaires des secteurs d'établissements à partir des chiffres d'affaires des secteurs d'entreprises.

Ce passage est nécessaire car les chiffres d'affaires sont naturellement disponibles au niveau des entreprises alors que la structure par produits des ventes est plus directement liée à l'activité principale des établissements (ou formes de vente⁹¹) qu'à celle de l'entreprise ; ainsi, la part des produits alimentaires est prépondérante pour les supermarchés alors qu'elle est voisine de la moitié pour les hypermarchés. Or, certaines entreprises du secteur de l'alimentation générale gèrent plusieurs formes de vente (par exemple, des entreprises gérant principalement des hypermarchés peuvent également gérer des supermarchés ou des supérettes). Par conséquent, la ventilation par produits des ventes est plus précise si elle s'appuie sur les CA des secteurs d'établissements.

Pour les secteurs du commerce de détail, la matrice retraçant le passage secteur d'entreprise → secteur d'établissement peut être obtenue en exploitant le volet *forme de vente* de l'ÉSA. Pour les secteurs du commerce et réparation automobile, ce volet n'existe pas. En début de base, la zone de la matrice correspondant aux entreprises et établissements de l'automobile est donc diagonale, ce qui signifie que les secteurs d'entreprises et les secteurs d'établissements sont identiques. Il en est de même pour les secteurs de l'artisanat commercial.

La deuxième étape consiste à défalquer les fractions de chiffres d'affaires correspondant à des *activités ne relevant pas du commerce de détail*, et à redresser les « *commissions* » pour calculer les ventes correspondantes.

⁹¹ 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'établissements¹ entre les différents produits, est établi sur des données en valeur HT. Pour obtenir un tableau équivalent en volume, on déflate les données en valeur par des indices de prix.

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

A défaut d'indices de prix très détaillés reflétant l'évolution spécifique du prix de chaque produit dans chaque forme de vente, on ne dispose pour chaque produit que d'un indice de prix France entière et toutes formes de ventes confondues. Ces indices, agrégés en 41 produits, sont utilisés pour déflater les données en valeur et en déduire les ventes en volume. Ainsi, pour un produit donné, le même indice de prix est appliqué aux ventes de toutes les formes de ventes commercialisant ce produit.

Les ventes en volume sont agrégées, ce qui permet de calculer des indices de prix par forme de vente. Ceux-ci tiennent compte de la structure des ventes de chaque forme de vente par produit mais ne reflètent pas le comportement spécifique de prix de la forme de vente. On fait ainsi l'hypothèse, non pas que les prix sont égaux d'une forme de vente à l'autre, mais que leurs évolutions sont égales.

Considérons, par exemple, la situation schématique où les ventes des hypermarchés seraient constituées pour 50 % de produits alimentaires et pour 50 % de produits manufacturés, alors que celles des supermarchés seraient constituées pour 80 % de produits alimentaires et pour 20 % de produits manufacturés. Notre méthode consiste, pour chaque produit, à appliquer le même indice élémentaire aux deux formes de ventes (par exemple +2 % pour l'alimentaire et -2 % pour les produits manufacturés). L'indice de prix d'ensemble des hypermarchés serait égal à 0 % et celui des supermarchés à 1,2 %.

Les indices de prix agrégés dans la grande distribution calculés par l'INSEE ne sont pas utilisables dans le PPS

Pour calculer l'indice des prix à la consommation, l'INSEE collecte les prix dans différentes formes de vente et différentes agglomérations puis les agrège pour obtenir l'indice national. L'échantillon de l'indice est optimisé de façon à ce que, pour un produit donné, l'indice national toutes formes de ventes et agglomérations confondues présente une précision (mesurée par l'écart-type) acceptable. Il serait matériellement possible de calculer des indices par forme de vente mais leur précision ne serait pas suffisante. En effet, la variable « forme de vente » est utilisée pour le tirage de l'échantillon, mais n'intervient pas dans le calcul de l'indice, c'est-à-dire que l'agrégat le plus élémentaire regroupe les différentes formes de vente.

Certes, depuis quelques années, l'INSEE calcule des indices de prix dans la grande distribution. Ces indices concernent quatre formes de vente : *hypermarchés*, *supermarchés*, *grande distribution étendue* (c'est-à-dire hypermarchés + supermarchés + supérettes, hors hard discount) et *autres formes de ventes*. Toutefois ces indices ne sont pas utilisables dans le PPS car, pour conserver une bonne précision, ils ne portent pas sur les produits élémentaires mais sur des regroupements de produits (viandes, boissons, autres produits alimentaires, produits d'entretien-hygiène-beauté). Ils ont en effet été conçus non comme des *déflateurs* mais comme des *comparateurs* de l'évolution des prix dans la grande distribution et dans le reste de l'appareil commercial. Par construction, ils reposent donc sur un panier commun de consommation.

ANNEXE V - Les indicateurs de la démographie des entreprises

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'Acoss : les personnes relevant de la mutualité sociale agricole ou de diverses professions réglementées n'ont en effet pas le droit d'être auto-entrepreneurs, ce qui entraîne finalement le rejet de leur affiliation.

Le régime de l'auto-entrepreneur :

Le régime de l'auto-entrepreneur a été créé par la **loi de modernisation de l'économie (LME)** d'août 2008. Il s'applique depuis le 1er janvier 2009 aux personnes physiques qui créent ou possèdent déjà une entreprise individuelle pour exercer une activité commerciale, artisanale ou libérale (hormis certaines activités), à titre principal ou complémentaire. L'entreprise individuelle doit remplir les conditions du régime fiscal de la microentreprise (réaliser moins de 80 000 euros de chiffre d'affaires pour une activité commerciale ou moins de 32 000 euros pour les prestations de services et les activités libérales). La personne physique doit opter pour exercer en franchise de TVA. Le régime de l'auto-entrepreneur offre des formalités de création d'entreprises allégées ainsi qu'un mode de calcul et de paiement simplifié des cotisations sociales et de l'impôt sur le revenu. L'auto-entrepreneur bénéficie ainsi :

- d'un régime 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 :

La division « Emploi » de l'Insee réalise des **estimations trimestrielles** fondées sur les estimations annuelles antérieures, à l'aide d'indicateurs adaptés. Ces indicateurs proviennent de trois sources portant sur les établissements de dix salariés et plus : l'enquête sur l'activité et les conditions d'emploi de la main d'œuvre (Acemo), réalisée par le Ministère du Travail, la statistique établie par l'Unédic à partir des déclarations des établissements affiliés au régime d'assurance chômage et, depuis le quatrième trimestre 1999, la statistique de l'Urssaf établie à partir des déclarations des établissements versant des cotisations sociales. Quelle que soit leur source, les indicateurs trimestriels présentent un biais par rapport aux estimations annuelles. En effet, ils ne tiennent pas compte des mouvements d'emploi qui ont eu lieu dans les établissements de moins de dix salariés ou dans ceux qui viennent de se créer. Une correction de biais est alors nécessaire : elle est obtenue, pour chaque secteur d'activité, par un étalonnage de l'indicateur sur les estimations annuelles passées. Les séries obtenues sont réalisées pour chacune des trois composantes du commerce (depuis début 2000), et **corrigées des variations saisonnières**. Enfin, lorsqu'on dispose des estimations annuelles, un ajustement des résultats trimestriels des années concernées est effectué.

Pour l'emploi non salarié :

La périodicité de l'évaluation de l'emploi non salarié est annuelle (situation au 31 décembre).

L'évolution de l'emploi non salarié est estimée par l'Insee à l'aide de fichiers transmis par l'Acoss (Agence Centrale des Organismes de Sécurité sociale), qui enregistre les cotisations des employeurs et des travailleurs indépendants.

Les indicateurs de mesure de l'emploi salarié à temps partiel

Le pourcentage du temps partiel est obtenu en rapportant le nombre de postes à temps partiel au nombre total de postes (temps partiel + temps complet). C'est donc la proportion de salariés travaillant à temps partiel.

Le volume d'emploi à temps partiel est le nombre d'heures à temps partiel rapporté au nombre total d'heures. En proportion, il mesure la part des heures travaillées par des salariés à temps partiel.

L'équivalent temps plein de l'emploi salarié « (ETP emploi total salarié) » est calculé par : (équivalent temps plein du temps partiel x pourcentage du temps partiel) + pourcentage du temps complet. En proportion, il mesure le nombre de postes à temps plein répartis pour cent salariés.

Source : exploitation du fichier « postes » des Déclarations annuelles de données sociales (DADS), sondage au douzième de 2009.

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. Cette enquête vise à observer à la fois de manière structurelle et conjoncturelle la situation des personnes sur le marché du travail. Elle s'inscrit dans le cadre des enquêtes "Forces de travail" défini par l'Union européenne ("Labour Force Survey"). C'est la seule source fournissant une mesure des concepts d'activité, chômage, emploi et inactivité tels qu'ils sont définis par le Bureau international du travail (BIT).

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

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

- Elles travaillent à temps partiel, souhaitent travailler davantage pendant la période de référence utilisée pour définir l'emploi, et sont disponibles pour le faire, qu'elles recherchent activement un emploi ou non ;
- Elles travaillent à temps partiel (et sont dans une situation autre que celle décrite ci-dessus) ou à temps complet, mais ont travaillé moins que d'habitude pendant une semaine de référence en raison de chômage partiel, ralentissement des affaires, réduction saisonnière d'activité ou mauvais temps.

La part de temps partiel subi représente quant à elle le nombre de personnes en situation de sous-emploi rapporté au nombre de personnes travaillant à temps partiel.

ANNEXE VII - Les comptes du grand commerce non alimentaire

L'établissement des comptes du grand commerce non alimentaire spécialisé

pour les comptes définitifs et semi-définitifs

Le grand commerce non alimentaire spécialisé étant défini comme un ensemble d'entreprises, ses résultats sont chiffrés à partir des données comptables d'entreprises. Les deux sources utilisées sont leurs déclarations fiscales au titre des bénéficiaires 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.

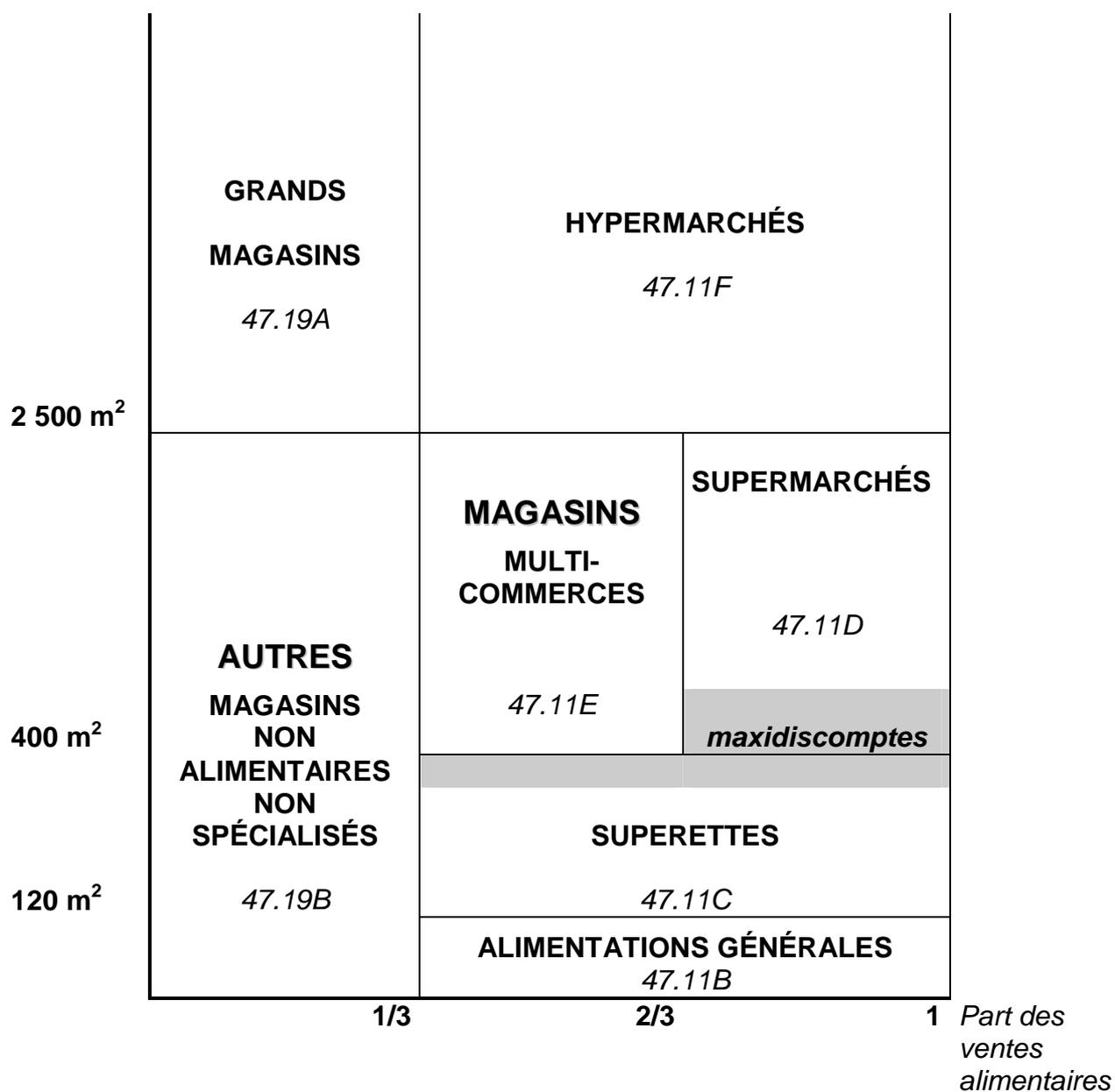
Les entreprises classées dans d'autres NAF et dont l'activité répondrait à la définition ci-dessus sont classées le plus souvent en industrie agro-alimentaires. Il en est ainsi des glaciers et confiseurs.

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 AUTOMOBILE

Le commerce et réparation automobile (NAF 45) comprend notamment les activités de commerce de gros et de détail en produits liés à l'automobile sauf le carburant (véhicules, motocycles, équipements), ainsi que l'entretien et la réparation automobile.

COMMERCE DE GROS ET INTERMÉDIAIRES DU COMMERCE

Le commerce de gros et intermédiaires du commerce (NAF 46) comprend notamment la vente pour compte propre de biens à des détaillants ou à des entreprises, ainsi que l'activité des intermédiaires du commerce de gros qui agissent pour compte de tiers.

COMMERCE DE DÉTAIL

Le commerce de détail (NAF 47) comprend notamment la vente de biens neufs ou d'occasion à des particuliers.

COMMERCE DE DÉTAIL A PRÉDOMINANCE ALIMENTAIRE

Regroupe les unités (entreprises ou établissements) qui réalisent plus d'un tiers de leur chiffre d'affaires de détail en produits alimentaires.

COMMERCE DE DÉTAIL A PRÉDOMINANCE ALIMENTAIRE, EN MAGASIN NON SPECIALISÉ

Regroupe les unités (entreprises ou établissements) du commerce de détail alimentaire qui offrent plusieurs gammes de produits alimentaires sans qu'aucune de ces huit gammes ne couvre plus de la moitié du chiffre d'affaires.

Les différentes gammes de produits alimentaires sont :

- fruits et légumes frais ; • viandes et produits à base de viande ;
- poissons, crustacés et mollusques ; • boissons ; • pain, pâtisserie et confiserie ;
- produits laitiers ; • tabac et cigarettes ; • épicerie et divers .

Ces unités se ventilent en :

- grandes surfaces (au moins 400 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 = Ventes de marchandises + production vendue de biens et services.

VALEUR (ÉVOLUTION EN VALEUR)

Évaluation établie aux prix courants de l'année. L'indice de valeur d'une grandeur pour l'année n est le rapport du niveau de cette grandeur aux prix courants de l'année n à son niveau aux prix courants de l'année précédente.

VOLUME (ÉVOLUTION EN VOLUME)

Évaluation établie à prix constants, ici aux prix de l'année précédente, afin d'éliminer l'effet des variations de prix. L'indice de volume s'obtient par le rapport de l'indice de valeur à l'indice de prix approprié. L'évaluation en volume n'est pas une évaluation en quantités physiques.

ÉVOLUTION EN GLISSEMENT ANNUEL

Évolution d'une variable entre une période déterminée (mois ou trimestre) d'une année et la même période de l'année précédente.

ÉVOLUTION EN MOYENNE ANNUELLE

Évolution d'une variable entre l'ensemble des mois (ou trimestres) d'une année et l'ensemble des mois (ou trimestres) de l'année précédente.

INDICE DU PRIX DU CHIFFRE D'AFFAIRES D'UN SECTEUR DU COMMERCE DE DÉTAIL

Indice calculé, pour chaque secteur du commerce de détail, en pondérant les indices de prix à la consommation des ménages par produit, par les ventes en ces produits du secteur considéré. Il est "calculé ou implicite", dans la mesure où il ne résulte pas d'une observation directe des prix de vente dans chaque secteur.

INDICE DU PRIX DU CHIFFRE D'AFFAIRES D'UN SECTEUR DU COMMERCE DE GROS

Indice calculé pour chaque secteur en fonction :

- des indices de prix des produits achetés par ce secteur, en tenant compte du poids des importations dans les achats ;
- des indices de prix des produits vendus par ce secteur à destination des consommations intermédiaires ou des ménages, de l'investissement ou de l'exportation.

INDUSTRIE MANUFACTURIERE

Les industries manufacturières sont des industries de transformation des biens, c'est-à-dire principalement des industries de fabrication pour compte propre, mais elles concernent aussi la réparation et l'installation d'équipements industriels, ainsi que des opérations en sous-traitance pour un tiers donneur d'ordre

ANNEXE I - Les ventes de marchandises du commerce de gros.

Tableau I-1 Évolution des ventes de marchandises du commerce de gros (C.G.) en volume hors taxes

	Taux de croissance en %					
	2007	2008	2009	2010	2011p	2012p
C.G. de produits agricoles bruts	-13,3	17,3	15,3	-16,0	3,5	-3,7
- céréales, tabac non manufacturé, semences et aliments pour le bétail	-17,1	23,7	18,2	-16,7	3,6	-4,2
- autres produits (1)	-4,4	1,0	6,1	-13,9	3,0	-1,8
C.G. de produits alimentaires, de boissons et de tabac	0,6	-0,1	-7,6	2,1	5,0	-2,2
- produits frais (2)	-0,3	0,4	-9,9	3,3	4,2	-2,1
- boissons (alcoolisées ou non)	2,9	-0,5	-5,4	-5,8	4,9	-1,2
- autres produits (3)	0,6	-0,5	-5,5	5,3	6,1	-3,0
C.G. de biens domestiques	3,9	1,9	-6,4	2,1	7,1	1,0
- produits pharmaceutiques	5,4	4,4	0,2	4,3	6,6	3,1
- autres produits (4)	3,0	0,2	-10,9	0,4	7,5	-0,5
C.G. d'équipements de l'information et de la communication	12,3	4,1	-10,4	11,1	3,4	1,4
- ordinateurs, équipements informatiques périphériques et logiciels	14,7	9,0	-11,1	9,3	4,0	-0,8
- composants et équipements électroniques et télécommunication	7,2	-6,3	-8,9	14,9	2,1	6,0
C.G. d'autres équipements industriels	4,8	0,6	-15,8	2,5	8,0	1,0
- équipements de bureau (5)	1,9	-6,8	-15,3	9,3	0,1	-3,4
- matériel électrique	0,7	1,1	-8,6	8,4	1,7	-1,8
- autres équipements (6)	5,9	1,1	-17,2	0,7	10,1	2,0
Autres C.G. spécialisés	0,8	-2,3	-10,1	0,7	-0,1	-1,4
- combustibles et produits annexes	1,1	-5,1	-4,3	-1,8	-6,6	-0,9
- produits pour l'installation de l'habitat et la construction (7)	1,0	-0,9	-11,5	0,0	4,9	-1,6
- autres produits (8)	0,0	-0,9	-15,6	4,7	1,8	-1,8
Commerce de gros total : (hors intermédiaires du commerce)	1,9	1,7	-6,5	1,6	4,2	-0,8
Intermédiaires du commerce dont centrales d'achats	3,0	-1,1	-1,0	-1,0	1,0	1,4
Commerce de gros et intermédiaires	2,0	1,3	-5,6	1,2	3,7	-0,4

Source : Insee - Comptes du commerce

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

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

	Taux de croissance en %										Mds d'euros 2012p
	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011p	2012p	
C.G. de produits agricoles bruts	-0,8	0,6	0,8	-0,3	4,3	23,9	-7,0	-6,2	23,7	2,8	63,8
- 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	27,2	2,1	49,5
- autres produits (1)	5,1	0,6	4,5	4,7	-3,8	7,7	-0,4	-12,7	12,7	4,9	14,4
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	6,2	2,4	124,9
- produits frais (2)	1,9	-0,5	2,1	1,4	4,1	5,5	-16,0	7,3	5,5	3,1	58,4
- boissons (alcoolisées ou non)	4,4	9,1	4,9	2,6	4,8	3,5	-3,1	-5,1	6,9	2,4	23,6
- autres produits (3)	-1,5	-1,9	4,4	5,8	2,7	2,8	-9,1	6,6	6,9	1,3	42,9
C.G. de biens domestiques	4,8	1,5	9,3	5,6	3,3	1,2	-7,6	1,2	4,1	0,5	130,2
- produits pharmaceutiques	9,4	2,2	14,2	7,2	3,8	2,6	-1,6	2,5	3,2	-0,2	56,3
- autres produits (4)	2,2	1,1	6,3	4,5	3,0	0,3	-11,6	0,2	4,8	1,0	73,8
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	1,7	0,7	40,7
- ordinateurs, équipements informatiques périphériques et logiciels	0,2	17,9	6,4	5,8	3,7	-1,3	-16,4	1,2	2,6	-2,0	26,4
- composants et équipements électroniques et télécommunication	-0,9	-1,8	8,7	11,2	4,0	-8,1	-11,7	12,4	-0,1	6,0	14,3
C.G. d'autres équipements industriels	-2,2	4,7	5,7	-4,2	8,0	2,7	-14,8	3,0	10,4	2,6	81,4
- équipements de bureau (5)	0,2	17,9	6,4	5,8	3,7	-4,9	-15,8	8,6	3,2	-0,2	4,7
- matériel électrique	-0,4	-1,4	6,9	10,4	5,1	1,9	-9,4	12,2	5,8	-1,2	13,2
- autres équipements (6)	-2,7	5,0	5,5	-7,4	9,0	3,5	-15,7	0,6	12,1	3,6	63,4
Autres C.G. spécialisés	-1,2	9,0	3,7	7,3	5,3	7,9	-21,4	9,3	10,2	1,8	153,5
- combustibles et produits annexes	1,4	12,8	11,8	6,5	2,8	16,5	-27,4	17,0	11,5	7,7	58,9
- 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	7,6	-0,8	52,3
- autres produits (8)	-6,6	6,5	-5,0	7,0	6,6	5,0	-25,7	12,4	11,9	-2,5	42,4
Commerce de gros total : (hors intermédiaires du commerce)	0,6	4,4	5,4	3,8	4,7	5,3	-12,8	4,6	8,4	1,8	614,0
Intermédiaires du commerce	3,4	5,2	4,7	3,7	5,1	7,6	-11,2	6,0	8,9	6,7	120,8
dont centrales d'achats	6,4	4,3	5,7	3,1	5,5	9,3	-8,3	6,0	9,9	7,6	105,2
Commerce de gros et intermédiaires	1,0	4,5	5,3	3,8	4,8	5,6	-12,6	4,8	8,5	2,5	734,9

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-2 A

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

Année 2010

Millions d'euros courants

SECTEURS D'ACTIVITE	Commerce de détail	Activités artisanales	Commerce et réparation automobile	Commerce de gros et intermédiaires du commerce	Ventes au détail des autres secteurs	TOTAL DES VENTES	Consommations intermédiaires et correction pour biens existants	CONSOMMATION COMMERCIALISABLE
PRODUITS								
Pain, pâtisserie	3 853	11 081	0	2	139	15 075	1 758	13 317
Fruits et légumes	21 827	10	0	140	17	21 994	368	21 626
Viandes et produits dérivés	32 349	1 881	13	167	294	34 704	1 076	33 628
Poissons, crustacés, coquillages	8 706	10	0	44	0	8 760	417	8 343
TOTAL PRODUITS ALIMENTAIRES FRAIS	66 735	12 981	13	353	450	80 533	3 619	76 914
Chocolaterie, confiserie	7 101	603	3	16	12	7 735	368	7 367
Vins, liqueurs et apéritifs	16 343	192	2	187	44	16 767	2 795	13 973
Boissons non alcoolisées, cidres et bières	10 631	134	1	123	330	11 220	534	10 686
Epicerie, produits alimentaires divers	53 528	303	2	397	889	55 119	2 824	52 295
TOTAL AUTRES PRODUITS ALIMENTAIRES	87 604	1 232	7	723	1 275	90 842	6 521	84 321
Tabac et cigarettes	14 007	3	1	27	4 117	18 153	0	18 153
TOTAL ALIMENTAIRE	168 346	14 216	21	1 103	5 842	189 528	10 140	179 389
Pneumatiques	36	0	2 398	12	9	2 456	657	1 799
Pièces détachées et équipements automobiles	1 239	0	27 800	286	336	29 660	6 176	23 484
Vente et réparation de motocycles	22	0	2 136	1	0	2 159	118	2 041
Carburants et lubrifiants	37 286	1	2 313	2 461	1 347	43 408	4 651	38 758
TOTAL PRODUITS LIES A L'AUTOMOBILE	38 582	1	34 647	2 761	1 692	77 684	11 602	66 082
Produits pharmaceutiques	36 527	0	0	98	1 709	38 335	0	38 335
Matériels médicaux et orthopédiques	3 375	0	0	43	378	3 796	11	3 784
TOTAL PHARMACIE	39 902	0	0	141	2 087	42 131	11	42 119
Habillement	40 154	1	0	506	428	41 090	6 500	34 589
Chaussures	8 868	0	0	87	64	9 018	229	8 790
Maroquinerie, articles de voyage	2 729	0	0	7	141	2 877	137	2 740
Parfumerie et produits de beauté	17 784	0	0	181	898	18 864	334	18 530
Optique et photographie	6 835	0	0	63	152	7 050	218	6 832
Horlogerie, bijouterie	4 760	0	0	50	101	4 911	13	4 898
TOTAL EQUIPEMENT DE LA PERSONNE	81 130	1	0	895	1 785	83 810	7 430	76 380
Meubles, literie	14 196	0	0	194	204	14 595	710	13 885
Equipelement du foyer	10 450	0	0	99	158	10 708	2 362	8 346
Electroménager	10 925	0	0	155	478	11 558	1 926	9 632
Produits bruns	8 884	0	0	70	270	9 223	1 473	7 750
Micro-informatique et téléphones	9 106	0	4	370	4 007	13 487	2 697	10 789
Produits d'entretien ménager	6 810	0	0	44	25	6 878	2 034	4 844
Textiles d'ameublement et linge pour la maison	3 579	0	0	14	119	3 713	889	2 823
Revêtements sols et murs	2 117	0	0	324	78	2 520	1 240	1 280
Quincaillerie, bricolage, peinture	21 466	0	64	2 496	954	24 980	9 967	15 013
Plantes, fleurs, graines, animaux de compagnie...	9 532	0	0	302	322	10 156	484	9 672
Livres, journaux, papeterie	8 655	28	0	74	4 216	12 972	184	12 788
Vente et réparation de cycles	1 319	0	117	0	8	1 443	188	1 255
Sports et loisirs	8 609	0	8	4	337	8 959	1 493	7 465
Jeux et jouets	2 908	0	0	15	25	2 948	29	2 919
Autres produits non alimentaires	6 379	2	0	27	2 010	8 419	4 779	3 640
Charbons et combustibles	3 865	0	23	4 728	103	8 719	996	7 722
TOTAL AUTRES PRODUITS NON ALIMENTAIRES	128 800	30	216	8 915	13 315	151 276	31 452	119 824
TOTAL NON ALIMENTAIRE	288 415	32	34 863	12 712	18 879	354 901	50 495	304 405
Voitures particulières d'occasion	13	0	26 167	575	618	27 373	17 789	9 584
Voitures particulières neuves	2	0	35 683	734	734	37 152	10 558	26 594
Caravanes, remorques	0	0	1 245	25	56	1 327	221	1 106
Entretien et réparation automobile	71	0	15 960	94	916	17 041	2 840	14 201
TOTAL AUTOMOBILE	86	0	79 056	1 428	2 324	82 894	31 408	51 485
TOTAL ALIMENTAIRE, NON ALIMENTAIRE ET AUTOMOBILE	456 847	14 248	113 940	15 243	27 045	627 323	92 044	535 279

Tableau II-2 B

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

Année 2010

Millions d'euros courants

SECTEURS D'ACTIVITE	TOTAL commerce de détail et activités artisanales	Détail alimentaire en magasin spécialisé ou de petite surface			GSA	Détail non alimentaire en magasin					Commerce hors magasin		
		TOTAL	Commerces alimentaires spécialisés et artisanales	Petites surfaces d'alimentation générale et magasins de produits surgelés		TOTAL	Non alimentaire non spécialisé	Magasins non alimentaires spécialisés hors pharmacie et carburant	Carburant	Phar- macies	TOTAL	Vente à distance	Autres formes de ventes hors magasin
PRODUITS													
Pain, pâtisserie	14 934	11 351	11 284	66	3 469	5	0	4	0	0	109	12	97
Fruits et légumes	21 837	4 546	2 500	2 045	15 699	8	1	7	0	0	1 584	151	1 434
Viandes et produits dérivés	34 230	9 695	8 382	1 313	22 698	10	2	8	0	0	1 826	160	1 666
Poissons, crustacés, coquillages	8 716	1 283	839	445	6 702	3	0	3	0	0	728	115	613
TOTAL PRODUITS ALIMENTAIRES FRAIS	79 717	26 874	23 005	3 869	48 568	26	4	22	0	0	4 248	439	3 810
Chocolaterie, confiserie	7 704	2 628	1 694	934	4 158	317	0	116	202	0	601	40	561
Vins, liqueurs et apéritifs	16 535	4 892	3 727	1 165	10 252	198	26	103	69	0	1 193	363	830
Boissons non alcoolisées, cidres et bières	10 766	1 541	756	785	8 426	94	1	48	45	0	705	201	505
Epicerie, produits alimentaires divers	53 832	7 986	2 422	5 564	42 697	928	198	222	64	443	2 221	1 036	1 186
TOTAL AUTRES PRODUITS ALIMENTAIRES	88 837	17 047	8 600	8 447	65 532	1 537	225	489	380	444	4 721	1 640	3 081
Tabac et cigarettes	14 009	8 989	8 574	415	66	4 772	36	4 701	34	0	183	136	47
TOTAL ALIMENTAIRE	182 563	52 910	40 179	12 731	114 165	6 335	265	5 212	414	444	9 152	2 214	6 937
Pneumatiques	36	0	0	0	0	36	0	1	35	0	0	0	0
Pièces détachées et équipements automobiles	1 239	22	5	17	970	240	9	85	145	0	7	5	2
Vente et réparation de motocycles	22	0	0	0	0	17	0	17	0	0	4	4	0
Carburants et lubrifiants	37 287	534	204	330	21 358	15 236	2	981	14 249	3	159	50	109
TOTAL PRODUITS LIES A L'AUTOMOBILE	38 583	556	210	347	22 328	15 528	11	1 085	14 429	3	170	59	111
Produits pharmaceutiques	36 527	1	0	1	59	36 465	0	521	0	35 944	3	3	0
Matériels médicaux et orthopédiques	3 375	1	1	0	2	2 922	0	158	0	2 764	450	74	376
TOTAL PHARMACIE	39 902	1	1	1	61	39 387	0	678	0	38 708	453	77	376
Habillement	40 155	69	16	53	4 245	31 423	2 917	28 473	0	33	4 418	3 366	1 052
Chaussures	8 868	12	11	11	829	7 229	175	7 043	0	11	798	570	228
Maroquinerie, articles de voyage	2 729	3	1	2	167	2 433	203	2 226	0	4	126	114	12
Parfumerie et produits d'hygiène	17 784	742	363	379	9 225	7 001	533	4 426	0	2 041	817	683	135
Optique et photographie	6 835	6	0	6	475	6 180	1	6 173	0	6	174	170	4
Horlogerie, bijouterie	4 760	7	2	5	401	4 087	463	3 612	0	11	265	255	10
TOTAL EQUIPEMENT DE LA PERSONNE	81 131	839	382	457	15 341	58 353	4 292	51 954	0	2 107	6 598	5 157	1 441
Meubles, literie	14 196	6	1	6	448	12 692	259	12 432	0	2	1 049	794	255
Equipelement du foyer	10 451	114	21	93	2 392	6 923	850	6 069	0	4	1 021	626	395
Electroménager	10 925	34	7	27	1 994	7 898	68	7 830	0	0	998	873	125
Produits bruns	8 884	23	0	22	2 164	5 979	7	5 971	1	0	718	685	33
Micro-informatique et téléphones	9 106	39	7	32	2 064	5 673	24	5 647	2	0	1 330	1 266	63
Produits d'entretien ménager	6 810	229	8	221	4 982	1 216	137	1 078	0	1	383	43	340
Textiles d'ameublement et linge pour la maison	3 579	16	1	16	788	1 989	497	1 492	0	0	786	557	229
Revêtements sols et murs	2 117	3	0	3	175	1 867	59	1 808	0	0	73	71	1
Quincaillerie, bricolage, peinture	21 466	36	14	23	1 831	18 809	205	18 595	6	3	789	314	476
Plantes, fleurs, graines, animaux de compagnie...	9 532	24	1	23	1 730	7 179	46	7 106	0	26	601	267	334
Livres, jouaux, papeterie	8 683	852	696	156	2 150	5 312	84	5 218	10	0	369	272	97
Vente et réparation de cycles	1 319	1	0	1	80	1 227	0	1 227	0	0	12	5	7
Sports et loisirs	8 609	57	42	15	1 247	6 615	29	6 587	0	0	690	591	99
Jeux et jouets	2 908	11	0	10	720	1 925	112	1 812	0	0	253	226	28
Autres produits non alimentaires	6 381	130	110	20	233	5 204	179	4 999	23	4	813	602	212
Charbons et combustibles	3 865	77	33	44	417	3 029	27	2 893	100	9	341	53	288
TOTAL AUTRES PRODUITS NON ALIMENTAIRES	128 830	1 653	941	711	23 414	93 537	2 582	90 762	143	50	10 226	7 246	2 980
TOTAL NON ALIMENTAIRE	288 447	3 050	1 534	1 516	61 145	206 804	6 885	144 480	14 572	40 868	17 447	12 539	4 908
Voitures particulières d'occasion	13	0	0	0	0	13	0	0	13	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	71	1	1	0	14	56	0	3	53	0	0	0	0
TOTAL AUTOMOBILE	86	1	1	0	14	71	0	3	68	0	0	0	0
TOTAL ALIMENTAIRE, NON ALIMENTAIRE ET AUTOMOBILE	471 095	55 961	41 714	14 248	175 324	213 210	7 150	149 694	15 054	41 312	26 599	14 754	11 846

Tableau II-2 C

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

Année 2010

Millions d'euros courants

SECTEURS D'ACTIVITE	Détail alimentaire spécialisé et activités artisanales								Petites surfaces d'alimentation générale et magasins de produits surgelés	TOTAL détail alimentaire en magasin spécialisé ou de petite surface et artisanat
	Boulangeries, pâtisseries	Boucheries, charcuteries	Fruits et légumes	Poissonnerie	Boissons	Tabac	Autres commerces de détail alimentaire	TOTAL ALIMENTAIRE SPECIA-LISE		
PRODUITS										
Pain, pâtisserie	11 190	3	25	0	1	7	58	11 284	66	11 351
Fruits et légumes	4	92	1 897	6	21	1	480	2 500	2 045	4 546
Viandes et produits dérivés	3	8 004	217	1	12	1	145	8 382	1 313	9 695
Poissons, crustacés, coquillages	0	17	71	687	1	0	62	839	445	1 283
TOTAL PRODUITS ALIMENTAIRES FRAIS	11 197	8 116	2 210	694	34	8	746	23 005	3 869	26 874
Chocolaterie, confiserie	1 438	2	27	0	65	39	123	1 694	934	2 628
Vins, liqueurs et apéritifs	201	46	516	2	2 772	20	170	3 727	1 165	4 892
Boissons non alcoolisées, cidres et bières	138	29	25	0	407	2	155	756	785	1 541
Epicerie, produits alimentaires divers	455	407	106	19	93	14	1 328	2 422	5 564	7 986
TOTAL AUTRES PRODUITS ALIMENTAIRES	2 233	484	675	21	3 337	74	1 776	8 600	8 447	17 047
Tabac et cigarettes	167	0	0	0	37	8 350	20	8 574	415	8 989
TOTAL ALIMENTAIRE	13 596	8 600	2 885	715	3 409	8 433	2 541	40 179	12 731	52 910
Pneumatiques	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Pièces détachées et équipements automobiles	2	0	0	0	1	0	1	5	17	22
Vente et réparation de motocycles	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Carburants et lubrifiants	101	0	0	0	42	39	22	204	330	534
TOTAL PRODUITS LIES A L'AUTOMOBILE	104	0	0	0	43	40	23	210	347	556
Produits pharmaceutiques	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1
Matériels médicaux et orthopédiques	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1
TOTAL PHARMACIE	0	0	0	0	0	0	0	1	1	1
Habillement	1	0	0	0	1	8	6	16	53	69
Chaussures	0	0	0	0	0	0	0	1	11	12
Maroquinerie, articles de voyage	1	0	0	0	0	0	0	1	2	3
Parfumerie et produits d'hygiène	1	0	2	0	82	134	143	363	379	742
Optique et photographie	0	0	0	0	0	0	0	0	6	6
Horlogerie, bijouterie	0	0	0	0	1	1	0	2	5	7
TOTAL EQUIPEMENT DE LA PERSONNE	3	0	2	0	84	143	150	382	457	839
Meubles, literie	0	0	0	0	0	0	0	1	6	6
Equipelement du foyer	3	0	0	0	0	0	17	21	93	114
Electroménager	0	0	0	0	0	7	0	7	27	34
Produits bruns	0	0	0	0	0	0	0	0	22	23
Micro-informatique et téléphones	0	0	0	0	1	6	0	7	32	39
Produits d'entretien ménage	0	7	0	0	0	0	0	8	221	229
Textiles d'ameublement et linge pour la maison	0	0	0	0	0	0	0	1	16	16
Revêtements sols et murs	0	0	0	0	0	0	0	0	3	3
Quincaillerie, bricolage, peinture	0	0	0	0	0	0	13	14	23	36
Plantes, fleurs, graines, animaux de compagnie...	0	0	0	0	0	0	0	1	23	24
Livres, journaux, papeterie	36	0	0	0	2	657	1	696	156	852
Vente et réparation de cycles	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1
Sports et loisirs	1	0	0	0	0	41	0	42	15	57
Jeux et jouets	0	0	0	0	0	0	0	0	10	11
Autres produits non alimentaires	6	0	0	0	1	101	2	110	20	130
Charbons et combustibles	0	0	0	0	32	0	1	33	44	77
TOTAL AUTRES PRODUITS NON ALIMENTAIRES	47	8	1	0	38	812	36	941	711	1 653
TOTAL NON ALIMENTAIRE	153	9	3	0	165	995	209	1 534	1 516	3 050
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	13 749	8 609	2 888	715	3 573	9 428	2 751	41 714	14 248	55 961

Tableau II-2 D

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

Année 2010

Millions d'euros courants

SECTEURS D'APPARTENANCE DES MAGASINS	Grandes surfaces d'alimentation générale				Petites surfaces d'alimentation générale et produits surgelés			
	Hyper- marchés	Super- marchés	Magasins multi- commerces	TOTAL	Commerces de détail de produits surgelés	Commerces d'alimentation générale	Supérettes	TOTAL
PRODUITS								
Pain, pâtisserie	2 229	1 177	63	3 469	0	15	51	66
Fruits et légumes	8 316	7 136	246	15 699	356	919	770	2 045
Viandes et produits dérivés	12 265	10 034	399	22 698	273	371	668	1 313
Poissons, crustacés, coquillages	4 157	2 512	33	6 702	337	18	89	445
TOTAL PRODUITS ALIMENTAIRES FRAIS	26 967	20 860	741	48 568	967	1 324	1 579	3 869
Chocolaterie, confiserie	2 173	1 981	3	4 158	0	393	541	934
Vins, liqueurs et apéritifs	5 492	4 586	174	10 252	0	536	629	1 165
Boissons non alcoolisées, cidres et bières	5 024	3 287	115	8 426	0	356	429	785
Epicerie, produits alimentaires divers	22 581	19 165	951	42 697	847	2 315	2 402	5 564
TOTAL AUTRES PRODUITS ALIMENTAIRES	35 270	29 019	1 242	65 532	847	3 599	4 001	8 447
Tabac et cigarettes	14	31	20	66	0	347	68	415
TOTAL ALIMENTAIRE	62 252	49 910	2 004	114 165	1 814	5 269	5 648	12 731
Pneumatiques	0	0	0	0	0	0	0	0
Pièces détachées et équipements automobiles	880	88	2	970	0	5	12	17
Vente et réparation de motocycles	0	0	0	0	0	0	0	0
Carburants et lubrifiants	9 383	11 937	39	21 358	0	50	280	330
TOTAL PRODUITS LIÉS A L'AUTOMOBILE	10 263	12 025	41	22 328	0	54	292	347
Produits pharmaceutiques	37	22	0	59	0	0	1	1
Matériels médicaux et orthopédiques	0	1	2	2	0	0	0	0
TOTAL PHARMACIE	37	23	2	61	0	0	1	1
Habillement	3 236	661	349	4 245	0	16	37	53
Chaussures	682	145	2	829	0	3	8	11
Maroquinerie, articles de voyage	146	20	1	167	0	1	2	2
Parfumerie et produits d'hygiène	6 115	2 754	356	9 225	0	124	255	379
Optique et photographie	429	44	1	475	0	2	4	6
Horlogerie, bijouterie	372	28	1	401	0	1	4	5
TOTAL EQUIPEMENT DE LA PERSONNE	10 979	3 653	710	15 341	0	147	310	457
Meubles, literie	363	84	1	448	0	1	4	6
Equipement du foyer	1 452	900	40	2 392	0	8	84	93
Electroménager	1 697	293	5	1 994	0	7	20	27
Produits bruns	2 035	125	4	2 164	0	6	16	22
Micro-informatique et téléphones	1 849	189	26	2 064	0	9	23	32
Produits d'entretien ménager	2 589	2 386	7	4 982	0	95	126	221
Textiles d'ameublement et linge pour la maison	643	130	15	788	0	3	13	16
Revêtements sols et murs	78	97	0	175	0	0	2	3
Quincaillerie, bricolage, peinture	1 389	378	64	1 831	0	5	17	23
Plantes, fleurs, graines, animaux de compagnie...	1 127	599	3	1 730	0	6	17	23
Livres, journaux, papeterie	1 694	421	35	2 150	0	86	70	156
Vente et réparation de cycles	66	13	0	80	0	0	1	1
Sports et loisirs	1 069	140	38	1 247	0	4	11	15
Jeux et jouets	619	85	16	720	0	2	8	10
Autres produits non alimentaires	140	83	10	233	0	2	18	20
Charbons et combustibles	271	145	1	417	0	30	14	44
TOTAL AUTRES PRODUITS NON ALIMENTAIRES	17 082	6 067	266	23 414	1	267	444	711
TOTAL NON ALIMENTAIRE	38 360	21 767	1 018	61 145	1	468	1 047	1 516
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	2	14	0	0	0	0
TOTAL AUTOMOBILE	10	2	2	14	0	0	0	0
TOTAL ALIMENTAIRE, NON ALIMENTAIRE ET AUTOMOBILE	100 622	71 679	3 024	175 324	1 814	5 738	6 695	14 248

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 2010

Millions d'euros courants

SECTEURS D'ACTIVITE	Carburant	Technologie de l'information et de la communication				Equipement du foyer						
		Ordinateurs, unités périphériques et logiciels	Matériels de télécommunication	Matériels audio et vidéo	TOTAL	Textiles	Quincaillerie, peintures et verres	Tapis, moquettes, revêtement des sols et murs	Electroménager	Meubles	Autres équipements du foyer	TOTAL
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	0	0	0	0	1
Chocolaterie, confiserie	202	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Vins, liqueurs et apéritifs	69	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
Boissons non alcoolisées, cidres et bières	45	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
Epicerie, produits alimentaires divers	64	2	0	0	2	0	1	2	1	0	3	7
TOTAL AUTRES PRODUITS ALIMENTAIRES	380	2	0	0	3	1	2	2	1	0	3	9
Tabac et cigarettes	34	1	0	0	1	0	0	0	1	0	1	2
TOTAL ALIMENTAIRE	414	4	0	0	4	1	2	3	2	1	4	12
Pneumatiques	35	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Pièces détachées et équipements automobiles	145	0	1	0	1	0	56	0	0	0	1	57
Vente et réparation de motocycles	0	0	0	0	0	0	17	0	0	0	0	17
Carburants et lubrifiants	14 249	0	0	0	0	0	3	0	0	0	1	5
TOTAL PRODUITS LIES A L'AUTOMOBILE	14 429	0	1	0	1	0	76	0	0	0	2	78
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	213	40	6	2	58	32	350
Chaussures	0	1	0	0	1	0	0	1	0	0	1	2
Maroquinerie, articles de voyage	0	0	0	0	0	0	0	6	0	0	1	6
Parfumerie et produits d'hygiène	0	1	0	0	1	0	0	1	0	0	1	3
Optique et photographie	0	285	1	22	308	0	0	0	24	0	1	26
Horlogerie, bijouterie	0	0	0	0	0	0	0	0	0	8	1	10
TOTAL EQUIPEMENT DE LA PERSONNE	0	292	1	22	315	213	41	14	28	66	36	398
Meubles, literie	0	4	0	23	28	30	1 050	15	159	10 363	391	12 009
Equipement du foyer	0	3	0	9	12	98	1 084	12	101	943	2 835	5 073
Electroménager	0	25	2	543	570	8	1 514	4	4 180	1 399	90	7 194
Produits bruns	1	668	26	914	1 607	5	403	1	2 915	504	44	3 870
Micro-informatique et téléphones	2	3 128	372	281	3 781	2	227	1	1 198	267	16	1 712
Produits d'entretien ménager	0	0	0	0	1	5	816	17	2	52	167	1 059
Textiles d'ameublement et linge pour la maison	0	1	0	1	2	702	63	39	11	322	135	1 270
Revêtements sols et murs	0	0	0	0	0	38	1 047	557	2	95	47	1 786
Quincaillerie, bricolage, peinture	6	2	0	2	5	62	16 611	251	30	304	246	17 505
Plantes, fleurs, graines, animaux de compagnie	0	5	0	0	6	1	512	1	1	43	34	592
Livres, journaux, papeterie	10	450	2	23	475	1	2	0	3	1	11	17
Vente et réparation de cycles	0	0	0	0	0	0	16	0	0	0	0	16
Sports et loisirs	0	417	2	23	442	0	2	1	23	0	1	28
Jeux et jouets	0	16	0	1	17	0	0	0	1	44	0	46
Autres produits non alimentaires	23	12	0	0	12	2	199	1	14	35	62	313
Charbons et combustibles	100	0	0	0	1	0	27	0	0	0	5	32
TOTAL AUTRES PRODUITS NON ALIMENTAIRES	143	4 732	405	1 821	6 959	954	23 571	901	8 641	14 373	4 083	52 523
TOTAL NON ALIMENTAIRE	14 572	5 025	408	1 843	7 276	1 167	23 688	915	8 668	14 439	4 122	53 000
Voitures particulières d'occasion	13	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	53	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
TOTAL AUTOMOBILE	68	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
TOTAL ALIMENTAIRE, NON ALIMENTAIRE ET AUTOMOBILE	15 054	5 029	408	1 843	7 280	1 168	23 690	918	8 670	14 440	4 126	53 012

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 2010

Millions d'euros courants

SECTEURS D'ACTIVITE	Culture-loisirs					Habillement-chaussures			Autres équipements de la personne				
	Livres, journaux, papeterie	Enregistrements musicaux et vidéo	Articles de sport	Jeux et jouets	TOTAL	Habillement	Chaussures	TOTAL	Maroquinerie et articles de voyage	Parfumerie et produits de beauté	Horlogerie-bijouterie	Optique, photographie	TOTAL
PRODUITS													
Pain, pâtisserie	4	0	0	0	4	0	0	0	0	0	0	0	0
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	1
Poissons, crustacés, coquillages	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1
TOTAL PRODUITS ALIMENTAIRES FRAIS	4	0	0	0	5	1	0	1	1	1	2	0	3
Chocolaterie, confiserie	109	0	0	0	110	0	0	0	1	0	0	0	1
Vins, liqueurs et apéritifs	0	0	0	0	0	3	0	3	0	77	1	0	78
Boissons non alcoolisées, cidres et bières	0	0	0	0	0	2	0	2	0	0	1	0	1
Epicerie, produits alimentaires divers	19	0	1	0	20	10	0	10	1	49	3	0	52
TOTAL AUTRES PRODUITS ALIMENTAIRES	129	1	1	1	131	15	0	15	2	126	4	0	133
Tabac et cigarettes	4 363	0	0	13	4 376	2	0	2	0	72	0	0	73
TOTAL ALIMENTAIRE	4 496	1	1	14	4 512	18	0	18	3	199	6	0	209
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	18	0	18	1	1	0	1	2
TOTAL PRODUITS LIES A L'AUTOMOBILE	0	0	23	0	23	18	0	18	1	1	0	1	2
Produits pharmaceutiques	0	0	0	0	0	27	1	28	1	469	5	2	477
Matériels médicaux et orthopédiques	0	0	7	0	8	9	2	11	0	32	80	18	130
TOTAL PHARMACIE	0	0	7	0	8	36	3	39	1	500	85	20	606
Habillement	12	28	1 729	2	1 772	25 416	307	25 723	249	4	16	3	271
Chaussures	0	0	36	0	36	1 635	5 266	6 902	73	2	8	1	84
Maroquinerie, articles de voyage	3	0	2	0	5	214	198	412	1 797	1	1	1	1 800
Parfumerie et produits d'hygiène	1	0	0	0	1	128	2	129	2	4 253	10	1	4 266
Optique et photographie	7	0	0	0	7	27	1	28	2	1	5	5 690	5 698
Horlogerie, bijouterie	0	0	0	0	0	41	1	42	16	27	3 463	2	3 508
TOTAL EQUIPEMENT DE LA PERSONNE	23	28	1 768	3	1 822	27 461	5 774	33 235	2 139	4 287	3 503	5 698	15 627
Meubles, literie	5	0	0	0	6	28	0	28	0	0	1	0	2
Equipelement du foyer	3	0	1	0	4	74	1	75	0	0	4	1	5
Electroménager	7	0	0	0	8	17	0	17	0	0	1	0	1
Produits bruns	0	0	39	0	40	6	0	6	0	0	2	0	2
Micro-informatique et téléphones	8	85	0	6	99	8	0	8	0	0	5	0	5
Produits d'entretien ménager	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1
Textiles d'ameublement et linge pour la maison	1	0	0	0	1	137	14	151	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	32	0	33	11	3	14	0	1	3	1	4
Plantes, fleurs, graines, animaux de compagnie...	0	0	4	0	5	68	4	72	1	3	17	4	26
Livres, journaux, papeterie	4 293	178	24	31	4 525	2	0	2	3	0	1	0	3
Vente et réparation de cycles	0	7	1 198	0	1 206	0	0	0	0	0	0	0	0
Sports et loisirs	125	210	5 682	2	6 019	9	0	9	0	0	2	0	2
Jeux et jouets	7	17	10	1 661	1 695	2	0	2	2	0	1	0	2
Autres produits non alimentaires	80	1	0	11	93	39	0	39	0	0	70	13	83
Charbons et combustibles	0	0	0	0	1	29	1	30	0	1	4	1	6
TOTAL AUTRES PRODUITS NON ALIMENTAIRES	4 532	497	6 992	1 713	13 734	431	23	453	7	6	113	20	145
TOTAL NON ALIMENTAIRE	4 555	526	8 790	1 716	15 587	27 945	5 800	33 745	2 147	4 794	3 701	5 739	16 381
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	9 051	526	8 791	1 730	20 098	27 963	5 800	33 763	2 150	4 993	3 707	5 739	16 589

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 2010

Millions d'euros courants

SECTEURS D'ACTIVITE	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	6	0	6
Poissons, crustacés, coquillages	0	0	0	1	0	1
TOTAL PRODUITS ALIMENTAIRES FRAIS	0	0	0	11	0	11
Chocolaterie, confiserie	0	0	4	0	0	4
Vins, liqueurs et apéritifs	0	0	16	4	0	20
Boissons non alcoolisées, cidres et bières	0	0	42	3	0	44
Epicerie, produits alimentaires divers	443	66	1	63	0	131
TOTAL AUTRES PRODUITS ALIMENTAIRES	444	66	62	69	1	199
Tabac et cigarettes	0	0	0	207	41	248
TOTAL ALIMENTAIRE	444	67	63	287	41	457
Pneumatiques	0	0	1	0	0	1
Pièces détachées et équipements automobiles	0	0	4	2	0	5
Vente et réparation de motocycles	0	0	0	0	0	0
Carburants et lubrifiants	3	55	864	37	0	957
TOTAL PRODUITS LIES A L'AUTOMOBILE	3	55	869	39	0	963
Produits pharmaceutiques	35 944	2	2	7	6	16
Matériels médicaux et orthopédiques	2 764	1	0	3	3	7
TOTAL PHARMACIE	38 708	3	2	9	8	23
Habillement	33	132	2	167	52	353
Chaussures	11	7	0	9	2	18
Maroquinerie, articles de voyage	4	0	0	2	1	3
Parfumerie et produits d'hygiène	2 041	1	0	22	2	25
Optique et photographie	6	2	0	102	1	105
Horlogerie, bijouterie	11	2	0	43	7	52
TOTAL EQUIPEMENT DE LA PERSONNE	2 107	144	3	345	65	556
Meubles, literie	2	117	0	133	110	361
Equipelement du foyer	4	546	1	351	1	899
Electroménager	0	10	1	30	0	41
Produits bruns	0	1	0	12	434	446
Micro-informatique et téléphones	0	0	0	39	1	41
Produits d'entretien ménager	1	8	1	7	0	16
Textiles d'ameublement et linge pour la maison	0	16	0	48	2	66
Revêtements sols et murs	0	8	1	11	0	20
Quincaillerie, bricolage, peinture	3	657	47	293	38	1 035
Plantes, fleurs, graines, animaux de compagnie...	26	6 336	1	63	6	6 406
Livres, journaux, papeterie	0	10	0	120	64	194
Vente et réparation de cycles	0	4	0	0	0	4
Sports et loisirs	0	24	0	60	2	86
Jeux et jouets	0	0	0	10	40	50
Autres produits non alimentaires	4	143	2	3 096	1 219	4 459
Charbons et combustibles	9	8	2 711	102	3	2 824
TOTAL AUTRES PRODUITS NON ALIMENTAIRES	50	7 890	2 764	4 375	1 920	16 949
TOTAL NON ALIMENTAIRE	40 868	8 092	3 638	4 768	1 994	18 492
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	3	0	0	3
TOTAL AUTOMOBILE	0	0	3	0	0	3
TOTAL ALIMENTAIRE, NON ALIMENTAIRE ET AUTOMOBILE	41 312	8 159	3 703	5 055	2 035	18 952

Tableau II-3 A

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

Année 2011p

Millions d'euros courants

SECTEURS D'ACTIVITE	Commerce de détail	Activités artisanales	Commerce et réparation automobile	Commerce de gros et intermédiaires du commerce	Ventes au détail des autres secteurs	TOTAL DES VENTES	Consommations intermédiaires et correction pour biens existants	CONSOMMATION COMMERCIALISABLE
PRODUITS								
Pain, pâtisserie	4 143	11 681	0	3	203	16 029	1 869	14 160
Fruits et légumes	20 987	8	0	142	16	21 154	354	20 800
Viandes et produits dérivés	32 913	1 933	16	201	341	35 404	1 098	34 306
Poissons, crustacés, coquillages	8 802	10	0	52	0	8 864	422	8 441
TOTAL PRODUITS ALIMENTAIRES FRAIS	66 845	13 631	16	398	560	81 450	3 743	77 707
Chocolaterie, confiserie	7 496	538	4	20	14	8 071	384	7 687
Vins, liqueurs et apéritifs	16 683	159	2	218	49	17 111	2 852	14 259
Boissons non alcoolisées, cidres et bières	11 377	130	1	167	429	12 104	576	11 528
Epicerie, produits alimentaires divers	55 673	286	2	505	1 065	57 531	2 948	54 584
TOTAL AUTRES PRODUITS ALIMENTAIRES	91 228	1 113	9	911	1 558	94 818	6 760	88 058
Tabac et cigarettes	14 491	2	1	31	4 546	19 071	0	19 071
TOTAL ALIMENTAIRE	172 564	14 746	25	1 339	6 664	195 339	10 503	184 836
Pneumatiques	44	0	2 532	13	10	2 599	695	1 904
Pièces détachées et équipements automobiles	1 257	0	28 379	302	340	30 279	6 305	23 974
Vente et réparation de motocycles	13	0	2 040	1	0	2 054	113	1 941
Carburants et lubrifiants	42 600	1	2 200	2 417	1 273	48 491	5 195	43 295
TOTAL PRODUITS LIES A L'AUTOMOBILE	43 914	1	35 152	2 733	1 623	83 422	12 308	71 114
Produits pharmaceutiques	36 962	0	0	103	1 690	38 754	0	38 754
Matériels médicaux et orthopédiques	3 557	0	0	46	385	3 989	12	3 977
TOTAL PHARMACIE	40 519	0	0	149	2 075	42 743	12	42 731
Habillement	39 493	0	0	490	397	40 380	6 388	33 992
Chaussures	8 977	0	0	89	62	9 128	231	8 897
Maroquinerie, articles de voyage	3 129	0	0	8	157	3 294	157	3 137
Parfumerie et produits de beauté	18 876	0	0	205	954	20 035	354	19 681
Optique et photographie	7 035	0	0	66	151	7 252	224	7 028
Horlogerie, bijouterie	5 241	0	0	56	107	5 404	14	5 390
TOTAL EQUIPEMENT DE LA PERSONNE	82 751	1	0	914	1 828	85 493	7 369	78 124
Meubles, literie	14 537	0	0	210	211	14 958	727	14 231
Equipement du foyer	10 664	0	0	105	160	10 930	2 411	8 519
Electroménager	11 150	0	0	162	476	11 788	1 965	9 824
Produits bruns	8 049	0	0	64	235	8 348	1 333	7 015
Micro-informatique et téléphones	9 358	0	4	390	3 961	13 713	2 743	10 970
Produits d'entretien ménager	7 144	0	0	49	27	7 219	2 135	5 084
Textiles d'ameublement et linge pour la maison	3 618	0	0	15	120	3 752	899	2 854
Revêtements sols et murs	2 232	0	0	352	82	2 666	1 312	1 354
Quincaillerie, bricolage, peinture	22 061	0	106	2 606	957	25 731	10 267	15 464
Plantes, fleurs, graines, animaux de compagnie...	9 843	0	0	316	322	10 480	499	9 981
Livres, journaux, papeterie	8 548	21	0	78	4 318	12 965	184	12 781
Vente et réparation de cycles	1 367	0	191	0	7	1 565	204	1 361
Sports et loisirs	8 696	0	8	4	323	9 032	1 505	7 526
Jeux et jouets	3 081	0	0	16	26	3 123	31	3 092
Autres produits non alimentaires	6 581	1	0	29	2 025	8 637	4 903	3 734
Charbons et combustibles	4 401	0	24	5 269	110	9 805	1 120	8 685
TOTAL AUTRES PRODUITS NON ALIMENTAIRES	131 329	22	335	9 665	13 361	154 712	32 238	122 475
TOTAL NON ALIMENTAIRE	298 513	24	35 487	13 461	18 886	366 371	51 926	314 444
Voitures particulières d'occasion	17	0	28 218	640	664	29 540	19 197	10 343
Voitures particulières neuves	2	0	37 360	792	765	38 919	11 703	27 216
Caravanes, remorques	0	0	1 351	24	52	1 427	238	1 189
Entretien et réparation automobile	81	0	16 209	99	923	17 312	2 885	14 427
TOTAL AUTOMOBILE	100	0	83 137	1 557	2 404	87 199	34 023	53 175
TOTAL ALIMENTAIRE, NON ALIMENTAIRE ET AUTOMOBILE	471 177	14 770	118 649	16 357	27 955	648 908	96 452	552 456

Tableau II-3 B

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

Année 2011p

Millions d'euros courants

SECTEURS D'ACTIVITE	TOTAL commerce de détail et activités artisanales	Détail alimentaire en magasin spécialisé ou de petite surface			GSA	Détail non alimentaire en magasin					Commerce hors magasin			
		TOTAL	Commerces alimentaires spécialisés et activités artisanales	Petites surfaces d'alimentation générale et magasins de produits surgelés		TOTAL	Non alimentaire non spécialisé	Magasins non alimentaires spécialisés, hors pharmacie et carburant	Carbu- rant	Phar- macies	TOTAL	Vente à distance	Autres formes de ventes hors magasin	
PRODUITS														
Pain, pâtisserie	15 824	12 036	11 950	86	3 632	7	1	6	0	0	149	18	131	
Fruits et légumes	20 995	4 075	2 293	1 782	15 459	8	1	7	0	0	1 453	150	1 303	
Viandes et produits dérivés	34 846	10 016	8 658	1 358	22 813	12	2	9	0	0	2 005	188	1 817	
Poissons, crustacés, coquillages	8 812	1 318	865	452	6 716	3	0	3	0	0	775	131	644	
TOTAL PRODUITS ALIMENTAIRES FRAIS	80 476	27 444	23 766	3 678	48 620	30	5	25	0	0	4 383	486	3 896	
Chocolaterie, confiserie	8 033	2 735	1 732	1 003	4 215	421	0	133	288	0	663	50	613	
Vins, liqueurs et apéritifs	16 842	5 069	3 904	1 165	10 278	238	30	116	92	0	1 256	415	841	
Boissons non alcoolisées, cidres et bières	11 507	1 793	885	908	8 723	138	1	67	69	0	854	266	588	
Epicerie, produits alimentaires divers	55 959	8 722	2 645	6 076	43 414	1 164	251	273	93	546	2 660	1 293	1 367	
TOTAL AUTRES PRODUITS ALIMENTAIRES	92 341	18 319	9 167	9 152	66 629	1 960	282	590	542	546	5 433	2 024	3 409	
Tabac et cigarettes	14 493	9 097	8 680	417	71	5 117	42	5 029	45	0	208	156	51	
TOTAL ALIMENTAIRE	187 310	54 860	41 612	13 248	115 320	7 107	329	5 644	587	547	10 023	2 667	7 356	
Pneumatiques	44	0	0	0	0	44	0	1	43	0	0	0	0	
Pièces détachées et équipements automobiles	1 257	20	5	15	956	274	9	90	174	0	7	5	2	
Vente et réparation de motocycles	13	0	0	0	0	10	0	10	0	0	2	2	0	
Carburants et lubrifiants	42 600	453	176	278	25 080	16 921	2	1 004	15 912	3	146	48	97	
TOTAL PRODUITS LIES A L'AUTOMOBILE	43 915	474	181	293	26 036	17 249	11	1 106	16 129	3	155	56	100	
Produits pharmaceutiques	36 962	1	0	1	57	36 900	0	519	0	36 382	3	3	0	
Matériels médicaux et orthopédiques	3 557	1	0	0	2	3 096	0	168	0	2 928	459	78	380	
TOTAL PHARMACIE	40 519	1	1	1	60	39 996	0	687	0	39 309	462	81	381	
Habillement	39 493	57	13	44	3 818	31 425	2 830	28 564	0	31	4 192	3 194	998	
Chaussures	8 977	10	0	10	790	7 377	179	7 186	0	11	800	571	229	
Maroquinerie, articles de voyage	3 129	3	1	2	179	2 803	234	2 565	0	4	143	129	14	
Parfumerie et produits d'hygiène	18 877	726	360	366	9 687	7 572	602	4 739	0	2 231	891	750	141	
Optique et photographie	7 035	6	0	5	462	6 390	1	6 383	0	6	178	174	3	
Hortogerie, bijouterie	5 241	7	2	5	419	4 526	519	3 994	0	12	289	278	11	
TOTAL EQUIPEMENT DE LA PERSONNE	82 751	809	376	433	15 355	60 093	4 365	53 431	0	2 296	6 495	5 097	1 397	
Meubles, literie	14 537	6	0	5	452	12 966	279	12 685	0	2	1 113	847	266	
Equipelement du foyer	10 665	104	20	85	2 364	7 153	900	6 248	0	4	1 044	649	395	
Electroménager	11 150	30	6	24	1 939	8 168	71	8 097	0	0	1 014	892	122	
Produits bruns	8 049	18	0	18	1 862	5 523	6	5 516	1	0	646	617	28	
Micro-informatique et téléphones	9 358	35	7	29	2 029	5 935	25	5 907	3	0	1 359	1 297	62	
Produits d'entretien ménager	7 144	219	7	212	5 183	1 339	153	1 186	0	1	403	47	356	
Textiles d'ameublement et linge pour la maison	3 618	15	1	14	767	2 031	520	1 510	0	0	805	569	236	
Revêtements sols et murs	2 232	3	0	2	177	1 974	64	1 911	0	0	78	76	1	
Quincaillerie, bricolage, peinture	22 061	33	13	20	1 780	19 459	214	19 236	7	3	789	320	469	
Plantes, fleurs, graines, animaux de compagnie...	9 843	21	1	20	1 687	7 524	48	7 449	0	27	611	271	340	
Livres, journaux, papeterie	8 568	773	632	142	2 128	5 289	90	5 187	12	0	378	282	96	
Vente et réparation de cycles	1 367	1	0	1	76	1 278	0	1 278	0	0	12	5	6	
Sports et loisirs	8 696	50	37	13	1 176	6 797	29	6 768	0	0	674	583	91	
Jeux et jouets	3 081	10	0	10	724	2 080	121	1 959	0	0	267	239	29	
Autres produits non alimentaires	6 582	120	101	19	233	5 395	191	5 171	28	4	835	628	207	
Charbons et combustibles	4 401	76	34	42	433	3 535	30	3 367	127	10	358	58	300	
TOTAL AUTRES PRODUITS NON ALIMENTAIRES	131 351	1 513	858	655	23 008	96 445	2 740	93 475	179	51	10 385	7 381	3 004	
TOTAL NON ALIMENTAIRE	298 536	2 797	1 415	1 382	64 459	213 783	7 117	148 698	16 308	41 660	17 497	12 615	4 882	
Voitures particulières d'occasion	17	0	0	0	0	16	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	67	0	3	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	485 947	57 658	43 029	14 630	179 793	220 976	7 446	154 345	16 977	42 207	27 520	15 282	12 238	

Tableau II-3 C

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

Année 2011p

Millions d'euros courants

SECTEURS D'ACTIVITE	Détail alimentaire spécialisé et activités artisanales								Petites surfaces d'alimentation générale et magasins de produits surgelés	TOTAL détail alimentaire en magasin spécialisé ou de petite surface et artisanat
	Boulangeries, pâtisseries	Boucheries, charcuteries	Fruits et légumes	Poissonnerie	Boissons	Tabac	Autres commerces de détail alimentaire	TOTAL ALIMEN-TAIRE SPECIA-LISE		
PRODUITS										
Pain, pâtisserie	11 823	4	35	0	2	9	77	11 950	86	12 036
Fruits et légumes	3	80	1 758	5	19	0	427	2 293	1 782	4 075
Viandes et produits dérivés	3	8 250	238	1	13	1	153	8 658	1 358	10 016
Poissons, crustacés, coquillages	0	17	77	706	1	0	64	865	452	1 318
TOTAL PRODUITS ALIMENTAIRES FRAIS	11 830	8 351	2 107	713	34	10	720	23 766	3 678	27 444
Chocolaterie, confiserie	1 448	2	31	0	74	42	135	1 732	1 003	2 735
Vins, liqueurs et apéritifs	168	46	550	2	2 944	21	173	3 904	1 165	5 069
Boissons non alcoolisées, cidres et bières	134	33	31	0	500	2	183	885	908	1 793
Epicerie, produits alimentaires divers	456	444	123	21	107	15	1 478	2 645	6 076	8 722
TOTAL AUTRES PRODUITS ALIMENTAIRES	2 207	526	736	23	3 625	79	1 970	9 167	9 152	18 319
Tabac et cigarettes	170	0	0	0	40	8 448	21	8 680	417	9 097
TOTAL ALIMENTAIRE	14 208	8 877	2 844	736	3 699	8 538	2 710	41 612	13 248	54 860
Pneumatiques	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Pièces détachées et équipements automobiles	2	0	0	0	1	0	1	5	15	20
Vente et réparation de motocycles	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Carburants et lubrifiants	86	0	0	0	37	33	19	176	278	453
TOTAL PRODUITS LIES A L'AUTOMOBILE	89	0	0	0	39	34	20	181	293	474
Produits pharmaceutiques	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1
Matériels médicaux et orthopédiques	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
TOTAL PHARMACIE	0	0	0	0	0	0	0	1	1	1
Habillement	1	0	0	0	1	6	5	13	44	57
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	1	0	2	0	84	131	142	360	366	726
Optique et photographie	0	0	0	0	0	0	0	0	5	6
Horlogerie, bijouterie	0	0	0	0	1	1	0	2	5	7
TOTAL EQUIPEMENT DE LA PERSONNE	2	0	2	0	86	138	148	376	433	809
Meubles, literie	0	0	0	0	0	0	0	0	5	6
Equipelement du foyer	3	0	0	0	0	0	16	20	85	104
Electroménager	0	0	0	0	0	6	0	6	24	30
Produits bruns	0	0	0	0	0	0	0	0	18	18
Micro-informatique et téléphones	0	0	0	0	1	6	0	7	29	35
Produits d'entretien ménager	0	7	0	0	0	0	0	7	212	219
Textiles d'ameublement et linge pour la maison	0	0	0	0	0	0	0	1	14	15
Revêtements sols et murs	0	0	0	0	0	0	0	0	2	3
Quincaillerie, bricolage, peinture	0	0	0	0	0	0	12	13	20	33
Plantes, fleurs, graines, animaux de compagnie...	0	0	0	0	0	0	0	1	20	21
Livres, journaux, papeterie	28	0	0	0	2	600	1	632	142	773
Vente et réparation de cycles	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1
Sports et loisirs	1	0	0	0	0	36	0	37	13	50
Jeux et jouets	0	0	0	0	0	0	0	0	10	10
Autres produits non alimentaires	6	0	0	0	1	93	2	101	19	120
Charbons et combustibles	0	0	0	0	32	0	1	34	42	76
TOTAL AUTRES PRODUITS NON ALIMENTAIRES	37	7	1	0	38	741	34	858	655	1 513
TOTAL NON ALIMENTAIRE	128	8	3	0	163	912	201	1 415	1 382	2 797
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	14 336	8 885	2 847	736	3 862	9 451	2 912	43 029	14 630	57 658

Tableau II-3 D

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

Année 2011p

Millions d'euros courants

SECTEURS D'APPARTENANCE DES MAGASINS	Grandes surfaces d'alimentation générale				Petites surfaces d'alimentation générale et produits surgelés			
	Hyper- marchés	Super- marchés	Magasins multi- commerces	TOTAL	Commerces de détail de produits surgelés	Commerces d'alimentation générale	Supérettes	TOTAL
PRODUITS								
Pain, pâtisserie	2 332	1 216	84	3 632	0	20	66	86
Fruits et légumes	8 195	7 043	221	15 459	314	797	671	1 782
Viandes et produits dérivés	12 319	10 070	425	22 813	286	382	690	1 358
Poissons, crustacés, coquillages	4 166	2 516	34	6 716	345	18	90	452
TOTAL PRODUITS ALIMENTAIRES FRAIS	27 012	20 844	764	48 620	945	1 217	1 516	3 678
Chocolaterie, confiserie	2 214	1 998	3	4 215	0	420	582	1 003
Vins, liqueurs et apéritifs	5 505	4 594	179	10 278	0	535	630	1 165
Boissons non alcoolisées, cidres et bières	5 224	3 361	137	8 723	0	411	498	908
Epicerie, produits alimentaires divers	22 967	19 377	1 070	43 414	937	2 518	2 621	6 076
TOTAL AUTRES PRODUITS ALIMENTAIRES	35 910	29 329	1 390	66 629	937	3 884	4 331	9 152
Tabac et cigarettes	16	34	21	71	0	348	69	417
TOTAL ALIMENTAIRE	62 937	50 208	2 175	115 320	1 882	5 450	5 916	13 248
Pneumatiques	0	0	0	0	0	0	0	0
Pièces détachées et équipements automobiles	868	86	2	956	0	4	11	15
Vente et réparation de motocycles	0	0	0	0	0	0	0	0
Carburants et lubrifiants	11 068	13 978	34	25 080	0	42	236	278
TOTAL PRODUITS LIÉS A L'AUTOMOBILE	11 936	14 064	36	26 036	0	46	247	293
Produits pharmaceutiques	36	21	0	57	0	0	0	1
Matériels médicaux et orthopédiques	0	1	1	2	0	0	0	0
TOTAL PHARMACIE	36	22	2	60	0	0	0	1
Habillement	2 926	594	298	3 818	0	13	31	44
Chaussures	650	138	2	790	0	3	7	10
Maroquinerie, articles de voyage	157	21	1	179	0	1	2	2
Parfumerie et produits d'hygiène	6 446	2 886	355	9 687	0	119	247	366
Optique et photographie	417	43	1	462	0	2	4	5
Horlogerie, bijouterie	389	29	1	419	0	1	4	5
TOTAL EQUIPEMENT DE LA PERSONNE	10 985	3 711	659	15 355	0	139	294	433
Meubles, literie	366	85	1	452	0	1	4	5
Equipement du foyer	1 439	887	38	2 364	0	8	77	85
Electroménager	1 651	283	4	1 939	0	6	18	24
Produits bruns	1 752	107	3	1 862	0	5	13	18
Micro-informatique et téléphones	1 820	185	24	2 029	0	8	20	29
Produits d'entretien ménager	2 702	2 475	7	5 183	0	91	121	212
Textiles d'ameublement et linge pour la maison	627	126	14	767	0	3	11	14
Revêtements sols et murs	79	98	0	177	0	0	2	2
Quincaillerie, bricolage, peinture	1 355	367	59	1 780	0	5	15	20
Plantes, fleurs, graines, animaux de compagnie...	1 102	582	3	1 687	0	5	15	20
Livres, journaux, papeterie	1 680	415	33	2 128	0	78	63	142
Vente et réparation de cycles	63	13	0	76	0	0	1	1
Sports et loisirs	1 010	131	34	1 176	0	4	10	13
Jeux et jouets	624	85	15	724	0	2	7	10
Autres produits non alimentaires	141	83	10	233	0	2	17	19
Charbons et combustibles	282	150	1	433	0	28	14	42
TOTAL AUTRES PRODUITS NON ALIMENTAIRES	16 692	6 069	247	23 008	1	247	408	655
TOTAL NON ALIMENTAIRE	39 650	23 867	943	64 459	1	432	949	1 382
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	2	14	0	0	0	0
TOTAL AUTOMOBILE	10	2	2	14	0	0	0	0
TOTAL ALIMENTAIRE, NON ALIMENTAIRE ET AUTOMOBILE	102 597	74 077	3 119	179 793	1 883	5 882	6 865	14 630

Tableau II-3 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 2011p

Millions d'euros courants

SECTEURS D'ACTIVITE	Carburant	Technologie de l'information et de la communication				Equipelement du foyer						
		Ordinateurs, unités périphériques et logiciels	Matériels de télécommunication	Matériels audio et vidéo	TOTAL	Textiles	Quincaillerie, peintures et verres	Tapis, moquettes, revêtement des sols et murs	Electroménager	Meubles	Autres équipements du foyer	TOTAL
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	0	0	0	0	1
Chocolaterie, confiserie	288	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Vins, liqueurs et apéritifs	92	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1
Boissons non alcoolisées, cidres et bières	69	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
Epicerie, produits alimentaires divers	93	2	0	0	2	1	2	2	1	0	3	8
TOTAL AUTRES PRODUITS ALIMENTAIRES	542	3	0	0	3	1	2	3	1	0	4	11
Tabac et cigarettes	45	1	0	0	1	0	0	0	1	0	1	3
TOTAL ALIMENTAIRE	587	5	0	0	5	1	3	4	2	1	5	15
Pneumatiques	43	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Pièces détachées et équipements automobiles	174	0	1	0	1	0	58	0	0	0	1	59
Vente et réparation de motocycles	0	0	0	0	0	0	10	0	0	0	0	10
Carburants et lubrifiants	15 912	0	0	0	0	0	3	0	0	0	1	5
TOTAL PRODUITS LIES A L'AUTOMOBILE	16 129	0	1	0	1	0	71	0	0	0	2	74
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	2
TOTAL PHARMACIE	0	1	0	0	1	0	0	0	0	0	1	2
Habillement	0	4	0	0	4	200	38	5	2	52	30	328
Chaussures	0	1	0	0	1	0	0	1	0	0	1	2
Maroquinerie, articles de voyage	0	0	0	0	0	0	0	6	0	0	1	7
Parfumerie et produits d'hygiène	0	1	0	0	2	0	0	1	1	0	1	4
Optique et photographie	0	295	1	23	319	0	0	0	26	0	1	27
Horlogerie, bijouterie	0	1	0	0	1	0	0	0	0	9	1	10
TOTAL EQUIPEMENT DE LA PERSONNE	0	302	2	23	326	200	39	14	29	61	34	378
Meubles, literie	0	4	0	26	30	31	1 127	16	174	10 475	409	12 232
Equipelement du foyer	0	4	0	9	13	101	1 142	12	108	936	2 913	5 213
Electroménager	0	26	2	571	598	8	1 565	4	4 402	1 362	91	7 432
Produits bruns	1	611	24	849	1 484	4	368	1	2 715	434	39	3 561
Micro-informatique et téléphones	3	3 271	392	298	3 961	2	237	1	1 276	263	17	1 796
Produits d'entretien ménager	0	1	0	0	1	6	905	17	2	54	181	1 165
Textiles d'ameublement et linge pour la maison	0	1	0	1	2	712	65	38	12	314	136	1 277
Revêtements sols et murs	0	0	0	0	0	41	1 129	571	3	96	49	1 888
Quincaillerie, bricolage, peinture	7	2	0	3	5	63	17 223	248	31	297	249	18 111
Plantes, fleurs, graines, animaux de compagnie	0	6	0	0	6	1	532	1	2	42	34	612
Livres, journaux, papeterie	12	474	2	25	502	1	2	0	3	1	11	18
Vente et réparation de cycles	0	0	0	0	0	0	16	0	0	0	0	16
Sports et loisirs	0	419	2	24	445	0	2	1	24	0	1	28
Jeux et jouets	0	17	0	1	18	0	0	0	1	44	0	46
Autres produits non alimentaires	28	12	0	0	13	2	212	1	15	35	64	330
Charbons et combustibles	127	0	0	0	1	0	30	0	0	0	5	35
TOTAL AUTRES PRODUITS NON ALIMENTAIRES	179	4 848	423	1 808	7 079	972	24 555	912	8 768	14 354	4 200	53 760
TOTAL NON ALIMENTAIRE	16 308	5 151	426	1 831	7 407	1 173	24 666	926	8 797	14 415	4 237	54 214
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	16 977	5 155	426	1 831	7 412	1 173	24 669	929	8 799	14 416	4 243	54 229

Tableau II-3 F
Ventes au détail par produit : commerce de détail non alimentaire spécialisé
(culture-loisirs, habillement-chaussures, autres équipements de la personne)

Année 2011p

Millions d'euros courants

SECTEURS D'ACTIVITE	Culture-loisirs					Habillement-chaussures			Autres équipements de la personne				
	Livres, journaux, papeterie	Enregistrements musicaux et vidéo	Articles de sport	Jeux et jouets	TOTAL	Habillement	Chaussures	TOTAL	Maroquinerie et articles de voyage	Parfumerie et produits de beauté	Horlogerie-bijouterie	Optique, photographie	TOTAL
PRODUITS													
Pain, pâtisserie	5	0	0	0	5	0	0	0	0	0	0	0	0
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	6	0	0	0	6	1	0	1	1	1	2	0	4
Chocolaterie, confiserie	125	0	0	1	126	0	0	0	1	0	0	0	2
Vins, liqueurs et apéritifs	0	0	0	0	0	3	0	3	0	85	1	0	87
Boissons non alcoolisées, cidres et bières	0	0	0	0	0	2	0	2	0	0	1	0	1
Epicerie, produits alimentaires divers	23	0	1	1	25	14	0	14	1	59	3	0	63
TOTAL AUTRES PRODUITS ALIMENTAIRES	148	1	1	1	152	20	0	20	3	144	5	0	152
Tabac et cigarettes	4 651	0	0	15	4 667	2	0	2	0	80	1	0	81
TOTAL ALIMENTAIRE	4 805	1	1	17	4 824	23	0	23	4	226	7	0	237
Pneumatiques	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Pièces détachées et équipements automobiles	0	0	24	0	24	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	18	0	18	1	1	0	1	2
TOTAL PRODUITS LIES A L'AUTOMOBILE	0	0	24	0	24	18	0	18	1	1	0	1	2
Produits pharmaceutiques	0	0	0	0	0	29	1	30	1	463	6	2	472
Matériels médicaux et orthopédiques	0	0	8	0	8	10	2	12	0	32	85	20	137
TOTAL PHARMACIE	0	0	8	0	8	39	3	42	1	496	91	22	609
Habillement	11	24	1 714	2	1 751	25 593	293	25 886	240	4	15	3	262
Chaussures	0	0	37	0	38	1 737	5 305	7 042	75	2	8	1	86
Maroquinerie, articles de voyage	3	0	3	0	6	256	224	481	2 065	1	2	1	2 068
Parfumerie et produits d'hygiène	1	0	0	0	1	150	2	152	2	4 540	11	2	4 554
Optique et photographie	7	0	0	0	7	30	1	30	2	1	6	5 888	5 897
Horlogerie, bijouterie	0	0	0	0	0	48	1	49	18	28	3 830	2	3 879
TOTAL EQUIPEMENT DE LA PERSONNE	22	25	1 755	3	1 804	27 814	5 826	33 639	2 402	4 575	3 871	5 897	16 745
Meubles, literie	5	0	0	0	6	31	0	31	0	0	1	0	2
Equipelement du foyer	3	0	1	0	4	82	1	83	0	0	4	1	5
Electroménager	7	0	0	0	7	18	0	18	0	0	1	0	1
Produits bruns	0	0	37	0	38	5	0	5	0	0	1	0	1
Micro-informatique et téléphones	8	80	0	7	95	9	0	9	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	0	0	0	0	1	149	14	163	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	34	0	35	12	3	15	0	1	3	1	4
Plantes, fleurs, graines, animaux de compagnie...	0	0	5	0	5	74	4	78	1	3	18	4	27
Livres, journaux, papeterie	4 235	169	26	33	4 463	3	0	3	3	0	1	0	4
Vente et réparation de cycles	0	6	1 250	0	1 257	0	0	0	0	0	0	0	0
Sports et loisirs	120	190	5 888	2	6 200	10	0	10	0	0	2	0	2
Jeux et jouets	8	16	11	1 800	1 834	3	0	3	2	0	1	0	3
Autres produits non alimentaires	80	1	0	12	94	43	0	44	0	0	74	14	88
Charbons et combustibles	0	0	1	0	1	34	1	34	0	1	4	1	7
TOTAL AUTRES PRODUITS NON ALIMENTAIRES	4 469	462	7 253	1 855	14 039	473	23	496	7	6	119	21	152
TOTAL NON ALIMENTAIRE	4 491	486	9 041	1 858	15 876	28 344	5 852	34 196	2 410	5 077	4 081	5 940	17 508
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	9 296	487	9 042	1 874	20 700	28 367	5 852	34 219	2 414	5 303	4 088	5 940	17 745

Tableau II-3 G
Ventes au détail par produit : commerce de détail non alimentaire spécialisé
(pharmacie et commerce d'articles médicaux, autres magasins spécialisés)

Année 2011p

Millions d'euros courants

SECTEURS D'ACTIVITE	Pharmacie et commerce d'articles médicaux et orthopédiques	Autres magasins spécialisés				TOTAL
		Flours, plantes, graines, engrais...	Charbons et combustibles	Autres commerces de détail spécialisé	Commerce de biens d'occasion	
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	6	0	6
Poissons, crustacés, coquillages	0	0	0	1	0	1
TOTAL PRODUITS ALIMENTAIRES FRAIS	0	0	0	11	0	12
Chocolaterie, confiserie	0	0	5	0	0	5
Vins, liqueurs et apéritifs	0	0	20	4	0	24
Boissons non alcoolisées, cidres et bières	0	0	59	3	0	62
Epicerie, produits alimentaires divers	546	85	1	74	0	161
TOTAL AUTRES PRODUITS ALIMENTAIRES	546	85	85	82	1	252
Tabac et cigarettes	0	0	0	226	50	276
TOTAL ALIMENTAIRE	547	85	85	319	51	540
Pneumatiques	0	0	1	0	0	1
Pièces détachées et équipements automobiles	0	0	4	2	0	6
Vente et réparation de motocycles	0	0	0	0	0	0
Carburants et lubrifiants	3	54	891	34	0	979
TOTAL PRODUITS LIES A L'AUTOMOBILE	3	54	896	36	0	986
Produits pharmaceutiques	36 382	2	2	6	6	17
Matériels médicaux et orthopédiques	2 928	1	0	3	3	8
TOTAL PHARMACIE	39 309	3	3	9	9	24
Habillement	31	128	2	150	52	333
Chaussures	11	7	0	8	2	18
Maroquinerie, articles de voyage	4	0	0	2	1	3
Parfumerie et produits d'hygiène	2 231	1	0	23	2	26
Optique et photographie	6	2	0	99	1	102
Horlogerie, bijouterie	12	2	0	45	8	55
TOTAL EQUIPEMENT DE LA PERSONNE	2 296	141	3	327	67	538
Meubles, literie	2	127	0	134	124	385
Equipelement du foyer	4	581	1	346	1	930
Electroménager	0	10	1	29	1	41
Produits bruns	0	1	0	10	415	426
Micro-informatique et téléphones	0	1	0	39	1	40
Produits d'entretien ménager	1	9	1	8	0	18
Textiles d'ameublement et linge pour la maison	0	17	0	46	2	65
Revêtements sols et murs	0	9	1	12	0	21
Quincaillerie, bricolage, peinture	3	689	52	284	41	1 066
Plantes, fleurs, graines, animaux de compagnie...	27	6 652	1	61	7	6 721
Livres, journaux, papeterie	0	11	0	118	70	200
Vente et réparation de cycles	0	4	0	0	0	5
Sports et loisirs	0	25	0	56	2	83
Jeux et jouets	0	0	0	10	45	55
Autres produits non alimentaires	4	154	2	3 087	1 360	4 603
Charbons et combustibles	10	9	3 171	105	4	3 290
TOTAL AUTRES PRODUITS NON ALIMENTAIRES	51	8 299	3 230	4 346	2 073	17 948
TOTAL NON ALIMENTAIRE	41 660	8 497	4 131	4 718	2 150	19 497
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	3	0	0	3
TOTAL AUTOMOBILE	0	0	3	0	0	3
TOTAL ALIMENTAIRE, NON ALIMENTAIRE ET AUTOMOBILE	42 207	8 582	4 219	5 037	2 201	20 040

Tableau II-3 A

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

Année 2012p

Millions d'euros courants

SECTEURS D'ACTIVITE	Commerce de détail	Activités artisanales	Commerce et réparation automobile	Commerce de gros et intermédiaires du commerce	Ventes au détail des autres secteurs	TOTAL DES VENTES	Consommations inter-médiaires et correction pour biens existants	CONSOMMATION COMMERCIALISABLE
PRODUITS								
Pain, pâtisserie	4 376	11 991	0	4	265	16 635	1 940	14 695
Fruits et légumes	22 472	10	0	199	23	22 704	380	22 324
Viandes et produits dérivés	33 677	1 973	18	249	425	36 341	1 127	35 214
Poissons, crustacés, coquillages	8 927	10	0	63	0	9 000	429	8 571
TOTAL PRODUITS ALIMENTAIRES FRAIS	69 452	13 983	18	514	713	84 680	3 875	80 805
Chocolaterie, confiserie	7 798	506	5	24	17	8 349	398	7 951
Vins, liqueurs et apéritifs	17 006	146	2	253	57	17 463	2 910	14 552
Boissons non alcoolisées, cidres et bières	11 734	122	1	197	511	12 566	598	11 967
Epicerie, produits alimentaires divers	57 233	271	2	598	1 280	59 384	3 042	56 342
TOTAL AUTRES PRODUITS ALIMENTAIRES	93 770	1 044	10	1 072	1 865	97 761	6 949	90 812
Tabac et cigarettes	14 650	2	1	32	4 770	19 455	0	19 455
TOTAL ALIMENTAIRE	177 872	15 029	29	1 619	7 348	201 896	10 824	191 073
Pneumatiques	47	0	2 454	13	10	2 524	675	1 849
Pièces détachées et équipements automobiles	1 420	0	28 132	315	357	30 223	6 293	23 930
Vente et réparation de motocycles	11	0	1 920	1	0	1 931	106	1 825
Carburants et lubrifiants	44 179	1	2 029	2 331	1 233	49 773	5 333	44 440
TOTAL PRODUITS LIES A L'AUTOMOBILE	45 656	1	34 536	2 660	1 600	84 451	12 407	72 044
Produits pharmaceutiques	37 171	0	0	111	1 857	39 139	0	39 139
Matériels médicaux et orthopédiques	3 814	0	0	52	435	4 300	13	4 288
TOTAL PHARMACIE	40 985	0	0	163	2 292	43 440	13	43 427
Habillement	39 304	0	0	401	327	40 032	6 333	33 699
Chaussures	8 931	0	0	72	50	9 053	229	8 823
Maroquinerie, articles de voyage	3 446	0	0	8	139	3 592	171	3 421
Parfumerie et produits de beauté	19 790	0	0	202	956	20 948	370	20 578
Optique et photographie	7 227	0	0	66	152	7 445	230	7 215
Horlogerie, bijouterie	5 329	0	0	45	87	5 461	14	5 447
TOTAL EQUIPEMENT DE LA PERSONNE	84 027	0	0	793	1 712	86 532	7 348	79 184
Meubles, literie	14 179	0	0	186	188	14 553	708	13 845
Equipelement du foyer	10 831	0	0	96	148	11 075	2 443	8 632
Electroménager	11 462	0	0	150	444	12 055	2 009	10 046
Produits bruns	6 685	0	0	48	179	6 912	1 104	5 809
Micro-informatique et téléphones	9 926	0	4	383	3 954	14 266	2 853	11 413
Produits d'entretien ménager	7 383	0	0	45	25	7 454	2 205	5 249
Textiles d'ameublement et linge pour la maison	3 632	0	0	13	107	3 752	899	2 854
Revêtements sols et murs	2 224	0	0	319	75	2 617	1 288	1 329
Quincaillerie, bricolage, peinture	22 372	0	122	2 388	881	25 763	10 280	15 484
Plantes, fleurs, graines, animaux de compagnie...	10 171	0	0	299	307	10 777	513	10 263
Livres, journaux, papeterie	8 516	16	0	75	4 160	12 767	181	12 586
Vente et réparation de cycles	1 397	0	193	0	6	1 596	208	1 388
Sports et loisirs	8 386	0	6	3	260	8 655	1 443	7 213
Jeux et jouets	3 024	0	0	14	23	3 061	30	3 031
Autres produits non alimentaires	6 632	1	0	27	1 869	8 529	4 842	3 687
Charbons et combustibles	5 054	0	25	5 629	118	10 826	1 237	9 589
TOTAL AUTRES PRODUITS NON ALIMENTAIRES	131 872	17	351	9 674	12 745	154 659	32 241	122 418
TOTAL NON ALIMENTAIRE	302 540	18	34 886	13 290	18 349	369 082	52 010	317 072
Voitures particulières d'occasion	19	0	27 911	681	709	29 320	19 054	10 266
Voitures particulières neuves	2	0	33 960	778	753	35 494	11 216	24 277
Caravanes, remorques	0	0	1 250	24	52	1 327	221	1 105
Entretien et réparation automobile	90	0	16 034	104	970	17 198	2 866	14 332
TOTAL AUTOMOBILE	112	0	79 155	1 587	2 485	83 339	33 358	49 981
TOTAL ALIMENTAIRE, NON ALIMENTAIRE ET AUTOMOBILE	480 523	15 047	114 070	16 496	28 181	654 317	96 191	558 126

Tableau II-3 B

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

Année 2012p

Millions d'euros courants

SECTEURS D'ACTIVITE	TOTAL commerce de détail et activités artisanales	Détail alimentaire en magasin spécialisé ou de petite surface			GSA	Détail non alimentaire en magasin					Commerce hors magasin			
		TOTAL	Commerces alimentaires spécialisés et activités artisanales	Petites surfaces d'alimentation générale et magasins de produits surgelés		TOTAL	Non alimentaire non spécialisé	Magasins non alimentaires spécialisés hors pharmacie et carburant	Carburant	Pharmacies	TOTAL	Vente à distance	Autres formes de ventes hors magasin	
PRODUITS														
Pain, pâtisserie	16 367	12 400	12 303	97	3 793	9	1	8	0	0	165	26	138	
Fruits et légumes	22 482	4 714	2 574	2 140	16 044	13	2	10	0	0	1 712	230	1 482	
Viandes et produits dérivés	35 650	10 271	8 822	1 449	23 187	16	3	13	0	0	2 175	257	1 918	
Poissons, crustacés, coquillages	8 936	1 328	859	469	6 787	5	1	4	0	0	817	177	640	
TOTAL PRODUITS ALIMENTAIRES FRAIS	83 435	28 714	24 558	4 155	49 810	43	7	36	0	0	4 869	690	4 179	
Chocolaterie, confiserie	8 303	2 823	1 798	1 025	4 284	522	0	160	362	0	674	65	610	
Vins, liqueurs et apéritifs	17 151	5 091	3 925	1 166	10 389	296	40	143	113	0	1 376	528	848	
Boissons non alcoolisées, cidres et bières	11 856	1 836	905	930	8 899	175	1	86	88	0	946	346	600	
Epicerie, produits alimentaires divers	57 504	8 872	2 673	6 199	44 110	1 405	338	351	117	598	3 118	1 683	1 435	
TOTAL AUTRES PRODUITS ALIMENTAIRES	94 815	18 621	9 302	9 320	67 680	2 398	379	740	681	598	6 115	2 623	3 492	
Tabac et cigarettes	14 652	8 974	8 602	372	79	5 368	50	5 268	50	0	231	178	53	
TOTAL ALIMENTAIRE	192 901	56 309	42 462	13 847	117 569	7 809	436	6 044	731	599	11 214	3 490	7 724	
Pneumatiques	47	0	0	0	0	46	0	1	45	0	0	0	0	
Pièces détachées et équipements automobiles	1 420	18	5	14	1 080	314	11	109	194	0	8	6	2	
Vente et réparation de motocycles	11	0	0	0	0	9	0	9	0	0	2	2	0	
Carburants et lubrifiants	44 179	388	156	232	26 238	17 419	2	1 049	16 365	3	135	51	83	
TOTAL PRODUITS LIES A L'AUTOMOBILE	45 656	406	160	246	27 318	17 787	13	1 167	16 605	3	144	59	85	
Produits pharmaceutiques	37 171	1	0	1	69	37 097	0	599	0	36 498	4	4	0	
Matériels médicaux et orthopédiques	3 814	1	0	0	2	3 290	0	226	0	3 064	521	96	424	
TOTAL PHARMACIE	40 985	1	1	1	72	40 387	0	824	0	39 563	525	100	425	
Habillement	39 304	41	10	31	3 363	32 155	2 802	29 329	0	24	3 745	2 874	871	
Chaussures	8 931	7	0	7	696	7 523	174	7 340	0	9	705	506	199	
Maroquinerie, articles de voyage	3 446	2	1	2	172	3 133	250	2 879	0	4	138	125	13	
Parfumerie et produits d'hygiène	19 790	634	321	313	10 523	7 681	713	4 929	0	2 039	953	817	136	
Optique et photographie	7 227	5	0	5	500	6 528	1	6 521	0	6	195	191	3	
Horlogerie, bijouterie	5 329	5	1	4	365	4 703	507	4 187	0	9	256	247	9	
TOTAL EQUIPEMENT DE LA PERSONNE	84 027	694	333	361	15 618	61 722	4 448	55 184	0	2 090	5 992	4 760	1 232	
Meubles, literie	14 179	4	0	4	437	12 672	281	12 390	0	1	1 066	821	245	
Equippedu foyer	10 831	83	16	67	2 412	7 314	964	6 346	0	3	1 022	656	366	
Electroménager	11 462	25	6	19	1 954	8 463	79	8 384	0	0	1 019	907	112	
Produits bruns	6 685	12	0	11	1 511	4 631	5	4 625	1	0	531	511	21	
Micro-informatique et téléphones	9 926	31	6	24	2 156	6 273	28	6 242	3	0	1 466	1 406	59	
Produits d'entretien ménager	7 383	177	6	171	5 439	1 388	162	1 226	0	1	379	48	331	
Textiles d'ameublement et linge pour la maison	3 632	11	0	11	744	2 092	561	1 531	0	0	784	558	226	
Revêtements sols et murs	2 224	2	0	2	182	1 963	66	1 897	0	0	77	76	1	
Quincaillerie, bricolage, peinture	22 372	26	10	16	1 779	19 809	231	19 568	6	3	758	323	436	
Plantes, fleurs, graines, animaux de compagnie...	10 171	17	1	17	1 775	7 755	52	7 680	0	23	623	283	340	
Livres, journaux, papeterie	8 531	696	579	118	2 233	5 213	103	5 097	12	0	390	299	91	
Vente et réparation de cycles	1 397	1	0	1	67	1 319	0	1 319	0	0	10	5	5	
Sports et loisirs	8 386	37	28	9	1 010	6 759	27	6 732	0	0	580	511	69	
Jeux et jouets	3 024	7	0	7	690	2 069	123	1 946	0	0	257	231	26	
Autres produits non alimentaires	6 633	102	88	15	234	5 486	200	5 255	28	3	811	630	181	
Charbons et combustibles	5 054	71	32	39	514	4 081	37	3 890	145	10	388	68	320	
TOTAL AUTRES PRODUITS NON ALIMENTAIRES	131 889	1 302	771	531	23 138	97 287	2 918	94 128	195	46	10 162	7 332	2 830	
TOTAL NON ALIMENTAIRE	302 557	2 403	1 265	1 138	66 147	217 184	7 379	151 304	16 800	41 701	16 823	12 251	4 572	
Voitures particulières d'occasion	19	0	0	0	0	19	0	0	18	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	90	1	1	0	15	74	0	3	71	0	0	0	0	
TOTAL AUTOMOBILE	112	1	1	0	15	95	0	4	91	0	0	0	0	
TOTAL ALIMENTAIRE, NON ALIMENTAIRE ET AUTOMOBILE	495 570	58 714	43 728	14 986	183 731	225 088	7 815	157 351	17 622	42 300	28 037	15 741	12 296	

Tableau II-3 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

SECTEURS D'ACTIVITE	Détail alimentaire spécialisé et activités artisanales								Petites surfaces d'alimentation générale et magasins de produits surgelés	TOTAL détail alimentaire en magasin spécialisé ou de petite surface et artisanat
	Boulangeries, pâtisseries	Boucheries, charcuteries	Fruits et légumes	Poissonnerie	Boissons	Tabac	Autres commerces de détail alimentaire	TOTAL ALIMENTAIRE SPECIA-LISE		
PRODUITS										
Pain, pâtisserie	12 164	4	36	0	2	12	86	12 303	97	12 400
Fruits et légumes	5	92	1 935	6	24	1	513	2 574	2 140	4 714
Viandes et produits dérivés	4	8 407	233	1	14	1	163	8 822	1 449	10 271
Poissons, crustacés, coquillages	0	17	74	699	1	0	67	859	469	1 328
TOTAL PRODUITS ALIMENTAIRES FRAIS	12 172	8 520	2 277	706	41	13	829	24 558	4 155	28 714
Chocolaterie, confiserie	1 505	2	29	0	78	47	138	1 798	1 025	2 823
Vins, liqueurs et apéritifs	157	44	502	2	3 024	23	173	3 925	1 166	5 091
Boissons non alcoolisées, cidres et bières	128	32	29	0	526	3	187	905	930	1 836
Epicerie, produits alimentaires divers	468	432	115	20	113	17	1 508	2 673	6 199	8 872
TOTAL AUTRES PRODUITS ALIMENTAIRES	2 258	510	676	22	3 741	89	2 005	9 302	9 320	18 621
Tabac et cigarettes	163	0	0	0	36	8 384	18	8 602	372	8 974
TOTAL ALIMENTAIRE	14 593	9 031	2 953	729	3 818	8 487	2 852	42 462	13 847	56 309
Pneumatiques	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Pièces détachées et équipements automobiles	2	0	0	0	1	0	1	5	14	18
Vente et réparation de motocycles	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Carburants et lubrifiants	77	0	0	0	32	31	15	156	232	388
TOTAL PRODUITS LIES A L'AUTOMOBILE	79	0	0	0	33	31	16	160	246	406
Produits pharmaceutiques	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1
Matériels médicaux et orthopédiques	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
TOTAL PHARMACIE	0	0	0	0	0	0	0	1	1	1
Habillement	0	0	0	0	1	5	4	10	31	41
Chaussures	0	0	0	0	0	0	0	0	7	7
Maroquinerie, articles de voyage	1	0	0	0	0	0	0	1	2	2
Parfumerie et produits d'hygiène	1	0	2	0	74	124	120	321	313	634
Optique et photographie	0	0	0	0	0	0	0	0	5	5
Horlogerie, bijouterie	0	0	0	0	0	0	0	1	4	5
TOTAL EQUIPEMENT DE LA PERSONNE	2	0	2	0	75	129	125	333	361	694
Meubles, literie	0	0	0	0	0	0	0	0	4	4
Equipement du foyer	2	0	0	0	0	0	13	16	67	83
Electroménager	0	0	0	0	0	5	0	6	19	25
Produits bruns	0	0	0	0	0	0	0	0	11	12
Micro-informatique et téléphones	0	0	0	0	0	6	0	6	24	31
Produits d'entretien ménager	0	5	0	0	0	0	0	6	171	177
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	9	10	16	26
Plantes, fleurs, graines, animaux de compagnie...	0	0	0	0	0	0	0	1	17	17
Livres, journaux, papeterie	22	0	0	0	2	554	1	579	118	696
Vente et réparation de cycles	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1
Sports et loisirs	0	0	0	0	0	27	0	28	9	37
Jeux et jouets	0	0	0	0	0	0	0	0	7	7
Autres produits non alimentaires	5	0	0	0	1	81	1	88	15	102
Charbons et combustibles	0	0	0	0	31	0	1	32	39	71
TOTAL AUTRES PRODUITS NON ALIMENTAIRES	30	6	1	0	35	673	27	771	531	1 302
TOTAL NON ALIMENTAIRE	111	6	3	0	144	834	168	1 265	1 138	2 403
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	14 704	9 037	2 955	729	3 961	9 321	3 020	43 728	14 986	58 714

Tableau II-3 D

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

Année 2012p

Millions d'euros courants

SECTEURS D'APPARTENANCE DES MAGASINS	Grandes surfaces d'alimentation générale				Petites surfaces d'alimentation générale et produits surgelés			
	Hyper- marchés	Super- marchés	Magasins multi- commerces	TOTAL	Commerces de détail de produits surgelés	Commerces d'alimentation générale	Supérettes	TOTAL
PRODUITS								
Pain, pâtisserie	2 465	1 231	97	3 793	0	22	75	97
Fruits et légumes	8 648	7 123	273	16 044	370	959	811	2 140
Viandes et produits dérivés	12 613	10 107	466	23 187	299	408	741	1 449
Poissons, crustacés, coquillages	4 229	2 520	37	6 787	355	19	95	469
TOTAL PRODUITS ALIMENTAIRES FRAIS	27 955	20 982	873	49 810	1 024	1 410	1 722	4 155
Chocolaterie, confiserie	2 273	2 007	4	4 284	0	429	596	1 025
Vins, liqueurs et apéritifs	5 601	4 604	184	10 389	0	534	632	1 166
Boissons non alcoolisées, cidres et bières	5 376	3 378	144	8 899	0	420	511	930
Epicerie, produits alimentaires divers	23 534	19 453	1 122	44 110	935	2 573	2 690	6 199
TOTAL AUTRES PRODUITS ALIMENTAIRES	36 785	29 442	1 453	67 680	935	3 955	4 429	9 320
Tabac et cigarettes	18	42	19	79	0	310	62	372
TOTAL ALIMENTAIRE	64 758	50 466	2 345	117 569	1 959	5 675	6 213	13 847
Pneumatiques	0	0	0	0	0	0	0	0
Pièces détachées et équipements automobiles	972	106	2	1 080	0	4	10	14
Vente et réparation de motocycles	0	0	0	0	0	0	0	0
Carburants et lubrifiants	11 791	14 419	29	26 238	0	35	197	232
TOTAL PRODUITS LIÉS A L'AUTOMOBILE	12 763	14 525	31	27 318	0	38	207	246
Produits pharmaceutiques	42	27	0	69	0	0	0	1
Matériels médicaux et orthopédiques	0	1	1	2	0	0	0	0
TOTAL PHARMACIE	42	28	2	72	0	0	0	1
Habillement	2 572	575	216	3 363	0	9	22	31
Chaussures	563	131	1	696	0	2	5	7
Maroquinerie, articles de voyage	149	22	1	172	0	0	1	2
Parfumerie et produits d'hygiène	6 840	3 373	310	10 523	0	102	211	313
Optique et photographie	448	51	1	500	0	1	3	5
Horlogerie, bijouterie	336	28	1	365	0	1	3	4
TOTAL EQUIPEMENT DE LA PERSONNE	10 908	4 180	531	15 618	0	116	245	361
Meubles, literie	348	89	1	437	0	1	3	4
Equipement du foyer	1 418	963	31	2 412	0	6	61	67
Electroménager	1 641	310	3	1 954	0	5	14	19
Produits bruns	1 414	95	2	1 511	0	3	8	11
Micro-informatique et téléphones	1 920	215	21	2 156	0	7	17	24
Produits d'entretien ménager	2 705	2 729	5	5 439	0	73	97	171
Textiles d'ameublement et linge pour la maison	600	133	11	744	0	2	9	11
Revêtements sols et murs	77	105	0	182	0	0	2	2
Quincaillerie, bricolage, peinture	1 334	398	48	1 779	0	4	12	16
Plantes, fleurs, graines, animaux de compagnie...	1 121	652	3	1 775	0	4	12	17
Livres, journaux, papeterie	1 734	471	28	2 233	0	65	53	118
Vente et réparation de cycles	54	12	0	67	0	0	0	1
Sports et loisirs	863	123	24	1 010	0	2	7	9
Jeux et jouets	590	88	12	690	0	2	6	7
Autres produits non alimentaires	137	89	8	234	0	1	13	15
Charbons et combustibles	324	189	1	514	0	26	13	39
TOTAL AUTRES PRODUITS NON ALIMENTAIRES	16 280	6 660	198	23 138	0	202	328	531
TOTAL NON ALIMENTAIRE	39 993	25 393	761	66 147	1	357	781	1 138
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	11	2	1	15	0	0	0	0
TOTAL AUTOMOBILE	11	2	2	15	0	0	0	0
TOTAL ALIMENTAIRE, NON ALIMENTAIRE ET AUTOMOBILE	104 762	75 861	3 108	183 731	1 960	6 032	6 994	14 986

Tableau II-3 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

SECTEURS D'ACTIVITE	Carburant	Technologie de l'information et de la communication				Equipelement du foyer						
		Ordinateurs, unités périphériques et logiciels	Matériels de télécommunication	Matériels audio et vidéo	TOTAL	Textiles	Quincaillerie, peintures et verres	Tapis, moquettes, revêtement des sols et murs	Electroménager	Meubles	Autres équipements du foyer	TOTAL
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	1
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	362	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Vins, liqueurs et apéritifs	113	1	0	0	1	0	0	1	0	0	1	2
Boissons non alcoolisées, cidres et bières	88	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
Epicerie, produits alimentaires divers	117	3	0	0	3	1	2	3	1	0	4	11
TOTAL AUTRES PRODUITS ALIMENTAIRES	681	4	0	0	4	1	3	4	1	1	5	14
Tabac et cigarettes	50	1	0	0	1	0	0	0	1	0	1	3
TOTAL ALIMENTAIRE	731	6	0	0	6	1	3	5	3	1	7	19
Pneumatiques	45	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Pièces détachées et équipements automobiles	194	0	1	0	1	0	67	0	0	0	1	69
Vente et réparation de motocycles	0	0	0	0	0	0	8	0	0	0	0	8
Carburants et lubrifiants	16 365	0	0	0	0	0	4	0	0	0	1	5
TOTAL PRODUITS LIES A L'AUTOMOBILE	16 605	0	1	0	1	0	79	0	0	0	2	82
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	2
TOTAL PHARMACIE	0	1	0	0	1	0	0	0	0	0	1	2
Habillement	0	3	0	0	4	187	35	5	2	47	27	302
Chaussures	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1	2
Maroquinerie, articles de voyage	0	0	0	0	0	0	0	6	0	0	1	6
Parfumerie et produits d'hygiène	0	2	0	0	2	0	0	1	1	0	2	4
Optique et photographie	0	312	1	25	337	0	0	0	29	0	1	31
Horlogerie, bijouterie	0	0	0	0	0	0	0	0	0	8	1	9
TOTAL EQUIPEMENT DE LA PERSONNE	0	317	2	25	344	187	36	13	32	55	31	355
Meubles, literie	0	4	0	24	28	31	1 105	15	174	10 214	400	11 939
Equipelement du foyer	0	3	0	9	13	106	1 165	12	113	948	2 959	5 302
Electroménager	0	25	1	565	592	9	1 609	4	4 617	1 391	93	7 722
Produits bruns	1	485	18	683	1 186	3	306	1	2 313	360	32	3 016
Micro-informatique et téléphones	3	3 396	392	313	4 102	2	259	1	1 421	285	18	1 987
Produits d'entretien ménager	0	1	0	0	1	6	937	17	2	56	187	1 205
Textiles d'ameublement et linge pour la maison	0	1	0	1	2	724	64	36	12	309	134	1 280
Revêtements sols et murs	0	0	0	0	0	42	1 137	547	3	96	49	1 874
Quincaillerie, bricolage, peinture	6	2	0	3	5	66	17 546	240	33	301	253	18 438
Plantes, fleurs, graines, animaux de compagnie	0	6	0	6	1	560	1	2	44	36	644	
Livres, journaux, papeterie	12	482	2	26	509	1	2	0	4	1	11	19
Vente et réparation de cycles	0	0	0	0	0	0	15	0	0	0	0	15
Sports et loisirs	0	352	2	20	374	0	2	1	21	0	1	25
Jeux et jouets	0	16	0	1	17	0	0	0	1	43	0	45
Autres produits non alimentaires	28	12	0	0	12	2	214	1	16	35	65	333
Charbons et combustibles	145	0	0	0	1	0	35	0	0	0	6	42
TOTAL AUTRES PRODUITS NON ALIMENTAIRES	195	4 785	417	1 646	6 847	995	24 956	877	8 731	14 082	4 245	53 886
TOTAL NON ALIMENTAIRE	16 800	5 103	420	1 671	7 193	1 183	25 072	890	8 763	14 138	4 280	54 325
Voitures particulières d'occasion	18	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	71	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
TOTAL AUTOMOBILE	91	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
TOTAL ALIMENTAIRE, NON ALIMENTAIRE ET AUTOMOBILE	17 622	5 109	420	1 671	7 200	1 184	25 075	895	8 766	14 138	4 286	54 344

Tableau II-3 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

SECTEURS D'ACTIVITE	Culture-loisirs					Habillement-chaussures			Autres équipements de la personne				
	Livres, journaux, papeterie	Enregistrements musicaux et vidéo	Articles de sport	Jeux et jouets	TOTAL	Habillement	Chaussures	TOTAL	Maroquinerie et articles de voyage	Parfumerie et produits de beauté	Horlogerie-bijouterie	Optique, photographie	TOTAL
PRODUITS													
Pain, pâtisserie	7	0	0	0	7	0	0	0	0	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	8	0	0	0	8	2	0	2	1	2	3	0	6
Chocolaterie, confiserie	149	0	0	1	150	1	0	1	2	0	0	0	2
Vins, liqueurs et apéritifs	0	0	0	0	1	4	0	4	0	103	1	0	105
Boissons non alcoolisées, cidres et bières	0	0	0	0	0	4	0	4	0	0	1	0	2
Epicerie, produits alimentaires divers	28	0	1	1	30	21	0	21	2	73	5	0	79
TOTAL AUTRES PRODUITS ALIMENTAIRES	177	1	2	2	182	29	0	29	4	176	7	0	188
Tabac et cigarettes	4 840	0	0	18	4 858	3	0	3	0	86	1	0	87
TOTAL ALIMENTAIRE	5 025	1	2	20	5 048	34	0	34	6	264	12	0	282
Pneumatiques	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Pièces détachées et équipements automobiles	0	0	32	0	32	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	22	0	22	1	1	0	1	2
TOTAL PRODUITS LIES A L'AUTOMOBILE	0	0	33	0	33	22	0	22	1	1	0	1	2
Produits pharmaceutiques	0	0	0	0	0	40	1	41	1	526	8	2	537
Matériels médicaux et orthopédiques	0	0	11	0	12	14	3	17	0	38	124	22	184
TOTAL PHARMACIE	0	0	12	0	12	54	4	58	1	563	132	25	721
Habillement	9	20	1 799	2	1 829	26 316	305	26 621	250	3	16	2	272
Chaussures	0	0	39	0	39	1 760	5 435	7 195	76	2	9	1	87
Maroquinerie, articles de voyage	3	0	3	0	6	285	252	537	2 323	1	2	1	2 326
Parfumerie et produits d'hygiène	1	0	1	0	2	186	2	188	3	4 687	14	2	4 705
Optique et photographie	7	0	0	0	7	37	1	38	3	1	7	5 986	5 996
Horlogerie, bijouterie	0	0	0	0	0	48	1	49	18	24	4 034	2	4 079
TOTAL EQUIPEMENT DE LA PERSONNE	20	20	1 842	3	1 884	28 633	5 996	34 629	2 673	4 717	4 082	5 993	17 465
Meubles, literie	5	0	0	0	5	34	0	35	0	0	1	0	2
Equipelement du foyer	3	0	1	0	4	94	1	95	0	0	5	1	6
Electroménager	6	0	0	0	7	21	0	21	0	0	1	0	1
Produits bruns	0	0	36	0	36	5	0	5	0	0	1	0	1
Micro-informatique et téléphones	8	77	0	7	93	11	0	11	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	166	16	183	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	40	0	41	14	3	17	0	0	4	1	5
Plantes, fleurs, graines, animaux de compagnie...	0	0	6	0	6	88	5	92	1	3	22	4	31
Livres, journaux, papeterie	4 120	159	32	36	4 346	3	0	3	3	0	1	0	5
Vente et réparation de cycles	0	5	1 295	0	1 300	0	0	0	0	0	0	0	0
Sports et loisirs	97	148	6 002	1	6 249	10	0	10	0	0	3	0	3
Jeux et jouets	7	14	12	1 790	1 822	3	0	3	2	0	1	0	3
Autres produits non alimentaires	74	1	0	13	88	49	0	50	0	0	88	13	101
Charbons et combustibles	0	0	1	0	1	45	1	46	1	1	6	1	9
TOTAL AUTRES PRODUITS NON ALIMENTAIRES	4 323	403	7 425	1 848	13 999	546	27	573	8	6	143	20	177
TOTAL NON ALIMENTAIRE	4 343	423	9 311	1 851	15 928	29 255	6 028	35 282	2 683	5 286	4 357	6 038	18 365
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	9 368	424	9 313	1 871	20 976	29 289	6 028	35 316	2 689	5 551	4 369	6 038	18 647

Tableau II-3 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

SECTEURS D'ACTIVITE	Pharmacie et commerce d'articles médicaux et orthopédiques	Autres magasins spécialisés				TOTAL
		Fleurs, plantes, graines, engrais...	Charbons et combustibles	Autres commerces de détail spécialisé	Commerce de biens d'occasion	
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	8	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	7
Vins, liqueurs et apéritifs	0	0	25	5	0	30
Boissons non alcoolisées, cidres et bières	0	0	75	4	0	79
Epicerie, produits alimentaires divers	598	109	2	96	1	207
TOTAL AUTRES PRODUITS ALIMENTAIRES	598	109	108	105	1	323
Tabac et cigarettes	0	0	0	254	61	315
TOTAL ALIMENTAIRE	599	109	108	374	63	654
Pneumatiques	0	0	1	0	0	1
Pièces détachées et équipements automobiles	0	0	5	2	0	7
Vente et réparation de motocycles	0	0	0	0	0	0
Carburants et lubrifiants	3	56	927	36	1	1 019
TOTAL PRODUITS LIES A L'AUTOMOBILE	3	57	932	38	1	1 027
Produits pharmaceutiques	36 498	2	2	8	8	21
Matériels médicaux et orthopédiques	3 064	2	1	3	4	10
TOTAL PHARMACIE	39 563	4	3	11	12	30
Habillement	24	114	2	134	51	300
Chaussures	9	6	0	7	2	16
Maroquinerie, articles de voyage	4	0	0	2	1	3
Parfumerie et produits d'hygiène	2 039	1	0	24	2	28
Optique et photographie	6	2	0	108	2	111
Horlogerie, bijouterie	9	2	0	39	8	49
TOTAL EQUIPEMENT DE LA PERSONNE	2 090	126	3	314	66	508
Meubles, literie	1	122	0	128	130	381
Equipement du foyer	3	578	1	345	2	926
Electroménager	0	10	1	29	1	41
Produits bruns	0	1	0	8	371	380
Micro-informatique et téléphones	0	1	0	41	1	43
Produits d'entretien ménager	1	9	1	8	0	18
Textiles d'ameublement et linge pour la maison	0	17	0	45	2	64
Revêtements sols et murs	0	9	1	11	0	21
Quincaillerie, bricolage, peinture	3	684	51	283	45	1 063
Plantes, fleurs, graines, animaux de compagnie...	23	6 829	1	63	7	6 900
Livres, journaux, papeterie	0	11	0	124	80	215
Vente et réparation de cycles	0	4	0	0	0	4
Sports et loisirs	0	21	0	49	2	72
Jeux et jouets	0	0	0	10	47	57
Autres produits non alimentaires	3	151	2	3 049	1 469	4 671
Charbons et combustibles	10	10	3 654	122	5	3 792
TOTAL AUTRES PRODUITS NON ALIMENTAIRES	46	8 457	3 712	4 315	2 162	18 646
TOTAL NON ALIMENTAIRE	41 701	8 643	4 650	4 678	2 240	20 211
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	3	0	0	3
TOTAL AUTOMOBILE	0	0	3	0	0	4
TOTAL ALIMENTAIRE, NON ALIMENTAIRE ET AUTOMOBILE	42 300	8 752	4 761	5 053	2 303	20 869

ANNEXE III- La consommation commercialisable des ménages

Tableau III-1

Évolution de la consommation commercialisable en volume (en %)

Produits	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	Valeur 2012 (en milliards d'euros)
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 (sd)	2010/2009	2011/2010	2012/2011
Intermédiaires du commerce de gros	49,1	52,3	54,8	54,9	6,5	4,7	0,2
CG de produits agricoles bruts et d'animaux vivants	6,4	6,3	6,2	6,1	-1,4	-2,0	-0,6
CG de produits alimentaires, de boissons et de tabac	20,1	20,4	20,6	20,8	1,5	1,0	0,8
CG de biens domestiques	36,9	36,7	36,2	36,1	-0,5	-1,3	-0,2
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	0,3
Autres commerces de gros spécialisés	18,9	19,5	19,9	20,2	3,2	2,0	1,4
Commerce de gros non spécialisé	13,9	14,9	15,7	16,3	7,5	5,2	4,2
COMMERCE DE GROS (y compris intermédiaires)	178,6	183,5	186,8	188,0	2,7	1,8	0,6
Commerce de détail en magasin non spécialisé	33,0	34,2	35,0	37,4	3,6	2,4	6,8
CD alimentaire en magasin spécialisé	45,8	46,5	47,2	47,5	1,7	1,3	0,7
CD non alimentaire en magasins spécialisés	230,9	234,8	236,3	236,6	1,7	0,6	0,1
<i>CD de carburants en magasin spécialisé</i>	4,3	4,2	4,0	4,0	-2,7	-4,5	-1,8
<i>CD d'équipements de l'info et de la communication en mag spé</i>	7,1	8,0	8,3	8,5	12,7	4,2	1,7
<i>CD d'autres équipements du foyer en mag spé</i>	40,0	39,7	39,3	38,9	-0,9	-1,0	-1,0
<i>CD de biens culturels et de loisirs en mag spé</i>	27,8	27,6	27,3	26,9	-0,5	-1,2	-1,6
<i>Autres commerces de détail en mag spé</i>	151,6	155,3	157,4	158,5	2,4	1,3	0,7
Commerce de détail sur évenitaires et marchés	86,2	97,7	98,3	96,9	13,4	0,6	-1,5
Commerce de détail hors magasin, évenitaires ou marchés	15,3	28,3	36,0	38,6	84,7	27,4	7,2
COMMERCE DE DETAIL	411,1	441,5	452,8	457,0	7,4	2,5	0,9
Commerce de véhicules automobiles	26,8	28,0	28,9	30,0	4,2	3,3	3,7
Entretien et réparation de véhicules automobiles	37,6	40,5	43,2	44,6	7,7	6,6	3,2
Commerce d'équipements automobiles	7,0	7,4	7,8	8,1	5,7	4,5	4,5
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	88,8	6,1	5,0	3,4
TOTAL COMMERCE	666,7	706,7	725,4	733,7	6,0	2,6	1,1
ARTISANAT COMMERCIAL	45,2	44,6	44,1	43,6	-1,2	-1,2	-1,2
TOTAL COMMERCE ET ARTISANAT COMMERCIAL	711,9	751,3	769,5	777,3	5,5	2,4	1,0
<i>Ensemble de l'économie française</i>	<i>3 107,6</i>	<i>3 319,0</i>	<i>3 511,5</i>	<i>3 603,7</i>	<i>6,8</i>	<i>5,8</i>	<i>2,6</i>

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	34 966	120	3 774	12 550	488	2 995	54 893
CG de produits agricoles bruts et d'animaux vivants	1 373	52	593	2 711	211	1 197	6 137
CG de produits alimentaires, de boissons et de tabac	1 966	146	2 245	11 582	858	3 961	20 758
CG de biens domestiques	2 763	154	3 597	23 712	1 001	4 921	36 148
CG d'équipements de l'info et de la communication	499	29	877	5 712	358	1 631	9 106
CG d'autres équipements industriels	1 511	126	2 733	13 921	1 076	5 066	24 433
Autres commerces de gros spécialisés	1 858	83	2 214	10 797	904	4 324	20 180
Commerce de gros non spécialisé	1 630	37	2 304	10 577	81	1 708	16 337
COMMERCE DE GROS (y compris intermédiaires)	46 566	747	18 337	91 562	4 977	25 803	187 992
Commerce de détail en magasin non spécialisé <i>dont grandes surfaces alimentaires (supermarchés, hypermarchés)</i>	15 143 28	430 237	2 639 351	13 891 2 114	810 681	4 499 3 287	37 412 6 698
CD alimentaire en magasin spécialisé	21 535	1 531	4 797	18 084	182	1 372	47 501
CD non alimentaire en magasins spécialisés	83 346	5 637	27 389	107 443	2 059	10 754	236 628
<i>CD de carburants en magasin spécialisé</i>	654	28	327	2 815	25	119	3 968
<i>CD d'équipements de l'info et de la communication en mag spé</i>	1 847	23	1 345	4 834	35	389	8 473
<i>CD d'autres équipements du foyer en mag spé</i>	9 395	135	4 878	21 077	642	2 734	38 861
<i>CD de biens culturels et de loisirs en mag spé</i>	10 769	1 162	2 602	10 928	225	1 188	26 874
<i>Autres CD en mag spé</i>	60 681	4 289	18 237	67 789	1 132	6 324	158 452
Commerce de détail sur éventaires et marchés	89 207	39	1 412	5 836	12	348	96 854
Commerce de détail hors magasin, éventaires ou marchés	25 793	33	2 641	8 306	126	1 700	38 599
COMMERCE DE DETAIL	235 024	7 670	38 878	153 560	3 189	18 673	456 994
Commerce de véhicules automobiles	7 979	70	3 793	13 981	699	3 436	29 958
Entretien et réparation de véhicules automobiles	17 564	96	5 849	19 462	210	1 411	44 592
Commerce d'équipements automobiles	1 713	19	950	4 280	192	960	8 114
Commerce et réparation de motocycles	2 142	6	802	2 828	34	277	6 089
COMMERCE ET REPARATION AUTOMOBILE	29 398	191	11 394	40 551	1 135	6 084	88 753
TOTAL COMMERCE	310 988	8 608	68 609	285 673	9 301	50 560	733 739
Boulangerie - pâtisserie	19 906	246	3 111	14 896	64	913	39 136
Charcuterie	2 453	17	296	1 515	25	113	4 419
ARTISANAT COMMERCIAL	22 359	263	3 407	16 411	89	1 026	43 555
TOTAL COMMERCE ET ARTISANAT COMMERCIAL	333 347	8 871	72 016	302 084	9 390	51 586	777 294

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 1er janvier 2007, la notion de création d'entreprise a été modifiée.

ANNEXE V - Emploi

Tableau V-1
Effectifs salariés du commerce entre 2002 et 2012 (en milliers)

	Commerce et réparation d'automobiles	Commerce de gros	Commerce de détail	Ensemble du commerce
31/03/2002	392,8	1001,1	1556,9	2950,8
30/06/2002	393,7	997,4	1557,2	2948,2
30/09/2002	396,1	999,7	1565,8	2961,6
31/12/2002	397,4	998,9	1567,4	2963,6
31/03/2003	396,4	997,7	1570,2	2964,3
30/06/2003	398,1	995,8	1577,1	2971,1
30/09/2003	397,3	995,7	1576,7	2969,7
31/12/2003	397,1	996,5	1587,6	2981,3
31/03/2004	396,7	996,2	1589,6	2982,5
30/06/2004	394,8	993,7	1597,4	2985,9
30/09/2004	392,6	990,9	1597,5	2981,0
31/12/2004	393,2	990,7	1601,8	2985,7
31/03/2005	392,3	992,3	1604,1	2988,6
30/06/2005	392,4	998,6	1602,4	2993,4
30/09/2005	392,3	998,0	1605,6	2995,9
31/12/2005	391,5	997,9	1607,3	2996,7
31/03/2006	391,4	996,2	1611,0	2998,7
30/06/2006	391,6	995,0	1616,9	3003,5
30/09/2006	391,5	994,7	1632,3	3018,6
31/12/2006	391,4	993,9	1629,6	3014,9
31/03/2007	390,9	994,1	1647,0	3032,0
30/06/2007	390,7	996,3	1652,0	3039,0
30/09/2007	391,1	997,3	1663,9	3052,3
31/12/2007	391,0	1001,9	1661,9	3054,9
31/03/2008	390,3	1002,7	1658,3	3051,3
30/06/2008	388,7	1002,6	1659,1	3050,4
30/09/2008	387,2	1002,2	1660,2	3049,6
31/12/2008	383,8	996,6	1655,6	3036,0
31/03/2009	380,7	988,6	1652,6	3022,0
30/06/2009	380,1	979,8	1647,2	3007,2
30/09/2009	378,2	970,7	1648,8	2997,7
31/12/2009	378,6	966,6	1656,2	3001,4
31/03/2010	378,4	964,4	1659,6	3002,3
30/06/2010	378,6	962,6	1660,6	3001,8
30/09/2010	378,3	963,0	1663,4	3004,7
31/12/2010	378,2	962,6	1667,0	3007,8
31/03/2011	378,5	965,7	1673,2	3017,5
30/06/2011	377,7	967,9	1681,2	3026,8
30/09/2011	376,3	967,3	1675,9	3019,6
31/12/2011	376,8	968,8	1682,4	3028,0
31/03/2012	376,1	968,3	1680,5	3024,9
30/06/2012	373,8	967,1	1683,8	3024,7
30/09/2012	372,1	966,9	1680,9	3019,9
31/12/2012	369,2	962,6	1676,2	3008,0

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 2010

Secteurs d'activité	ETP* du temps partiel (1) en %	Proportion de salariés travaillant à temps partiel	Volume d'emploi (1) réalisé à temps partiel (en %)	ETP* de l'emploi salarié (1) en %
Intermédiaires du commerce de gros	59,0	16,2	10,2	93,4
CG de produits agricoles bruts et d'animaux vivants	58,5	12,9	7,9	94,6
CG de produits alimentaires, de boissons et de tabac	62,8	13,9	9,2	94,8
CG de biens domestiques	60,6	16,9	11,0	93,3
CG d'équipements de l'information et de la communication	62,8	9,8	6,4	96,4
CG d'autres équipements industriels	62,0	9,8	6,3	96,3
Autres CG spécialisés	63,4	10,8	7,1	96,0
CG non spécialisé	55,8	18,3	11,1	91,9
Commerce de gros	61,4	12,9	8,4	95,0
CD petites surfaces à prédominance alimentaire	63,9	38,0	28,2	86,3
CD grandes surfaces à prédominance alimentaire	72,7	43,8	36,2	88,0
CD alimentaire en magasin spécialisé	57,7	28,2	18,5	88,1
CD non alimentaire en magasin non spécialisé	69,2	30,6	23,4	90,6
Pharmacies et commerces d'articles médicaux et orthopédiques	62,3	37,7	27,4	85,8
CD d'habillement et de chaussures	67,4	44,2	34,8	85,6
CD d'autres équipements de la personne	60,7	23,8	15,9	90,6
CD de biens culturels et de loisirs en magasin spécialisé	61,5	31,4	21,9	87,9
CD de l'équipement du foyer et de l'aménagement de l'habitat	62,8	22,8	15,6	91,5
CD d'équipements de l'information et de la communication en magasin spécialisé	60,8	16,5	10,7	93,5
CD de carburants en magasin spécialisé	60,7	31,0	21,4	87,8
Autres CD en magasin spécialisé	56,4	23,2	14,6	89,9
CD sur éventaies ou marchés	55,3	48,4	34,1	78,4
CD hors magasin, éventaies ou marchés	53,6	21,3	12,6	90,1
Commerce de détail	67,1	35,2	26,7	88,4
Commerce de véhicules automobiles	55,3	8,9	5,1	96,0
Entretien et réparation de véhicules automobiles	55,0	13,5	7,9	93,9
Commerce d'équipements automobiles	58,1	9,5	5,8	96,0
Commerce et réparation de motocycles	55,5	13,4	7,9	94,0
Commerce et réparation d'automobiles et de motocycles	55,7	10,6	6,2	95,3
Ensemble du commerce	65,4	25,5	18,3	91,2
Charcuterie	55,9	26,3	16,6	88,4
Boulangerie-Pâtisserie	59,7	25,1	16,7	89,9
Artisanat Commercial	59,4	25,2	16,7	89,8

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

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

(1) : voir encadré "Exploitation du fichier des Déclarations annuelles de données sociales (DADS) pour la mesure de l'emploi salarié à temps partiel".

Source : Insee - DADS 2010 (1/12)

Tableau V-4

Équivalent temps plein des emplois salariés à temps partiel et des emplois salariés masculins dans les DADS en 2010

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	53,9	10,4	5,9	95,2
CG de produits agricoles bruts et d'animaux vivants	55,0	9,0	5,2	96,0
CG de produits alimentaires, de boissons et de tabac	60,4	9,4	5,9	96,3
CG de biens domestiques	57,0	11,5	6,9	95,1
CG d'équipements de l'information et de la communication	61,1	5,9	3,7	97,7
CG d'autres équipements industriels	59,5	6,4	3,9	97,4
Autres CG spécialisés	61,3	7,9	5,0	96,9
CG non spécialisé	53,1	16,5	9,5	92,3
Commerce de gros	58,7	8,6	5,2	96,4
CD petites surfaces à prédominance alimentaire	59,8	27,5	18,5	88,9
CD grandes surfaces à prédominance alimentaire	70,6	23,8	18,0	93,0
CD alimentaire en magasin spécialisé	54,0	18,0	10,6	91,7
CD non alimentaire en magasin non spécialisé	62,3	19,0	12,7	92,8
Pharmacies et commerces d'articles médicaux et orthopédiques	55,4	21,8	13,4	90,3
CD d'habillement et de chaussures	61,7	28,4	19,6	89,1
CD d'autres équipements de la personne	54,7	13,4	7,8	93,9
CD de biens culturels et de loisirs en magasin spécialisé	59,6	23,3	15,3	90,6
CD de l'équipement du foyer et de l'aménagement de l'habitat	58,7	13,4	8,4	94,5
CD d'équipements de l'information et de la communication en magasin spécialisé	58,4	12,6	7,8	94,8
CD de carburants en magasin spécialisé	57,8	28,3	18,6	88,1
Autres CD en magasin spécialisé	52,5	15,4	8,7	92,7
CD sur éventaies ou marchés	53,1	42,1	27,9	80,3
CD hors magasin, éventaies ou marchés	53,7	15,0	8,7	93,1
Commerce de détail	62,7	20,6	14,0	92,3
Commerce de véhicules automobiles	52,7	6,3	3,4	97,0
Entretien et réparation de véhicules automobiles	52,6	8,6	4,7	95,9
Commerce d'équipements automobiles	53,7	6,4	3,5	97,0
Commerce et réparation de motocycles	53,1	7,7	4,3	96,4
Commerce et réparation d'automobiles et de motocycles	52,9	7,1	3,9	96,7
Ensemble du commerce	60,6	13,3	8,5	94,8
Charcuterie	51,8	16,1	9,1	92,2
Boulangerie-Pâtisserie	53,5	11,0	6,2	94,9
Artisanat Commercial	53,4	11,4	6,4	94,7

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

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

(1) : voir encadré "Exploitation du fichier des Déclarations annuelles de données sociales (DADS) pour la mesure de l'emploi salarié à temps partiel".

Source : Insee - DADS 2010 (1/12)

Tableau V-5
Équivalent temps plein des emplois salariés à temps partiel et des emplois salariés féminins dans les DADS en 2010

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	62,4	23,8	16,3	91,1
CG de produits agricoles bruts et d'animaux vivants	62,6	22,1	15,1	91,7
CG de produits alimentaires, de boissons et de tabac	65,1	22,0	15,5	92,3
CG de biens domestiques	62,6	21,9	14,9	91,8
CG d'équipements de l'information et de la communication	64,5	17,8	12,3	93,7
CG d'autres équipements industriels	65,2	19,5	13,6	93,2
Autres CG spécialisés	66,4	18,4	13,0	93,8
CG non spécialisé	59,4	21,1	13,7	91,4
Commerce de gros	64,0	20,9	14,5	92,5
CD petites surfaces à prédominance alimentaire	66,0	46,1	36,1	84,3
CD grandes surfaces à prédominance alimentaire	73,8	54,9	47,3	85,6
CD alimentaire en magasin spécialisé	60,2	39,4	28,1	84,3
CD non alimentaire en magasin non spécialisé	71,4	36,0	28,7	89,7
Pharmacies et commerces d'articles médicaux et orthopédiques	63,2	40,8	30,3	85,0
CD d'habillement et de chaussures	68,2	47,4	38,0	84,9
CD d'autres équipements de la personne	61,8	26,8	18,4	89,8
CD de biens culturels et de loisirs en magasin spécialisé	62,7	37,8	27,6	85,9
CD de l'équipement du foyer et de l'aménagement de l'habitat	64,9	32,1	23,5	88,7
CD d'équipements de l'information et de la communication en magasin spécialisé	63,1	22,2	15,2	91,8
CD de carburants en magasin spécialisé	63,7	34,0	24,7	87,7
Autres CD en magasin spécialisé	59,9	36,1	25,3	85,5
CD sur éventaies ou marchés	57,3	54,8	41,0	76,6
CD hors magasin, éventaies ou marchés	53,7	25,6	15,6	88,1
Commerce de détail	68,7	43,7	34,7	86,3
Commerce de véhicules automobiles	59,2	20,0	12,9	91,8
Entretien et réparation de véhicules automobiles	58,6	38,5	26,9	84,1
Commerce d'équipements automobiles	63,8	22,8	15,8	91,7
Commerce et réparation de motocycles	58,5	37,5	26,0	84,4
Commerce et réparation d'automobiles et de motocycles	59,6	26,4	17,6	89,3
Ensemble du commerce	67,7	38,0	29,3	87,7
Charcuterie	58,6	37,9	26,3	84,3
Boulangerie-Pâtisserie	62,7	39,6	29,1	85,2
Artisanat Commercial	62,3	39,4	28,9	85,1

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

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

(1) : voir encadré "Exploitation du fichier des Déclarations annuelles de données sociales (DADS) pour la mesure de l'emploi salarié à temps partiel".

Source : Insee - DADS 2010 (1/12)

ANNEXE VI - Comptes des secteurs commerciaux

SECTEUR : COMMERCE ET RÉPARATION D'AUTOMOBILES ET DE MOTOCYCLES										
CHAMP : ENTREPRISES INDIVIDUELLES + SOCIÉTÉS ET QUASI-SOCIÉTÉS										
en millions d'euros courants	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
COMPTE DE PRODUCTION										
Chiffre d'affaires hors TVA	122 075	125 529	132 846	139 788	149 329	154 548	161 581	161 766	148 365	154 399
Ventes de marchandises	110 410	112 994	120 107	126 375	135 601	140 070	146 502	146 555	133 364	139 003
- Coût d'achat des marchandises	94 492	96 787	102 631	108 259	116 542	120 539	126 382	126 357	115 340	118 832
= Marge commerciale (au prix de base)	15 333	16 267	16 765	17 454	18 249	19 279	20 120	20 197	18 024	20 171
+ Production vendue de biens et services	11 665	12 535	12 739	13 413	13 729	14 478	15 078	15 212	15 001	15 395
+ Production stockée et immobilisée	49	85	46	53	69	72	71	71	84	75
= Production totale au prix de base	27 048	28 887	29 551	30 920	32 047	33 829	35 270	35 481	33 109	35 641
- Consommations intermédiaires	11 070	11 681	12 705	13 076	13 855	14 584	14 961	15 054	14 281	15 464
= Valeur ajoutée au prix de base	15 978	17 206	16 846	17 844	18 192	19 245	20 309	20 427	18 828	20 177
COMPTE D'EXPLOITATION										
Valeur ajoutée	15 978	17 206	16 846	17 844	18 192	19 245	20 309	20 427	18 828	20 177
+ Subventions d'exploitation	172	161	178	170	160	154	150	151	116	143
- Frais de personnel	12 284	12 966	13 453	13 940	14 249	14 793	15 188	15 275	14 633	15 128
- Impôts et taxes sur la production	1 050	1 061	1 084	1 182	1 265	1 415	1 477	1 483	1 433	1 326
= Excédent brut d'exploitation	2 816	3 339	2 487	2 892	2 838	3 190	3 794	3 819	2 878	3 867
ÉLÉMENTS DU COMPTE DE RÉSULTAT										
Excédent brut d'exploitation	2 816	3 339	2 487	2 892	2 838	3 190	3 794	3 819	2 878	3 867
+ Autres produits d'exploitation et financier	982	1 079	1 029	1 273	1 273	1 254	1 487	1 488	1 312	880
- Autres charges d'exploitation et financières	1 413	1 356	1 302	1 402	1 557	1 840	1 936	1 938	1 232	1 149
= Profit brut courant avant impôt	2 384	3 062	2 214	2 763	2 554	2 604	3 345	3 370	2 958	3 598

SECTEUR : COMMERCE DE GROS										
CHAMP : ENTREPRISES INDIVIDUELLES + SOCIÉTÉS ET QUASI-SOCIÉTÉS										
en millions d'euros courants	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
COMPTE DE PRODUCTION										
Chiffre d'affaires hors TVA	602 933	602 599	608 149	635 866	668 844	695 447	728 647	769 796	670 371	701 757
Ventes de marchandises	566 247	564 121	569 491	595 719	627 273	651 429	682 591	720 965	630 468	660 584
- Coût d'achat des marchandises	475 893	471 891	470 494	492 044	518 617	536 709	561 447	594 749	512 576	531 263
= Marge commerciale (au prix de base)	90 354	92 230	98 997	103 675	108 657	114 721	121 143	126 216	117 891	129 320
+ Production vendue de biens et services	36 687	38 477	38 658	40 147	41 571	44 018	46 057	48 830	39 904	41 173
+ Production stockée et immobilisée	404	41	204	107	208	652	657	685	244	912
= Production totale au prix de base	127 444	130 749	137 859	143 929	150 436	159 390	167 857	175 731	158 040	171 406
- Consommations intermédiaires	64 963	66 803	69 350	71 584	75 617	78 965	83 247	87 464	83 613	92 945
= Valeur ajoutée au prix de base	62 482	63 946	68 509	72 346	74 819	80 425	84 610	88 267	74 427	78 461
COMPTE D'EXPLOITATION										
Valeur ajoutée	62 482	63 946	68 509	72 346	74 819	80 425	84 610	88 267	74 427	78 461
+ Subventions d'exploitation	405	414	514	378	353	359	379	405	381	388
- Frais de personnel	38 979	40 229	41 798	43 547	45 502	47 686	49 471	51 575	50 257	50 837
- Impôts et taxes sur la production	4 457	4 372	4 490	4 822	5 355	6 085	6 293	6 577	6 433	7 373
= Excédent brut d'exploitation	19 450	19 760	22 735	24 355	24 314	27 013	29 225	30 521	18 118	20 639
ÉLÉMENTS DU COMPTE DE RÉSULTAT										
Excédent brut d'exploitation	19 450	19 760	22 735	24 355	24 314	27 013	29 225	30 521	18 118	20 639
+ Autres produits d'exploitation et financier	8 566	8 302	8 890	7 803	8 133	8 620	10 331	10 801	18 887	14 768
- Autres charges d'exploitation et financières	10 144	8 768	8 038	8 219	8 711	9 459	10 478	10 937	9 305	7 467
= Profit brut courant avant impôt	17 872	19 294	23 587	23 938	23 736	26 173	29 079	30 384	27 700	27 940

SECTEUR : COMMERCE DE DÉTAIL										
CHAMP : ENTREPRISES INDIVIDUELLES + SOCIÉTÉS ET QUASI-SOCIÉTÉS										
en millions d'euros courants	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
COMPTE DE PRODUCTION										
Chiffre d'affaires hors TVA	329 657	346 292	359 311	372 025	384 772	397 484	410 570	423 659	405 144	422 569
Ventes de marchandises	317 697	333 199	347 007	358 441	369 831	381 923	394 471	407 140	387 163	405 301
- Coût d'achat des marchandises	229 299	240 485	249 540	257 588	267 045	275 834	284 443	294 080	275 022	287 834
= Marge commerciale (au prix de base)	80 937	87 486	86 140	93 114	101 312	106 121	110 028	113 060	112 141	117 467
+ Production vendue de biens et services	11 960	13 093	12 304	13 584	14 940	15 561	16 098	16 519	17 980	17 268
+ Production stockée et immobilisée	140	109	160	151	221	240	252	258	207	231
= Production totale au prix de base	93 038	100 688	98 604	106 849	116 473	121 922	126 379	129 837	130 329	134 966
- Consommations intermédiaires	37 855	38 915	40 205	42 342	44 512	45 796	47 210	48 424	53 134	54 471
= Valeur ajoutée au prix de base	55 183	61 773	58 399	64 507	71 961	76 126	79 169	81 413	77 196	80 495
COMPTE D'EXPLOITATION										
Valeur ajoutée	55 183	61 773	58 399	64 507	71 961	76 126	79 169	81 413	77 196	80 495
+ Subventions d'exploitation	246	246	225	254	267	294	276	286	299	351
- Frais de personnel	37 016	39 343	41 156	43 284	45 311	47 512	49 280	50 664	48 211	50 402
- Impôts et taxes sur la production	4 106	4 206	4 479	4 717	5 047	5 363	5 582	5 766	5 567	5 455
= Excédent brut d'exploitation	14 307	18 470	12 989	16 760	21 869	23 546	24 583	25 269	23 717	24 990
ÉLÉMENTS DU COMPTE DE RÉSULTAT										
Excédent brut d'exploitation	14 307	18 470	12 989	16 760	21 869	23 546	24 583	25 269	23 717	24 990
+ Autres produits d'exploitation et financier	4 474	3 678	3 946	3 559	3 846	4 307	4 408	4 513	4 936	4 388
- Autres charges d'exploitation et financières	4 199	3 976	3 876	3 869	4 039	4 181	4 679	4 802	4 037	4 073
= Profit brut courant avant impôt	14 582	18 172	13 058	16 449	21 676	23 671	24 312	24 980	24 615	25 306

SECTEUR : COMMERCE DE VEHICULES AUTOMOBILES										
CHAMP : ENTREPRISES INDIVIDUELLES + SOCIÉTÉS ET QUASI-SOCIÉTÉS										
en millions d'euros courants	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
COMPTE DE PRODUCTION										
Chiffre d'affaires hors TVA	89 060	90 654	96 837	101 824	109 568	112 956	118 498	118 062	106 615	111 895
Ventes de marchandises	84 285	85 407	91 621	96 371	104 085	107 256	112 518	112 104	100 680	105 487
- Coût d'achat des marchandises	75 301	76 580	81 761	86 239	93 172	96 158	101 075	100 703	90 293	94 094
= Marge commerciale (au prix de base)	8 911	9 502	9 717	10 183	10 528	10 908	11 443	11 401	10 387	11 394
+ Production vendue de biens et services	4 774	5 247	5 216	5 453	5 482	5 701	5 980	5 958	5 935	6 408
+ Production stockée et immobilisée	50	39	44	45	55	55	56	56	61	41
= Production totale au prix de base	13 735	14 789	14 978	15 682	16 066	16 663	17 479	17 415	16 383	17 842
- Consommations intermédiaires	5 325	5 535	6 360	6 436	6 927	7 209	7 315	7 288	7 897	8 183
= Valeur ajoutée au prix de base	8 410	9 254	8 618	9 246	9 139	9 455	10 164	10 126	8 486	9 659
COMPTE D'EXPLOITATION										
Valeur ajoutée	8 410	9 254	8 618	9 246	9 139	9 455	10 164	10 126	8 486	9 659
+ Subventions d'exploitation	126	111	113	111	100	97	96	96	56	79
- Frais de personnel	6 463	6 737	6 993	7 146	7 312	7 553	7 689	7 661	7 213	7 564
- Impôts et taxes sur la production	645	640	641	699	748	838	871	867	805	796
= Excédent brut d'exploitation	1 428	1 988	1 097	1 512	1 179	1 160	1 701	1 694	524	1 378
ÉLÉMENTS DU COMPTE DE RÉSULTAT										
Excédent brut d'exploitation	1 428	1 988	1 097	1 512	1 179	1 160	1 701	1 694	524	1 378
+ Autres produits d'exploitation et financier	767	787	814	1 040	1 006	978	1 125	1 120	844	549
- Autres charges d'exploitation et financières	984	935	896	991	1 113	1 406	1 440	1 435	810	735
= Profit brut courant avant impôt	1 211	1 840	1 015	1 561	1 072	731	1 385	1 380	558	1 191

SECTEUR : COMMERCE DE GROS DE PRODUITS AGRICOLES BRUTS ET D'ANIMAUX VIVANTS										
CHAMP : ENTREPRISES INDIVIDUELLES + SOCIÉTÉS ET QUASI-SOCIÉTÉS										
en millions d'euros courants	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
COMPTE DE PRODUCTION										
Chiffre d'affaires hors TVA	47 274	46 830	46 359	46 827	47 327	47 019	48 720	60 353	55 106	52 246
Ventes de marchandises	44 449	44 166	44 006	44 330	44 819	44 839	46 447	57 538	53 524	50 210
- Coût d'achat des marchandises	39 060	39 032	38 858	39 393	39 953	39 783	41 195	51 032	48 063	44 663
= Marge commerciale (au prix de base)	5 390	5 134	5 148	4 937	4 867	5 056	5 252	6 506	5 461	5 547
+ Production vendue de biens et services	2 824	2 663	2 353	2 497	2 507	2 180	2 272	2 815	1 582	2 036
+ Production stockée et immobilisée	-13	68	-68	-217	30	30	31	38	5	43
= Production totale au prix de base	8 201	7 866	7 433	7 217	7 404	7 266	7 555	9 359	7 049	7 626
- Consommations intermédiaires	5 440	4 994	4 689	4 501	4 581	4 463	4 562	5 651	3 940	4 851
= Valeur ajoutée au prix de base	2 761	2 872	2 744	2 716	2 823	2 803	2 993	3 708	3 109	2 775
COMPTE D'EXPLOITATION										
Valeur ajoutée	2 761	2 872	2 744	2 716	2 823	2 803	2 993	3 708	3 109	2 775
+ Subventions d'exploitation	93	89	122	95	72	64	52	64	47	42
- Frais de personnel	1 425	1 476	1 476	1 482	1 510	1 505	1 551	1 921	1 929	1 913
- Impôts et taxes sur la production	179	182	184	186	197	207	211	261	263	249
= Excédent brut d'exploitation	1 250	1 303	1 206	1 143	1 188	1 156	1 283	1 590	965	654
ÉLÉMENTS DU COMPTE DE RÉSULTAT										
Excédent brut d'exploitation	1 250	1 303	1 206	1 143	1 188	1 156	1 283	1 590	965	654
+ Autres produits d'exploitation et financier	318	300	278	331	306	343	374	464	686	431
- Autres charges d'exploitation et financières	570	534	474	603	456	452	572	709	521	377
= Profit brut courant avant impôt	999	1 069	1 010	871	1 038	1 047	1 085	1 344	1 130	709

SECTEUR : COMMERCE DE GROS DE PRODUITS ALIMENTAIRES, DE BOISSONS ET DE TABAC										
CHAMP : ENTREPRISES INDIVIDUELLES + SOCIÉTÉS ET QUASI-SOCIÉTÉS										
en millions d'euros courants	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
COMPTE DE PRODUCTION										
Chiffre d'affaires hors TVA	110 412	108 708	108 454	110 222	115 088	119 263	123 610	128 852	114 377	119 907
Ventes de marchandises	107 871	105 092	105 499	106 886	111 276	114 756	118 891	123 933	109 970	114 892
- Coût d'achat des marchandises	91 793	87 523	85 963	86 921	90 042	92 574	95 888	99 954	87 057	88 955
= Marge commerciale (au prix de base)	16 078	17 569	19 536	19 965	21 233	22 182	23 003	23 978	22 913	25 937
+ Production vendue de biens et services	2 541	3 615	2 955	3 336	3 812	4 507	4 719	4 919	4 407	5 015
+ Production stockée et immobilisée	241	136	59	46	70	77	80	83	-9	57
= Production totale au prix de base	18 860	21 321	22 551	23 347	25 115	26 766	27 802	28 981	27 311	31 009
- Consommations intermédiaires	10 542	11 768	12 245	12 736	14 023	14 949	15 737	16 404	16 328	18 646
= Valeur ajoutée au prix de base	8 319	9 553	10 306	10 610	11 092	11 817	12 065	12 577	10 982	12 363
COMPTE D'EXPLOITATION										
Valeur ajoutée	8 319	9 553	10 306	10 610	11 092	11 817	12 065	12 577	10 982	12 363
+ Subventions d'exploitation	132	106	113	103	93	86	124	129	94	109
- Frais de personnel	5 720	6 026	6 185	6 327	6 580	6 760	6 889	7 181	6 524	6 734
- Impôts et taxes sur la production	843	821	1 004	1 117	1 156	1 249	1 257	1 311	1 280	1 255
= Excédent brut d'exploitation	1 887	2 811	3 230	3 269	3 449	3 895	4 043	4 214	3 273	4 483
ÉLÉMENTS DU COMPTE DE RÉSULTAT										
Excédent brut d'exploitation	1 887	2 811	3 230	3 269	3 449	3 895	4 043	4 214	3 273	4 483
+ Autres produits d'exploitation et financier	1 456	1 747	1 472	1 471	1 526	1 535	1 766	1 841	1 849	1 892
- Autres charges d'exploitation et financières	1 206	1 347	1 231	1 142	1 265	1 222	1 422	1 482	1 271	1 343
= Profit brut courant avant impôt	2 137	3 211	3 472	3 597	3 710	4 208	4 387	4 573	3 850	5 032

SECTEUR : COMMERCE DE GROS DE BIENS DOMESTIQUES										
CHAMP : ENTREPRISES INDIVIDUELLES + SOCIÉTÉS ET QUASI-SOCIÉTÉS										
en millions d'euros courants	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
COMPTE DE PRODUCTION										
Chiffre d'affaires hors TVA	99 995	105 947	111 722	113 575	124 624	131 535	136 013	137 692	126 799	128 184
Ventes de marchandises	97 355	102 904	108 208	110 108	120 451	126 988	131 339	132 960	122 919	124 412
- Coût d'achat des marchandises	69 643	73 371	77 056	77 537	84 052	88 986	91 890	93 025	84 987	85 892
= Marge commerciale (au prix de base)	27 712	29 533	31 152	32 571	36 399	38 002	39 448	39 935	37 931	38 520
+ Production vendue de biens et services	2 640	3 042	3 515	3 467	4 173	4 547	4 674	4 732	3 880	3 772
+ Production stockée et immobilisée	131	101	45	105	110	216	219	222	2	162
= Production totale au prix de base	30 483	32 676	34 712	36 143	40 682	42 765	44 341	44 888	41 814	42 454
- Consommations intermédiaires	14 509	15 594	16 677	17 066	19 245	19 777	20 624	20 879	22 208	22 699
= Valeur ajoutée au prix de base	15 974	17 082	18 035	19 078	21 437	22 988	23 717	24 010	19 606	19 755
COMPTE D'EXPLOITATION										
Valeur ajoutée	15 974	17 082	18 035	19 078	21 437	22 988	23 717	24 010	19 606	19 755
+ Subventions d'exploitation	64	121	150	55	57	72	71	72	60	67
- Frais de personnel	8 477	9 066	9 576	10 119	11 039	11 810	12 098	12 248	12 115	12 200
- Impôts et taxes sur la production	999	980	1 045	1 163	1 435	1 776	1 821	1 843	1 800	1 829
= Excédent brut d'exploitation	6 562	7 157	7 564	7 850	9 020	9 475	9 869	9 991	5 750	5 793
ÉLÉMENTS DU COMPTE DE RÉSULTAT										
Excédent brut d'exploitation	6 562	7 157	7 564	7 850	9 020	9 475	9 869	9 991	5 750	5 793
+ Autres produits d'exploitation et financier	1 863	2 225	3 004	2 370	2 493	2 433	2 726	2 760	6 951	5 559
- Autres charges d'exploitation et financières	2 689	2 824	2 942	2 926	3 213	3 500	4 076	4 126	3 201	2 227
= Profit brut courant avant impôt	5 737	6 559	7 625	7 294	8 300	8 408	8 520	8 625	9 500	9 126

SECTEUR : COMMERCE DE GROS D'ÉQUIPEMENTS DE L'INFORMATION ET DE LA COMMUNICATION										
CHAMP : ENTREPRISES INDIVIDUELLES + SOCIÉTÉS ET QUASI-SOCIÉTÉS										
en millions d'euros courants	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
COMPTE DE PRODUCTION										
Chiffre d'affaires hors TVA	40 991	38 098	38 220	42 483	44 619	47 965	49 758	48 022	40 922	42 351
Ventes de marchandises	38 008	35 102	35 010	38 620	41 387	44 569	46 263	44 649	37 977	39 786
- Coût d'achat des marchandises	31 576	29 189	28 618	32 017	34 719	37 484	38 995	37 635	31 660	33 365
= Marge commerciale (au prix de base)	6 432	5 913	6 392	6 603	6 668	7 085	7 268	7 014	6 317	6 421
+ Production vendue de biens et services	2 983	2 996	3 210	3 864	3 232	3 397	3 495	3 373	2 945	2 564
+ Production stockée et immobilisée	1	10	4	0	0	45	45	43	32	81
= Production totale au prix de base	9 416	8 919	9 606	10 466	9 900	10 527	10 807	10 430	9 294	9 067
- Consommations intermédiaires	4 581	4 271	4 637	5 342	4 930	5 124	5 229	5 047	4 987	4 857
= Valeur ajoutée au prix de base	4 835	4 648	4 969	5 124	4 969	5 403	5 578	5 384	4 307	4 210
COMPTE D'EXPLOITATION										
Valeur ajoutée	4 835	4 648	4 969	5 124	4 969	5 403	5 578	5 384	4 307	4 210
+ Subventions d'exploitation	2	1	1	2	2	3	3	3	17	15
- Frais de personnel	3 442	3 375	3 372	3 457	3 506	3 690	3 788	3 656	3 340	3 128
- Impôts et taxes sur la production	228	212	212	229	249	281	290	280	254	241
= Excédent brut d'exploitation	1 166	1 062	1 385	1 440	1 215	1 435	1 504	1 451	730	856
ÉLÉMENTS DU COMPTE DE RÉSULTAT										
Excédent brut d'exploitation	1 166	1 062	1 385	1 440	1 215	1 435	1 504	1 451	730	856
+ Autres produits d'exploitation et financier	772	791	1 240	747	825	847	880	849	948	385
- Autres charges d'exploitation et financières	596	577	569	702	649	832	718	693	548	662
= Profit brut courant avant impôt	1 342	1 277	2 056	1 486	1 392	1 449	1 666	1 608	1 130	578

SECTEUR : COMMERCE DE GROS D'AUTRES ÉQUIPEMENTS INDUSTRIELS										
CHAMP : ENTREPRISES INDIVIDUELLES + SOCIÉTÉS ET QUASI-SOCIÉTÉS										
en millions d'euros courants	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
COMPTE DE PRODUCTION										
Chiffre d'affaires hors TVA	77 891	73 553	72 606	76 625	81 339	78 491	84 769	87 029	75 000	76 749
Ventes de marchandises	74 473	70 516	68 943	72 472	76 742	73 777	79 716	81 841	69 742	71 828
- Coût d'achat des marchandises	59 032	55 455	53 063	55 672	59 790	55 752	60 307	61 914	51 101	52 498
= Marge commerciale (au prix de base)	15 440	15 060	15 881	16 800	16 953	18 025	19 410	19 927	18 642	19 330
+ Production vendue de biens et services	3 418	3 037	3 662	4 153	4 596	4 715	5 053	5 188	5 258	4 921
+ Production stockée et immobilisée	30	57	38	22	24	128	129	132	172	339
= Production totale au prix de base	18 888	18 154	19 580	20 974	21 573	22 867	24 592	25 247	24 072	24 589
- Consommations intermédiaires	7 481	7 196	7 665	8 267	8 576	8 715	9 178	9 423	10 531	10 884
= Valeur ajoutée au prix de base	11 407	10 958	11 916	12 707	12 998	14 152	15 413	15 824	13 541	13 706
COMPTE D'EXPLOITATION										
Valeur ajoutée	11 407	10 958	11 916	12 707	12 998	14 152	15 413	15 824	13 541	13 706
+ Subventions d'exploitation	51	34	43	39	45	48	46	48	61	60
- Frais de personnel	8 430	8 369	8 887	9 107	9 401	9 770	10 265	10 539	10 025	10 079
- Impôts et taxes sur la production	555	530	570	617	670	757	804	825	778	739
= Excédent brut d'exploitation	2 474	2 093	2 502	3 023	2 971	3 673	4 391	4 508	2 799	2 947
ÉLÉMENTS DU COMPTE DE RÉSULTAT										
Excédent brut d'exploitation	2 474	2 093	2 502	3 023	2 971	3 673	4 391	4 508	2 799	2 947
+ Autres produits d'exploitation et financier	618	624	659	709	749	727	1 035	1 063	3 209	2 922
- Autres charges d'exploitation et financières	918	920	856	931	919	886	981	1 007	803	701
= Profit brut courant avant impôt	2 174	1 798	2 304	2 801	2 802	3 515	4 445	4 564	5 205	5 169

SECTEUR : AUTRES COMMERCES DE GROS SPÉCIALISÉS										
CHAMP : ENTREPRISES INDIVIDUELLES + SOCIÉTÉS ET QUASI-SOCIÉTÉS										
en millions d'euros courants	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
COMPTE DE PRODUCTION										
Chiffre d'affaires hors TVA	119 896	120 982	119 329	129 522	133 792	143 360	151 296	163 308	127 785	140 257
Ventes de marchandises	116 654	117 628	116 008	126 306	130 246	139 914	147 623	159 344	125 187	136 859
- Coût d'achat des marchandises	97 657	98 931	96 603	105 249	109 525	117 112	123 193	132 974	102 313	110 151
= Marge commerciale (au prix de base)	18 998	18 697	19 404	21 058	20 721	22 802	24 430	26 370	22 874	26 707
+ Production vendue de biens et services	3 242	3 354	3 321	3 216	3 546	3 446	3 673	3 964	2 598	3 398
+ Production stockée et immobilisée	75	-25	65	114	322	112	113	122	-22	166
= Production totale au prix de base	22 314	22 026	22 790	24 388	24 589	26 361	28 216	30 456	25 450	30 271
- Consommations intermédiaires	9 821	9 697	9 867	10 252	10 434	11 270	12 022	12 977	12 250	14 683
= Valeur ajoutée au prix de base	12 493	12 330	12 923	14 135	14 155	15 091	16 193	17 479	13 199	15 588
COMPTE D'EXPLOITATION										
Valeur ajoutée	12 493	12 330	12 923	14 135	14 155	15 091	16 193	17 479	13 199	15 588
+ Subventions d'exploitation	27	24	33	19	19	20	21	23	31	24
- Frais de personnel	7 724	8 002	8 195	8 586	8 822	9 252	9 652	10 418	10 081	10 281
- Impôts et taxes sur la production	788	793	846	922	1 023	1 104	1 156	1 248	1 157	2 203
= Excédent brut d'exploitation	4 008	3 559	3 916	4 647	4 329	4 754	5 407	5 836	1 992	3 127
ÉLÉMENTS DU COMPTE DE RÉSULTAT										
Excédent brut d'exploitation	4 008	3 559	3 916	4 647	4 329	4 754	5 407	5 836	1 992	3 127
+ Autres produits d'exploitation et financier	983	922	1 029	1 088	1 112	1 469	2 094	2 260	3 458	1 600
- Autres charges d'exploitation et financières	1 778	1 310	1 204	1 209	1 302	1 575	1 711	1 846	2 093	1 253
= Profit brut courant avant impôt	3 213	3 171	3 741	4 526	4 139	4 648	5 790	6 250	3 357	3 475

SECTEUR : COMMERCE DE DÉTAIL EN MAGASIN NON SPÉCIALISÉ										
CHAMP : ENTREPRISES INDIVIDUELLES + SOCIÉTÉS ET QUASI-SOCIÉTÉS										
en millions d'euros courants	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
COMPTE DE PRODUCTION										
Chiffre d'affaires hors TVA	154 297	162 683	169 792	173 190	175 710	178 806	183 800	190 641	181 909	189 812
Ventes de marchandises	149 110	156 912	164 225	167 063	169 368	172 551	177 373	183 975	174 875	183 344
- Coût d'achat des marchandises	119 347	126 155	131 776	134 444	137 030	139 501	143 428	148 766	139 262	145 766
= Marge commerciale (au prix de base)	27 867	30 294	30 237	32 200	33 049	33 032	33 945	35 209	35 613	37 578
+ Production vendue de biens et services	5 187	5 771	5 566	6 127	6 342	6 255	6 427	6 666	7 034	6 468
+ Production stockée et immobilisée	22	11	24	18	39	32	32	34	26	35
= Production totale au prix de base	33 077	36 075	35 827	38 345	39 430	39 319	40 405	41 908	42 673	44 080
- Consommations intermédiaires	14 316	14 301	14 607	15 089	15 556	15 238	15 472	16 047	17 276	17 490
= Valeur ajoutée au prix de base	18 761	21 775	21 220	23 256	23 873	24 081	24 933	25 861	25 398	26 590
COMPTE D'EXPLOITATION										
Valeur ajoutée	18 761	21 775	21 220	23 256	23 873	24 081	24 933	25 861	25 398	26 590
+ Subventions d'exploitation	63	63	65	67	71	82	76	78	92	99
- Frais de personnel	13 407	14 216	14 777	15 268	15 772	16 508	16 808	17 433	17 729	18 249
- Impôts et taxes sur la production	1 888	1 914	2 060	2 056	2 122	2 189	2 288	2 374	2 434	2 441
= Excédent brut d'exploitation	3 528	5 708	4 448	5 999	6 050	5 467	5 913	6 133	5 327	5 999
ÉLÉMENTS DU COMPTE DE RÉSULTAT										
Excédent brut d'exploitation	3 528	5 708	4 448	5 999	6 050	5 467	5 913	6 133	5 327	5 999
+ Autres produits d'exploitation et financier	2 326	1 529	1 508	1 387	1 446	1 805	1 538	1 595	1 591	1 411
- Autres charges d'exploitation et financières	1 359	1 124	1 115	973	1 041	1 015	1 196	1 241	1 016	1 026
= Profit brut courant avant impôt	4 494	6 113	4 841	6 413	6 455	6 257	6 255	6 488	5 902	6 385

SECTEUR : COMMERCE DE DÉTAIL ALIMENTAIRE EN MAGASIN SPÉCIALISÉ										
CHAMP : ENTREPRISES INDIVIDUELLES + SOCIÉTÉS ET QUASI-SOCIÉTÉS										
en millions d'euros courants	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
COMPTE DE PRODUCTION										
Chiffre d'affaires hors TVA	16 117	16 822	17 141	17 684	17 933	18 357	18 803	19 412	17 732	17 178
Ventes de marchandises	14 750	15 370	15 707	16 130	16 308	16 632	17 036	17 588	15 743	15 047
- Coût d'achat des marchandises	9 239	9 536	9 738	9 990	10 084	10 272	10 552	10 894	9 857	9 102
= Marge commerciale (au prix de base)	5 055	5 364	5 309	5 733	5 979	6 333	6 484	6 694	5 886	5 945
+ Production vendue de biens et services	1 367	1 452	1 434	1 554	1 625	1 726	1 767	1 824	1 990	2 131
+ Production stockée et immobilisée	1	11	11	4	20	24	27	28	-2	20
= Production totale au prix de base	6 423	6 827	6 754	7 292	7 624	8 082	8 278	8 546	7 874	8 096
- Consommations intermédiaires	1 897	2 001	2 040	2 143	2 247	2 353	2 423	2 501	2 520	2 701
= Valeur ajoutée au prix de base	4 526	4 827	4 714	5 149	5 377	5 730	5 855	6 045	5 355	5 395
COMPTE D'EXPLOITATION										
Valeur ajoutée	4 526	4 827	4 714	5 149	5 377	5 730	5 855	6 045	5 355	5 395
+ Subventions d'exploitation	22	22	23	30	28	31	33	34	34	35
- Frais de personnel	1 981	2 130	2 211	2 380	2 470	2 567	2 678	2 764	2 048	2 296
- Impôts et taxes sur la production	236	244	247	248	260	274	284	293	262	215
= Excédent brut d'exploitation	2 331	2 474	2 278	2 550	2 676	2 920	2 927	3 022	3 078	2 920
ÉLÉMENTS DU COMPTE DE RÉSULTAT										
Excédent brut d'exploitation	2 331	2 474	2 278	2 550	2 676	2 920	2 927	3 022	3 078	2 920
+ Autres produits d'exploitation et financier	116	117	117	134	162	155	172	177	97	88
- Autres charges d'exploitation et financières	218	228	222	224	246	247	295	305	186	176
= Profit brut courant avant impôt	2 229	2 364	2 173	2 460	2 592	2 827	2 803	2 894	2 989	2 831

SECTEUR : COMMERCE DE DÉTAIL DE CARBURANTS EN MAGASIN SPÉCIALISÉ										
CHAMP : ENTREPRISES INDIVIDUELLES + SOCIÉTÉS ET QUASI-SOCIÉTÉS										
en millions d'euros courants	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
COMPTE DE PRODUCTION										
Chiffre d'affaires hors TVA	8 937	9 230	9 571	9 964	11 287	11 904	12 003	13 789	10 834	12 910
Ventes de marchandises	8 424	8 772	9 151	9 552	11 019	11 643	11 740	13 487	10 604	12 680
- Coût d'achat des marchandises	7 374	7 673	7 978	8 357	9 761	10 358	10 444	11 999	9 720	11 483
= Marge commerciale (au prix de base)	1 290	1 259	1 249	1 275	1 240	1 285	1 296	1 488	884	1 197
+ Production vendue de biens et services	513	458	420	412	268	261	263	302	230	230
+ Production stockée et immobilisée	9	9	9	9	9	9	9	10	8	-1
= Production totale au prix de base	1 812	1 726	1 677	1 696	1 517	1 555	1 567	1 800	1 123	1 426
- Consommations intermédiaires	631	616	640	668	675	709	720	827	460	510
= Valeur ajoutée au prix de base	1 182	1 110	1 038	1 028	842	846	847	973	663	916
COMPTE D'EXPLOITATION										
Valeur ajoutée	1 182	1 110	1 038	1 028	842	846	847	973	663	916
+ Subventions d'exploitation	21	23	12	20	22	25	21	24	19	19
- Frais de personnel	391	400	406	415	428	440	441	507	443	463
- Impôts et taxes sur la production	175	171	168	190	206	238	245	281	65	147
= Excédent brut d'exploitation	637	561	476	443	230	193	182	209	173	325
ÉLÉMENTS DU COMPTE DE RÉSULTAT										
Excédent brut d'exploitation	637	561	476	443	230	193	182	209	173	325
+ Autres produits d'exploitation et financier	34	45	38	43	41	43	51	59	43	31
- Autres charges d'exploitation et financières	51	46	39	37	39	42	46	52	24	45
= Profit brut courant avant impôt	621	560	475	449	232	194	188	216	193	311

SECTEUR : COMMERCE DE DÉTAIL D'ÉQUIPEMENTS DE L'INFORMATION ET DE LA COMMUNICATION EN MAGASIN SPÉCIALISÉ										
CHAMP : ENTREPRISES INDIVIDUELLES + SOCIÉTÉS ET QUASI-SOCIÉTÉS										
en millions d'euros courants	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
COMPTE DE PRODUCTION										
Chiffre d'affaires hors TVA	6 209	6 623	6 788	7 317	7 719	8 057	8 469	8 592	8 205	7 778
Ventes de marchandises	5 794	6 135	6 357	6 840	7 103	7 334	7 708	7 819	7 530	7 201
- Coût d'achat des marchandises	4 253	4 482	4 599	4 957	5 241	5 488	5 765	5 849	5 696	5 413
= Marge commerciale (au prix de base)	1 165	1 324	1 234	1 353	1 630	1 843	1 942	1 970	1 834	1 788
+ Production vendue de biens et services	414	487	431	477	616	722	762	773	675	577
+ Production stockée et immobilisée	2	1	2	5	8	6	6	6	8	6
= Production totale au prix de base	1 581	1 813	1 666	1 834	2 255	2 572	2 710	2 749	2 517	2 371
- Consommations intermédiaires	813	885	912	996	1 061	1 128	1 196	1 214	1 164	1 060
= Valeur ajoutée au prix de base	768	928	755	839	1 194	1 443	1 514	1 536	1 353	1 311
COMPTE D'EXPLOITATION										
Valeur ajoutée	768	928	755	839	1 194	1 443	1 514	1 536	1 353	1 311
+ Subventions d'exploitation	2	2	2	2	2	3	3	3	4	5
- Frais de personnel	763	805	831	913	959	991	1 050	1 065	940	934
- Impôts et taxes sur la production	52	56	60	69	76	83	88	89	86	74
= Excédent brut d'exploitation	-45	69	-134	-141	161	372	379	384	331	308
ÉLÉMENTS DU COMPTE DE RÉSULTAT										
Excédent brut d'exploitation	-45	69	-134	-141	161	372	379	384	331	308
+ Autres produits d'exploitation et financier	46	49	65	36	37	46	61	61	70	68
- Autres charges d'exploitation et financières	57	45	60	57	55	63	72	74	45	57
= Profit brut courant avant impôt	-57	72	-129	-162	143	355	367	372	355	318

SECTEUR : COMMERCE DE DÉTAIL D'AUTRES ÉQUIPEMENTS DU FOYER EN MAGASIN SPÉCIALISÉ										
CHAMP : ENTREPRISES INDIVIDUELLES + SOCIÉTÉS ET QUASI-SOCIÉTÉS										
en millions d'euros courants	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
COMPTE DE PRODUCTION										
Chiffre d'affaires hors TVA	34 067	35 627	36 857	39 145	41 239	43 543	46 327	47 348	46 717	47 887
Ventes de marchandises	33 182	34 547	36 092	38 331	39 869	41 937	44 626	45 610	44 242	45 596
- Coût d'achat des marchandises	21 885	22 696	23 351	24 698	25 944	27 412	29 090	29 731	28 142	28 816
= Marge commerciale (au prix de base)	9 894	10 995	9 896	10 515	13 227	14 634	15 536	15 879	16 099	16 780
+ Production vendue de biens et services	886	1 081	765	814	1 370	1 606	1 701	1 738	2 475	2 291
+ Production stockée et immobilisée	51	30	42	44	32	43	45	46	46	48
= Production totale au prix de base	10 831	12 106	10 703	11 373	14 629	16 284	17 281	17 662	18 620	19 119
- Consommations intermédiaires	4 433	4 663	4 951	5 308	5 746	6 173	6 650	6 797	8 502	8 644
= Valeur ajoutée au prix de base	6 398	7 443	5 752	6 065	8 883	10 110	10 631	10 866	10 119	10 475
COMPTE D'EXPLOITATION										
Valeur ajoutée	6 398	7 443	5 752	6 065	8 883	10 110	10 631	10 866	10 119	10 475
+ Subventions d'exploitation	18	17	16	21	22	28	24	25	36	44
- Frais de personnel	5 321	5 657	5 930	6 284	6 597	6 928	7 300	7 461	7 281	7 590
- Impôts et taxes sur la production	453	464	498	579	644	685	735	751	764	747
= Excédent brut d'exploitation	642	1 339	-660	-777	1 664	2 525	2 621	2 678	2 111	2 182
ÉLÉMENTS DU COMPTE DE RÉSULTAT										
Excédent brut d'exploitation	642	1 339	-660	-777	1 664	2 525	2 621	2 678	2 111	2 182
+ Autres produits d'exploitation et financier	653	574	519	460	471	531	650	665	933	668
- Autres charges d'exploitation et financières	413	436	455	475	480	587	608	621	612	549
= Profit brut courant avant impôt	882	1 477	-596	-791	1 656	2 469	2 663	2 722	2 432	2 301

SECTEUR : COMMERCE DE DÉTAIL DE BIENS CULTURELS ET DE LOISIRS EN MAGASIN SPÉCIALISÉ										
CHAMP : ENTREPRISES INDIVIDUELLES + SOCIÉTÉS ET QUASI-SOCIÉTÉS										
en millions d'euros courants	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
COMPTE DE PRODUCTION										
Chiffre d'affaires hors TVA	14 920	15 896	16 312	17 173	17 889	18 498	19 165	18 872	17 979	19 460
Ventes de marchandises	13 311	14 247	14 684	15 470	16 091	16 657	17 269	17 006	16 200	17 420
- Coût d'achat des marchandises	8 792	9 414	9 672	10 251	10 759	11 258	11 673	11 495	11 149	12 056
= Marge commerciale (au prix de base)	4 714	4 847	4 804	5 027	5 302	5 434	5 596	5 511	5 051	5 364
+ Production vendue de biens et services	1 609	1 649	1 628	1 703	1 798	1 841	1 895	1 867	1 780	2 041
+ Production stockée et immobilisée	4	4	4	7	10	10	10	10	6	7
= Production totale au prix de base	6 327	6 500	6 436	6 737	7 110	7 285	7 502	7 388	6 837	7 411
- Consommations intermédiaires	2 784	2 974	3 050	3 242	3 444	3 615	3 793	3 735	3 747	4 040
= Valeur ajoutée au prix de base	3 544	3 526	3 386	3 495	3 666	3 670	3 709	3 652	3 090	3 371
COMPTE D'EXPLOITATION										
Valeur ajoutée	3 544	3 526	3 386	3 495	3 666	3 670	3 709	3 652	3 090	3 371
+ Subventions d'exploitation	27	27	13	15	15	18	18	17	13	32
- Frais de personnel	2 026	2 134	2 198	2 300	2 383	2 450	2 557	2 518	2 282	2 431
- Impôts et taxes sur la production	191	195	212	234	253	272	285	281	262	265
= Excédent brut d'exploitation	1 354	1 224	988	976	1 045	966	884	871	560	707
ÉLÉMENTS DU COMPTE DE RÉSULTAT										
Excédent brut d'exploitation	1 354	1 224	988	976	1 045	966	884	871	560	707
+ Autres produits d'exploitation et financier	307	338	441	359	408	448	566	557	548	783
- Autres charges d'exploitation et financières	291	300	229	271	260	288	335	330	217	309
= Profit brut courant avant impôt	1 369	1 261	1 200	1 065	1 193	1 126	1 115	1 098	891	1 181

SECTEUR : AUTRES COMMERCE DE DÉTAIL EN MAGASIN SPÉCIALISÉ										
CHAMP : ENTREPRISES INDIVIDUELLES + SOCIÉTÉS ET QUASI-SOCIÉTÉS										
en millions d'euros courants	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
COMPTE DE PRODUCTION										
Chiffre d'affaires hors TVA	74 824	78 692	81 412	84 911	90 035	94 647	97 954	100 913	98 824	105 149
Ventes de marchandises	73 863	77 501	80 286	83 493	88 281	92 683	95 870	98 766	96 263	102 879
- Coût d'achat des marchandises	47 392	49 472	51 094	53 046	56 099	58 918	60 693	62 526	58 847	62 980
= Marge commerciale (au prix de base)	22 486	24 911	25 024	27 796	31 212	33 651	35 177	36 240	37 417	39 898
+ Production vendue de biens et services	961	1 192	1 125	1 418	1 754	1 965	2 084	2 147	2 560	2 270
+ Production stockée et immobilisée	14	12	20	24	50	50	53	54	43	53
= Production totale au prix de base	23 461	26 115	26 169	29 238	33 016	35 666	37 314	38 441	40 020	42 222
- Consommations intermédiaires	7 804	8 251	8 551	9 035	9 849	10 539	11 019	11 351	13 892	14 578
= Valeur ajoutée au prix de base	15 657	17 864	17 618	20 203	23 167	25 127	26 295	27 090	26 128	27 643
COMPTE D'EXPLOITATION										
Valeur ajoutée	15 657	17 864	17 618	20 203	23 167	25 127	26 295	27 090	26 128	27 643
+ Subventions d'exploitation	81	84	86	88	93	95	91	94	82	92
- Frais de personnel	10 568	11 354	12 050	12 843	13 728	14 612	15 348	15 811	15 007	15 570
- Impôts et taxes sur la production	836	884	953	1 052	1 174	1 289	1 323	1 363	1 384	1 299
= Excédent brut d'exploitation	4 333	5 710	4 702	6 396	8 358	9 322	9 716	10 009	9 819	10 867
ÉLÉMENTS DU COMPTE DE RÉSULTAT										
Excédent brut d'exploitation	4 333	5 710	4 702	6 396	8 358	9 322	9 716	10 009	9 819	10 867
+ Autres produits d'exploitation et financier	560	573	734	628	762	805	902	930	1 200	1 047
- Autres charges d'exploitation et financières	1 433	1 434	1 433	1 475	1 565	1 591	1 748	1 801	1 685	1 678
= Profit brut courant avant impôt	3 461	4 849	4 003	5 549	7 555	8 535	8 870	9 138	9 334	10 236

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'Economie 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.

Décète :

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 DURAFOUR

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 Bouthelier (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 ;

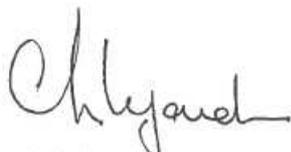
Secrétaire général de la commission : le chef du bureau des activités artisanales et commerciales à la direction générale de la compétitivité, de l'industrie et des services

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 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°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 et 2010
- 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'épiceries, un peu plus de fleuristes », (février 2002)
N°771 « Le commerce de détail s'initie à la vente par Internet », (avril 2001)
N°686 « Grandes surfaces alimentaires : vers le modèle américain en matière de services ? », (décembre 1999)
N°638 « Commerce du bricolage : l'informatique fédère les entreprises dans les réseaux », (mars 1999)
N°636 « De la grande surface au marché : à chacun ses habitudes », (mars 1999)
N°634 « Électronique domestique : les nouveaux lieux d'achat », (février 1999)
N°609 « Fidélité aux enseignes, fidélité aux marques : les choix des consommateurs », (septembre 1998)
N°597 « Le commerce du sport : un secteur en forme », (juillet 1998)
N°567 « Marché de l'habillement : les enseignes développent leurs marques », (janvier 1998)
N°485 « Mondialisation industrielle, le rôle des filiales de commerce de gros des groupes étrangers », (Sep1996)
N°465 « Le commerce de gros non alimentaire : ouverture internationale », (juin 1996)

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.