

Direction des Statistiques d'Entreprises

E2016/05

La situation du commerce en 2015
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

Institut National de la Statistique et des Études Économiques

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

E 2016/05

La situation du commerce en 2015

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

Division Commerce

Décembre 2016

*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.*

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

Statistiques

- thème Secteurs d'activité puis Commerce
- ou thème Économie-Conjoncture-Comptes nationaux puis Comptes annuels

Rapport établi pour la réunion de la Commission des Comptes Commerciaux de la Nation du 16 décembre 2016.

Virginie ANDRIEUX, Catherine BOURDEAUX, Sonia LE FAUCHEUR, Arnaud ROUSSET, Rémi SEGRETO et Benoît TRINQUIER à la division « commerce » de l'Insee ont rédigé la vue d'ensemble et les quatre premiers chapitres, sous la direction de Sabine BESSIERE, rapporteur de la commission. Le chapitre V, consacré aux opérations internationales du commerce a été réalisé par Brice EDAN (direction générale des douanes et droits indirects), Jean-Luc CAYSSALS (Banque de France) et Arnaud ROUSSET(Insee).

La situation du commerce en 2015

Résumé :

Le redémarrage de l'activité dans les secteurs commerciaux se confirme en 2015. Ce mouvement est favorisé par l'augmentation de l'investissement des entreprises et par l'accélération de la consommation qui bénéficie de l'appréciation significative du pouvoir d'achat des ménages. L'année 2015 est particulièrement favorable au commerce et à la réparation d'automobiles, dont l'activité progresse fortement (+ 3,8 %). Les ventes augmentent également en volume dans le commerce de gros (+ 1,3 %) et le commerce de détail (+ 1,8 %). En valeur, les ventes se replient néanmoins dans ces deux secteurs en raison d'une baisse des prix persistante.

Mots-clés :

Commerce, commerce de détail, commerce de gros, commerce et réparation d'automobiles, consommation des ménages, emploi, démographie des entreprises.

The economic situation of trade in 2015

Abstract :

Trade activity accelerated in 2015, after resuming the year before. This is driven by an increase in business investment and consumption acceleration benefiting from a significant increase in purchasing power. 2015 was particularly favorable to trade and repair of automobiles, whose activity grew strongly (+ 3.8%). Sales also increased in volume in wholesale trade (+ 1.3%) and retail trade (+ 1.8%). In value terms, sales nevertheless fold in both sectors due to longlasting lower prices.

Keywords :

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

**Institut national de la statistique
et des études économiques**
Directeur de la publication
Jean-Luc TAVERNIER

© Insee 2016

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

LE COMMERCE EN 2015

RAPPORT SUR LES COMPTES

SOMMAIRE

DONNEES DE CADRAGE : LE COMMERCE DANS L'ECONOMIE	11
VUE D'ENSEMBLE	13
1 - La reprise d'activité se confirme dans les secteurs commerciaux mais les prix continuent de diminuer	14
1.1 - Commerce de gros : légère accélération des ventes en volume	14
1.2 - Les gains de pouvoir d'achat profitent aux ventes du commerce de détail	15
1.3 - Un bilan très positif pour le commerce et la réparation d'automobiles	16
2 - L'emploi salarié repart à la hausse dans les secteurs commerciaux	20
3 - La marge commerciale progresse en 2014 dans le commerce de détail et le commerce de gros	20
CHAPITRE I : LE COMMERCE DE GROS	23
1 - Produits agricoles bruts : ventes quasi stables, prix toujours en baisse	24
2 - Produits alimentaires : ventes et prix quasi stables	25
3 - Biens domestiques : ventes en hausse	26
4 - Équipements de l'information et de la communication : ventes en baisse, prix en hausse	27
5 - Autres équipements industriels : redressement des ventes	27
6 - Commerce de gros spécialisé : recul des prix des matières premières	28
7 - Intermédiaires : ventes en progression, prix en recul	29
8 - La clientèle intérieure du commerce de gros : principalement des industriels et des détaillants	29
9 - Dans le commerce de gros en 2014 : 17 % des ventes exportées	30
CHAPITRE II : LE COMMERCE DE DÉTAIL	35
1 - Petit commerce alimentaire : ventes en hausse en 2015	36
2 - Croissance atone pour les grandes surfaces à prédominance alimentaire (GSA)	36
3 - Forte progression des ventes du commerce non alimentaire non spécialisé	36
4 - Une activité toujours soutenue dans le commerce non alimentaire spécialisé	37
5 - Dynamisme des activités de commerce hors magasin	39
6 - L'activité du grand commerce non alimentaire spécialisé accélère	42
7 - L'équipement commercial du commerce de détail : plus de 9 entreprises sur 10 n'ont qu'un seul magasin	45
8 - L'équipement commercial dans le grand commerce non alimentaire spécialisé	47
CHAPITRE III : LE COMMERCE ET LA RÉPARATION D'AUTOMOBILES	49
1 - Le commerce de véhicules automobiles repart nettement à la hausse	50
2 - Activité en hausse dans l'entretien-réparation et dans l'équipement automobile de détail	50
3 - La situation se dégrade dans le commerce et réparation de motocycles	51
CHAPITRE IV : EMPLOI ET SALAIRES	53
1 - Hausse de l'emploi salarié en 2015 tirée par le commerce de détail	54
2 - Des salaires plus élevés dans le commerce de gros	55
3 - L'emploi salarié dans le grand commerce en 2014	56
CHAPITRE V : LES OPÉRATIONS INTERNATIONALES	57
1 - Reprise marquée des échanges des opérateurs du commerce en 2015	57
1.1 - Redressement des exportations du commerce de gros	58
1.2 - Accélération des échanges du commerce et de la réparation d'automobiles	60
1.3 - Une croissance toujours soutenue des importations dans le commerce de détail	60
2 - La position nette créditrice du commerce est stable et contribue à 7,5 % du solde global des investissements directs... ..	64
2.1 - Moyennement internationalisé, le secteur du commerce doit sa position créditrice au commerce de détail en magasin non spécialisé	64
2.2 - Sept groupes investisseurs concentrent 70 % des investissements du secteur du commerce à l'étranger	66
2.3 - L'orientation géographique: une prédominance de l'Union européenne	67
2.4 - L'origine ultime des investissements directs étrangers dans les entreprises commerciales résidentes	68
3 - 23 % du chiffre d'affaires des sociétés commerciales est réalisé par des groupes étrangers	69
3.1 - La part des groupes étrangers est plus forte dans le commerce de gros	69
3.2 - les groupes européens contrôlent plus des deux tiers de l'activité des filiales commerciales des groupes étrangers	70
ANNEXE – MÉTHODE	73
Les investissements directs à l'étranger	73

TABLEAUX, GRAPHIQUES ET ENCADRÉS

VUE D'ENSEMBLE	13
Graphique 1 : Ventes du commerce, évolutions en volume et en valeur en 2014 et 2015 (en %)	13
Tableau 1 : Ventes de marchandises du commerce de gros H.T	14
Tableau 2 : Ventes du commerce de gros hors intermédiaires, contributions à l'évolution en volume (en points).....	15
Tableau 3 : Ventes du commerce de détail et de l'artisanat commercial T.T.C.....	16
Tableau 4 : Ventes du commerce et réparation d'automobiles T.T.C., évolution en volume (en %).....	17
Tableau 5 : Ventes du commerce et réparation d'automobiles, contributions à l'évolution en volume (en points).....	17
Graphiques 2 et 3 : indices de chiffre d'affaires en volume du commerce de détail	18
Graphique 4 : indices de chiffres d'affaires en volume du commerce et de la réparation d'automobiles.....	19
Graphique 5 : indices de chiffres d'affaires en valeur du commerce de gros	19
Graphique 6 : Effectif salarié trimestriel dans les secteurs du commerce (indice 100 au 1er trimestre 1994)	20
Tableau 6 : Comptes des secteurs commerciaux en 2014	21
Graphique 7 : Taux de marge commerciale.....	22
Graphique 8 : Part des consommations intermédiaires dans la production	22
CHAPITRE I : LE COMMERCE DE GROS	23
Graphique : Ventes du commerce de gros, évolution en volume et en valeur en 2014 et 2015 (en %).....	23
Tableau 1 : Part des exportations et des importations et poids des entreprises exportatrices et importatrices (en %).....	31
Encadré : Principes d'évaluation et révision des ventes de marchandises des secteurs du commerce de gros	32
Tableau 2 : Ventes de marchandises du commerce de gros H.T.....	33
CHAPITRE II : LE COMMERCE DE DÉTAIL	35
Graphique 1 : Ventes du commerce de détail et de l'artisanat commercial en 2014 et 2015, évolution (en %).....	35
Tableau 1 : Ventes du commerce de détail et de l'artisanat à caractère commercial T.T.C.....	40
Encadré 1 : Évaluation et révisions des ventes au détail	41
Encadré 2 : Définition du grand commerce non alimentaire spécialisé.....	42
Graphique 2 : Part du chiffre d'affaires H.T. du grand commerce au sens large en 2011 et 2015 (en %)	42
Tableau 2 : Chiffre d'affaires hors taxes du grand commerce et de l'ensemble du commerce.....	44
Tableau 3 : Le nombre de magasins des entreprises du commerce de détail et de l'artisanat commercial en 2014	45
Graphique 3 : Répartition du nombre de magasins par secteur d'activité en 2014 (en ‰).....	46
Graphique 4 : Poids des entreprises ne possédant qu'un seul magasin en nombre d'entreprises et chiffre d'affaires en 2014 (en %).....	46
Graphique 5 : Nombre moyen de magasins par entreprise pour le grand commerce en 2014	47
CHAPITRE III : LE COMMERCE ET LA RÉPARATION D'AUTOMOBILES	49
Graphique : Ventes du commerce et réparation d'automobiles en 2014 et 2015, évolution en volume et en valeur (en %)	49
Encadré : Révisions des ventes au détail du commerce et réparation d'automobiles.....	51
Tableau : Ventes du commerce et de la réparation d'automobiles T.T.C.	51
CHAPITRE IV : EMPLOI ET SALAIRES	53
Graphique 1 : Effectif salarié trimestriel dans les secteurs du commerce	53
Tableau 1 : Effectifs salariés au 31/12 (en milliers) et part (en %).....	54
Tableau 2 : Effectifs salariés du commerce, variation en glissement annuel au 31/12 (en % et milliers).....	54
Tableau 3 : Salaires bruts horaires moyens dans le commerce, l'industrie, la construction et les services en 2014 (en €)	55
Tableau 4 : Salaires bruts horaires moyens des salariés du commerce selon la catégorie socioprofessionnelle en 2014 (en €).....	55
Graphique 2 : Part des salariés travaillant dans le grand commerce au sens large en 2014 (en %).....	56
Graphique 3 : Répartition des salariés du grand commerce au sens large selon le secteur d'activité au 31/12/2014	56
CHAPITRE V : LES OPERATIONS INTERNATIONALES	57
Graphique 1 : Évolution des échanges du secteur du commerce (en milliards d'euros)	57
Tableau 1 : Évolution des échanges de la France et du secteur du commerce (en %)	58
Tableau 2 : Évolution des échanges du commerce par sous-secteurs (en %).....	58
Tableau 3 : Évolution des échanges du commerce de gros par produits (en %).....	59
Tableau 4 : Évolution des échanges du commerce de gros par zone géographique (en %).....	59
Tableau 5 : Évolution des échanges du commerce d'automobiles par produits (en %).....	60
Tableau 6 : Évolution des échanges du commerce d'automobiles par zone géographique (en %)	60
Tableau 7 : Évolution des échanges du commerce de détail par produit (en %).....	61
Tableau 8 : Évolution des échanges du commerce de détail par zone géographique (en %)	61
Encadré : Le secteur de la vente à distance se développe à l'international.....	61
Graphique 2 : Importations, exportations et soldes du secteur de la vente à distance entre 2009 et 2015.....	62
Graphique 3 : Répartition par groupe de produits des échanges du secteur de la vente à distance	62
Graphique 4 : Part du secteur de la vente à distance dans le commerce extérieur, par produit en 2015.....	63
Graphique 5 : Stocks d'investissements directs français des secteurs du commerce.....	64
Tableau 9 : Position nette de la France en investissements directs par secteur d'activité (en valeur mixte)	65
Tableau 10 : Position nette de la France en investissements directs du commerce (en valeur mixte)	65
Graphique 6 : Composition sectorielle du stock d'investissements directs français à l'étranger des entreprises commerciales	66
Graphique 7 : Composition sectorielle du stock d'investissements directs étrangers des entreprises commerciales résidentes.....	66
Tableau 11 : Stocks d'investissements directs à l'étranger des entreprises commerciales résidentes, par pays de destination	67
Tableau 12 : Stocks d'investissements directs étrangers dans des entreprises commerciales résidentes, par pays d'origine	68
Tableau 13 : Stocks d'investissements directs étrangers dans des entreprises commerciales résidentes par pays d'origine ultime	69
Tableau 14 : Chiffre d'affaires des filiales françaises de groupes étrangers en 2013 et part (en milliards d'euros et en %)	70
Tableau 15 : Chiffre d'affaires des filiales commerciales résidentes de groupes étrangers en 2013 (en milliards et en %)	71

Introduction

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.

Dans ce rapport, les résultats définitifs de l'année 2014 sont issus des statistiques structurelles d'entreprises (dispositif Esane). Les résultats de 2015 sont encore susceptibles d'être révisés 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 (déclarations mensuelles CA3 pour le paiement de la TVA), et en utilisant les premières estimations de la consommation finale des ménages évaluées par les comptables nationaux.
- En **décembre $n+1$** , ces résultats provisoires sont susceptibles d'être révisés, en fonction des informations statistiques collectées entre juin et décembre ; en particulier, les comptes sectoriels de l'année $n-1$ sont en principe arrêtés en décembre $n+1$ (cf infra), de sorte que l'évolution « provisoire » fondée sur les CA3 et appliquée au niveau $n-1$, peut être affinée par la prise en compte du niveau $n-1$ définitif.
- En **juin ou juillet $n+2$** , les évaluations des ventes de l'année n sont légèrement révisées et deviennent **semi-définitives**.
- En **décembre $n+2$** sont arrêtés les comptes **définitifs** ; ceux-ci s'appuient sur une exploitation des statistiques structurelles d'entreprises (Esane), permettant d'affiner les premiers résultats fournis en juin.

Ainsi, le rapport de **décembre 2016** est actualisé avec les données des comptes du commerce **définitives 2014** et **provisoires 2015** et des nouvelles estimations d'emploi.

En outre, comparé à la publication de juillet, ce rapport est enrichi de **nouvelles parties** :

- un encadré sur les premières tendances d'activité en 2016 (pages 18-19)
- un éclairage sur les comptes de secteurs en 2014 (pages 20-22)
- une analyse des clients du commerce de gros et de l'ouverture au marché extérieur des grossistes en 2014 (pages 29-31)
- une description de l'équipement commercial en 2014 (pages 45 à 47)
- un éclairage sur les salaires dans les secteurs du commerce (page 55)
- des informations sur l'emploi dans le grand commerce (page 56)
- un chapitre sur les opérations internationales du commerce (échanges extérieurs, investissements directs et filiales commerciales de groupes étrangers) (pages 57 à 71)

Ne sont pas repris dans ce rapport le chapitre sur la démographie d'entreprise, les parties sur l'équipement en grandes surfaces, les parts de marché par forme de vente, l'emploi non salarié, la structure de l'emploi et la quasi totalité des annexes méthodologiques.

Le rapport est complété par des séries téléchargeables sur le site internet, reprenant certains tableaux de la publication sur une plus longue période.

DONNÉES DE CADRAGE : LE COMMERCE DANS L'ÉCONOMIE

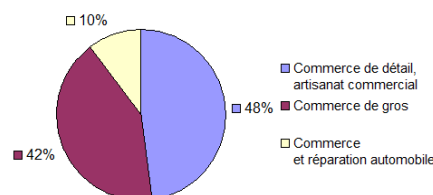
Sauf mention contraire, l'artisanat commercial est compté avec le commerce

Valeur ajoutée en 2014

	en milliards d'euros	
	Commerce	Part dans l'économie (1)
Valeur ajoutée	195,5	10,2 %

(1) La part dans l'économie correspond ici à la part dans la VA totale.
Les données 2014 sont définitives
Source : Insee, comptes nationaux, comptes du commerce

Répartition de la valeur ajoutée en 2014



Source : Insee, comptes du commerce

Chiffre d'affaires H.T. des secteurs commerciaux

	en milliards d'euros		
	2013	2014	2015p
Commerce de gros	789,0	787,2	781,7
Com. détail, artis. com.	464,9	461,7	469,4
Commerce, répar. auto.	154,5	157,1	165,9
Ensemble commerce	1 408,4	1 401,3	1 417,0

p : provisoire

Source : Insee, comptes du commerce

Dans le tableau de synthèse ci-contre, l'activité est mesurée par le chiffre d'affaires 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

	en milliers		
Hors artisanat commercial	2013	2014	2015 p
Effectif salarié	3 009	3 000	3 025
Effectif non salarié	419,5	nd	nd

Source : Insee - estimations d'emploi

Taux de marge commerciale

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

Hors artisanat commercial	2014
Commerce de gros	19,5 %
Commerce de détail	29,2 %
Commerce, répar. auto.	13,1 %

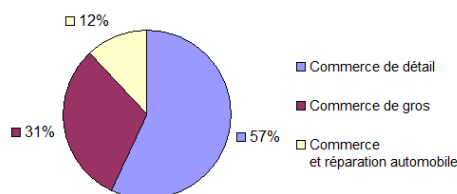
Source : Insee, comptes du commerce

Eff. salarié au 31/12 dans les secteurs du commerce

Hors artisanat commercial	2015 (p) en milliers	Part dans secteurs principalement marchands
Commerce de détail	1 718	10,8 %
Commerce de gros	947	5,9 %
Commerce, répar. auto.	360	2,3 %
Ensemble commerce	3 025	19,0 %

Source : Insee - estimations d'emploi

Répartition de l'emploi salarié du commerce en 2015



Source : Insee - estimations d'emploi

Démographie des entreprises (unités légales) en 2015

	Commerce	Ensemble de l'économie (*)	Part du commerce
Nombre d'entreprises (en milliers)	873	4 241	20,6 %
Nombre de créations (en milliers)	100	525	19,0 %
Nombre de créations hors micro-entrepreneurs (en milliers)	69	302	22,8 %
Taux de création (en %)	11,5 %	12,4 %	///
Taux de création hors micro-entrepreneurs (en %)	7,9 %	7,1 %	///
Nombre de défaillances hors artisanat commercial (en milliers)	14	64	21,9 %

(*) Ensemble des activités marchandes hors agriculture

Sources : Sirene, Banque de France

Les données présentées dans tout le rapport concernent les entreprises (unités légales) des secteurs du commerce. Elles portent sur la dernière année disponible dans les statistiques de l'Insee. Elles sont présentées dans la base 2010 des comptes nationaux et en nomenclature Naf rév.2 (p) = résultat provisoire, susceptible d'être révisé, (sd) = résultat semi-définitif, susceptible d'être révisé.

VUE D'ENSEMBLE

En 2015, la reprise de l'activité se confirme pour les secteurs commerciaux, qui tirent profit de l'amélioration conjoncturelle. Stimulées par la hausse du pouvoir d'achat, les dépenses de consommation des ménages accélèrent nettement, en dépit d'un recul au dernier trimestre. L'investissement des entreprises reste également favorablement orienté (+ 2,8 % après + 1,6 % en 2014) et les exportations progressent à un rythme très soutenu (+ 6,1 %), à la faveur de la baisse du cours de l'euro.

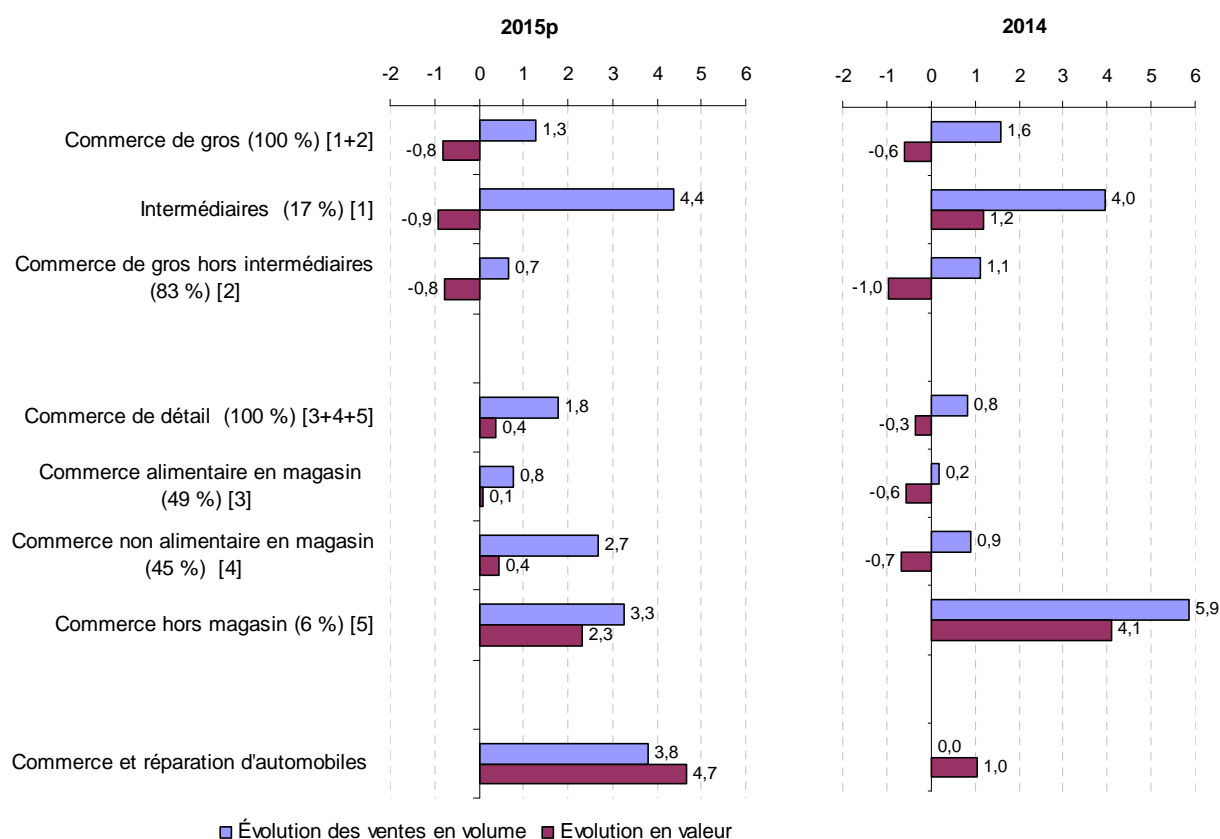
L'année 2015 est particulièrement favorable au **commerce et à la réparation automobile**, dont l'activité repart nettement à la hausse (+ 3,8 %), après plusieurs années difficiles. Les achats de voitures neuves progressent fortement en France, comme dans l'ensemble des autres pays européens.

Les ventes **du commerce de détail** augmentent en volume (+ 1,8 %), à un rythme nettement plus marqué que les années précédentes, favorisées par la progression significative du pouvoir d'achat des ménages. Les **formes de ventes non alimentaires** profitent particulièrement de cette amélioration. En valeur, les ventes au détail progressent très faiblement, les prix des produits vendus au détail continuant de se replier.

Dans le **commerce de gros**, les ventes en volume continuent de progresser, mais à un rythme un peu moins soutenu (+ 1,3 % après + 1,6 % en 2014). L'activité du commerce de gros de biens domestiques et de produits alimentaires ralentit, malgré la vigueur des échanges extérieurs. A l'inverse, la forte croissance de l'activité des **intermédiaires** s'amplifie encore en 2015. En outre, les ventes en gros de **biens d'équipement** se redressent, soutenues par le dynamisme des exportations aéronautiques et la bonne tenue des exportations de machines industrielles et agricoles et d'équipements électriques. Les ventes du **commerce de produits agricoles bruts** sont stables en volume et diminuent légèrement en valeur. La diminution des prix des marchandises vendues en gros se poursuit, mais elle est marginalement moins prononcée en 2015 qu'en 2014.

Dans ce contexte de reprise, l'emploi salarié augmente entre fin 2014 et fin 2015 pour la première fois depuis 2011 dans les secteurs du commerce, comme dans l'ensemble des secteurs principalement marchands.

Graphique 1 : Ventes du commerce, évolutions en volume et en valeur en 2014 et 2015 (en %)



Source : Insee-Comptes du commerce

1 - La reprise d'activité se confirme dans les secteurs commerciaux mais les prix continuent de diminuer

En 2015, les ventes du commerce de gros et des intermédiaires du commerce s'élèvent à 728 milliards d'euros, dont 607 milliards pour le seul commerce de gros. Les ventes augmentent en volume de 1,3 %. Les prix des marchandises vendues en gros restent orientés à la baisse. Les ventes du commerce de détail et de l'artisanat commercial (boulangeries, pâtisseries, charcuteries) atteignent 495 milliards d'euros, toutes taxes comprises. Elles progressent de 1,8 % en volume et augmentent peu en valeur (+ 0,4 %). Enfin, les ventes du commerce et de la réparation d'automobiles s'élèvent à 109 milliards d'euros ; elles retrouvent une croissance soutenue (+ 3,8 %) en volume. Le « commerce et la réparation d'automobiles » se distingue des deux autres secteurs du commerce par des prix orientés à la hausse en 2015 et en 2014.

1.1 - Commerce de gros : légère accélération des ventes en volume

Le redémarrage de l'activité, amorcé en 2014, se confirme en 2015 pour le commerce de gros : en volume, les ventes augmentent mais ralentissent légèrement (+ 1,3 % après + 1,6 %). Elles diminuent néanmoins en valeur (- 0,8 %) en raison de la baisse des prix persistante.

Tableau 1 : Ventes de marchandises du commerce de gros H.T.

Secteurs	Évolution en volume (en %)			Évolution en valeur (en %)			Montant 2015p en Md€
	2013	2014	2015p	2013	2014	2015p	
Commerce de gros de :							
- produits agricoles bruts et animaux vivants	8,7	0,3	- 0,1	3,6	- 7,0	- 1,2	62,2
- produits alimentaires, boissons et tabac	- 2,1	5,8	0,6	0,1	4,2	0,3	130,3
- biens domestiques	- 2,2	4,4	1,1	- 2,3	3,4	0,4	143,2
- équipem ^{ts} de l'information et de la communication	- 8,5	2,9	- 1,7	- 7,3	- 0,1	1,0	41,0
- autres équipements industriels	- 0,3	- 3,6	0,5	0,7	- 3,4	1,0	83,2
- autres commerces de gros spécialisés	- 2,7	- 4,7	0,8	- 4,7	- 7,0	- 5,8	123,4
Commerce de gros hors intermédiaires	- 1,1	1,1	0,7	- 1,5	- 1,0	- 0,8	606,5
Intermédiaires du commerce	4,1	4,0	4,4	4,0	1,2	- 0,9	121,5
Commerce de gros et intermédiaires	- 0,3	1,6	1,3	- 0,6	- 0,6	- 0,8	728,0

(p) provisoire.

Les évolutions du commerce de gros non spécialisé ne sont pas retracées dans le tableau.

Source : Insee-Comptes du commerce

L'activité se maintient pour les **grossistes en produits agricoles bruts et animaux vivants** (- 0,1 % en volume). Le commerce de céréales est favorisé par des récoltes relativement abondantes et des exportations vers la Chine et l'Égypte en expansion. La baisse des prix des produits agricoles bruts s'atténue nettement en 2015. Le recul des prix des animaux vivants est en effet quasiment compensé par la hausse des cours des céréales en moyenne annuelle.

Les ventes de **produits alimentaires** ralentissent nettement malgré des exportations très dynamiques, tirées par les ventes de boissons. La baisse des prix est moins prononcée en 2015 qu'en 2014. Les prix des fruits et des légumes et du vin vendus en gros progressent alors que ceux des volailles et du lait sont en repli, en raison d'une offre très abondante.

Après une année de rebond marqué, les ventes des **grossistes en produits domestiques** décélèrent, en dépit de la bonne tenue des exportations de parfums, de vêtements et de produits pharmaceutiques.

L'activité du **commerce de gros de matériel informatique et de communication** diminue. Mais les ventes en valeur augmentent légèrement car les prix des matériels progressent avec une ampleur inédite. Les grossistes en **autres équipements industriels** profitent en 2015 de l'accélération des investissements des entreprises et du dynamisme des exportations en matériels aéronautiques notamment.

Les ventes en volume des **autres grossistes spécialisés** repartent à la hausse en 2015. Majoritairement composées de ventes de combustibles, elles sont stimulées par le repli sensible des prix et par des

températures hivernales un peu moins clémentes qu'en 2014. En valeur, elles se replient néanmoins fortement en raison de la chute du cours du pétrole.

Les **intermédiaires** ont une activité plus dynamique que les autres grossistes, avec une progression de leurs ventes de 4,4 % en volume. Le secteur des centrales d'achat, qui s'était réorganisé en 2014, bénéficie d'un regain d'activité en 2015.

Tableau 2 : Ventes du commerce de gros hors intermédiaires, contributions à l'évolution en volume (en points)

Secteurs	2013	2014	2015p	Poids en 2015p (%)
Commerce de gros de :				
- produits agricoles bruts et animaux vivants	0,8	0,0	0,0	10,2
- produits alimentaires, boissons et tabac (*)	- 0,2	1,5	0,3	24,9
- biens domestiques	- 0,5	1,0	0,2	23,4
- équipem ^{ts} de l'information et de la communication	- 0,6	0,2	- 0,1	6,5
- autres équipements industriels	0,0	- 0,5	0,1	13,5
- autres commerces de gros spécialisés	- 0,6	- 1,1	0,2	21,5
Commerce de gros hors intermédiaires	- 1,1	1,1	0,7	100,0

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

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

(p) provisoire

Source : Insee - Comptes du Commerce.

1.2 - Les gains de pouvoir d'achat profitent aux ventes du commerce de détail

En 2015, les **ventes au détail** retrouvent une croissance assez vigoureuse en volume (+ 1,8 %), de niveau comparable à la hausse enregistrée en 2010 et en 2011. Elles profitent de l'amélioration marquée du pouvoir d'achat des ménages. En valeur, les ventes sont néanmoins moins bien orientées (+ 0,4 %). En effet, la baisse des prix amorcée en 2014, s'amplifie pour les marchandises vendues au détail. Les prix des produits non alimentaires sont tirés à la baisse par ceux des combustibles, alors que les prix alimentaires rebondissent légèrement.

Comme les années précédentes, les commerces non alimentaires profitent davantage de la hausse de la consommation des ménages en volume que les magasins à dominante alimentaire : leurs ventes progressent de 2,7 % en volume alors que celles des magasins à dominante alimentaire n'augmentent que de 0,8 %. Le **commerce hors magasin** connaît l'augmentation en volume la plus vive en 2015 (+ 3,3 %), sous l'effet du développement de la vente à distance. L'augmentation des ventes sur catalogue spécialisé est particulièrement soutenue.

▪ Commerce alimentaire

Réalisant les deux tiers des ventes de produits alimentaires, les **grandes surfaces alimentaires** ne tirent quasiment pas parti du regain de la demande (+ 0,1 % en volume). Leur activité avait déjà diminué en 2014 alors que celle des autres formes de ventes se redressait. Les hypermarchés résistent cependant un peu mieux que les supermarchés en 2015.

A l'inverse, l'activité des **petites surfaces généralistes** (supérettes et alimentations générales) et des **magasins alimentaires spécialisés** est en hausse, comme en 2014.

▪ Commerce non alimentaire

Les ventes rebondissent en 2015 dans les **magasins d'équipement** de la maison, de culture-loisirs et accélèrent dans le secteur des équipements de la personne (parfumerie, maroquinerie, bijouterie-horlogerie, optique). A l'inverse, les ventes **d'habillement-chaussure** en magasin stagnent, malgré la reprise de la consommation : elles pâtissent du bilan décevant des soldes d'hiver 2015, perturbées par les attentats et de la concurrence des sites de vente en ligne spécialisés (la mode et les accessoires étant les produits les plus vendus sur internet après les prestations touristiques¹).

¹ Fevad, Bilan 2015

A l'instar des années précédentes, le commerce **d'équipement d'information et de communication** enregistre encore en 2015 une très forte croissance en volume mais ses ventes progressent peu en valeur. L'activité des **pharmacies** et du commerce spécialisé d'articles médicaux et orthopédiques augmente à un rythme relativement soutenu. En valeur néanmoins, leurs ventes sont stables car les prix des médicaments sont orientés à la baisse.

La progression de la **consommation non alimentaire** profite davantage au grand commerce qu'aux entreprises de taille plus modeste². Le **grand commerce** non alimentaire correspond à la grande distribution non alimentaire et génère plus de la moitié de l'activité des secteurs du commerce non alimentaire. Le poids du grand commerce est important dans l'information et la communication, dont il réalise 65 % du chiffre d'affaires hors taxes, les autres équipements du foyer (63 %), de l'habillement-chaussures (56 %) et des biens culturels et de loisirs (49 %). En 2015, l'activité du grand commerce accélère fortement et continue de gagner des parts de marché. Son activité est notamment plus soutenue dans l'équipement de la maison et l'habillement-chaussure.

Tableau 3 : Ventes du commerce de détail et de l'artisanat commercial T.T.C.

Formes de vente	Évolution en volume (en %)			Évolution en valeur (en %)			Montant en Md€ 2015p
	2013	2014	2015p	2013	2014	2015p	
Alimentation spécialisée et artisanat commercial (1)	- 1,8	3,6	2,7	0,8	4,4	3,2	46,5
Petites surfaces d'alimentation générale et magasins de produits surgelés	- 0,9	1,2	2,9	0,1	0,2	2,7	15,6
Grandes surfaces d'alimentation générale	0,1	- 0,7	0,1	0,7	- 1,8	- 0,9	179,0
Commerce alimentaire en magasin	- 0,3	0,2	0,8	0,7	- 0,6	0,1	241,0
Grands magasins et autres magasins non alimentaires non spécialisés	1,9	5,0	9,0	2,9	4,6	8,6	9,6
Magasins non alimentaires spécialisés	1,4	0,7	2,4	0,5	- 0,9	0,1	213,8
Commerce non alimentaire en magasin	1,5	0,9	2,7	0,6	- 0,7	0,4	223,4
Commerce hors magasin	n.s.	5,9	3,3	n.s.	4,1	2,3	30,1
Commerce de détail et artisanat commercial	- 0,1	0,8	1,8	0,0	- 0,3	0,4	494,6

(1) boulangeries, pâtisseries, charcuteries

(n.s.) non significatif ; (p) provisoire

Source : Insee – Comptes du commerce

1.3 - Un bilan très positif pour le commerce et la réparation d'automobiles

Le secteur du commerce et de la réparation d'automobiles retrouve une croissance vigoureuse de son activité en 2015 (+ 3,8 %), d'une amplitude équivalente aux rythmes de progression enregistrés avant la crise.

Cette bonne performance s'explique essentiellement par les **ventes du commerce automobile**, qui contribue pour 3,2 points à la croissance d'ensemble du secteur.

Les immatriculations de voitures particulières neuves bondissent en 2015 (+ 6,8 % en moyenne annuelle)³. Les ventes sont particulièrement dynamiques sur le segment des véhicules de gamme supérieure⁴. L'attrait des consommateurs pour les 4x4, cross-overs et SUV (sport utility vehicle) est en outre toujours très vif. Ces modèles représentent désormais plus du quart des immatriculations. Les constructeurs de groupes étrangers tirent davantage parti de l'expansion des ventes de véhicules neufs, leur part de marché atteint 45,8 % (+ 1,1 point).

² voir chapitre II page 42 pour la définition du grand commerce

³ selon le service de l'observation et des statistiques du ministère du développement durable (Soes)

⁴ CCFA, comité des constructeurs français d'automobiles

En 2015, la baisse des ventes **d'entretien-réparation**, à l'œuvre depuis 2009, est enrayée. Les ventes du commerce de détail d'équipements automobiles sont également en hausse. L'activité des centre-autos, qui sont davantage spécialisés dans l'entretien des véhicules de plus de 2 ans, est favorisée par le vieillissement du parc automobile : l'âge moyen des véhicules est en 2014 de 8,9 ans, il n'était que de 7,3 ans au début des années 2000⁵. Les ménages ont tendance à conserver davantage leur véhicule, du fait notamment de la fiabilité croissante des véhicules et de la diminution tendancielle du nombre moyen de kilomètres parcourus.

Tableau 4 : Ventes du commerce et réparation d'automobiles T.T.C.

Activités	Évolution en volume (en %)			Évolution en valeur T.T.C. (en %)			Montant 2015p en Md€
	2013	2014	2015p	2013	2014	2015p	
Commerce de véhicules automobiles	- 4,7	0,4	4,7	- 3,3	2,0	5,6	76,9
Entretien et réparation de véhicules automobiles	- 0,8	- 5,0	2,5	0,7	- 3,7	3,0	20,1
Commerce de gros d'équipements automobiles	- 3,0	4,5	0,4	- 1,9	5,5	2,1	1,3
Commerce de détail d'équipements automobiles	3,2	2,2	1,8	4,2	3,3	3,3	8,3
Commerce et réparation de motocycles	- 5,1	2,1	- 3,4	- 3,9	3,2	- 3,0	2,7
Commerce et réparation d'automobiles	- 3,4	- 0,4	3,8	- 2,0	1,0	4,7	109,4

(p) provisoire

Source : Insee - Comptes du commerce

Tableau 5 : Ventes du commerce et réparation d'automobiles, contributions à l'évolution en volume (en points)

Activités	2013	2014	2015p	Poids du secteur (%)
Commerce de véhicules automobiles	- 3,3	0,3	3,3	70,3
Entretien et réparation de véhicules automobiles	- 0,1	- 1,0	0,5	18,5
Commerce de gros d'équipements automobiles	0,0	0,1	0,0	1,2
Commerce de détail d'équipements automobiles	0,2	0,2	0,1	7,5
Commerce et réparation de motocycles	- 0,1	0,1	- 0,1	2,5
Commerce et réparation d'automobiles	- 3,4	- 0,4	3,8	100,0

(p) provisoire

Source : Insee - Comptes du commerce

⁵ CCFA, l'industrie automobile française édition 2015.

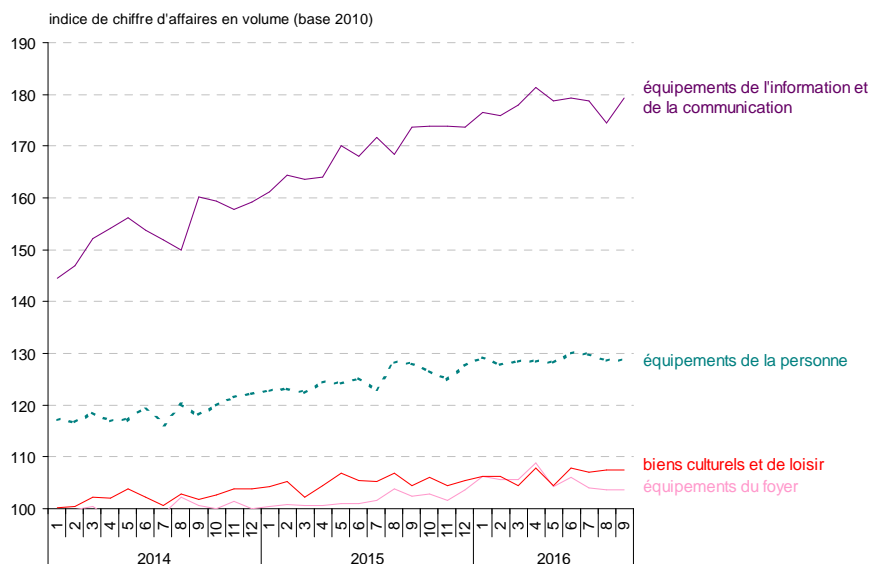
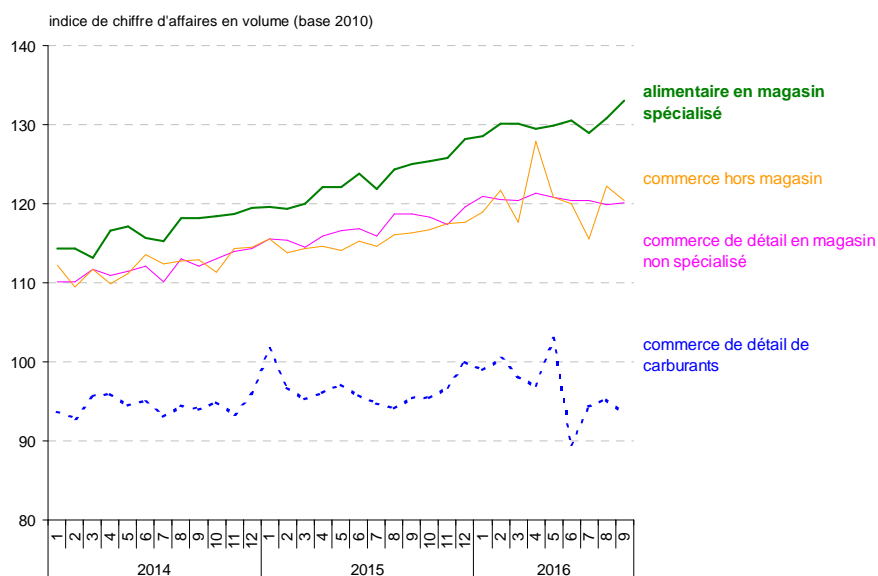
Tendances 2016 : l'activité reste bien orientée dans le commerce de détail et le commerce et la réparation d'automobiles.

En 2016, les ventes en volume des détaillants continueraient de croître, selon les indicateurs conjoncturels d'activité des trois premiers trimestres. Si les tendances se confirmaient, l'activité du commerce hors magasin accélérerait en 2016. Les équipements de la personne (habillement-chaussure, optique, parfumerie...) et l'alimentaire spécialisé, dont l'activité est globalement en expansion depuis 2010, conserveraient également un fort dynamisme. En outre, la reprise engagée en 2015 se confirmerait pour le secteur de l'équipement du foyer, dont les ventes peinaient à décoller depuis la crise.

A l'inverse, l'activité du commerce d'équipements de l'information et de la communication en magasin spécialisé ralentirait. En valeur, les ventes de ce secteur seraient même en repli.

Les ventes du commerce de détail de carburants seraient stables en volume, elles diminueraient en valeur en raison d'un nouveau recul des prix.

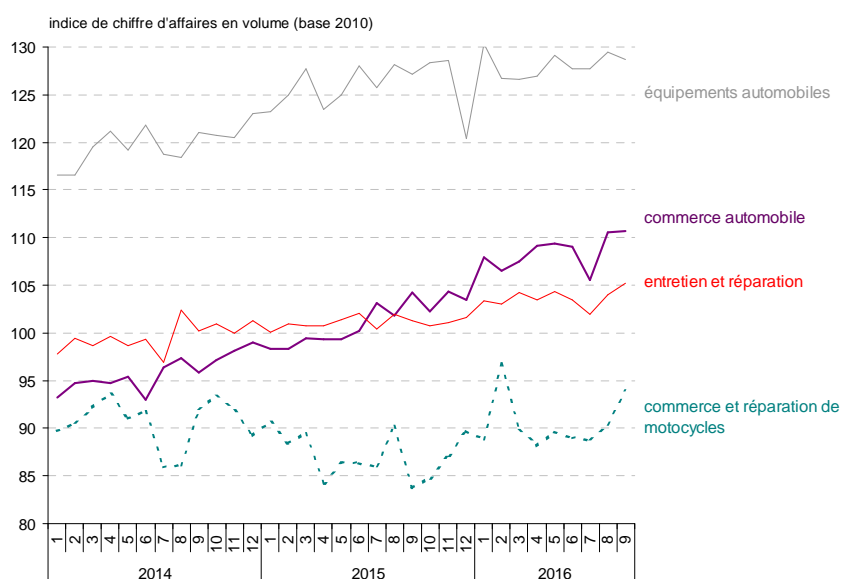
Graphiques 2 et 3 : indices de chiffre d'affaires en volume du commerce de détail



Source : Insee, Indices mensuels de chiffre d'affaires (volume cvs-cjo, base 100 en 2010)

La reprise des ventes du commerce automobile s'amplifierait encore en 2016. L'activité de l'entretien réparation et du commerce de détail d'équipements automobiles continuerait de progresser au même rythme que l'année précédente.

Graphique 4 : indices de chiffres d'affaires en volume du commerce et de la réparation d'automobiles



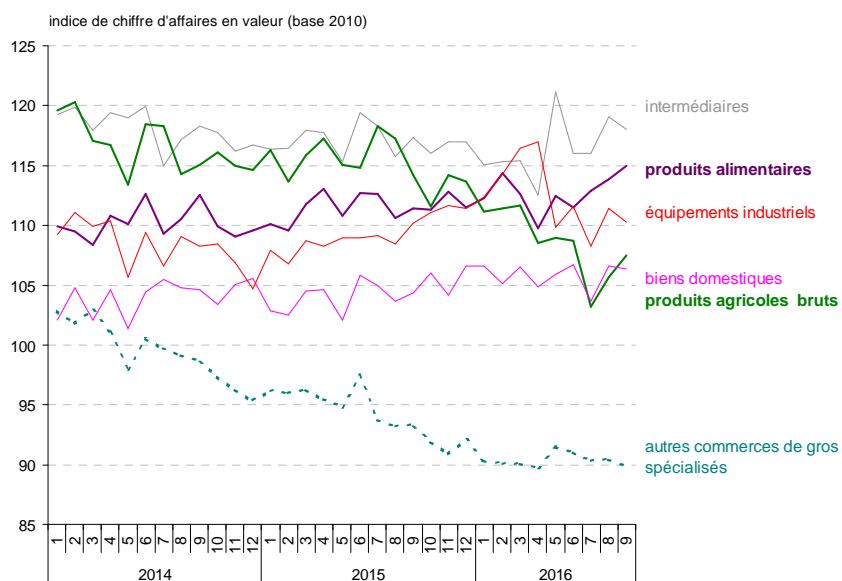
Source : Insee, Indices mensuels de chiffre d'affaires (volume cvs-cjo, base 100 en 2010)

En valeur, les ventes des grossistes se stabiliseraient en 2016. La baisse enregistrée par les grossistes en produits agricoles bruts et autres commerces de gros spécialisés serait compensée par la hausse des autres secteurs.

Après avoir stagné en 2015, les ventes de produits agricoles bruts chuteraient en 2016, du fait d'une baisse marquée des cours des céréales. Malgré la relative stabilité du chiffre d'affaires des autres commerces de gros spécialisés de janvier à septembre 2016, la diminution continue des ventes en 2015 pèserait également sur l'évolution du secteur en 2016 (en moyenne annuelle).

A l'inverse, les ventes des grossistes en biens domestiques, produits alimentaires et équipements industriels continueraient de croître en 2016. Malgré leur moindre volatilité, elles contribuent fortement à l'évolution du commerce de gros dans son ensemble en raison de leurs poids dans les ventes.

Graphique 5 : indices de chiffres d'affaires en valeur du commerce de gros



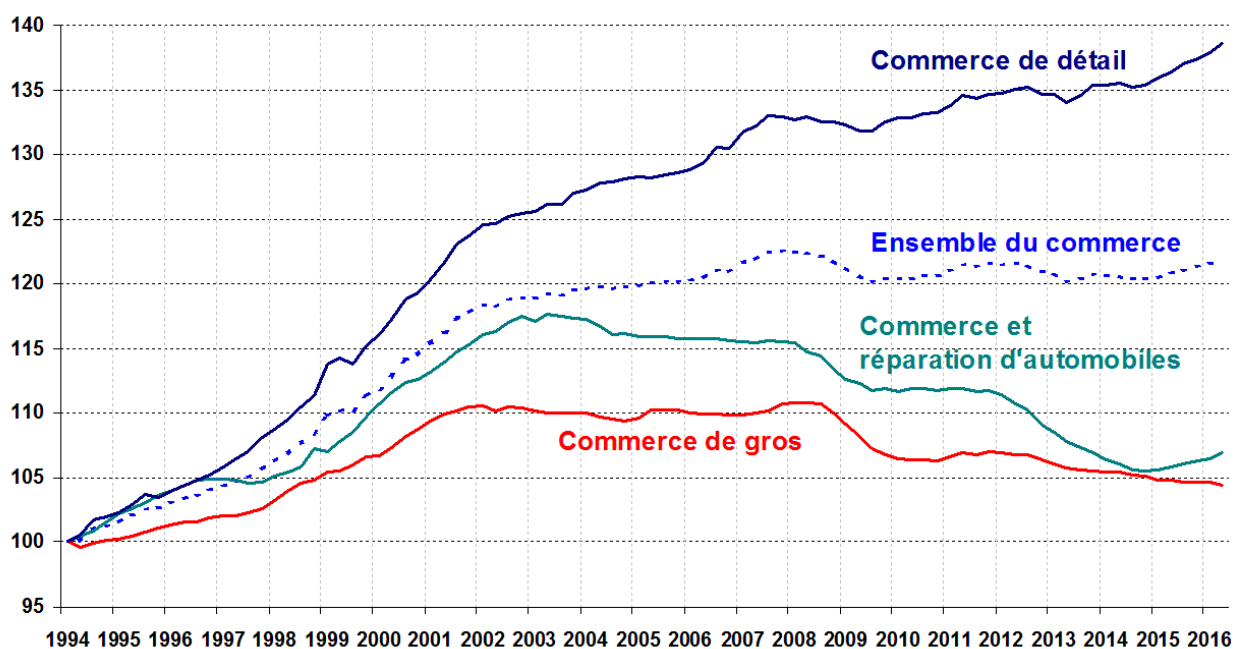
Source : Insee, Indices mensuels de chiffre d'affaires (valeur cvs-cjo, base 100 en 2010)

2 - L'emploi salarié repart à la hausse dans les secteurs commerciaux

Trois millions de salariés travaillent dans le commerce, ils représentent 19 % des salariés des secteurs principalement marchands. Au nombre de 420 milliers, les non-salariés sont davantage présents dans l'artisanat commercial, le commerce de détail et le commerce et la réparation d'automobiles que dans le commerce de gros.

Après trois années de recul, les effectifs salariés augmentent à nouveau en 2015 dans les secteurs commerciaux, comme dans les autres secteurs marchands. C'est particulièrement le cas pour le commerce de détail et dans une moindre mesure pour le commerce et la réparation d'automobiles, alors que l'emploi salarié continue de fléchir dans le commerce de gros. Les tendances se poursuivent au premier semestre 2016.

Graphique 6 : Effectif salarié trimestriel dans les secteurs du commerce (indice 100 au 1er trimestre 1994)



Champ : France métropolitaine

Source : Insee, estimations d'emploi

3 - La marge commerciale progresse en 2014 dans le commerce de détail et le commerce de gros

La revente en l'état de marchandises est l'activité dominante des secteurs commerciaux. La marge commerciale, qui mesure l'activité de négoce pur, s'élève à 286 milliards d'euros en 2014. Elle est prépondérante dans la production de l'ensemble des entreprises du commerce.

C'est particulièrement le cas pour les détaillants, dont la marge commerciale représente 85 % de la production totale. Dans le commerce et la réparation d'automobiles et de motos, la part de la marge dans la production est moins élevée (54 %) puisque la vente de service de réparation y est également développée. Les trois quarts de la production totale du commerce de gros proviennent de la marge commerciale, le quart restant est formé principalement par la vente de services commerciaux, activité principale des intermédiaires du commerce de gros.

Les grossistes et les intermédiaires réalisent nettement plus de ventes de marchandises que les détaillants, mais leurs achats de marchandises sont également plus conséquents : la marge du commerce de gros est finalement proche de celle dégagée par le commerce de détail.

Tableau 6 : Comptes des secteurs commerciaux en 2014

En milliards d'euros

	Commerce et réparation d'automobiles et de motocycles	Commerce de gros	Commerce de détail	Ensemble
COMPTE DE PRODUCTION				
Chiffre d'affaires hors TVA	157,1	787,2	446,9	1391,2
Ventes de marchandises	141,4	733,8	425,7	1300,9
- Coût d'achat des marchandises	122,9	590,8	301,3	1015,0
= Marge commerciale (au prix de base)	18,5	143,0	124,4	285,9
+ Production vendue de biens et services	15,7	53,3	21,3	90,3
+ Production stockée et immobilisée	0,1	0,8	0,2	1,1
= Production totale au prix de base	34,3	197,1	145,9	377,3
- Consommations intermédiaires	15,1	112,4	61,7	189,2
= Valeur ajoutée au prix de base	19,2	84,7	84,2	188,1
COMPTE D'EXPLOITATION				
Valeur ajoutée	19,2	84,7	84,1	188,1
+ Subventions d'exploitation	0,1	0,3	0,3	0,7
- Frais de personnel	15,4	56,6	54,3	126,3
- Impôts et taxes sur la production	1,3	6,9	6,3	14,5
= Excédent brut d'exploitation	2,6	21,5	23,9	48,0
ÉLÉMENTS DU COMPTE DE RÉSULTAT				
Excédent brut d'exploitation	2,6	21,5	23,9	48,0
+ Autres produits d'exploitation et financiers	0,4	16,8	3,6	20,8
- Autres charges d'exploitation et financières	0,8	10,3	3,9	15,0
= Profit brut courant avant impôt	2,2	28,0	23,6	53,8

Source : Insee, comptes du commerce

La **marge commerciale** correspond à la production associée à l'activité commerciale, mesurée par la valeur des ventes de marchandises hors taxes nette de leur coût d'achat.

Le **taux de marge commerciale** rapporte la marge commerciale aux ventes de marchandises.

A la marge commerciale s'ajoute la production de biens et services et la production stockée et immobilisée pour obtenir la **production totale**.

Les **consommations intermédiaires** correspondent à la valeur des biens et services transformés ou entièrement consommés au cours du processus de production.

La **valeur ajoutée** est le solde du compte de production. Elle est égale à la valeur de la production totale diminuée des consommations intermédiaires.

L'**excédent brut d'exploitation** est égal à la valeur ajoutée augmentée des subventions d'exploitation et diminuée des frais de personnel et des autres impôts sur la production.

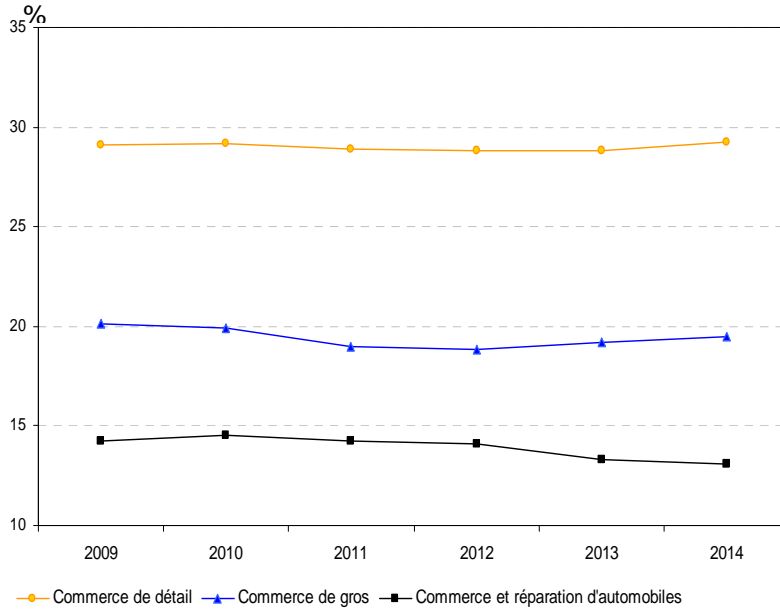
Le **taux de marge d'exploitation** correspond à l'excédent brut d'exploitation rapporté à la valeur ajoutée.

Les coûts de production générés par l'activité des secteurs commerciaux (consommations intermédiaires), qui recouvrent par exemple les dépenses liées à la location de locaux, les dépenses de transport et de logistique, les frais de publicité ou d'assurances, équivalent à près de la moitié de la production dans le commerce de détail et la réparation automobile et dépassent la moitié de la production dans le commerce de gros.

Au final, la valeur ajoutée dégagée par les secteurs commerciaux s'élève à 188 milliards d'euros. La valeur ajoutée du commerce de gros est équivalente à celle du commerce de détail. Elle est nettement plus faible dans le commerce et la réparation d'automobiles.

La part des impôts et taxes représente entre 7 et 8 % de la valeur ajoutée dans les secteurs du commerce. La part des frais de personnel varie selon le secteur, de 65 % dans le commerce de détail à 80 % dans le commerce et la réparation d'automobiles. Le taux de marge d'exploitation atteint 28 % dans le commerce de détail contre 25 % dans le commerce de gros et 14 % dans le commerce et la réparation d'automobiles.

Graphique 7 : Taux de marge commerciale

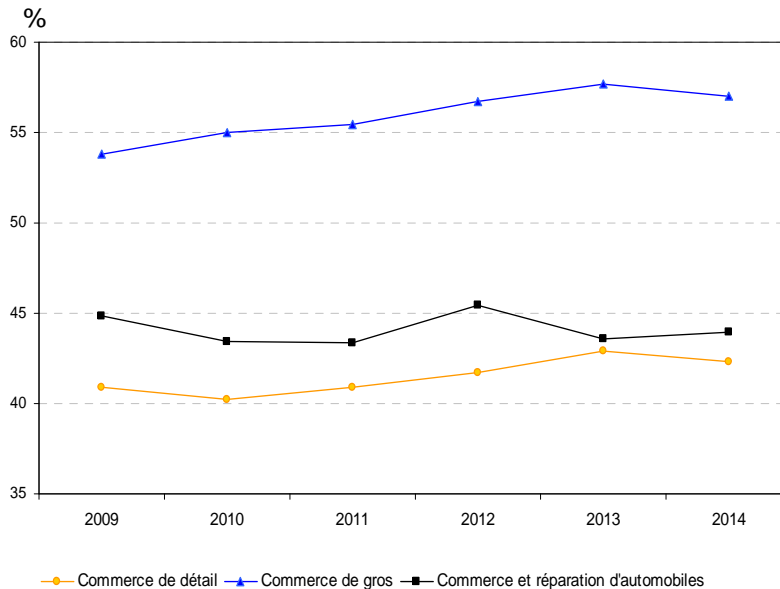


Source : Insee, comptes du commerce

En 2014, le taux de marge commerciale augmente légèrement dans le commerce de détail et le commerce de gros du fait de la baisse des coûts d'achats, plus marquée que celle des ventes de marchandises. La baisse des prix d'approvisionnement n'est vraisemblablement pas intégralement répercutée dans les prix de ventes des grossistes et des détaillants. La baisse des prix de gros est en effet plus nette que celle des prix de vente au détail.

Le commerce et la réparation d'automobiles fait figure d'exception : la hausse des ventes de marchandises n'a pas été aussi prononcée que l'augmentation des coûts d'achats, d'où une légère baisse du taux de marge commerciale de ce secteur en 2014.

Graphique 8 : Part des consommations intermédiaires dans la production



Source : Insee, comptes du commerce

Dans le commerce de gros et le commerce de détail, l'augmentation des consommations intermédiaires n'a pas été aussi importante que celle de la production totale entre 2013 et 2014, d'où la légère baisse observée du rapport entre ces deux grandeurs. Là encore le secteur de l'automobile se singularise, avec un taux qui croît légèrement, puisque la baisse des consommations intermédiaires est de 0,3 % contre 1,1 % pour la production totale entre 2013 et 2014.

CHAPITRE I : LE COMMERCE DE GROS

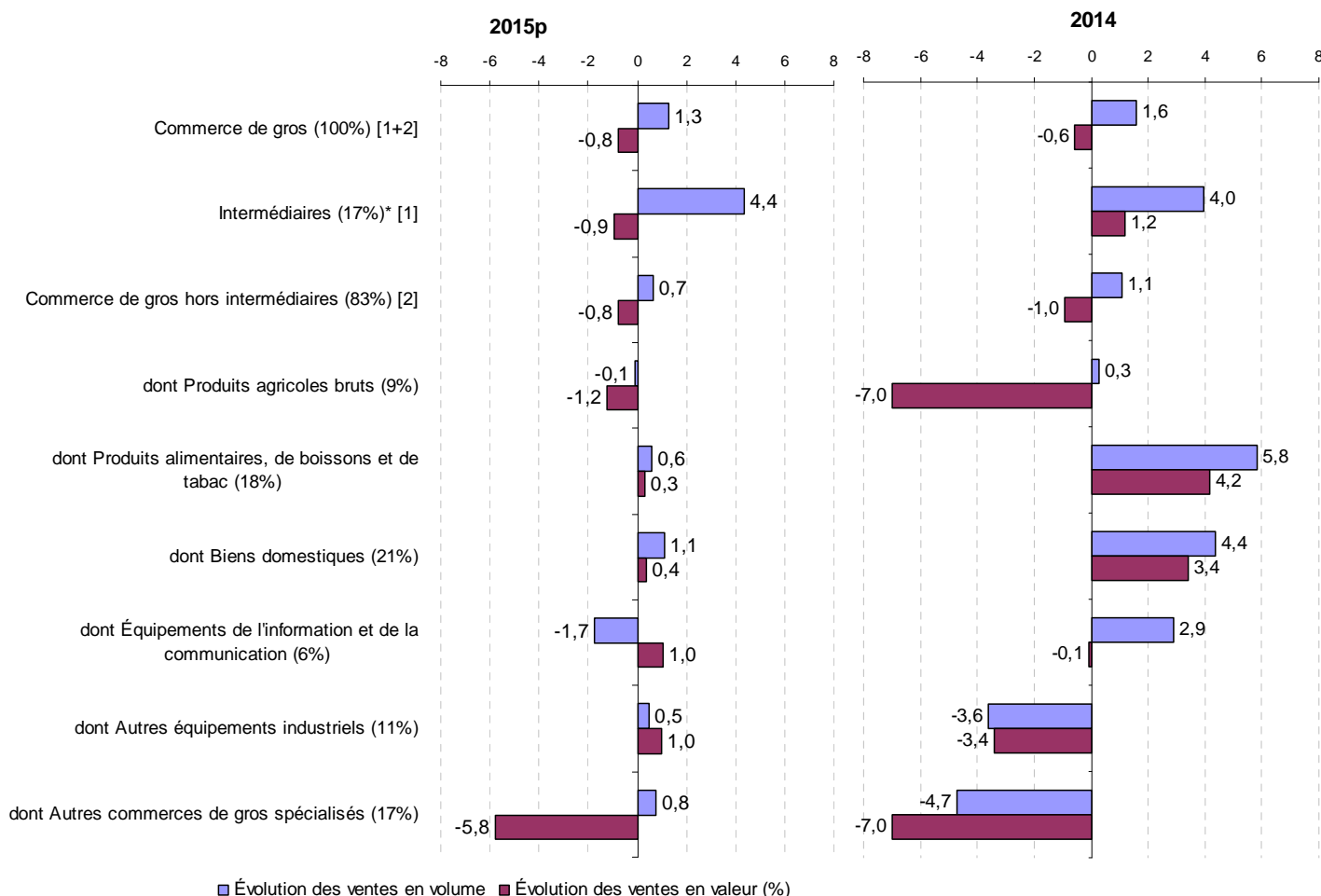
En 2015, les ventes du commerce de gros, intermédiaires compris, s'élèvent à 728 milliards d'euros. Comparées à leur niveau de 2014, elles décélèrent très légèrement en volume (+ 1,3 % après + 1,6 %).

Les prix conservent une tendance baissière (- 2,1 %), plus affirmée chez les intermédiaires et les autres grossistes spécialisés. Les prix résistent dans les équipements industriels (+ 0,5 %) et augmentent dans les équipements de l'information et de la communication (+ 2,8 %).

Portées par les intermédiaires en combustibles, métaux, minéraux et produits chimiques, les ventes en volume des intermédiaires du commerce sont les plus dynamiques. Le commerce de gros des équipements de l'information et de la communication est le seul secteur à connaître une baisse du volume de ses ventes. Il ne représente que 5,6 % des ventes de l'ensemble du commerce de gros.

Dans la plupart des secteurs, l'activité est sensible à la demande extérieure et aux tendances du marché mondial. Les exportations représentent 17 % des ventes des grossistes et les importations 30 % de leurs achats.

Graphique : Ventes du commerce de gros, évolution en volume et en valeur en 2014 et 2015 (en %)



Lecture : (*) en 2015, les ventes des intermédiaires représentent 17% des ventes des grossistes.

L'évolution du commerce de gros non spécialisé n'est pas retracée dans le graphique

Source : Insee, comptes du commerce, base 2010

1 - Produits agricoles bruts : ventes quasi stables, prix toujours en baisse

En 2015, les ventes en volume des **produits agricoles bruts** sont quasi stables (- 0,1 %). Le dynamisme des ventes des grossistes en animaux vivants compense le repli des ventes des grossistes en céréales. La baisse des prix du secteur se prolonge (- 13,0 % depuis 2012) mais s'atténue. Les ventes en valeur perdent 1,2 %, après avoir baissé de 7,0 % en 2014.

En 2015, les exportations de produits agricoles bruts augmentent de 6,5 % en valeur, après avoir baissé de 10,2 % en 2014⁶. L'excédent des échanges s'élève à 2,6 milliards d'euros, en baisse de 3,8 % sous l'effet d'une diminution des prix. Les échanges reculent avec l'Union Européenne mais restent en croissance avec les autres pays. En revanche, l'excédent du secteur s'améliore en volume⁷.

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

▪ Céréales et aliments du bétail en repli

En 2015, les ventes des grossistes en **céréales et aliments pour bétail** connaissent un repli en volume (- 1,0 %) et en valeur (- 1,9 %).

L'hiver doux de 2014-2015, puis le printemps chaud et ensoleillé ont favorisé les cultures d'hiver, malgré le manque de pluie et les chaleurs de juin. Déjà à un niveau élevé en 2014, la production de blé tendre augmente en 2015, grâce à une progression des surfaces et du rendement moyen. La récolte de blé dur, en forte baisse depuis deux ans, repart à la hausse tout comme celle des protéagineux. Par contre, les pluies d'août n'ont pas suffi à accroître les rendements des cultures récoltées à l'automne. Les productions de maïs et d'oléagineux ont été pénalisées par la chaleur estivale⁸.

Dans un contexte d'abondance en céréales et de stagnation des échanges internationaux, les prix sont orientés à la baisse fin 2015⁹, même si le cours des matières premières agricoles libellé en euros est soutenu par la baisse de l'euro. Néanmoins le prix des céréales augmente de 2,5 % en moyenne annuelle¹⁰ car les cours avaient bondi en fin d'année 2014. Les faibles stocks mondiaux de colza et de tournesol ont, quant à eux, fait augmenter leurs prix.

Les exportations de céréales françaises sont favorisées en volume par la baisse de l'euro et du coût du fret. Les exportations de blé profitent notamment de la bonne tenue des ventes à l'Égypte et l'Asie. L'ampleur de la demande chinoise permet aux exportations d'orge d'augmenter très fortement. Les exportations de maïs sont au plus haut depuis 2005⁷.

▪ Animaux vivants en hausse, fleurs-plantes et peaux-cuir en baisse

En 2015, la croissance des ventes en gros des **autres produits agricoles bruts** se prolonge en volume (+ 3,4 %) et en valeur (+ 1,2 %), même si les prix sont en retrait. Elle s'explique par le dynamisme des ventes des grossistes en *animaux vivants* (+ 4,6 % en volume et + 1,7 % en valeur). Les exportations de bovins vivants bénéficient de la demande turque et libanaise.

Les ventes des grossistes en *fleurs et plantes* sont en retrait (- 4,6 % en volume et - 2,4 % en valeur). Avec des exportations en baisse, le déficit du commerce extérieur du secteur se creuse en 2015.

Les ventes des grossistes en *peaux et cuirs* sont également en baisse (- 6,2 % en volume et - 1,0 % en valeur).

⁶ Le chiffre du commerce extérieur, Année 2015

⁷ Agreste Conjoncture, Commerce extérieur, mars 2016

⁸ Agreste Conjoncture, Bilan conjoncturel 2015, décembre 2015

⁹ Agreste Conjoncture, Prix agricoles et alimentaires, avril 2016

¹⁰ Insee première, Compte prévisionnel de l'agriculture, décembre 2015

2 - Produits alimentaires : ventes et prix quasi stables

En 2015, les ventes en volume et en valeur du commerce de gros de **produits alimentaires** augmentent légèrement (respectivement + 0,6 % et + 0,3 %). Les prix de gros alimentaires les plus dynamiques sont ceux du café, thé, cacao et épices (+ 10,7 %). Viennent ensuite les prix des fruits et légumes (+ 2,9 %) et des boissons (+ 1,7 %), dont la hausse est continue depuis cinq ans. À l'inverse, les prix du sucre, chocolat et confiserie confirment leur recul (- 12,2 %, après - 8,9 % en 2014) et ceux des produits laitiers, œufs et matières grasses repartent à la baisse (- 2,2 %, après + 4,0 %).

En 2015, les ventes à l'étranger de produits agroalimentaires se redressent (+ 2,9 %, après - 1,0 % en 2014). Portées par la demande américaine et chinoise, les exportations de boissons contribuent nettement à la progression de l'excédent commercial du secteur¹¹. Par ailleurs, la consommation des ménages en produits alimentaires augmente modérément (+ 1,3 %).

▪ Stabilisation des produits frais

En 2015, les ventes des grossistes en **produits frais** se stabilisent en volume (+ 0,4 %) et en valeur (+ 0,2 %).

Les ventes en volume des grossistes en *fruits et légumes* conservent leur dynamisme (+ 3,5 %). La hausse des prix (+ 2,9 %, après - 11,2 % en 2014) permet aux ventes de rebondir en valeur (+ 6,5 %). Elle est le résultat de la baisse de la production légumière et des fruits d'été, des mauvaises récoltes européennes de pommes et de poires, ainsi que du niveau élevé de la demande extérieure¹².

Les ventes des grossistes en *volailles et gibiers* se redressent en volume (+ 2,4 %) et en valeur (+ 2,1 %). Dans un contexte de consommation en hausse et de reprise des exportations, la production de viande de volaille est en progression¹³.

Les ventes des grossistes en *poissons et crustacés* augmentent en volume (+ 1,5 %) et en valeur (+ 2,4 %) car les prix conservent une tendance haussière (+ 0,9 % en 2015 et + 16,8 % depuis 2005), notamment à l'importation. Les achats de poissons et crustacés par les ménages français diminuent légèrement en volume. Pour autant, la hausse du prix entraîne une hausse de la valeur des ventes. Les volumes exportés gagnent 11 % par rapport à 2014¹⁴. La production française en produits de la pêche et de l'aquaculture est structurellement insuffisante pour couvrir la consommation nationale. Les importations, en provenance de Norvège et de pays émergents d'Asie et d'Amérique, se concentrent sur les produits de grande consommation : saumons, thons et crevettes¹⁵.

Les ventes des grossistes en *produits laitiers et œufs* sont en retrait en volume (- 1,6 %) et, pour la première fois depuis six ans, en valeur (- 3,8 %). Les exportations et les importations de produits laitiers reculent fortement en valeur¹⁶. Les échanges sur le marché extérieur pâtissent de la faiblesse de la demande chinoise et russe, et de la suppression des quotas laitiers, à l'origine de la baisse des prix du secteur¹⁷.

Les ventes en volume des grossistes en *viandes de boucherie* repartent à la baisse (- 3,3 %). En valeur, la tendance est baissière (- 4,6 %). La production et les exportations de viande bovine augmentent malgré la détection de foyers de fièvre catarrhale. La baisse de la demande intérieure de viande ovine se traduit par un recul de ses importations mais n'empêche pas sa production de progresser légèrement. Enfin, la hausse des exportations de viande porcine vers l'Asie n'a pas compensé la fermeture du marché russe¹².

▪ Boissons en hausse

La croissance des ventes des grossistes en **boissons** se confirme en 2015 en volume (+ 2,2 %) et en valeur (+ 3,9 %).

Ces boissons sont pour les deux tiers des boissons alcoolisées (hors cidre et bière qui représentent 8 % des ventes).

Soutenue en 2015 par les vins à indication géographique protégée et les vins pour eaux-de-vie, la récolte viticole est estimée à 47,9 millions d'hectolitres, soit 2 % de plus qu'en 2014¹⁸. Les exportations de vins

¹¹ Agreste Conjoncture, Commerce extérieur, mars 2016

¹² Agreste Conjoncture, Bilan conjoncturel 2015

¹³ Agreste Conjoncture, Aviculture, avril 2016

¹⁴ FranceAgriMer, Données et bilan, Les filières animales terrestres et aquatiques, février 2016

¹⁵ Le chiffre du commerce extérieur, Études et éclairages, juillet 2015

¹⁶ Le chiffre du commerce extérieur, Année 2015

¹⁷ Agreste Conjoncture, Bilan conjoncturel 2015

¹⁸ Agreste Conjoncture, Panorama au 18 mars 2016

reculent en volume (- 2,2 %) mais progressent nettement en valeur (+ 6,8 %). Avec un excédent commercial de 7,6 milliards d'euros en 2015, la France est essentiellement positionnée sur les vins haut de gamme. La valeur des exportations de vins en vrac ne représente que 4 % de l'ensemble des exportations de vins¹⁹.

▪ **Autres produits alimentaires : sucre en forte baisse**

Les ventes des grossistes en **autres produits alimentaires** sont stables en volume mais diminuent en valeur (- 1,4 %) sous l'effet d'une forte baisse des prix du sucre (- 12,2 %).

Les ventes des grossistes en *sucre, chocolat et confiserie* (environ 20 % des ventes de ce groupe) régressent nettement en 2015 (- 12,2 % en volume). La croissance des ventes des grossistes en *café, thé, cacao et épices* reste élevée en volume (+ 7,6 %) et surtout en valeur (+ 19,1 %), grâce à des prix en forte hausse dans ce secteur (+ 10,7 %). Enfin, les ventes des grossistes en *produits surgelés* rebondissent légèrement en volume (+ 0,9 %) et en valeur (+ 1,8 %).

3 - Biens domestiques : ventes en hausse

En 2015, l'évolution des ventes reste positive chez les grossistes en **biens domestiques**, bien que ralentie en volume (+ 1,1 %) et en valeur (+ 0,4 %). En baisse tendancielle depuis au moins 2006²⁰, les prix perdent 0,7 % en 2015.

▪ **Produits pharmaceutiques en progression**

Les ventes en volume des grossistes en **produits pharmaceutiques** continuent d'augmenter mais ralentissent (+ 2,4 %) et se stabilisent en valeur (+ 0,1 %), du fait de la baisse des prix. La concurrence des médicaments génériques exerce une pression sur les prix pratiqués sur le marché intérieur.

Les exportations de produits pharmaceutiques repartent à la hausse, notamment vers les Etats-Unis, tandis que les importations s'inscrivent en baisse. L'excédent commercial gagne ainsi 1,5 milliard d'euros dans ce secteur¹⁹.

▪ **Autres biens domestiques : dynamisme de l'horlogerie-bijouterie**

En 2015, les ventes des grossistes en **autres biens domestiques** sont quasi stables en volume (+ 0,2 %) et augmentent légèrement en valeur (+ 0,6 %).

L'activité des grossistes en *horlogerie-bijouterie* se redresse (+ 1,3 % en volume et + 5,2 % en valeur). Les prix gagnent 3,9 %. Le marché est porté par l'horlogerie et les bijoux en argent, la conjoncture étant moins favorable aux bijoux en or. Le cours de l'or reprend 9,8 %, alors que celui de l'argent, en baisse depuis 2011, perd encore 17,7 % en 2015. Le secteur confirme son ouverture : les exportations et les importations augmentent de 17 %²¹.

Le volume des ventes en gros de *textile* baisse de nouveau en 2015 (- 1,6 %) après une faible croissance en 2014 (+ 0,3 %). L'augmentation des prix permet une très légère hausse en valeur (+ 0,3 %). Dans une situation plus favorable, les grossistes en *habillement* profitent d'une croissance de leurs ventes en volume (+ 1,5 %) mais pâtissent d'une baisse des prix (- 1,3 %). La consommation des ménages en *textile, habillement et cuir* gagne, quant à elle, 1,1 % en volume et 0,4 % en valeur en 2015. Ce redressement participe au dynamisme des importations de *textile-habillement* (+ 7,7 %). Les exportations du secteur bénéficient également de l'accélération du pouvoir d'achat dans les économies avancées²².

Les ventes du commerce de gros d'*électroménager* diminuent en volume (- 1,1 %) et en valeur (- 1,6 %). Le recul des ventes en volume dans le secteur des *meubles, tapis et appareils d'éclairage* est plus modéré (- 0,5 %), tandis que les ventes en valeur sont quasi stables (+ 0,2 %). Pourtant, la consommation des ménages en biens d'équipement du logement est en progression de 1,8 %.

Le commerce de gros dans la *parfumerie-produits de beauté* est en retrait (- 3,5 % en volume et - 3,0 % en valeur). Les ventes à l'étranger augmentent pourtant fortement en 2015, à l'image des autres produits de luxe. Le solde commercial atteint 9,2 milliards d'euros, soit le deuxième excédent après l'aéronautique²².

¹⁹ Le chiffre du commerce extérieur, Études et éclairages, mars 2016

²⁰ Le calcul d'un indice de prix dans le commerce de gros n'est réalisé que depuis l'année 2006

²¹ Ecostat, Comité Francéclat, Les ventes d'horlogerie-bijouterie en France en 2015

²² Le chiffre du commerce extérieur, Année 2015

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

En 2015, le volume des ventes de l'ensemble du secteur se replie (- 1,7 %) après un rebond en 2014. Le dynamisme des prix permet cependant aux ventes de progresser en valeur (+ 1,0 %).

Les grossistes en *ordinateurs, équipements informatiques périphériques et logiciels* subissent un retournement de leur activité (- 1,1 % en volume, après + 4,7 % en 2014). Toutefois, la croissance de leurs ventes se maintient en valeur (+ 2,0 %) grâce à la hausse des prix.

La baisse des ventes en volume est plus marquée pour les grossistes en *composants et équipements électroniques et de télécommunication* (- 2,8 %). Bien qu'étant une nouvelle fois en recul, les ventes en valeur diminuent moins fortement (- 0,7 % en 2015, après - 3,8 % en 2014 et - 4,8 % en 2013).

5 - Autres équipements industriels : redressement des ventes

Dans ce secteur, 74 % des ventes concernent des **équipements industriels** liés à la production, 21 % du matériel électrique et 5 % du mobilier et de l'équipement de bureau.

Pour satisfaire les besoins en biens d'équipement des entreprises en France, les grossistes en biens d'équipement industriel importent notamment des équipements de bureau et des machines. Au total, les importations représentent 39 % des achats des grossistes du secteur. La part des exportations dans les ventes de ces mêmes grossistes est moindre, à 17 %.

En 2015, l'activité du secteur se redresse en 2015 : l'évolution des ventes redevient positive en volume (+ 0,5 %) et en valeur (+ 1,0 %).

▪ Équipements de bureau en hausse

Les ventes du commerce de gros des *équipements de bureau* repartent à la hausse en 2015 (+ 2,9 % en volume et + 2,2 % en valeur) après quatre ans de recul. Les grossistes en *mobilier de bureau* bénéficient d'une conjoncture favorable (+ 2,8 % en volume et + 3,0 % en valeur).

▪ Matériel électrique en recul

A l'inverse, les ventes des grossistes en *matériel électrique* diminuent en volume (- 1,7 %) et en valeur (- 1,3 %), en dépit de la vigueur des échanges extérieurs. Les ventes à l'étranger sont plus soutenues (+ 5,3 %), en particulier à destination de l'Espagne, des États-Unis et de l'Italie. Poussées par la reprise de la production automobile en France, les importations de matériels électriques restent en croissance²³.

▪ Autres équipements : équipements industriels en hausse, matériel agricole en baisse

En 2015, les ventes du commerce de gros des *autres biens d'équipement* progressent en volume (+ 0,9 %) et en valeur (+ 1,6 %), après le repli de 2014. Elles sont soutenues par les ventes de *fournitures et équipements industriels divers* (+ 3,2 % en volume et + 3,8 % en valeur) qui représentent la moitié des ventes de l'ensemble du secteur.

En revanche, l'activité des grossistes en *matériel agricole* demeure en retrait (- 1,8 % en volume et - 1,1 % en valeur). En effet, le volume de la production de machines agricoles diminue de 9 % en moyenne en 2015. Les immatriculations de tracteurs agricoles diminuent (- 1 %). Les échanges extérieurs en agroéquipement accusent une baisse d'activité en 2015 : les exportations perdent 3,9 %, tandis que les importations gagnent 1,6 %²⁴.

Les grossistes en *machines pour l'extraction, la construction et le génie civil* connaissent la baisse d'activité la plus marquée du secteur (- 6,1 % en volume et - 5,9 % en valeur). Sur l'ensemble de l'année, le nombre de logements mis en chantier augmente très légèrement (+ 0,3 %)²⁵. La conjoncture est moins favorable aux locaux non résidentiels, dont la surface des mises en chantier diminue de 8,4 %²⁶.

²³ Le chiffre du commerce extérieur, Année 2015

²⁴ AXEMA, Rapport économique 2015

²⁵ Commissariat général au développement durable, Chiffres & Statistiques, Construction de logement, n° 724

²⁶ Commissariat général au développement durable, Chiffres & Statistiques, Construction de logement, n° 725

A l'inverse, l'évolution des ventes des grossistes en *machines-outils* est positive, en particulier en valeur (+ 6,0 %) avec des prix en hausse de 3,3 %. De même, les ventes en gros des *machines pour l'industrie textile et l'habillement* conservent leur dynamisme en 2015 (+ 4,0 % en volume et + 6,3 % en valeur).

6 - Commerce de gros spécialisé : recul des prix des matières premières

Après sept ans de recul, les ventes en volume des **autres commerces de gros spécialisés** (biens intermédiaires et combustibles) augmentent légèrement en 2015 (+ 0,8 %). Toutefois, la baisse des prix conduit à une contraction des ventes en valeur (- 5,8 %).

Le secteur est essentiellement composé de grossistes en combustibles et biens intermédiaires non agricoles.

▪ Prix des combustibles et des produits annexes en forte baisse

Bien orientées en volume (+ 3,2 %), les ventes des grossistes en *combustibles et produits annexes* diminuent nettement en valeur en 2015 (- 12,4 %).

Avec un climat un peu moins doux qu'en 2014, la consommation d'énergie primaire réelle (hors énergies renouvelables thermiques et déchets) augmente de 1,2 %. Les livraisons de gaz naturels sont particulièrement dynamiques²⁷.

Les prix moyens à l'importation du pétrole brut et des produits raffinés chutent respectivement de 35,4 % et 25,6 % en moyenne sur l'année²⁸.

▪ Produits pour l'installation de l'habitat et la construction toujours en baisse

La diminution des ventes des grossistes en *produits pour l'installation de l'habitat et la construction* (- 1,1 % en volume et - 1,3 % en valeur) s'explique par une nouvelle baisse d'activité dans le commerce de gros de *bois et de matériaux de construction*.

Après 3 ans de baisse, les autorisations de construire, nettes des annulations, augmentent en 2015 (+ 1,7 %). Le nombre de logements terminés recule de 3,4 %, la situation étant plus favorable pour les logements collectifs et en résidence (+ 2,6 %) que pour les logements individuels (- 11,5 %). Tous types de logements confondus, le délai entre l'ouverture du chantier et son achèvement se raccourcit (16,7 mois, contre 17,5 mois en 2014). Enfin, la valeur des travaux d'entretien et d'amélioration des logements progresse de 2,6 %²⁹.

▪ Autres produits intermédiaires : produits chimiques en hausse, minerais et métaux en baisse

En 2015, les ventes en volume des autres grossistes en biens intermédiaires sont quasi stables (+ 0,1 %). Comme en 2014, la diminution des prix entraîne un retrait des ventes en valeur (- 3,4 %). La baisse d'activité des grossistes en *minerais et métaux* se poursuit : les ventes reculent en volume (- 5,9 %) et plus encore en valeur (- 7,5 %). Ce repli est compensé en volume par la croissance des ventes de *produits chimiques* (+ 5,5 %).

Les principaux débouchés des grossistes en *minerais et métaux* sont les branches productrices de ces produits elles-mêmes, ainsi que la construction automobile, la construction et la fabrication de matériel électrique.

En 2015, les prix des produits métalliques importés et commercialisés par les grossistes sont nettement en baisse. Le prix du minerai de fer perd 31,5 % en euros. Les cours en dollars du nickel, du zinc et du cuivre chutent respectivement de 29,9 %, 10,7 % et 20,4 %. Les prix en euros des métaux et minerais non ferreux sont les seuls à résister (+ 0,9 %).

²⁷ Commissariat général au développement durable, Conjoncture énergétique décembre 2015

²⁸ Commissariat général au développement durable, Conjoncture énergétique janvier 2016

²⁹ Commissariat général au développement durable, Comptes du logement 2014, Premiers Résultats 2015

7 - Intermédiaires : ventes en progression, prix en recul

En 2015, les ventes des **intermédiaires du commerce** accentuent leur croissance en volume (+ 4,4 %) mais reculent en valeur (- 0,9 %), du fait d'une baisse des prix. Au sein du secteur, les ventes des centrales d'achats conservent leur dynamique en volume (+ 4,1 %) mais diminuent également en valeur (- 1,5 %).

Les ventes des grossistes des *centrales d'achat alimentaires* enregistrent une nouvelle hausse en volume (+ 2,8 %) et en valeur (+ 3,0 %).

Parmi les centrales d'achat non alimentaires, les *centrales d'achat de carburant* s'inscrivent dans un marché aux contraintes et aux logiques spécifiques. Nettement en hausse en volume (+ 7,5 %), les ventes de ces grossistes accusent un recul de leurs prix qui fragilise une nouvelle fois leur évolution en valeur (- 8,8 %).

La baisse des prix des autres centrales d'achat non alimentaires est plus contenue (- 1,1 %). Les ventes y progressent en volume (+ 1,0 %) et sont quasi stables en valeur (- 0,1 %).

Les *intermédiaires du commerce* sont 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 exécutent des opérations commerciales pour le compte d'un tiers sans être eux-mêmes propriétaires des marchandises. Leur chiffre d'affaires se compose souvent de commissions et de ventes de marchandises.

En 2015, l'évolution des ventes des intermédiaires autres que les centrales d'achat reste positive pour la troisième année consécutive (+ 5,9 % en volume et + 2,9 % en valeur). Comme en 2014, le dynamisme de ce secteur reste porté par les bons résultats des *intermédiaires en combustibles, métaux, minéraux et produits chimiques*.

8 - La clientèle intérieure du commerce de gros : principalement des industriels et des détaillants³⁰

En 2014, l'activité des grossistes (hors intermédiaires du commerce) sur le marché intérieur est orientée principalement vers l'approvisionnement des producteurs (industrie et artisanat, pour 29 % de leur chiffre d'affaires) et du commerce de détail (25 %). La redistribution des marchandises vers les centrales d'achat (18 %) 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 11 % et les ventes directes aux particuliers pour 5 %.

Certains secteurs sont très fortement tributaires (de 30 % à 70 %) des commandes de l'industrie : les grossistes en produits agricoles, les grossistes en autres équipements industriels et les autres grossistes spécialisés. Les grossistes en matériel agricole dépendent pour 69 % des achats directs des agriculteurs et de leurs coopératives. Outre le secteur de la construction (63 %), les grossistes spécialisés dans l'équipement pour la construction sont tributaires des particuliers pour 11 % de leurs ventes et des administrations et prestataires de services pour 7 %.

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, ainsi que dans l'équipement de l'information et de la communication. Ces produits sont aussi écoulés via les détaillants : leur part dans la clientèle des grossistes est particulièrement forte (plus de 50 %).

Les officines pharmaceutiques pèsent pour 41 % des ventes intérieures des grossistes en produits pharmaceutiques. Les autres centrales d'achat et autres grossistes (33 %) et les services de santé publics et privés (23 %) constituent une autre clientèle importante pour ces grossistes. L'approvisionnement des producteurs et des particuliers est minoritaire (3 %).

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 : 28 % aux autres grossistes et centrales d'achat, 24 % aux revendeurs au détail, 20 % de revente directe à l'industrie, 26 % à des administrations et des prestataires de services et enfin 2 % de ventes aux particuliers.

³⁰ Ce paragraphe porte sur l'année 2014 en données définitives.

La source est l'Enquête sectorielle annuelle dans le commerce 2014 de l'INSEE

La revente directe à la clientèle des particuliers n'a une contribution significative (plus de 15 %) que pour le commerce de gros alimentaire non spécialisé, de déchets et débris, ainsi que chez les intermédiaires en habillement, meubles, articles de ménage et quincaillerie.

9 - Dans le commerce de gros en 2014 : 17 % des ventes exportées

Si les ventes à l'étranger constituent 27 % des ventes totales des grossistes en boissons, elles ne représentent que 5 % de celles des grossistes en équipements de bureau. Le premier secteur est ainsi plus sensible à l'évolution de la demande étrangère. A un niveau plus agrégé de la nomenclature, les commerces de gros de produits agricoles bruts, d'équipements de l'information et de la communication et de biens domestiques sont les secteurs où la part des marchandises exportées est la plus élevée.

De même, l'approvisionnement à l'étranger, relativement faible pour les grossistes en céréales, tabac non manufacturé, semences et aliments pour le bétail (11 % de leurs achats), est très important pour ceux en composants et équipements électroniques et télécommunications (71 %).

En revanche, dans tous les secteurs, les entreprises exportatrices et importatrices ont un poids prépondérant. Aussi, les grossistes qui exportent des composants et équipements électroniques représentent 93 % du chiffre d'affaires de leur secteur.

Tableau 1 : Part des exportations et des importations dans les ventes et poids des entreprises exportatrices et importatrices par secteur en termes de chiffre d'affaires (en %).

Activités	Ensemble des entreprises		Poids des entreprises	
	Ventes à l'exportation [A]	Achats à l'importation [B]	exportatrices [C]	importatrices [D]
CG de produits agricoles bruts et d'animaux vivants	21	9	73	38
- céréales, tabac non manufacturé, semences et aliments pour le bétail	24	11	78	43
- autres produits (1)	13	5	58	18
CG de produits alimentaires, de boissons et de tabac (a)	14	19	73	53
- produits frais (2)	12	18	73	51
- boissons (alcoolisées ou non)	27	16	82	51
- autres produits (4)	12	20	70	56
CG de biens domestiques (a)	19	41	85	60
- produits pharmaceutiques	11	35	82	57
- autres produits (4)	24	45	87	63
CG d'équipements de l'information et de la communication	24	67	92	86
- ordinateurs, équipements informatiques périphériques et logiciels	27	65	91	85
- composants et équipements électroniques et télécommunication	19	71	93	87
CG d'autres équipements industriels	17	39	84	67
- équipements de bureau (5)	5	44	80	79
- matériel électrique	26	25	92	46
- autres produits (6)	15	43	81	72
Autres commerces de gros spécialisés	15	35	68	67
- combustibles et produits annexes (a)	21	40	56	65
- produits pour l'installation de l'habitat et de la construction (7)	4	21	67	67
- autres produits (8)	24	44	82	68
CG non spécialisé	14	18	77	47
Intermédiaires du commerce	15	18	61	59
- centrales d'achats (b)	2	5	44	62
- autres intermédiaires	38	39	84	44
Ensemble du commerce de gros (y compris intermédiaires)	17	30	75	60

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

[B] Ventes 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...

(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.

Source : Insee – Comptes du commerce.

Lecture : 12 % des ventes des grossistes en produits frais sont exportées.

Les entreprises exportatrices réalisent 73 % du chiffre d'affaires de ce secteur.

Encadré : Principes d'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 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 2014, définitifs, sont basés sur l'exploitation du système d'information sur la statistique d'entreprise Esane. Ceux de 2015, estimés, s'appuient sur les résultats définitifs 2014 et ont été obtenus à partir des indices de chiffres d'affaires rénovés calculés par l'Insee³¹.

Les évolutions présentées pour 2015 sont donc susceptibles d'être révisées. 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 ne prennent que partiellement en compte les changements sectoriels. A partir des évolutions de chiffre d'affaires on détermine une évolution des ventes de marchandises par l'application d'un taux de vente (ventes de marchandises / chiffre d'affaires). Ce taux de vente est susceptible d'évoluer, en fonction d'informations annexes disponibles. L'évolution des ventes ne suit donc pas nécessairement celle du chiffre d'affaires.

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

		2011	2012	2013	2014	2015
Rapport de décembre 2016	en valeur	+8,7	+2,4	-1,5	-1,0 (def)	-0,8 (p)
	en volume	+4,1	+0,0	-1,1	+1,1 (def)	+0,7 (p)
Rapport de juillet 2016	en valeur	+8,7	+2,4	-1,5 (def)	-1,3 (sd)	-0,9 (p)
	en volume	+4,1	+0,0	-1,1 (def)	+0,8 (sd)	+0,6 (p)
Rapport de décembre 2015	en valeur	+8,7	+2,4	-1,5 (def)	-1,7 (p)	
	en volume	+4,1	+0,0	-1,1 (def)	+0,3 (p)	
Rapport de juin 2015	en valeur	+8,7	+2,4 (def)	-0,2 (sd)	-1,7 (p)	
	en volume	+4,1	+0,0 (def)	+0,1 (sd)	+0,3 (p)	
Rapport de décembre 2014	en valeur	+8,7	+2,4 (def)	-0,2 (p)		
	en volume	+4,1	+0,0 (def)	+0,2 (p)		

(def) données devenues définitives (r) données révisées (sd) données semi-définitives (p) données provisoires
Source Insee - Comptes du commerce

³¹ http://www.insee.fr/fr/indicateurs/ind53/20160331/ICA_demographie-entreprises.pdf

Tableau 2 : Ventes de marchandises du commerce de gros H.T

Secteurs	Évolution en volume (en %)			Évolution en valeur (en %)			Montant en Md€ 2015p
	2013	2014	2015p	2013	2014	2015p	
C.G. de produits agricoles bruts	8,7	0,3	- 0,1	3,6	- 7,0	- 1,2	62,2
- céréales, tabac non manufacturé, semences et aliments pour le bétail	12,5	- 0,7	- 1,0	5,1	- 8,7	- 1,9	48,1
- autres produits (1)	- 5,1	4,1	3,4	- 1,5	- 0,2	1,2	14,0
C.G. de produits alimentaires, de boissons et de tabac	- 2,1	5,8	0,6	0,1	4,2	0,3	130,3
- produits frais (2)	0,3	4,9	0,4	3,7	2,6	0,2	60,0
- boissons (alcoolisées ou non)	- 10,2	0,8	2,2	- 7,6	2,5	3,9	25,1
- autres produits (3)	- 0,4	9,9	0,0	0,0	7,3	- 1,4	45,1
C.G. de biens domestiques	- 2,2	4,4	1,1	- 2,3	3,4	0,4	143,2
- produits pharmaceutiques	- 1,7	6,3	2,4	- 3,0	3,0	0,1	58,6
- autres produits (4)	- 2,5	3,0	0,2	- 1,7	3,7	0,6	84,6
C.G. d'équipements de l'information et de la communication	- 8,5	2,9	- 1,7	- 7,3	- 0,1	1,0	41,0
- ordinateurs, équipements informatiques périphériques et logiciels	- 12,4	4,7	- 1,1	- 8,6	2,1	2,0	26,8
- composants et équipements électroniques et télécommunication	- 1,7	- 0,1	- 2,8	- 4,8	- 3,8	- 0,7	14,3
C.G. d'autres équipements industriels	- 0,3	- 3,6	0,5	0,7	- 3,4	1,0	83,2
- équipements de bureau (5)	- 4,5	- 7,7	2,9	- 2,3	- 7,1	2,2	4,0
- matériel électrique	0,6	- 3,7	- 1,7	- 0,2	- 4,9	- 1,3	17,0
- autres équipements (6)	- 0,3	- 3,3	0,9	1,1	- 2,7	1,6	62,2
Autres C.G. spécialisés	- 2,7	- 4,7	0,8	- 4,7	- 7,0	- 5,8	123,4
- combustibles et produits annexes	- 3,5	- 8,6	3,2	- 6,6	- 13,7	- 12,4	40,2
- produits pour l'installation de l'habitat et de la construction (7)	- 1,5	- 2,5	- 1,1	- 1,0	- 1,9	- 1,3	47,6
- autres produits (8)	- 2,9	- 2,3	0,1	- 6,5	- 4,2	- 3,4	35,6
Commerce de gros hors intermédiaires (9)	- 1,1	1,1	0,7	- 1,5	- 1,0	- 0,8	606,5
Intermédiaires du commerce	4,1	4,0	4,4	4,0	1,2	- 0,9	121,5
dont centrales d'achats	4,2	4,0	4,1	4,2	1,1	- 1,5	104,6
Commerce de gros et intermédiaires	- 0,3	1,6	1,3	- 0,6	- 0,6	- 0,8	728,0

(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...

(9) Le commerce de gros non spécialisé n'apparaît pas dans ce tableau

(p) provisoire.

Source : Insee – Comptes du commerce.

CHAPITRE II : LE COMMERCE DE DÉTAIL

En 2015, les ventes, toutes taxes comprises, de l'ensemble **du commerce de détail et de l'artisanat à caractère commercial** (boulangeries, pâtisseries, charcuteries) s'élèvent à 494,6 milliards d'euros. L'activité du commerce de détail bénéficie d'une reprise de la demande avec une augmentation des ventes en volume de 1,8 %. Les ventes augmentent de 0,4 % en valeur.

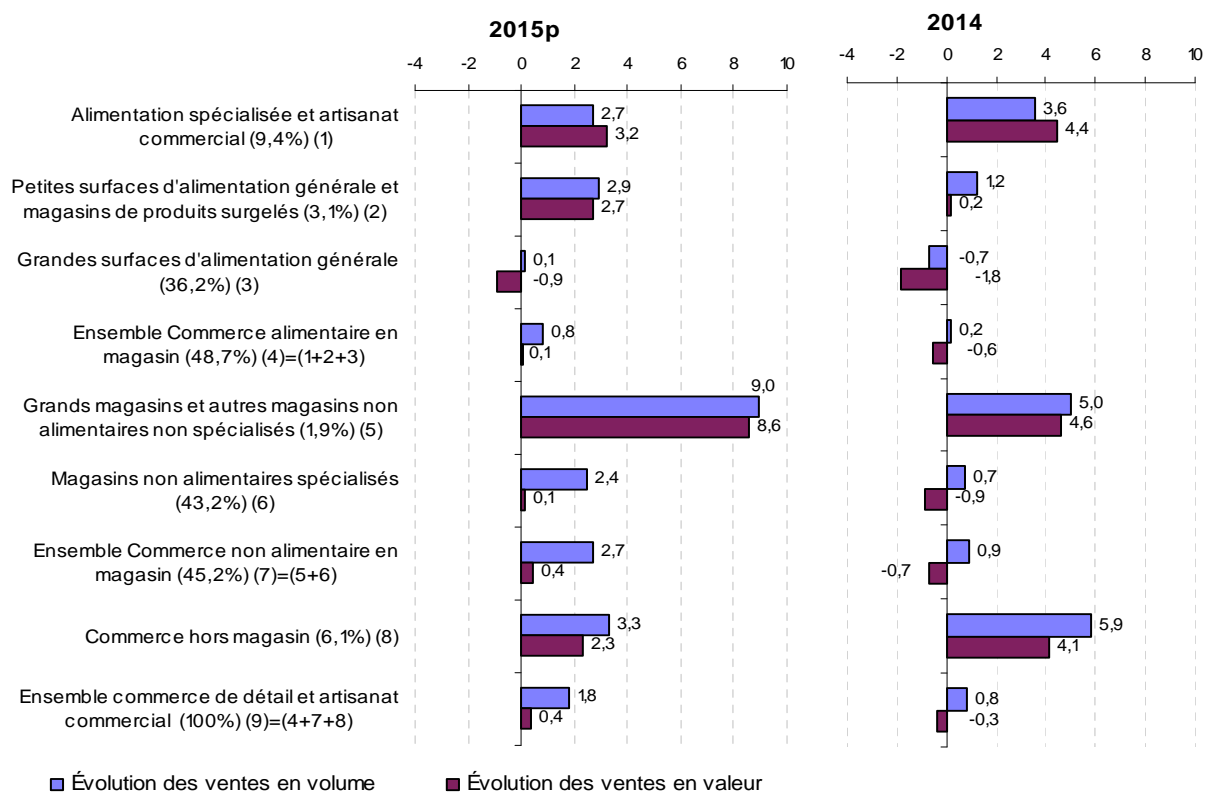
Le commerce **alimentaire** comprend les magasins d'alimentation spécialisée, l'artisanat commercial, les petites surfaces d'alimentation générale, les magasins de produits surgelés et les grandes surfaces d'alimentation générale.

En 2015, les ventes des secteurs du commerce alimentaire augmentent de 0,8 % en volume mais elles n'évoluent quasiment pas en valeur (+ 0,1 %) car les prix diminuent légèrement : la baisse des prix des carburants et des autres produits non alimentaires, qui représentent pourtant une part modeste des ventes dans le commerce à dominante alimentaire, l'emporte sur la légère hausse du prix des denrées alimentaires (+ 0,4 %).

Les formes de vente **non alimentaires** comprennent les grands magasins, les autres magasins non alimentaires non spécialisés ainsi que les magasins non alimentaires spécialisés. Ces derniers recouvrent notamment les magasins d'équipements de la personne, le commerce d'équipements du foyer et celui des biens culturels et récréatifs.

Dans les **magasins non alimentaires spécialisés**, l'augmentation des ventes (+ 2,4 % en volume) est soutenue, pour la troisième année consécutive, par le dynamisme des ventes du commerce des équipements de l'information et de la communication (+ 8,0 %). En valeur, les ventes restent stables (+ 0,1 %) en raison, notamment, de la diminution des prix des carburants. Celle-ci affecte les ventes du commerce de détail de carburants, qui accusent un nouveau repli en valeur de 8,2 % après un recul de 10,6 % en 2014.

Graphique 1 : Ventes du commerce de détail et de l'artisanat commercial en 2014 et 2015, évolution en valeur et en volume (en %)



Lecture : en 2015, les ventes en alimentation spécialisée et artisanat commercial représentent 9,4 % des ventes de l'ensemble du commerce de détail et de l'artisanat commercial

Source : Comptes du commerce

1 - Petit commerce alimentaire : ventes en hausse en 2015

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

▪ Poursuite de la progression de l'activité dans le commerce alimentaire spécialisé et l'artisanat commercial

En 2015, les ventes progressent dans le commerce alimentaire spécialisé et l'artisanat commercial (+ 2,7 % en volume) pour la deuxième année consécutive. Elles augmentent en valeur de 3,2 %.

Dans le **commerce de détail de fruits et légumes**, les ventes augmentent fortement en valeur du fait de la hausse des prix.

En revanche, les ventes en **boucheries-charcuteries** progressent peu (+ 0,4 % en volume et + 0,6 % en valeur). Selon France Agrimer, les achats de volailles ont mieux résisté que les achats des autres viandes et notamment la viande de porc fraîche. Les produits transformés de volailles et charcuteries à base de volailles ont connu un certain succès³².

L'activité des **commerces de poissons, crustacés et mollusques** augmente peu également (+ 0,7 % en volume et + 2,3 % en valeur).

Les ventes des **débitants de tabac** sont toujours en repli avec une baisse de 2,0 % en volume, du fait des hausses de prix et du développement de la cigarette électronique.

▪ Petites surfaces d'alimentation générale : des ventes dynamiques pour les commerces d'alimentation générale

En 2015, les ventes des petites surfaces d'alimentation générale et des magasins de produits surgelés restent globalement dynamiques (+ 2,9 % en volume et + 2,7 % en valeur en 2015).

Leur croissance est tirée par celles des **commerces d'alimentation générale** (+ 6,0 % en volume), tandis que les ventes en **commerce de détail de produits surgelés** se maintiennent à leur niveau de 2014 (0,1 % en volume et + 0,5 % en valeur).

2 - Croissance atone pour les grandes surfaces à prédominance alimentaire (GSA)

En 2015, les ventes des grandes surfaces d'alimentation générale (GSA), composées des hypermarchés, supermarchés et magasins multi-commerces, stagnent en volume (+ 0,1 %).

Les ventes des **hypermarchés** augmentent légèrement (+ 0,6 % en volume). La situation demeure difficile pour les **supermarchés** (- 0,6 %).

En valeur, la baisse des ventes de produits non alimentaires se poursuit dans les supermarchés (- 1,6 %) alors qu'une légère reprise s'amorce dans les hypermarchés (+ 0,2 % en 2015 après - 1,7 % en 2014)³³.

Depuis 2011, les GSA tendent à perdre du terrain par rapport aux autres formes de vente de commerce alimentaire. Alors qu'elles réalisaient 32,8 % des ventes du commerce de détail et de l'artisanat commercial, hors produits automobiles, cette part n'est que de 31,8 %³⁴ en 2015. Parmi elles, les ventes des hypermarchés représentent 57,8 % de l'ensemble des GSA, celles des supermarchés 40,5 % (la part des ventes des magasins multi-commerces est de 1,7 %).

3 - Forte progression des ventes du commerce non alimentaire non spécialisé

En 2015, les ventes réalisées par le commerce non alimentaire non spécialisé progressent de 9,0 % en volume. Ce secteur comprend les grands magasins et les « autres commerces non alimentaires non spécialisés » (de type « bazar »).

³² Les données et bilans de France Agrimer pour l'année 2015

³³ Enquête EMAGSA 2015

³⁴ les grandes surfaces peuvent vendre des équipements automobiles, la part ne correspond pas à celle indiquée dans le graphique 1 (pas d'exclusion sur les produits vendus).

Dans les **grands magasins**, surtout implantés à Paris et dans les grandes villes, les ventes progressent fortement (+ 9,4 % en volume et + 8,8 % en valeur).

Les ventes des **autres commerces non alimentaires non spécialisés** augmentent en volume, mais moins qu'en 2014 (+ 8,1 % en 2015 après +12,7 % en 2014). Leurs ventes progressent de 8,0 % en valeur en 2015 après + 12,6 % en 2014.

4 - Une activité toujours soutenue dans le commerce non alimentaire spécialisé

Les ventes du commerce non alimentaire spécialisé (y compris carburant et pharmacie) accélèrent en volume (+ 2,4 % en 2015 après + 0,7 % en 2014).

- **Des ventes au détail de carburants en légère hausse mais des prix en forte baisse**

En 2015, la forte diminution du prix du carburant entraîne une baisse conséquente des ventes au détail de carburants en valeur (- 8,2 %) bien que leur activité reparte à la hausse (+ 0,7 % en volume après - 7,4 % en 2014).

- **Dynamisme des ventes au détail d'équipements des technologies de l'information et de la communication**

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

En 2015 la progression des ventes se poursuit (+ 8,0 % en volume). Après un fléchissement en 2010 puis 2012, le secteur des TIC retrouve depuis 2014 sa croissance moyenne des années antérieures.

Les ventes d'**ordinateurs** continuent de croître fortement en 2015, en magasin spécialisé (+ 9,3 % en volume). Selon GFK, le marché du PC portable s'améliore grâce notamment aux « 2 en 1 » et aux PC convertibles qui se positionnent comme une alternative aux tablettes avec des performances généralement supérieures. Les PC de moins de 15 pouces aux performances élevées et le gaming connaissent un franc succès³⁵.

Les ventes du secteur spécialisé en **matériel de télécommunication** augmentent en volume de 8,2 %. La croissance du marché du smartphone s'atténue mais le secteur est porté par la vente des accessoires dédiés comme les batteries mobiles, les chargeurs, les protections et par des accessoires dits « compagnons », comme les casques, les stations d'écoute, les montres et bracelets connectés⁴. Les ventes du secteur diminuent de 1,0 % en valeur, en raison d'une forte baisse des prix à qualité constante.

Les ventes du **commerce de matériel audio et vidéo** ralentissent (+ 2,6 % en volume après + 7,6 % en 2014). Le marché de l'audio de salon est porteur, contrairement au marché « Audio Home System » avec un recul des chaînes Home Cinéma. Le succès des chaînes Hifi connectées, incluant la Hifi Multiroom, se confirme. Les appareils photographiques continuent de monter en gamme pour contrer l'essor des smartphones³⁶.

- **Légère reprise dans l'équipement du foyer**

Le **commerce de détail d'équipement du foyer** comprend le commerce de détail d'équipements ménagers, tels que textiles, quincaillerie, tapis, appareils électriques et électroménager ou meubles, en magasins spécialisés. En 2015, le secteur réalise de meilleures performances que les années précédentes (+ 2,1 % en volume après une baisse de 1,3 % en 2014).

La conjoncture reste la plus favorable pour le commerce d'**appareils électroménagers**, seul secteur dont les ventes progressent régulièrement depuis le léger fléchissement de 2011.

En 2015, le petit électroménager poursuit une croissance ininterrompue depuis dix ans. Selon le GIFAM, cette année, les ventes de « presse-agrumes » et de « centrifugeuses » ont stimulé l'activité. L'engouement des consommateurs pour le « fait maison », le succès des recettes « santé » ou « vitamines », le design des produits ainsi qu'une offre couvrant toutes les gammes de prix expliqueraient

³⁵ GFK « Bilan des biens techniques en 2015 »

³⁶ GFK « Bilan des biens techniques en 2015 ».

ce résultat. Côté entretien de la maison, les aspirateurs balais sont largement plébiscités par les consommateurs³⁷.

Le gros électroménager renoue avec la croissance après une année 2014 en léger retrait. La pose libre enregistrerait les meilleurs résultats, mais l'intégrable progresserait également. Les produits les plus porteurs en 2015 seraient ceux du froid, avant ceux du lavage avec le succès du sèche-linge⁶.

Dans le commerce du **bricolage**, les ventes en grandes surfaces et surtout les ventes en petites quincailleries repartent à la hausse (respectivement + 1,4 % et + 2,3 % en volume).

En 2015, le secteur du commerce de **meubles** repart légèrement à la hausse (+ 1,1 % après - 3,4 % en 2014 en volume et une croissance en berne depuis 2011). Cette reprise concernerait l'ensemble des produits vendus, exception faite des meubles de salles de bains. Les achats des consommateurs se porteraient avant tout sur les pièces à vivre. Ainsi, les produits comme la literie, le meuble de cuisine, les canapés, fauteuils et banquettes sont les principaux moteurs du marché du meuble, d'après la fédération professionnelle du secteur³⁸.

L'activité fléchit dans les commerces spécialisés dans les **revêtements de sols et murs** (- 4,1 % après - 3,7 % en volume en 2014) ainsi que dans le commerce de **textiles**, dans une moindre mesure (- 1,2 % après - 2,9 % en volume en 2014).

▪ Les ventes d'articles de sport en nette progression

Les ventes des **magasins dans le secteur culturel et récréatif** progressent (+ 3,2 % en volume et + 3,1 % en valeur). L'activité est tirée par les bons résultats de la vente **d'articles de sport**, en nette progression (+ 5,8 % en volume et + 4,5 % en valeur).

La vente **de jeux et jouets** tend à fléchir légèrement en 2015 (- 0,7 % en volume et - 0,4 % en valeur). Les peluches, les jeux de construction, les figurines et jeux d'action, dopés par l'attrait des enfants pour les super-héros et Star Wars, sont les catégories les plus porteuses³⁹.

La situation se dégrade pour le **commerce de livres en magasin spécialisé** dont les ventes fléchissent de 2,9 % en volume en 2015 après une légère embellie (+ 0,8 % en 2014). Les librairies doivent toujours faire face à la concurrence croissante de la vente de livres sur internet. Le développement du marché du livre numérique se poursuit. Le marché du livre jeunesse resterait le seul segment dynamique en 2015, qui représente, selon GFK, un peu moins du cinquième du marché total du livre⁴⁰.

Le **secteur des enregistrements musicaux et vidéo** est également en recul (- 2,1 % en volume et - 3,6 % en valeur) en raison notamment de la baisse en volume des ventes de DVD et Blu-ray. Les ventes d'enregistrements audio connaissent également un important ralentissement⁴¹.

▪ Progression des ventes des autres commerces de détail en magasin spécialisé

En 2015, l'activité des **autres commerces de détail en magasin spécialisé** augmente de 2,3 % en volume et reste stable en valeur (+ 0,1 %).

Au sein de ce secteur, les ventes des magasins **d'habillement-chaussures** sont globalement stables (- 0,1 % en volume et - 1,0 % en valeur). En effet, si les ventes du secteur de la **chaussure** diminuent légèrement (- 0,5 % en volume et - 0,3 % en valeur), l'activité des détaillants de l'**habillement** (grandes enseignes d'habillement et boutiques indépendantes) est stationnaire (- 0,1 % en volume et - 1,2 % en valeur). Les ventes en magasin spécialisé sont toujours concurrencées : les ventes de vêtements en ligne sur des sites internet spécialisés continuent d'avoir le vent en poupe, notamment en période de soldes, et les ventes des magasins d'occasion concernent, depuis la crise, une large partie des consommateurs (succès des boutiques de vêtements vintage).

A l'inverse, les **autres magasins d'équipements de la personne** tirent leur épingle du jeu.

En 2015, les ventes du commerce de détail de la **maroquinerie et des articles de voyage** sont particulièrement dynamiques (+ 8,2 % en volume et + 8,9 % en valeur), renouant avec le rythme d'évolution de 2011 et des années précédentes.

³⁷ GIFAM « Groupement Interprofessionnel des Fabricants d'Appareils d'Équipement Ménager » - communiqués de presse 12/11/2015 et 09/02/2016

³⁸ FNAEM « Fédération française du Négoce de l'Ameublement et de l'Équipement de la Maison »

³⁹ La Revue du Jouet

⁴⁰ GFK « Bilan du marché du livre en 2015 »

⁴¹ Centre national du cinéma et de l'imagerie animée, CNC – Bilan 2015

Le commerce d'**horlogerie et de bijouterie** poursuit son embellie, essentiellement tirée par l'horlogerie avec une progression des ventes de + 4,6 % en volume et de + 5,4 % en valeur. L'accroissement des ventes est porté par les montres, les pièces horlogères de valeur et la haute horlogerie de prestige⁴².

Le secteur de la **parfumerie et des produits de beauté** reste aussi dynamique en 2015 avec des ventes en hausse de 4,2 % en volume et de 3,3 % en valeur.

L'activité de l'**optique** progresse de 4,3 % en volume et de 2,9 % en valeur en 2015. Elle continuerait d'être soutenue par les ventes des verres de correction, situés dans une gamme de prix élevés avec une montée en gamme des verres vendus : traitements anti-UV, antireflets de dernière génération qui protègent de la lumière bleue, lumière la plus éblouissante⁴³.

Les ventes des **commerces de produits pharmaceutiques et d'articles médicaux et orthopédiques** augmentent toujours à un rythme soutenu en volume (+ 3,8 %). En valeur, les ventes sont stables (- 0,1 %), du fait notamment de la généralisation des médicaments génériques qui entraîne une baisse des prix.

5 - Dynamisme des activités de 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), la vente à domicile ainsi que par automate. L'activité du commerce hors magasin ralentit mais reste très bien orientée avec une croissance de 3,3 % en 2015 après + 5,9 % en volume en 2014. En valeur, les ventes augmentent de 2,3 % après + 4,1 % en 2014.

En 2015, l'activité du **commerce sur éventaire ou marché** s'accroît de 1,9 % en volume et de 2,9 % en valeur.

La **vente à distance et les autres formes de commerce** restent dynamiques en 2015 (+ 3,6 % en volume et de 2,2 % en valeur). Les ventes à distance sur catalogue spécialisé progressent plus fortement (+ 5,5 % en volume) que celles sur catalogue général (+ 2,8 %). Le développement du e-commerce (sur catalogue général ou spécialisé) l'emporte sur le déclin des formes traditionnelles de vente à distance.

Selon la Fevad⁴⁴, la baisse du panier moyen observée cette année, confirme la normalisation de l'achat en ligne qui se rapproche toujours un peu plus du montant moyen des achats réalisés sur les autres circuits du commerce. La demande est tirée par l'arrivée de nouveaux acheteurs en ligne dont le nombre a augmenté de 20 % en quatre ans, et par la création de nouveaux sites marchands au rythme de 16 % supplémentaires en un an.

Pour les autres formes de vente à distance, la tendance est à la croissance aussi bien pour les ventes à domicile (+ 3,2 % en volume) que pour les ventes par automate et autres formes de vente (+ 1,9 %).

⁴² Comité Francéclat

⁴³ GFK « Dépenses d'optique en 2014 », mars 2014

⁴⁴ FEVAD « Fédération e-commerce et vente à distance – bilan 2015 »

Tableau 1 : Ventes du commerce de détail et de l'artisanat à caractère commercial T.T.C.

Formes de vente	Évolution en volume (en %)			Évolution en valeur (en %)			Montant en Md€ 2015p
	2013	2014	2015p	2013	2014	2015p	
Alimentation spécialisée et artisanat commercial (1)	- 1,8	3,6	2,7	0,8	4,4	3,2	46,5
boulangeries-pâtisseries	- 0,3	4,1	3,5	0,9	4,1	4,0	13,7
boucheries-charcuteries	- 1,4	- 5,9	0,4	1,1	- 5,3	0,6	8,5
autres magasins d'alimentation spécialisée	- 2,8	7,2	3,1	0,7	8,6	3,7	24,3
Petites surfaces d'alimentation générale et magasins de produits surgelés	- 0,9	1,2	2,9	0,1	0,2	2,7	15,6
Grandes surfaces d'alimentation générale	0,1	- 0,7	0,1	0,7	- 1,8	-0,9	179,0
Ensemble du commerce alimentaire en magasin	- 0,3	0,2	0,8	0,7	- 0,6	0,1	241,0
Grands magasins et autres magasins non alimentaires non spécialisés	1,9	5,0	9,0	2,9	4,6	8,6	9,6
Magasins non alimentaires spécialisés (y.c. pharmacie)	1,4	0,7	2,4	0,5	- 0,9	0,1	213,8
carburants	3,1	- 7,4	0,7	1,1	- 10,6	- 8,2	13,8
technologie de l'information et de la communication	6,2	7,4	8,0	- 1,5	- 1,3	1,1	8,7
équipements du foyer	- 1,9	- 1,3	2,1	- 2,3	- 2,6	1,1	47,6
culture, loisirs	- 1,0	- 2,9	3,2	0,9	- 1,6	3,1	23,9
Autres commerces de détail en magasins spécialisés	2,7	3,0	2,3	1,7	1,4	0,1	119,8
habillement-chaussure	1,8	2,1	- 0,1	2,7	2,0	- 1,0	36,6
autres équipements de la personne	0,5	1,0	4,8	0,4	- 0,1	4,3	19,9
pharmacies, articles médicaux et orthopédiques	5,4	5,3	3,8	1,7	2,1	- 0,1	42,9
autres magasins spécialisés	1,0	1,4	0,9	0,9	0,2	- 1,6	20,3
Ensemble du commerce non alimentaire en magasin	1,5	0,9	2,7	0,6	- 0,7	0,4	223,4
Commerce hors magasin	n.s.	5,9	3,3	n.s.	4,1	2,3	30,1
commerces sur éventaire ou marché	- 15,6	7,2	1,9	- 14,1	5,6	2,9	6,2
ventes à distance et autres formes de commerce	n.s.	5,5	3,6	n.s.	3,8	2,2	23,9
Ensemble du commerce de détail et artisanat commercial	- 0,1	0,8	1,8	0,0	- 0,3	0,4	494,6
dont activités artisanales	0,4	3,6	3,0	1,7	3,8	3,5	15,5
dont commerce de détail (hors pharmacies) et artisanat commercial (2)	- 0,6	0,4	1,6	- 0,2	- 0,6	0,4	451,7

Source : Insee - Comptes du commerce

(1) boulangeries, pâtisseries, charcuteries

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

n.s : non significatif ; p : provisoire

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...

Encadré 1 : Évaluation et révisions des ventes au détail

Le calcul des ventes au détail par forme de vente s'appuie sur la réconciliation de deux sources : la consommation commercialisable des ménages et les chiffres d'affaires des secteurs commerciaux. Celles-ci sont donc sensibles aux révisions de la consommation commercialisable d'une part, et aux changements de secteur des entreprises d'une année à l'autre, notamment lors des restructurations. L'évolution des ventes au détail présentée sur l'année 2015 est provisoire. Elle est issue de la version provisoire de la consommation commercialisable et des évolutions d'indices de chiffres d'affaires mensuels par secteur d'activité calculés par l'Insee à partir des déclarations des entreprises pour le paiement de la TVA. Les évolutions de 2014 sont définitives. Elles se fondent sur la version définitive de la consommation commercialisable et les chiffres d'affaires calculés par l'Insee à partir des déclarations fiscales des entreprises et de leur réponse à l'enquête structurelle annuelle (ESA).

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

		2011	2012	2013	2014	2015p
Rapport de décembre 2016 (base 2010)	en valeur	+ 3,4	+ 1,9	+ 0,0 (def)	- 0,3 (def)	+ 0,4 (p)
	en volume	+ 1,6	+ 0,0	- 0,1 (def)	+ 0,8 (def)	+ 1,8 (p)
Rapport de juin 2016 (base 2010)	en valeur	+ 3,4	+ 1,9	+ 0,0 (def)	- 0,3 (sd)	+ 0,3 (p)
	en volume	+ 1,6	+ 0,0	- 0,1 (def)	+ 0,9 (sd)	+ 1,8 (p)
Rapport de décembre 2015 (base 2010)	en valeur	+ 3,4	+ 1,9	+ 0,0 (def)	- 0,5 (p)	
	en volume	+ 1,6	+ 0,0	- 0,1 (def)	+ 0,7 (p)	
Rapport de juin 2015 (base 2010)	en valeur	+ 3,4	+ 1,9 (def)	- 0,2 (sd)	- 0,4 (p)	
	en volume	+ 1,6	+ 0,0 (def)	- 0,2 (sd)	+ 0,8 (p)	
Rapport de décembre 2014 (base 2010)	en valeur	+ 3,4	+ 1,9 (def)	- 0,5 (p)		
	en volume	+ 1,6	+ 0,0 (def)	- 0,6 (p)		
Rapport de juin 2014 (base 2010)	en valeur	+ 3,4 (def)	+ 1,4 (sd)	- 0,6 (p)		
	en volume	+ 1,6 (def)	- 0,5 (sd)	- 0,7 (p)		

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

6 - L'activité du grand commerce non alimentaire spécialisé accélère

Avertissement : les données et analyses présentées dans cette partie 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 vente⁴⁵). Les évolutions ne sont donc pas parfaitement comparables aux parties précédentes sur le commerce de détail.

En 2015, l'activité du grand commerce non alimentaire en magasin spécialisé accélère aussi bien en volume (+ 4,7 % après + 3,0 %) qu'en valeur (+ 3,4 % après + 1,3 %). Avec un chiffre d'affaires de 91,9 milliards d'euros hors taxe, le grand commerce (voir définition) représente un peu plus de la moitié de l'activité du commerce non alimentaire en magasin spécialisé.

Encadré 2 : Définition du grand commerce non alimentaire spécialisé

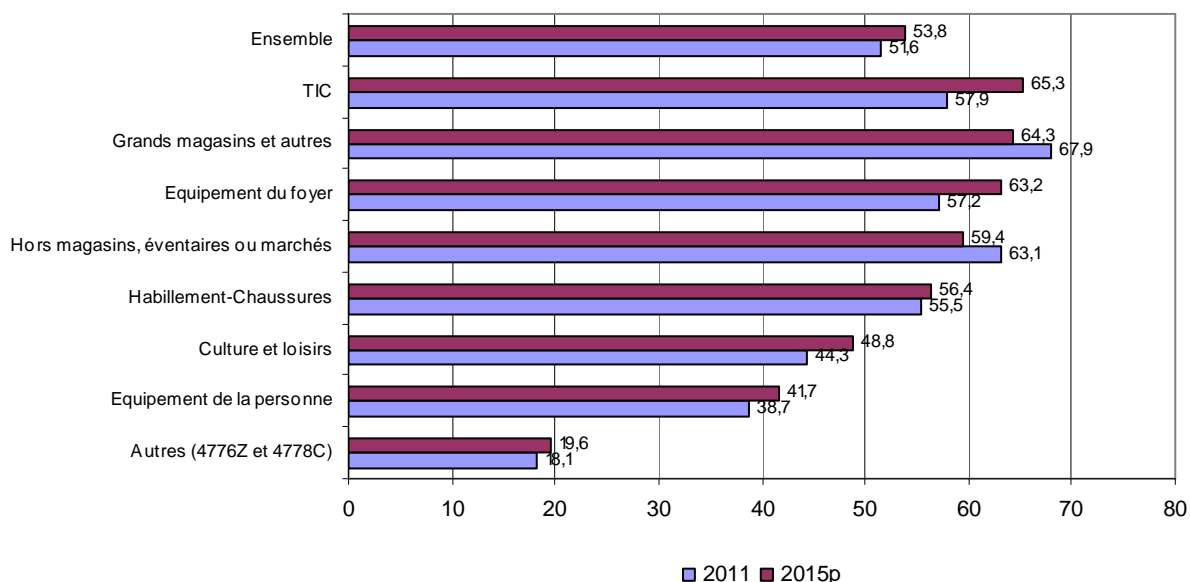
Le grand commerce non alimentaire spécialisé est défini⁴⁶ au sens strict comme l'ensemble des entreprises⁴⁷ dont l'activité principale relève du commerce non alimentaire en magasin spécialisé (NAF 474, 475, 476, 477 hors commerces de produits pharmaceutiques, de combustibles et de biens d'occasion) et 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.

Dans une acception plus large, il prend en compte deux secteurs supplémentaires :

- le commerce de détail hors magasin, éventaires ou marchés (479), dans lequel le commerce électronique occupe une place de plus en plus grande. On prend ici 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) sans changer les critères de nombre de salariés, nombre de magasins ou surface utilisée.

Graphique 2 : Part du chiffre d'affaires H.T. du grand commerce au sens large en 2011 et 2015 (en %)



Source : Insee - Esane et Comptes du Commerce.

⁴⁵ 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.

⁴⁶ Définition arrêtée par la Commission des comptes commerciaux de la nation en 1987, révisée en 1998

⁴⁷ Le terme d'« entreprise » utilisé ici recouvre les sociétés et les entreprises individuelles. Il désigne toute unité légale déclarée au répertoire Sirene.

Le chiffre d'affaires du grand commerce progresse en 2015 un peu plus vite que celui de l'ensemble du commerce non alimentaire spécialisé (+ 3,8 % en volume et + 2,5 % en valeur). Ce plus grand dynamisme s'observe depuis plusieurs années et vaut pour la quasi-totalité des secteurs, hors grands magasins et vente à distance. La part du grand commerce dans le commerce non alimentaire en magasin spécialisé est ainsi passée de 51,6 % en 2011 à 53,8 % en 2015.

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

Le grand commerce du secteur des TIC regroupe les magasins spécialisés dans la vente d'ordinateurs, d'équipements périphériques, d'équipements de télécommunication et de produits électroniques grand public. En 2015, dans le commerce non alimentaire en magasin spécialisé, le secteur des TIC est celui où le grand commerce a le poids le plus élevé (65,3 %). La part du grand commerce était nettement moins importante en 2011 (57,9 %).

Le chiffre d'affaires du grand commerce des TIC croît de 9,9 % en volume en 2015, il augmente davantage que celui des petites entreprises du secteur. Cette forte croissance s'accompagne d'une chute des prix sur le marché de l'électronique grand public. En valeur, la hausse est donc plus mesurée (+ 1,9 %).

▪ **Équipement du foyer**

Le commerce spécialisé dans l'équipement du foyer est majoritairement composé de grandes surfaces de bricolage, d'ameublement et d'appareils électroménagers. Les entreprises du grand commerce réalisent 63,2 % du chiffre d'affaires de l'ensemble du secteur de l'équipement du foyer en 2015 contre 57,2 % en 2011. En 2015, les ventes du grand commerce de l'équipement du foyer augmentent (+ 3,2 % en volume et + 3,1 % en valeur) davantage que celle de l'ensemble du secteur (+ 2 % en volume et + 1,8 % en valeur).

▪ **Culture-loisirs**

En 2015, le grand commerce réalise 48,8 % des ventes des magasins de culture-loisirs (magasins de sport, librairies-papeteries-journaux, magasins de jeux et jouets et magasins spécialisés dans les enregistrements musicaux et vidéos) contre 44,3 % en 2011.

En 2015, le chiffre d'affaires du grand commerce en culture-loisirs s'accroît de + 4,2 % en volume et + 3,5 % en valeur. Ce dynamisme n'est pas spécifique au grand commerce et s'observe dans l'ensemble du secteur.

▪ **Habillement-chaussure**

En 2015, les grandes enseignes de l'habillement-chaussure réalisent 56,4 % du chiffre d'affaires du secteur, en très faible progression par rapport à 2011 (55,5 %).

En 2015, le chiffre d'affaires du grand commerce dans l'habillement-chaussure augmente en volume de (+ 2,5 %) comme en valeur (+ 1,4 %). Le secteur dans son ensemble est moins dynamique (+ 0,7 % en volume et - 0,4 % en valeur).

▪ **Équipement de la personne (hors habillement-chaussure)**

En 2015, le poids du chiffre d'affaires des entreprises du grand commerce s'élève à 41,7 % de l'ensemble du secteur. La part du grand commerce était moins importante en 2011 (38,7 %).

En 2015, le chiffre d'affaires du grand commerce spécialisé en équipement de la personne hors habillement-chaussure (parfumerie et produits de beauté, optique, maroquinerie et articles de voyage, horlogerie et bijouterie) augmente fortement aussi bien en volume (+ 7,7 %) qu'en valeur (+ 7,8 %). Dans le secteur dans son ensemble, la progression en 2015 est moins forte que dans le grand commerce mais demeure dans l'absolu très dynamique (+ 5,1 % en volume et + 5,2 % en valeur).

▪ **Grands magasins et autres commerces de détail en magasin non spécialisé**

En 2015 les entreprises du grand commerce réalisent 63,6 % du chiffre d'affaires des grands magasins. La part du grand commerce a diminué par rapport à 2011 (67,9 %).

Le chiffre d'affaires du grand commerce croît fortement en 2015 aussi bien en volume (+ 9,1 %) qu'en valeur (+ 8 %). Le secteur dans son ensemble est encore plus dynamique avec une hausse de 10,3 % en volume et 9,2 % en valeur.

▪ **Commerce de détail hors magasin, éventaires ou marchés**⁴⁸

Le commerce de détail hors magasins, éventaires ou marchés regroupe essentiellement la vente à distance (correspondance ou internet). La vente à domicile et par distributeurs automatiques figure également dans cette catégorie.

En 2015, la part du chiffre d'affaires des entreprises du grand commerce s'élève à 59,4 % de l'ensemble du secteur. Elle était plus importante en 2011 (63,1 %).

L'évolution du chiffre d'affaires du grand commerce spécialisé y est favorable (+ 2,6 % en volume et + 2,2 % en valeur) en 2015, mais moins dynamique que pour l'ensemble des entreprises du commerce de détail hors magasin, éventaires et marchés (+ 3,1 % en volume et + 2,7 % en valeur).

Tableau 2 : Chiffre d'affaires hors taxes du grand commerce et de l'ensemble du commerce non alimentaire spécialisé

Secteurs	Évolution en volume (en %)			Évolution en valeur (en %)			Montant en Md€ 2015p
	2013	2014	2015p	2013	2014	2015p	
TIC	14,0	11,6	9,9	3,4	1,6	1,9	4,7
Équipement du foyer	0,6	1,5	3,2	0,8	1,0	3,1	29,6
Culture et loisirs	-0,4	5,2	4,2	-0,4	4,5	3,5	8,1
Habillement-chaussure	0,4	0,9	2,5	1,2	0,4	1,4	19,8
Équipement de la personne	2,8	0,9	7,7	3,7	-0,2	7,8	7,5
Autres (4776Z et 4778C)	7,5	16,0	13,1	-1,9	6,7	6,4	3,0
Grand commerce (sens strict)	2,3	3,4	4,7	1,1	1,3	3,2	72,7
Grands magasins et autres	0,8	1,8	9,1	1,6	1,4	8,0	6,3
Hors magasin, éventaires ou marchés	0,1	1,6	2,6	0,3	0,8	2,2	12,9
Grand commerce (sens large)	1,9	3,0	4,7	1,0	1,3	3,4	91,9
TIC	8,6	7,6	9,6	-1,5	-2,1	1,6	7,2
Équipement du foyer	-2,4	-2,4	2,0	-2,2	-2,9	1,8	47,0
Culture et loisirs	1,2	-1,0	4,2	1,2	-1,7	3,5	16,6
Habillement-chaussure	2,0	2,2	0,6	2,8	1,7	-0,4	35,1
Équipement de la personne	-0,7	0,5	5,1	0,2	-0,6	5,2	18,0
Autres (4776Z et 4778C)	10,4	13,8	9,4	0,7	4,7	3,0	15,3
Ensemble commerce (sens strict)	1,2	1,5	3,5	0,1	-0,5	2,0	139,2
Grands magasins et autres	2,3	5,0	10,3	3,1	4,7	9,2	9,8
Hors magasin, éventaires ou marchés	n.s.	4,8	3,1	n.s.	4,0	2,7	21,7
Ensemble commerce (sens large)	-0,2	2,1	3,8	-1,0	0,3	2,5	170,7

p : provisoire, n.s. : non significatif.

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

Source : Insee - É sane et Comptes du Commerce.

⁴⁸ 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.

7 - L'équipement commercial du commerce de détail : 9 entreprises sur 10 n'ont qu'un seul magasin⁴⁹

Fin 2014, dans le commerce de détail alimentaire (y compris artisanat commercial) et non-alimentaire, les magasins de moins de 400 m² sont très majoritaires (respectivement 92 % et 89 % du parc). Les magasins de plus de 400 m² sont concentrés à plus de 70 % dans trois secteurs : alimentation en magasin non spécialisé (hypermarché et supermarché notamment), équipement du foyer et habillement-chaussure. Les magasins de moins de 400 m² sont plus dispersés au sein des différents secteurs. Les trois secteurs possédant le plus de magasins de moins de 400 m², habillement-chaussure, alimentation en magasin spécialisé et artisanat, ne représentent qu'un peu moins de la moitié du nombre total de magasins de moins de 400 m².

En 2014, 9 entreprises du commerce de détail sur dix ne possèdent qu'un seul magasin. Ces entreprises réalisent plus de la moitié du chiffre d'affaires du secteur. Les entreprises ne possédant qu'un seul magasin génèrent plus de 90 % du chiffre d'affaires dans les secteurs de l'équipement de la personne hors habillement-chaussure et de la pharmacie. A l'inverse, dans les secteurs habillement-chaussure et équipement du foyer, le poids du chiffre d'affaires des entreprises ne possédant qu'un seul magasin est faible (entre un quart et un tiers du chiffre d'affaires de ces secteurs).

Tableau 3 : Répartition des magasins des entreprises⁵⁰ du commerce de détail et de l'artisanat commercial par tranche de surface

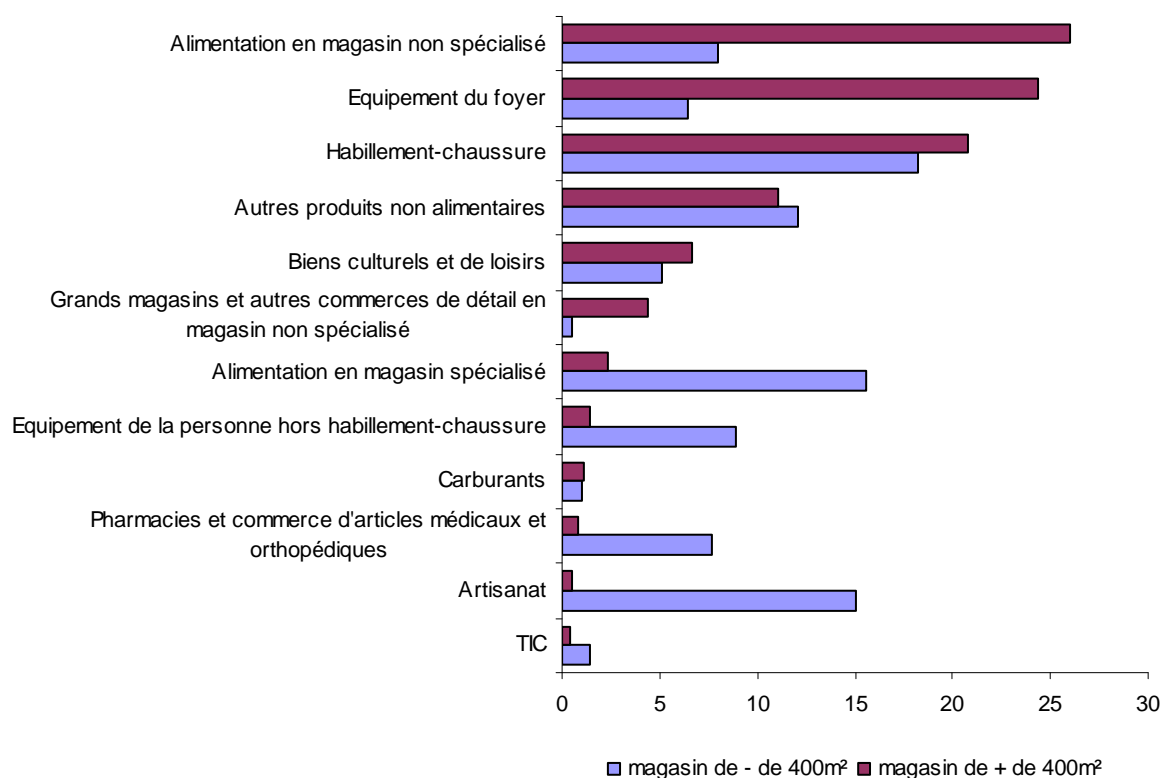
Secteurs d'activité	En %
Prédominance alimentaire en magasin	100
de moins de 120 m ²	79
de 120 m ² à moins de 400 m ²	13
de 400 m ² à moins de 2 500 m ²	6
de 2500 m ² et plus	1
Non alimentaire en magasin hors carburants	100
de moins de 120 m ²	68
de 120 m ² à moins de 400 m ²	21
de 400 m ² à moins de 2 500 m ²	10
de 2500 m ² et plus	1
Commerce de détail de carburants	100
de moins de 120 m ²	76
de plus de 120 m ²	24

Source : Insee - Enquête sectorielle annuelle sur le commerce en 2014

⁴⁹ Pour le commerce de détail, l'enquête sectorielle annuelle d'entreprise dans le commerce donne la situation du parc fin 2014. S'agissant d'une enquête par sondage, la précision des résultats ne doit pas être considérée à l'unité près.

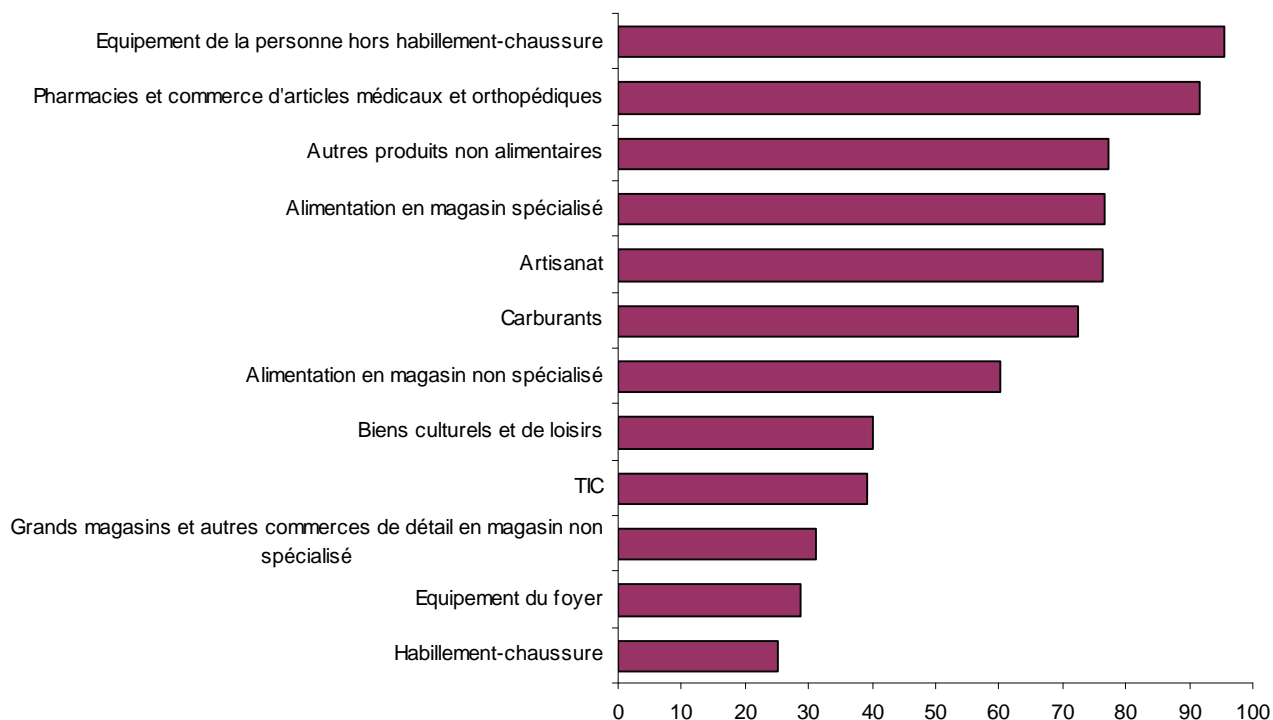
⁵⁰ Le terme d' « entreprise » utilisé ici recouvre les sociétés et les entreprises individuelles. Il désigne toute unité légale déclarée au répertoire Sirene.

Graphique 3 : Répartition du nombre de magasins par secteur d'activité en 2014 (en %)



Note de lecture : sur 100 magasins de plus de 400 m², 26 sont des commerces d'alimentation en magasin non spécialisé
Source : Insee - Enquête sectorielle annuelle sur le commerce en 2014

Graphique 4 : Poids des entreprises ne possédant qu'un seul magasin en chiffre d'affaires en 2014 (en %)



Note de lecture : les entreprises ne possédant qu'un seul magasin réalisent 95% du chiffre d'affaires du commerce de détail d'équipement de la personne hors habillement-chaussure.

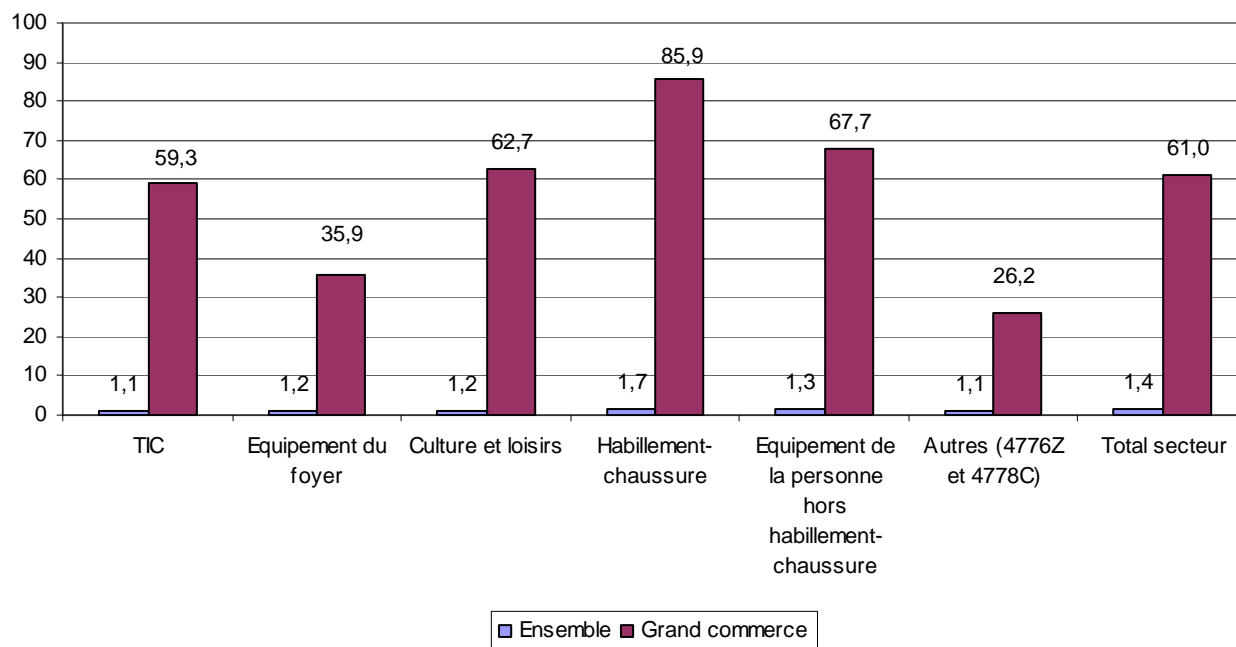
Source : Insee - Enquête sectorielle annuelle sur le commerce en 2014

8 - L'équipement commercial dans le grand commerce non alimentaire spécialisé⁵¹

En 2014, les entreprises du grand commerce non alimentaire spécialisé possèdent en moyenne 61 magasins. Par secteur, le nombre de points de ventes n'est pas corrélé à la part des ventes du grand commerce dans l'ensemble du secteur.

Par exemple, le nombre moyen de magasins par entreprise dans le secteur de l'équipement du foyer pour le grand commerce est nettement inférieur (36 magasins) à la moyenne. Cependant, ces magasins peu nombreux mais de grande taille génèrent à eux seuls plus de 60 % du chiffre d'affaires de l'ensemble du secteur. En comparaison, les grandes enseignes de l'habillement-chaussure qui ont en moyenne 86 magasins réalisent moins de 60 % du chiffre d'affaires de leur secteur. Ce nombre moyen élevé de magasins par entreprise s'explique par la présence 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.

Graphique 5 : Nombre moyen de magasins par entreprise⁵² dans le grand commerce en 2014



Source : Insee - *Ésane* et *Comptes du Commerce*

⁵¹ On s'en tient ici à la définition au sens strict du grand commerce non alimentaire spécialisé.

⁵² Le terme d'« entreprise » utilisé ici recouvre les sociétés et les entreprises individuelles. Il désigne toute unité légale déclarée au répertoire Sirene.

CHAPITRE III : LE COMMERCE ET LA RÉPARATION D'AUTOMOBILES

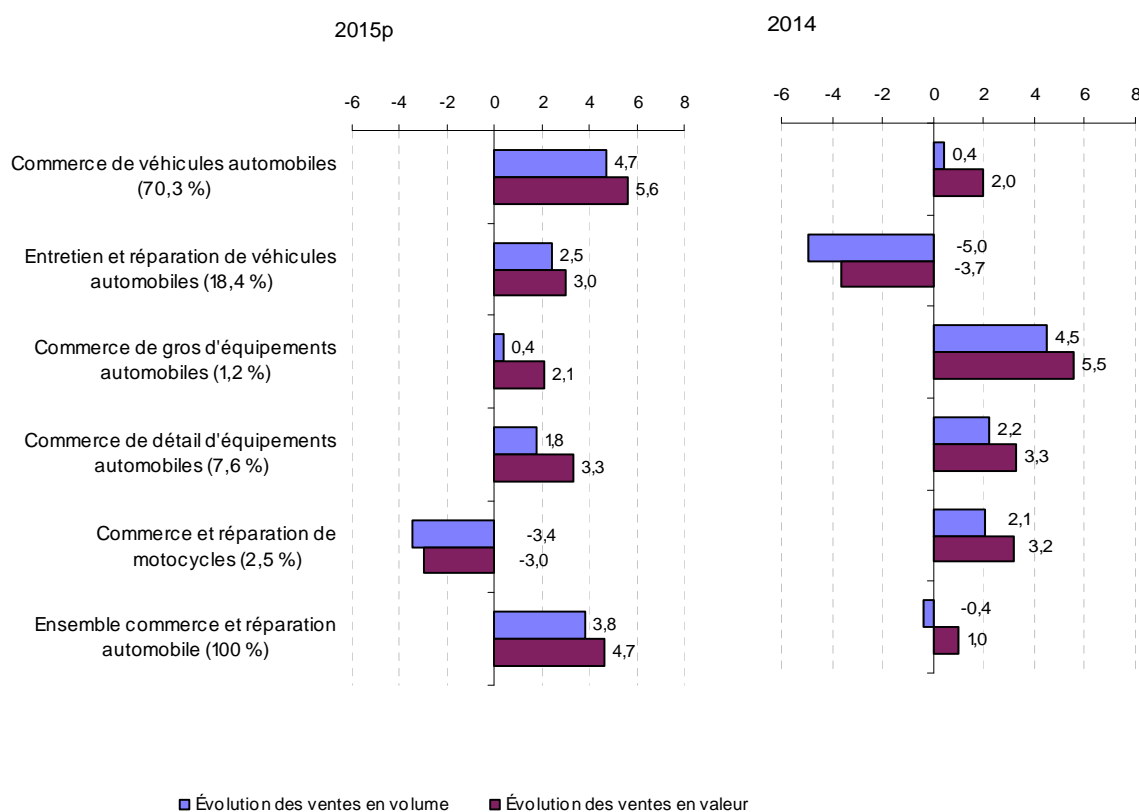
Le bilan 2015 est très positif **pour le commerce et la réparation d'automobiles**⁵³ dont les ventes en volume augmentent de 3,8 % après avoir diminué les années précédentes. Du fait de l'augmentation des prix, elles progressent en valeur de 4,7 %, pour atteindre 109,4 milliards d'euros.

Le **commerce de véhicules automobiles** tire l'ensemble : il connaît une hausse en volume de 4,7 % en 2015, après s'être stabilisé en 2014. L'activité du secteur progresse de 5,6 % en valeur.

L'**entretien et réparation automobile** se réoriente à la hausse en volume après sept années de récession. Les ventes augmentent de 2,5 % en volume et de 3,0 % en valeur en 2015. En outre, l'activité du **commerce de détail d'équipements automobiles** reste dynamique.

Le **secteur du commerce et de la réparation de motocycles** est le seul secteur orienté à la baisse. Les ventes se contractent de 3,4 % en volume et de 3,0 % en valeur.

Graphique : Ventes du commerce et réparation d'automobiles en 2014 et 2015, évolution en volume et en valeur (en %)



Lecture : en 2015, les ventes de véhicules automobiles représentent 70,3% des ventes de véhicules et de réparation automobile

p : provisoire

Source : Insee - Comptes du commerce

⁵³ Rappel : le commerce de carburant qui était classé dans le secteur du commerce et réparation d'automobiles en ancienne nomenclature figure désormais avec le commerce de détail.

1 - Le commerce de véhicules automobiles repart nettement à la hausse

En 2015, Les ventes en volume du **commerce de véhicules automobiles** rebondissent.

▪ Hausse des immatriculations de véhicules particuliers neufs

Le nombre d'immatriculations de voitures particulières neuves augmente de 6,3 % en moyenne annuelle⁵⁴. Un tel rythme de progression est inédit depuis 2009, année d'entrée en vigueur de la prime à la casse qui avait permis de relancer les ventes.

Les berlines conservent leur suprématie mais perdent des parts de marché. L'appétence des consommateurs pour les véhicules tous terrains tous chemins (SUV, cross-overs et 4x4) ne cesse de se développer. Ces modèles représentent désormais plus de 25 % des immatriculations de voitures particulières neuves. Ils n'en représentaient que 5 % en 2008. La part des modèles d'entrée de gamme, majoritaires dans les ventes, s'accroît faiblement pour atteindre 54 % des immatriculations. A contrario, les modèles de gamme moyenne perdent des parts de marché. La part des catégories supérieures et de luxe augmente assez nettement en 2015 : elles représentent désormais 5 % des voitures particulières neuves. Les ventes de véhicules avec boîte automatique se développent⁵⁵.

La part des véhicules diesel dans les immatriculations de voitures particulières neuves se replie nettement (- 7 points). La part des voitures à motorisation alternative croît et atteint 4,1 % des immatriculations. Les immatriculations de voitures électriques neuves progressent très fortement (17,2 milliers d'unités après 10,6 en 2014). Il en va de même pour les immatriculations de véhicules hybrides (60,5 milliers d'unités en 2015)⁵⁶. Les voitures particulières neuves sont de moins en moins polluantes : leurs émissions moyennes de CO₂ s'élèvent à 111 g/km en 2015 contre 114 g/km en 2014. En 2007, année précédant la mise en place du bonus malus, elles s'élevaient à 149 g/km⁵⁷.

▪ Voitures d'occasion : des transactions en hausse

Le nombre de transactions de voitures d'occasion est nettement plus élevé que le nombre de voitures particulières neuves vendues : il s'échange environ 3 voitures d'occasion pour une voiture neuve vendue. Néanmoins, la majorité des transactions n'est pas réalisée par des professionnels du secteur mais directement par des particuliers. La demande en véhicules d'occasion est moins sensible à la conjoncture. En 2015, les ventes augmentent comme en 2014 (+ 2,5 %), après deux années de baisse⁵⁸.

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

Les ventes du secteur de **l'entretien et réparation** de véhicules automobiles progressent de + 2,5 % en volume après sept années consécutives de baisse d'activité.

S'agissant du commerce d'**équipements automobiles**, les ventes augmentent en volume dans les secteurs du commerce de gros (+ 0,4 %) et dans le commerce de détail (+ 1,8 %). L'activité du secteur est favorisée par le vieillissement du parc automobile. Les professionnels classés dans le **commerce de détail d'équipements automobiles** (centres-autos) sont souvent au croisement de la distribution de pièces et de la pose et l'entretien des véhicules les plus anciens, alors que l'entretien-réparation des véhicules de moins de 2 ans est essentiellement réalisé par les entreprises des réseaux constructeurs, classés plus souvent dans le secteur du commerce de véhicules automobiles.

⁵⁴ Données du Service de l'observation et des statistiques du ministère du développement durable, Soes

⁵⁵ Comité des Constructeurs Français d'Automobiles – Analyses et statistiques, bilan 2015 et tableau de bord 3^{ème} trimestre 2015

⁵⁶ Données du Service de l'observation et des statistiques du ministère du développement durable – Chiffres et statistiques du commissariat général au développement durable (n° 719 de janvier 2016)

⁵⁷ Comité des Constructeurs Français d'Automobiles – Tableaux de bord annuels 2014 et 2007

⁵⁸ Données du Service de l'observation et des statistiques du ministère du développement durable, Soes

3 - La situation se dégrade dans le commerce et réparation de motocycles

L'activité du **commerce et réparation de motocycles** (motos et scooters de plus de 50 cm³) est en repli de 3,4 % en volume et de 3,0 % en valeur. Fortement affectées en 2009, les ventes du secteur peinent à se redresser. C'est le seul secteur du commerce et de la réparation d'automobiles dont l'activité recule en 2015.

Encadré : Révisions des ventes au détail du commerce et réparation d'automobiles

Le calcul des ventes au détail par forme de vente s'appuie sur la réconciliation de deux sources : la consommation commercialisable des ménages et les chiffres d'affaires des secteurs commerciaux. 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 2014 **sont définitives**. Elles sont issues de la version définitive de la consommation commercialisable et des données structurelles d'entreprises. Elles reprennent les chiffres d'affaires calculés par l'Insee à partir des déclarations fiscales des entreprises et de leur réponse à l'enquête structurelle annuelle (ESA).

Les évolutions de 2015 sont **provisoires**. Elles sont fondées sur les indices de chiffres d'affaires par secteur d'activité calculés par l'Insee à partir des déclarations des entreprises pour le paiement de la TVA.

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

		2011	2012	2013	2014	2015p
Rapport de décembre 2016 (base 2010)	en valeur	+ 4,2	- 4,3	- 2,0 (def)	+ 1,0	+ 4,7 (p)
	en volume	+ 1,9	- 6,3	- 3,4 (def)	- 0,4	+ 3,8 (p)
Rapport de juin 2016 (base 2010)	en valeur	+ 4,2	- 4,3	- 2,0 (def)	+ 1,4 (sd)	+ 4,6 (p)
	en volume	+ 1,9	- 6,3	- 3,4 (def)	+ 0,0 (sd)	+ 3,7 (p)
Rapport de décembre 2015 (base 2010)	en valeur	+ 4,2	- 4,3	- 2,0 (def)	+ 1,4 (p)	
	en volume	+ 1,9	- 6,3	- 3,4 (def)	- 0,1 (p)	
Rapport de juin 2015 (base 2010)	en valeur	+ 4,2	- 4,3 (def)	- 1,9 (sd)	+ 1,6 (p)	
	en volume	+ 1,9	- 6,3 (def)	- 3,2 (sd)	+ 0,1 (p)	
Rapport de décembre 2014 (base 2010)	en valeur	+ 4,2	- 4,3 (def)	- 2,0 (p)		
	en volume	+ 1,9	- 6,3 (def)	- 3,3 (p)		
Rapport de juin 2014 (base 2010)	en valeur	+ 4,2 (def)	- 4,6 (sd)	- 1,9 (p)		
	en volume	+ 1,9 (def)	- 6,6 (sd)	- 3,3 (p)		

(def) données définitives (sd) données semi-définitives (p) données provisoires

Tableau : Ventes du commerce et de la réparation d'automobiles

Activités	Évolution en volume (en %)			Évolution en valeur (en %)			Montant en Md€ 2015p
	2013	2014	2015p	2013	2014	2015p	
Commerce de véhicules automobiles	- 4,7	0,4	4,7	- 3,3	2,0	5,6	76,9
Entretien et réparation de véhicules automobiles	- 0,8	- 5,0	2,5	0,7	-3,7	3,0	20,1
Commerce de gros d'équipements automobiles	- 3,0	4,5	0,4	- 1,9	5,5	2,1	1,3
Commerce de détail d'équipements automobiles	3,2	2,2	1,8	4,2	3,3	3,3	8,3
Commerce et réparation de motocycles	- 5,1	2,1	- 3,4	- 3,9	3,2	- 3,0	2,7
Commerce et réparation d'automobiles	- 3,4	- 0,4	3,8	- 2,0	1,0	4,7	109,4

p : provisoire

Source : Insee - Comptes du commerce

CHAPITRE IV : EMPLOI ET SALAIRES

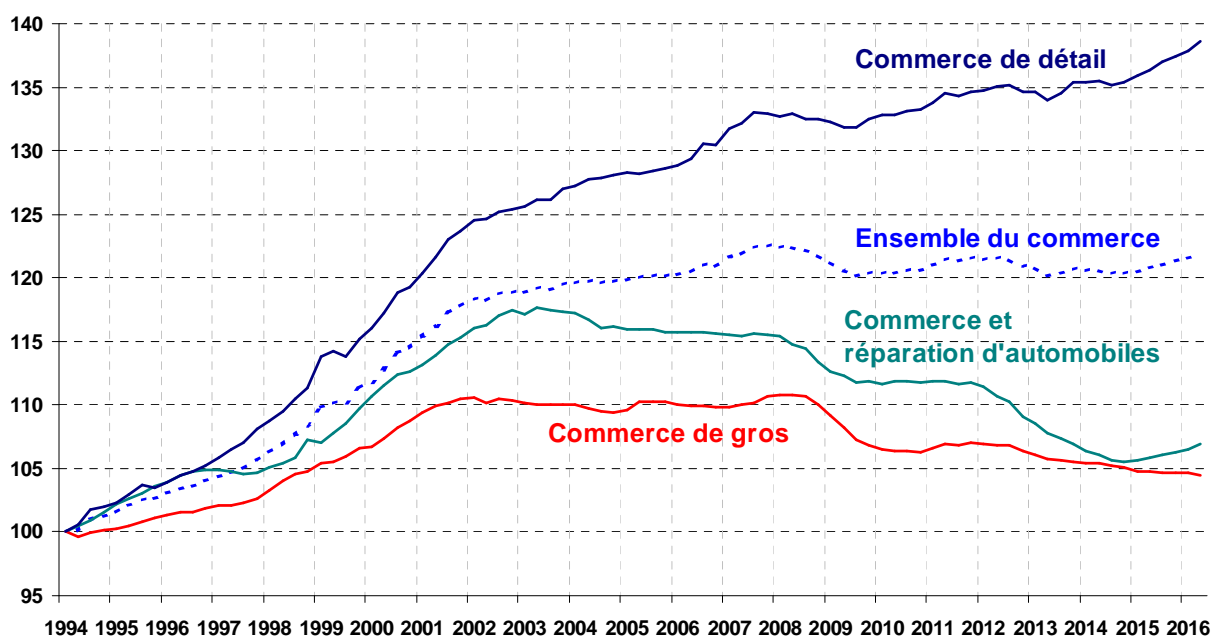
Environ 3,4 millions de personnes travaillent dans les secteurs commerciaux⁵⁹. Parmi elles, un peu plus de cinq sur six sont salariées.

En 2015, la baisse des effectifs salariés, entamée début 2011, est enrayée. L'emploi salarié dans le commerce (3 millions de personnes fin 2015) augmente de 0,8 % entre décembre 2014 et décembre 2015. Cette reprise s'explique par la hausse de l'emploi dans le commerce de détail et, dans une moindre mesure, dans le commerce et la réparation d'automobiles. En revanche, le commerce de gros continue à perdre des emplois salariés en 2015. Ces tendances se poursuivent pendant le premier semestre de 2016.

Les rémunérations des salariés sont un peu moins élevées dans le commerce que dans les autres secteurs. Le salaire brut horaire moyen s'élève à 17 euros de l'heure. Au sein des secteurs du commerce, il est plus élevé dans le commerce de gros. Quelle que soit la catégorie professionnelle, les hommes perçoivent un salaire horaire moyen supérieur à celui des femmes.

Graphique 1 : Effectif salarié trimestriel dans les secteurs du commerce

(base 100 au 1er trimestre 1994)



Champ : France métropolitaine

Source : Insee, estimations d'emploi

⁵⁹ Ensemble des établissements classés dans le commerce hors artisanat commercial

1 - Hausse de l'emploi salarié en 2015 tirée par le commerce de détail

Un peu plus de trois millions de salariés travaillent dans le commerce hors artisanat commercial fin 2015, soit 19 % des salariés de l'ensemble des secteurs principalement marchands non agricoles⁶⁰. Plus de la moitié d'entre eux exercent dans le commerce de détail et près d'un tiers dans le commerce de gros.

Après trois années de recul, l'emploi salarié progresse dans le commerce en 2015 et début 2016. Le secteur gagne ainsi 24 800 emplois salariés en 2015, soit 0,8 % entre fin 2014 et fin 2015, et 14 800 sur les deux premiers trimestres de 2016.

Plus dynamique que l'emploi salarié des secteurs principalement marchands (+ 0,5 % en un an), l'emploi salarié du commerce progresse en 2015 sous l'impulsion du commerce de détail qui gagne 25 900 salariés (+ 1,5 %). Une telle augmentation est inédite depuis 2007. Cette hausse se poursuit pendant le premier semestre de 2016 avec un gain de 14 900 salariés.

L'emploi salarié dans le commerce et la réparation d'automobiles augmente également de 0,7 % et de 2 600 salariés après s'être réduit de 10 % depuis 2002. Il progresse à nouveau de 2 000 salariés début 2016.

Le commerce de gros perd des salariés pour la 4^{ème} année consécutive en 2015. A l'exception de 2011, l'emploi de ce secteur se contracte depuis 2008, perdant 54 400 emplois salariés en 8 ans. Le premier semestre de 2016 affiche la même tendance (- 2 000 salariés).

Tableau 1 : Effectif salarié au 31/12 (en milliers) et part (en %)

Secteurs d'activité	2011	2012	2013	2014p	2015p	Part en 2015 (en %)
Commerce de détail	1 683	1 683	1 692	1 692	1 718	11
Commerce de gros	969	963	955	951	947	6
Commerce et réparation d'automobiles	378	369	362	357	360	2
Total commerce	3 030	3 015	3 009	3 000	3 025	19
Secteurs principalement marchands	16 061	15 953	15 929	15 867	15 963	100

(p) : données provisoires

Champ : France métropolitaine

Source : Insee, estimations d'emploi

Tableau 2 : Effectif salarié du commerce, variation en glissement annuel au 31/12 (en % et milliers)

Secteurs d'activité	2011	2012	2013	2014p	2015p	variation en 2015 (en milliers)
Commerce de détail	1,0	0,0	0,6	0,0	1,5	26
Commerce de gros	0,6	- 0,6	- 0,8	- 0,4	- 0,4	- 4
Commerce et réparation d'automobiles	0,0	- 2,4	- 2,0	- 1,3	0,7	3
Total commerce	0,8	- 0,5	- 0,2	- 0,3	0,8	25
Secteurs principalement marchands	0,4	- 0,7	- 0,2	- 0,4	0,6	97

(p) : données provisoires

Champ : France métropolitaine

Source : Insee, estimations d'emploi

⁶⁰ Les secteurs principalement marchands excluent l'agriculture ainsi que l'administration publique, l'enseignement (public et privé), la santé humaine et l'action sociale (publiques et privées).

2 - Des salaires plus élevés dans le commerce de gros

Le salaire brut horaire moyen s'élève dans le commerce à un peu plus de 17 euros en 2014. Il est moins élevé que dans l'industrie, la construction ou les services en raison notamment d'une plus forte proportion d'employés et de jeunes salariés dans les secteurs du commerce.

Tableau 3 : Salaires bruts horaires moyens dans le commerce, l'industrie, la construction et les services en 2014 (en €)

Secteur d'activité	Temps complet	Temps partiel	Ensemble
Commerce de détail	15,2	13,7	14,8
Commerce de gros	21,7	19,9	21,5
Commerce et réparation d'automobiles	16,5	15,9	16,4
Total commerce	17,8	14,8	17,3
Industrie	21,0	22,2	21,1
Construction	18,3	18,2	18,3
Services	22,8	17,8	21,9

Source : Insee, DADS 2014

Des disparités importantes de salaire existent entre les trois grands secteurs du commerce. C'est dans le commerce de gros, où les salariés sont plus âgés et les cadres proportionnellement plus nombreux, que le salaire brut horaire moyen est le plus élevé en 2014. Dans tous les secteurs, et quelle que soit la catégorie socioprofessionnelle, les hommes ont un salaire horaire moyen brut supérieur à celui des femmes.

Tableau 4 : Salaires bruts horaires moyens des salariés du commerce selon la catégorie socioprofessionnelle en 2014 (en €)

Secteur d'activité	Cadres ⁶¹	Professions intermédiaires	Employés	Ouvriers
Hommes				
Commerce de détail	30,9	17,6	13,2	13,5
Commerce de gros	39,3	20,5	16,8	14,9
Commerce et réparation d'automobiles	32,1	20,5	15,3	13,7
Femmes				
Commerce de détail	26,0	15,6	12,4	12,3
Commerce de gros	33,1	19,8	15,6	13,3
Commerce et réparation d'automobiles	27,2	18,3	13,3	12,9

Source : Insee, DADS 2014

⁶¹ Y compris chefs d'entreprises salariés. Pour les salariés au forfait, le nombre d'heures est imputé.

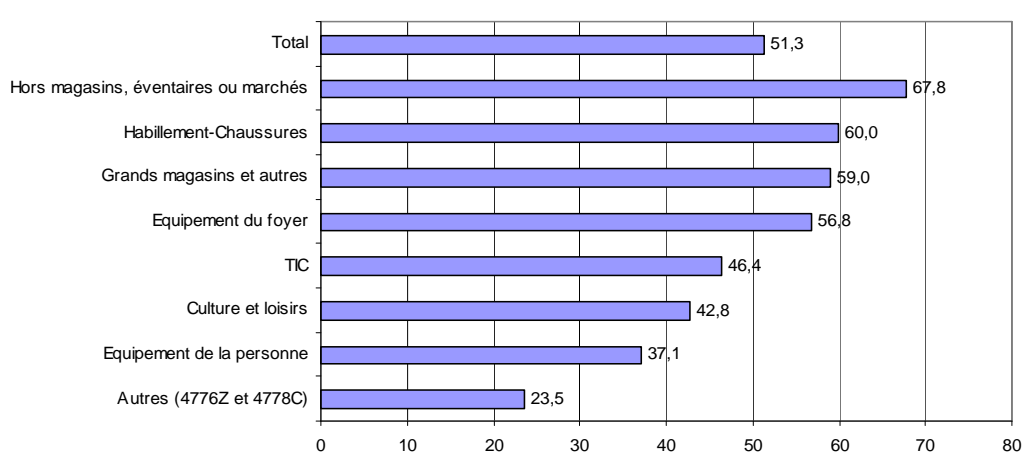
3 - L'emploi salarié dans le grand commerce en 2014⁶²

Au 31 décembre 2014, 383 800 salariés travaillent dans le grand commerce au sens large (voir encadré page 42). Ils représentent un peu plus de la moitié (51,3 %) de l'ensemble des salariés des secteurs du commerce de détail hors commerce alimentaire en magasin.

Le secteur hors magasins, éventaires ou marchés est celui où la part de salariés dans le grand commerce au sens large est la plus élevée (67,8 %) avec 47 300 personnes. Dans l'habillement-chaussures, la part du grand commerce s'élève à 60 % soit 112 500 personnes. Elle est la plus faible dans les secteurs autres (4776Z et 4778C) et équipement de la personne.

Deux secteurs, habillement-chaussures et équipement du foyer, concentrent près de 60 % des salariés du grand commerce au sens large. A l'inverse, le secteur des TIC est celui qui emploie le moins de personnes dans le grand commerce (2,6 %).

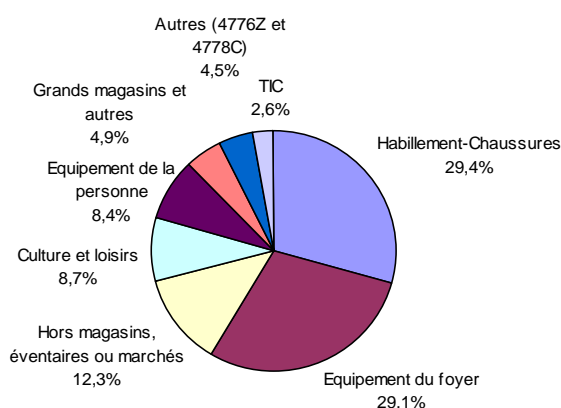
Graphique 2 : Part des salariés* des secteurs du commerce non alimentaire spécialisé travaillant dans le grand commerce au sens large en 2014 (en %)



Source : Insee - Comptes du Commerce (année 2014)

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

Graphique 3 : Répartition des salariés du grand commerce au sens large selon le secteur d'activité au 31/12/2014



Source : Insee - Comptes du Commerce (année 2014)

⁶² Les données d'emploi du grand commerce sont tirées de l'enquête sectorielle annuelle d'entreprise. Les données les plus récentes portent sur l'année 2014.

CHAPITRE V : LES OPÉRATIONS INTERNATIONALES

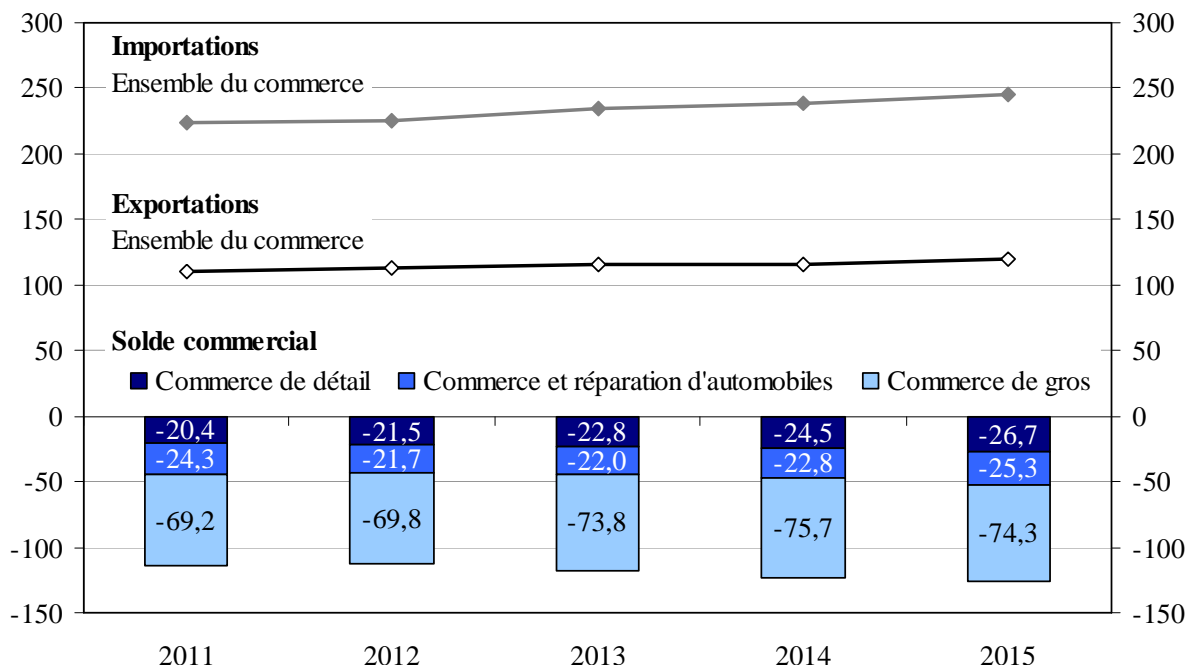
1 - Reprise marquée des échanges des opérateurs du commerce en 2015

En 2015, les exportations des opérateurs du commerce progressent sensiblement (+ 3,4 %) après avoir été quasi stables en 2014 (- 0,1 %). En cumul sur l'année, elles atteignent 119 milliards d'euros. Les exportations à destination de l'Union européenne (UE) se redressent (+3,2 %, après +0,6 %), dans un contexte économique marqué par le raffermissement de l'activité européenne et l'amélioration du pouvoir d'achat des ménages. Les exportations vers les pays tiers (hors UE) renouent également avec la croissance (+ 3,8 % après - 1,5 %), à la faveur de la dépréciation de l'euro. Elles sont particulièrement dynamiques vers la Chine, en particulier les ventes de céréales qui ont presque quadruplé par rapport à 2014. C'est également le cas de celles vers les États-Unis, grâce notamment aux ventes de boissons (champagne et cognac), d'articles d'habillement et de cuir ainsi qu'aux livraisons aéronautiques. À l'inverse, les exportations de pétrole raffiné chutent du fait de la baisse des prix du baril.

Dans le même temps, les importations des opérateurs du commerce progressent de nouveau (+ 4,0 %), pour atteindre 245 milliards d'euros environ. Les importations en provenance de Chine, notamment les articles d'habillement, les produits informatiques et électroniques et les matériels électriques, augmentent fortement, de même que les achats d'automobile en provenance d'Allemagne et d'Espagne. La diminution des importations se concentre en Afrique, plus particulièrement sur les pays fournisseurs de pétrole, Algérie, Libye et Nigeria, en raison de la baisse des cours pétroliers.

En 2015, le déficit du secteur du commerce se creuse un peu plus et atteint 126 milliards d'euros. Cette dégradation s'explique par l'aggravation conjointe du déficit commercial des détaillants et des opérateurs du commerce et de la réparation automobiles, leurs importations progressant nettement plus que leurs exportations. Depuis 2013, le déficit des opérateurs du commerce se détériore alors que dans le même temps celui de l'ensemble des opérateurs se réduit, plus particulièrement en 2015 en raison de l'allègement de la facture énergétique.

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



Source : Douanes

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

	2011	2012	2013	2014	2015	Valeur 2015 (en milliard d'euros)
Exportations						
Ensemble du commerce extérieur	7,9	3,3	-1,4	0,0	4,2	445,9
dont : secteur commerce	14,6	2,1	2,5	-0,1	3,4	119,2
Importations						
Ensemble du commerce extérieur	11,6	1,3	-2,3	-0,6	1,1	509,5
dont : secteur commerce	9,4	0,8	4,0	2,1	4,0	245,4
Déficit commercial						
Ensemble du commerce extérieur	32,4	-7,9	-6,5	-3,7	-16,5	63,6
dont : secteur commerce	4,8	-0,4	5,4	4,2	4,6	126,2

Source : Douanes

De façon structurelle, l'évolution des échanges du commerce est dictée par le commerce de gros, qui représente 90 % des ventes et 75 % des achats.

En 2015, le moindre dynamisme des échanges du commerce de gros atténue les performances d'ensemble : les exportations des grossistes progressent de 3,1 % quand celles des détaillants augmentent de 3,9 % et celles des opérateurs du commerce et de la réparation automobile de 7,6 %. Ce phénomène est encore plus marqué pour les importations. Ainsi, la hausse est nettement plus forte dans le commerce et la réparation d'automobiles (+ 11,4 %) et dans le commerce de détail (+ 8,8 %) que dans le commerce de gros (+ 1,9 %).

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

	2011	2012	2013	2014	2015	Valeur 2015 (en milliard d'euros)
Exportations						
Ensemble du secteur du commerce	14,6	2,1	2,5	-0,1	3,4	119,2
dont : commerce et réparation d'automobiles	19,4	-3,6	0,4	5,7	7,6	6,2
dont : commerce de gros	14,2	2,2	2,4	-1,1	3,1	105,1
dont : commerce de détail	16,5	5,7	6,7	9,7	3,9	7,9
Importations						
Ensemble du secteur du commerce	9,4	0,8	4,0	2,1	4,0	245,4
dont : commerce et réparation d'automobiles	10,6	-9,2	1,5	4,1	11,4	31,5
dont : commerce de gros	8,8	1,9	3,9	0,7	1,9	179,4
dont : commerce de détail	11,8	5,5	6,6	8,1	8,8	34,6

Source : Douanes

1.1 - Redressement des exportations du commerce de gros

En 2015, les exportations des opérateurs du commerce de gros repartent à la hausse (+ 3,1 % après - 1,1 % en 2014). Les exportations de biens d'équipement restent bien orientées, sous l'effet de la poussée des ventes de composants et cartes électroniques à destination de l'Allemagne (+ 20 %) et des Pays-Bas (+ 37 %). Les exportations de produits agricoles, notamment celles de céréales vers la Chine, rebondissent sensiblement après le fort recul de l'an passé. Les ventes de textiles, habillement, cuirs et chaussures progressent également fortement, en particulier vers l'Union européenne et l'Asie pour les articles d'habillement et vers l'Union européenne et les États-Unis pour les cuirs et chaussures. À l'inverse, les exportations de produits pétroliers raffinés diminuent très fortement.

De leur côté, les importations des grossistes sont un peu plus dynamiques que l'an passé (+ 1,9 % après + 0,7 % en 2014). Les achats de produits manufacturés augmentent sensiblement en lien avec le redressement de la consommation des ménages en France. Ainsi, les importations de produits informatiques, électroniques et optiques sont en nette progression (+ 9,1 %, après - 5,7 %). C'est notamment le cas des téléphones assemblés en Asie. Dans ce contexte, les grossistes importent également plus d'articles d'habillement, cuir et chaussures (+ 8,8 %), de produits agricoles (+ 9,1 %) et de produits agroalimentaires (+ 6,2 %). A contrario, leurs achats énergétiques chutent en 2015 du fait de la baisse des prix du pétrole.

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

	2011	2012	2013	2014	2015	Valeur 2015 (en milliard d'euros)
Exportations						
Ensemble du secteur du commerce de gros	14,2	2,2	2,4	-1,1	3,1	105,1
Produits agricoles	25,7	-8,0	9,2	-12,9	6,1	12,1
Produits des industries agroalimentaires	19,5	4,2	6,1	-4,9	0,4	14,3
Hydrocarbures naturels	18,6	-12,3	-12,4	-0,9	-7,5	1,3
Produits pétroliers raffinés	2,2	7,1	-11,1	-5,0	-33,8	1,7
Equipements mécaniques, matériel électrique, électronique et informatique	9,5	7,0	0,0	2,6	7,3	22,3
Matériel de transport	-17,3	13,2	35,7	-1,9	19,1	3,6
Autres produits industriels	14,3	2,0	0,4	2,1	2,9	49,2
<i>Textiles, habillement, cuir et chaussures</i>	<i>17,3</i>	<i>2,7</i>	<i>2,5</i>	<i>1,4</i>	<i>11,9</i>	<i>10,2</i>
<i>Bois, papier et imprimerie</i>	<i>26,2</i>	<i>3,2</i>	<i>1,5</i>	<i>10,5</i>	<i>-4,9</i>	<i>1,4</i>
<i>Produits chimiques, parfums et cosmétiques</i>	<i>13,7</i>	<i>3,0</i>	<i>-0,7</i>	<i>6,8</i>	<i>-1,1</i>	<i>16,2</i>
<i>Produits pharmaceutiques</i>	<i>-2,9</i>	<i>0,7</i>	<i>4,6</i>	<i>-5,9</i>	<i>-6,2</i>	<i>8,2</i>
<i>Produits en caoutchouc et plastiques</i>	<i>8,5</i>	<i>-6,3</i>	<i>5,5</i>	<i>6,6</i>	<i>3,6</i>	<i>2,1</i>
<i>Produits métallurgiques et métalliques</i>	<i>49,8</i>	<i>1,8</i>	<i>-16,0</i>	<i>-3,1</i>	<i>15,9</i>	<i>5,6</i>
<i>Produits manufacturés divers</i>	<i>15,1</i>	<i>3,3</i>	<i>10,7</i>	<i>5,0</i>	<i>4,8</i>	<i>5,5</i>
Importations						
Ensemble du secteur du commerce de gros	8,8	1,9	3,9	0,7	1,9	179,4
Produits agricoles	1,0	1,5	11,7	-1,9	9,1	7,5
Produits des industries agroalimentaires	9,2	0,7	9,2	-0,7	6,2	19,7
Hydrocarbures naturels	-5,6	-18,1	49,8	-3,0	-42,2	2,2
Produits pétroliers raffinés	30,7	30,7	5,6	3,1	-31,9	9,5
Equipements mécaniques, matériel électrique, électronique et informatique	6,0	-2,1	1,8	-1,3	5,9	50,2
Matériel de transport	11,9	10,6	40,4	-1,0	21,3	6,0
Autres produits industriels	9,4	1,5	-0,1	2,6	4,9	83,3
<i>Textiles, habillement, cuir et chaussures</i>	<i>13,7</i>	<i>-5,1</i>	<i>0,1</i>	<i>7,4</i>	<i>8,8</i>	<i>14,4</i>
<i>Bois, papier et imprimerie</i>	<i>5,8</i>	<i>-0,4</i>	<i>1,5</i>	<i>-0,1</i>	<i>-2,4</i>	<i>4,8</i>
<i>Produits chimiques, parfums et cosmétiques</i>	<i>14,4</i>	<i>3,9</i>	<i>-6,5</i>	<i>-4,1</i>	<i>3,4</i>	<i>16,4</i>
<i>Produits pharmaceutiques</i>	<i>-1,8</i>	<i>17,9</i>	<i>5,6</i>	<i>6,5</i>	<i>3,1</i>	<i>16,0</i>
<i>Produits en caoutchouc et plastiques</i>	<i>3,6</i>	<i>1,4</i>	<i>0,3</i>	<i>2,6</i>	<i>4,5</i>	<i>8,3</i>
<i>Produits métallurgiques et métalliques</i>	<i>15,5</i>	<i>-7,9</i>	<i>-1,3</i>	<i>-1,1</i>	<i>4,7</i>	<i>11,0</i>
<i>Produits manufacturés divers</i>	<i>10,6</i>	<i>-0,9</i>	<i>3,4</i>	<i>7,2</i>	<i>8,7</i>	<i>12,4</i>

Source : Douanes

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

	2011	2012	2013	2014	2015	Valeur 2015 (en milliards d'euros)
Exportations						
Ensemble du secteur du commerce de gros	14,2	2,2	2,4	-1,1	3,1	105,1
dont : Union européenne	12,2	2,3	4,3	-0,7	2,5	69,4
dont : Pays tiers (hors UE)	18,1	1,9	-1,2	-1,8	4,5	35,7
Importations						
Ensemble du secteur du commerce de gros	8,8	1,9	3,9	0,7	1,9	179,4
dont : Union européenne	8,7	2,5	2,3	-0,8	0,7	98,3
dont : Pays tiers (hors UE)	8,9	1,1	6,0	2,8	3,5	81,0

Source : Douanes

1.2 - Accélération des échanges du commerce et de la réparation d'automobiles

En 2015, les importations des opérateurs des secteurs du commerce et de la réparation d'automobiles accélèrent (+ 11,4 %, après + 4,1 % en 2014), sous l'effet d'une forte hausse des importations de véhicules automobiles depuis l'Union européenne, en particulier depuis le Royaume-Uni, l'Allemagne, l'Italie et l'Espagne. Les importations d'équipements pour automobile et de produits en caoutchouc et plastiques progressent également (respectivement + 4,8 % et + 3,7 %).

En 2015, les exportations du commerce et de la réparation automobiles sont également plus dynamiques (+ 7,6 %, après + 5,7 % en 2014), grâce au rebond des ventes d'équipements pour automobiles, à destination de l'Allemagne et de l'Espagne, et de produits en caoutchouc et plastiques, vers l'Allemagne ainsi que vers les nouveaux États Membres (NEM) où s'implantent les grands constructeurs automobiles et leurs équipementiers. Les livraisons de véhicules automobiles progressent également, principalement vers l'Espagne, mais dans des proportions moindres que l'an passé (+ 4,2 %, après + 15,8 % en 2014). En 2015, le déficit commercial des opérateurs du commerce et de la réparation automobiles s'aggrave.

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

	2011	2012	2013	2014	2015	Valeur 2015 (en milliard d'euros)
Exportations						
Ensemble du secteur commerce et réparation d'automobiles	19,4	-3,6	0,4	5,7	7,6	6,2
dont : matériel de transport	20,0	-6,2	4,3	9,4	6,0	4,0
dont : automobiles	14,7	-7,1	2,4	15,8	4,2	2,7
dont : équipements pour automobile	42,7	-4,6	9,1	-6,3	7,2	1,1
dont : produits en caoutchouc et plastiques	19,7	1,6	-12,2	-4,4	5,2	1,2
Importations						
Ensemble du secteur commerce et réparation d'automobiles	10,6	-9,2	1,5	4,1	11,4	31,5
dont : matériel de transport	10,5	-10,2	0,7	4,3	12,1	26,9
dont : automobiles	12,7	-10,3	-0,6	4,2	13,4	23,1
dont : équipements pour automobile	-2,3	-2,6	8,5	1,8	4,8	2,6
dont : produits en caoutchouc et plastiques	13,6	-5,0	2,5	0,5	3,7	1,8

Source : Douanes

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

	2011	2012	2013	2014	2015	Valeur 2015 (en milliard d'euros)
Exportations						
Ensemble du secteur commerce et réparation d'automobiles	19,4	-3,6	0,4	5,7	7,6	6,2
dont : Union européenne	21,4	-11,1	5,6	6,3	14,2	4,7
dont : Pays tiers (hors UE)	14,4	16,4	-10,1	4,3	-8,9	1,5
Importations						
Ensemble du secteur commerce et réparation d'automobiles	10,6	-9,2	1,5	4,1	11,4	31,5
dont : Union européenne	10,9	-8,2	0,8	4,0	11,6	26,3
dont : Pays tiers (hors UE)	8,8	-14,3	5,3	4,9	10,9	5,2

Source : Douanes

1.3 - Une croissance toujours soutenue des importations dans le commerce de détail

En 2015, les importations du commerce de détail poursuivent leur forte progression (+ 8,8 % après + 8,1 % en 2014), en particulier dans le secteur de la vente à distance (voir encadré). Les achats en provenance d'Asie accélèrent encore (+ 13,6 %, après + 10,9 % en 2014), notamment ceux de téléphones et d'appareils ménagers depuis la Chine ainsi que ceux de vêtements depuis le Bangladesh et la Chine.

Dans le même temps, les exportations des opérateurs du commerce de détail progressent mais dans des proportions moindres que l'an passé (+ 3,9 % après + 9,7 % en 2014). A l'instar des importations, le secteur de la vente à distance est le principal contributeur à la hausse des ventes malgré un ralentissement en 2015. En particulier, les ventes de matériel informatique et électronique sont stables après leur forte croissance en 2014.

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

	2011	2012	2013	2014	2015	Valeur 2015 (en milliard d'euros)
Exportations						
Ensemble du secteur du commerce de détail	16,5	5,7	6,7	9,7	3,9	7,9
dont : produits d'équipements mécaniques, matériel électrique, électronique et informatique	19,9	1,6	7,0	22,6	0,0	1,4
dont : produits textiles, habillement, cuir et chaussures	2,0	8,2	16,9	4,0	4,3	2,7
Importations						
Ensemble du secteur du commerce de détail	11,8	5,5	6,6	8,1	8,8	34,6
dont : produits d'équipements mécaniques, matériel électrique, électronique et informatique	23,0	11,8	7,0	20,9	17,3	6,2
dont : produits textiles, habillement, cuir et chaussures	5,9	3,1	12,9	7,7	7,1	12,8

Source : Douanes

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

	2011	2012	2013	2014	2015	Valeur 2015 (en milliard d'euros)
Exportations						
Ensemble du secteur du commerce de détail	16,5	5,7	6,7	9,7	3,9	7,9
dont : Union européenne	17,3	4,0	5,5	14,6	4,0	5,6
dont : Pays tiers (hors UE)	14,8	9,5	9,2	-0,2	3,6	2,3
Importations						
Ensemble du secteur du commerce de détail	11,8	5,5	6,6	8,1	8,8	34,6
dont : Union européenne	10,6	2,1	4,3	6,3	7,7	17,6
dont : Pays tiers (hors UE)	13,3	9,7	9,2	10,1	9,9	17,0

Source : Douanes

Encadré : Le secteur de la vente à distance se développe à l'international

Le développement des nouvelles technologies a modifié en profondeur le commerce de détail. Le secteur de la vente à distance (VAD) connaît ainsi un essor considérable malgré un poids encore faible dans les échanges internationaux de biens. Les importations s'élèvent à 5,5 milliards d'euros en 2015, contre 2,5 milliards pour les exportations. Les échanges de la VAD touchent essentiellement les produits de consommation et d'équipement des ménages.

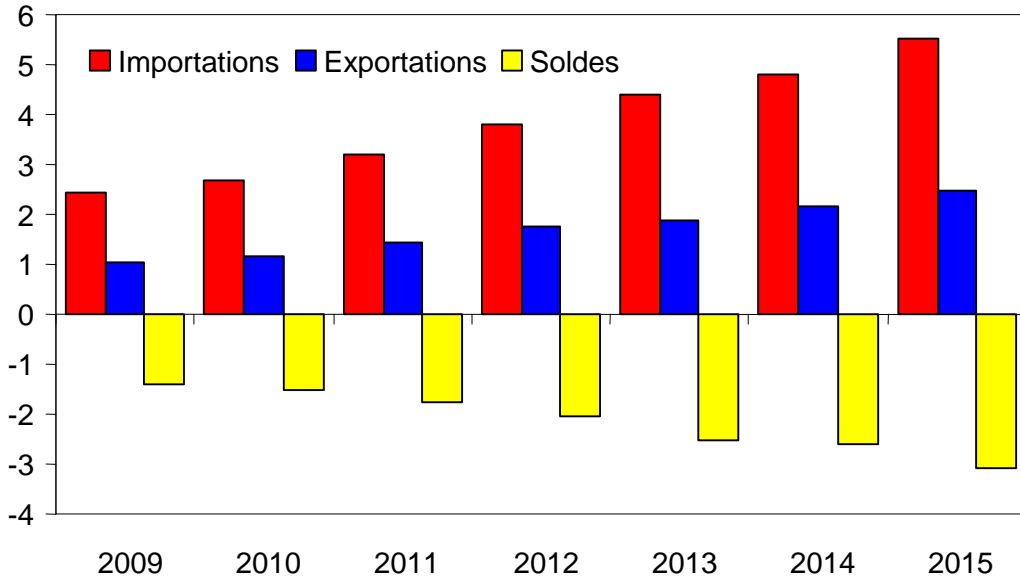
Le champ de la vente en ligne est relativement difficile à appréhender dans son intégralité. Dans son acception large, il regroupe la vente sur catalogue, le e-commerce, la vente à distance de voyages et de spectacles, etc. Dans cette analyse, il se limite aux seuls échanges de biens des opérateurs établis en France dont l'activité principale (APE) relève des codes 4791A et 4791B (vente à distance sur catalogue général ou spécialisé, hors automobile), soit 3 600 importateurs et 1 550 exportateurs en 2015.

Fort dynamisme des échanges de la vente à distance

Les ventes à distance représentent ainsi une fraction marginale dans le commerce extérieur, soit 0,6% des exportations françaises en 2015 et 1,1 % des importations. Pour autant, ces échanges sont largement plus dynamiques que dans les autres secteurs : les importations, comme les exportations, s'accroissent de 15 % en moyenne annuelle entre 2009 et 2015 (contre respectivement + 4 % et + 4,5 % tous secteurs confondus, + 6 % et + 7 % dans le commerce de détail).

Par conséquent, ce secteur pèse de plus en plus dans les échanges du commerce de détail. Il représente 16 % des importations de biens du commerce de détail en 2015 (contre 8 % en 2009) et 28 % des exportations (contre 14 % en 2009).

Graphique 2 : Importations, exportations et soldes du secteur de la vente à distance entre 2009 et 2015 (en milliards d'euros)



Source : Douanes – (champ : APE 4791A et 4791B)

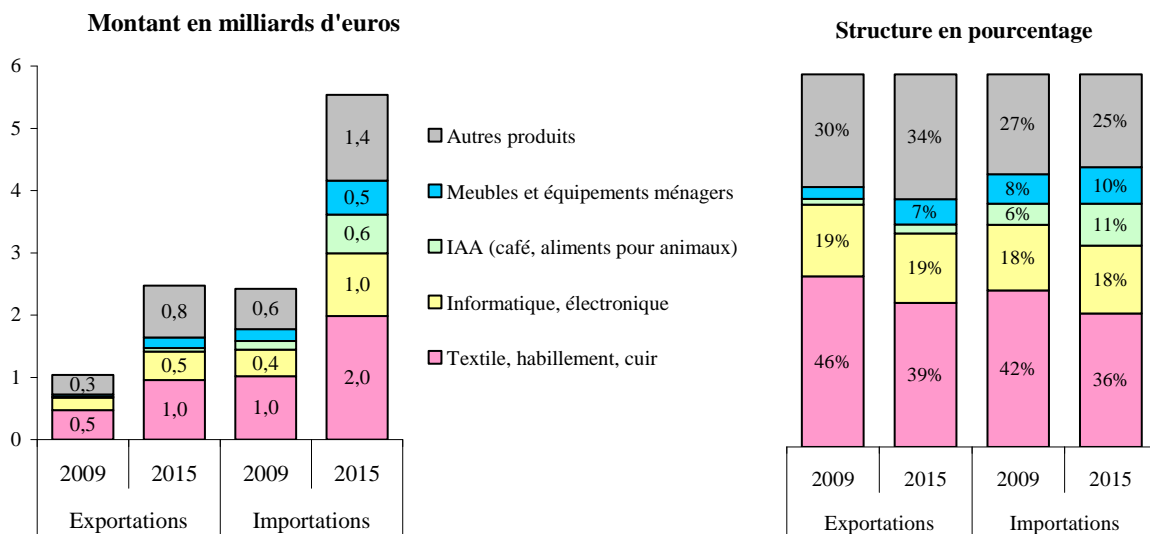
Prépondérance des articles d'habillement et du matériel informatique dans les échanges de la VAD

Deux groupes de produits dominent le secteur de la vente à distance et représentent plus de la moitié de la valeur des échanges : l'habillement, maroquinerie et chaussures (2,0 milliards à l'importation et 1,0 milliard à l'exportation en 2015) et les produits informatiques et électroniques (respectivement 1,0 milliard et 0,5 milliard).

La structure des échanges par produit est quasiment identique à l'importation et à l'exportation, à l'exception des produits agroalimentaires qui sont peu exportés par le secteur de la VAD.

En revanche, la structure géographique des échanges est différente : si les achats proviennent en premier lieu de Chine (24 %), suivie par l'Allemagne (15%), les ventes sont principalement destinées aux pays de l'UE (90 %), notamment aux pays frontaliers. Du fait de la similarité de la structure des échanges par produit (voir graphique 3), la suite de l'analyse se concentre sur les importations du secteur de la VAD qui pèsent deux fois plus que les exportations.

Graphique 3 : Répartition par groupe de produits des échanges du secteur de la vente à distance



Source : Douanes – (champ : APE 4791A et 4791B)

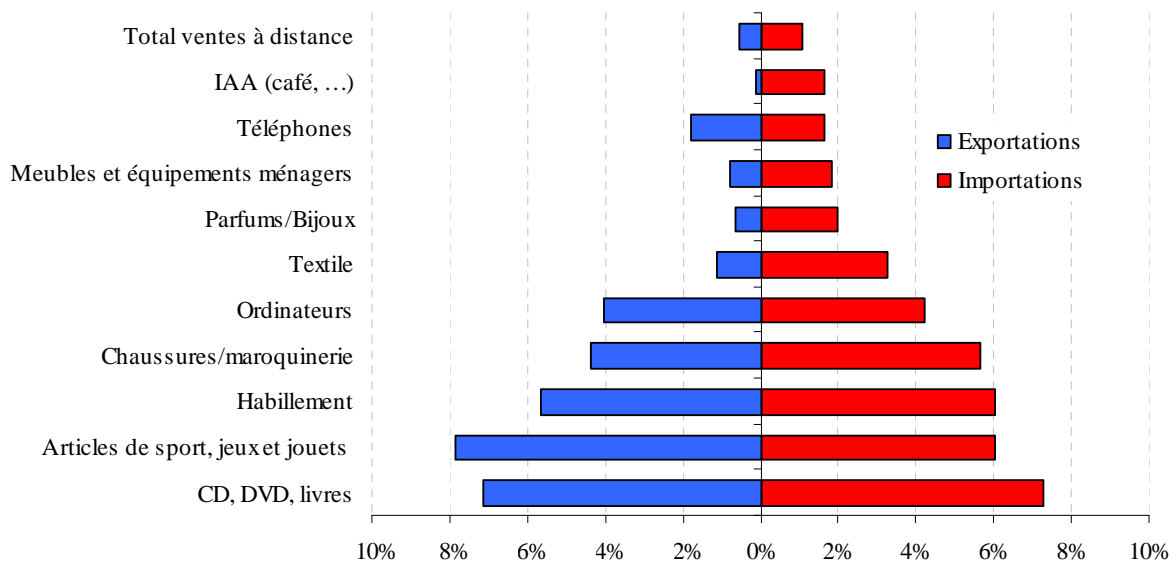
Les produits culturels et les jouets se prêtent davantage à la VAD

Certains produits, bien que ne représentant qu'une faible part des échanges du secteur de la VAD, se prêtent bien à la vente à distance (voir graphique 4) comme les CD/DVD et livres (7,3 % des importations totales de CD/DVD et livres en 2015 contre 1,1 % en moyenne pour l'ensemble des produits) et les articles de sport, jeux et jouets (6,0 %).

Les articles d'habillement, la maroquinerie et les chaussures, poids lourds de la vente à distance, relèvent également de cette catégorie (6 %), tout comme les ordinateurs (4,2 %). Ils se distinguent des textiles (peu vendus aux particuliers) et des téléphones qui disposent de multiples canaux de distribution (commerce traditionnel et réseau des opérateurs de téléphonie).

Le poids des produits agroalimentaires vendus à distance est relativement faible dans la mesure où ce commerce se cantonne surtout aux importations de café. Les autres produits empruntent les réseaux traditionnels de commercialisation (commerce de gros, intermédiaires du commerce, etc.).

Graphique 4 : Part du secteur de la vente à distance dans le commerce extérieur, par produit en 2015



Source : Douanes – (champ : APE 4791A et 4791B)

Note de lecture : 6 % des importations d'articles d'habillement relèvent du secteur de la vente à distance contre 1,1 % pour l'ensemble des importations.

2 - La position nette créditrice du commerce est stable et contribue au solde global des investissements directs à hauteur de 7,5%

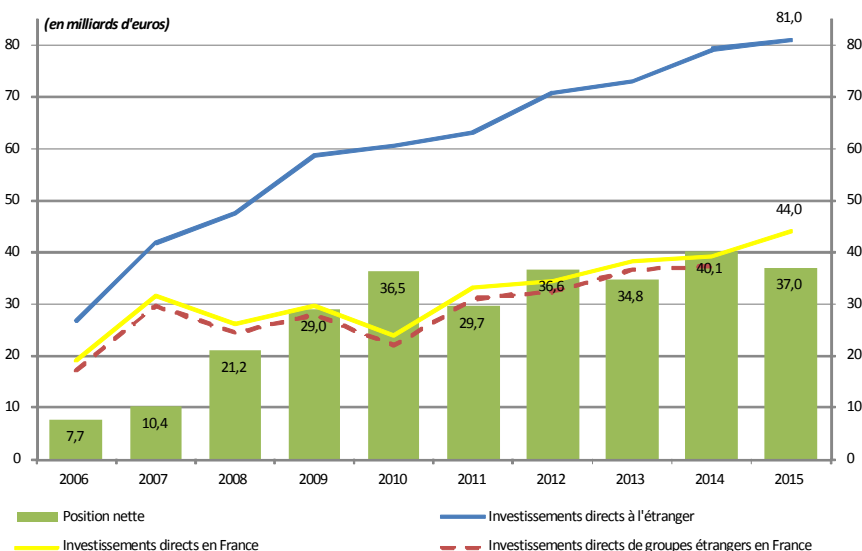
Fin 2015, les stocks d'investissements directs du commerce affichent une position nette créditrice⁶³ de 37 milliards d'euros contre 40 milliards un an auparavant. Cela représente 7,5 % de la position nette totale en investissements directs de la France (495 milliards à fin 2015).

La position nette des investissements directs du commerce est la différence entre les investissements directs à l'étranger effectués par les entreprises résidentes du commerce (81 milliards fin 2015, + 2,2 % par rapport à fin 2014) et les investissements directs effectués par des entreprises étrangères dans des entreprises résidentes de commerce (44 milliards fin 2015, soit + 12% par rapport à fin 2014, hausse en partie liée à une opération de restructuration interne du groupe Casino).

Depuis 2011, les stocks d'investissements directs français à l'étranger des entreprises commerciales progressent (81 milliards à la fin de 2015) ; les stocks d'investissements étrangers en France dans le secteur du commerce suivent la même tendance depuis 2010 et atteignent 44 milliards d'euros.

Après avoir significativement augmenté de 2006 à 2010 (pour dépasser alors 36 milliards), la position créditrice a nettement reflué en 2011. Elle affiche depuis des à-coups entre 35 et 40 milliards d'euros. (graphique 5).

Graphique 5 : Stocks d'investissements directs français des secteurs du commerce



Source: Banque de France, Balance des paiements

2.1 - Moyennement internationalisé, le secteur du commerce doit sa position créditrice au commerce de détail en magasin non spécialisé

Par rapport aux autres grands secteurs d'activité, **le commerce se situe au 4^{ème} rang des positions nettes créditrices**. L'industrie est le secteur dont la position créditrice nette est la plus élevée, à 306 milliards, devant les activités financières et d'assurance (114 milliards) et l'information et communication (69 milliards). En revanche, les investissements dans les activités immobilières présentent une position débitrice de - 63 milliards (tableau 9).

Rapprochés des données de bilan de la base Esane⁶⁴, les stocks d'investissements directs étrangers (IDE - français à l'étranger ou étrangers en France) donnent une mesure du degré d'ouverture à l'international du commerce par rapport aux autres secteurs. Les encours d'IDE⁶⁵ du commerce représentent ainsi 22 % des capitaux propres du secteur (moyenne sur 2011-2014), soit un niveau proche de celui observé tous

⁶³ Égale à la différence entre investissements directs sortants et investissements directs entrants, la position nette en investissements directs étrangers (IDE) d'un pays est positive (créditrice) lorsque le pays est investisseur net à l'étranger et négative (débitrice) quand le pays accueille plus d'IDE qu'il n'en effectue lui-même à l'étranger. Elle évolue d'une année sur l'autre en fonction des flux nets d'IDE enregistrés au cours de l'année, des fluctuations de change (se traduisant par la variation de la contre-valeur en euro des encours libellés en devises) et d'autres ajustements statistiques.

⁶⁴ http://www.insee.fr/fr/themes/detail.asp?req_id=0&ref_id=2014

⁶⁵ Encours d'IDE = (Stocks d'IDFE + Stocks d'IDEF) / 2 ; IDFE = ID français à l'étranger ; IDEF = ID étrangers en France

secteurs confondus (26 %) ou dans la construction (23 %). C'est nettement inférieur à l'industrie (61 %), l'information communication (40 %), les activités immobilières et financières (plus de 35 %).

Tableau 9 : Position nette de la France en investissements directs par secteur d'activité (en valeur mixte)⁶⁶

<i>En milliards d'euros</i>	2011	2012	2013	2014	2015
Agriculture, sylviculture et pêche (A)	-0,2	-0,2	-0,1	-0,1	-0,1
Industries (B à E)	262,0	267,4	257,6	288,6	305,9
Construction (F)	20,0	18,8	16,1	18,8	3,6
Commerce, réparation d'automobiles (G)	29,7	36,6	34,8	40,1	37,0
Transports et entreposage (H)	1,5	-2,1	-1,8	-0,5	-0,4
Hébergement et restauration (I)	2,8	3,6	2,8	4,1	5,0
Information et communication (J)	61,3	60,5	54,9	59,6	68,6
Activités financières et d'assurance (K)	110,2	126,2	116,5	105,4	114,1
Activités immobilières (L)	-58,3	-67,2	-70,9	-73,6	-63,2
Autres services (M à S)	0,0	6,5	1,9	5,1	10,8
Non ventilé	-4,8	-1,5	-2,7	17,2	13,6
Total tous secteurs	424,4	448,7	409,0	464,7	494,9

Source: Banque de France, Balance des paiements

La position nette créditrice provient principalement du commerce de détail en magasin non spécialisé (33 milliards en 2015), reflet de l'internationalisation de plusieurs grands noms du secteur (Carrefour, Auchan, Casino). Le solde est créditeur également mais dans de moindres proportions dans le commerce de gros de biens domestiques ou la réparation automobile. Il présente en revanche un solde débiteur dans le commerce de détail non alimentaire en magasins spécialisés ou les intermédiaires du commerce de gros (tableau 10).

Tableau 10 : Position nette de la France en investissements directs du commerce (en valeur mixte)

<i>En milliards d'euros</i>	2011	2012	2013	2014	2015
Commerce de gros (y compris intermédiaires)	2,3	2,7	3,3	4,8	4,4
Intermédiaires du commerce de gros	-2,1	-1,5	-1,9	-2,9	-2,2
CG produits agricoles bruts et animaux vivants	0,2	0,2	0,2	0,5	0,4
CG produits alimentaires, boissons, tabac	0,9	1,5	2,6	2,5	1,7
CG biens domestiques	4,0	4,4	4,9	5,7	5,0
CG équipements information et communication	-1,8	-1,0	-1,3	-0,9	-1,8
CG autres équipements industriels	-1,1	-1,9	-2,0	-2,2	-1,8
Autres CG spécialisés	0,1	0,8	0,8	1,8	2,6
Commerce de détail	25,7	31,9	29,5	31,8	29,3
CD en magasin non spécialisé	26,5	33,2	33,2	34,8	32,8
CD non alimentaire en magasins spécialisés	-0,5	-1,3	-3,5	-2,8	-3,3
Commerce et réparation automobile	1,7	2,0	2,0	3,4	3,3
Total commerce	29,7	36,6	34,8	40,1	37,0

Source: Banque de France, Balance des paiements

⁶⁶ Données agrégées conformes à celles de l'édition 2015 du *Rapport annuel de la balance des paiements et de la position extérieure*, disponible à l'adresse suivante :

https://www.banque-france.fr/fileadmin/user_upload/banque_de_france/Economie_et_Statistiques/BDP_2015-rapport-annuel.pdf

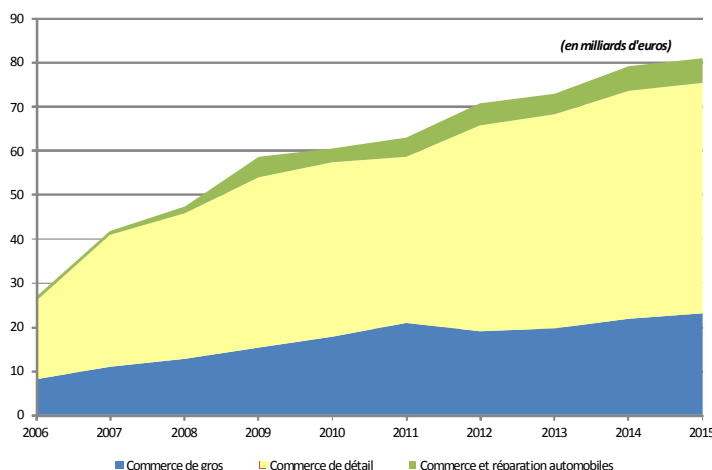
La ventilation par activité économique est effectuée sur la base de la naf rev2. La classification sectorielle est effectuée en fonction du secteur d'appartenance des investisseurs directs résidents pour les investissements directs français à l'étranger et du secteur d'appartenance des entreprises investies pour les investissements directs étrangers en France. Les sociétés holdings appartenant à un groupe coté sont reclassées en fonction de l'activité principale de leur groupe. **Par rapport à la ventilation sectorielle publiée dans le rapport annuel 2015 de la balance des paiements, de nouvelles sociétés ont fait l'objet de reclassements ce qui explique les écarts constatés. Ces reclassements induisent également des différences par rapport aux séries publiées les années précédentes dans ce rapport.**

2.2 – Sept groupes investisseurs concentrent 70 % des investissements du secteur du commerce à l'étranger

Sept acteurs concentrent plus de 70 % des investissements du secteur du commerce à l'étranger : les groupes Carrefour, Auchan, Kering, Kingfisher (Castorama, Brico dépôt), Casino, LVMH et Décathlon.

Le commerce de détail demeure le premier secteur investisseur du commerce à l'étranger (52 milliards d'euros en 2015) porté par le commerce de détail en magasins non spécialisé (44 milliards). Le commerce de gros détient un encours de 23 milliards fin 2015. Le commerce et la réparation d'automobiles ferme la marche avec 5,5 milliards d'euros (graphique 6).

Graphique 6 : Composition sectorielle du stock d'investissements directs français à l'étranger des entreprises commerciales



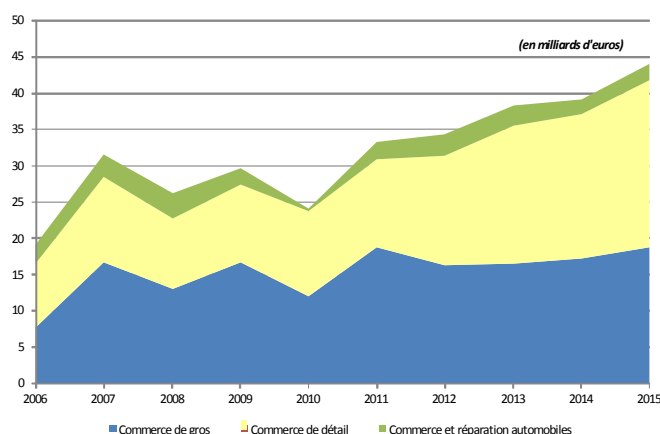
Source: Banque de France, Balance des paiements

Les flux cumulés d'investissements directs français à l'étranger dans le commerce atteignent 7 milliards sur les trois derniers exercices, répartis à parts égales entre le commerce de détail et le commerce de gros, soit un peu moins de 9 % des investissements directs français à l'étranger.

Les investissements directs étrangers dans le secteur du commerce en France sont moins concentrés que les investissements à l'étranger. Quelques gros opérateurs sont investis par des non-résidents, notamment Carrefour, Kingfisher (Castorama, Brico dépôt), Casino, CFAO, spécialisé dans la distribution de biens de consommation courante en Afrique, et Conforama.

Le commerce de détail recueille 52 % du total des investissements directs étrangers dans les entreprises commerciales résidentes. Au premier rang figure le **commerce de détail non alimentaire en magasins spécialisés** (12 milliards), suivi du **commerce de détail en magasins non spécialisés** (11 milliards).

Graphique 7 : Composition sectorielle du stock d'investissements directs étrangers des entreprises commerciales résidentes



Source: Banque de France, Balance des paiements

Les flux cumulés des investissements étrangers dans le secteur du commerce en France atteignent 9,5 milliards sur les trois dernières années, concentrés aux trois quarts dans le commerce de détail. **Cela représente plus de 15 % des investissements directs étrangers en France depuis 2013.**

2.3 - L'orientation géographique⁶⁷ : une prédominance de l'Union européenne

L'Union européenne est la principale destination immédiate des investissements directs français à l'étranger (tableau 11). Avec 64 milliards d'euros fin 2015, elle compte pour 79 % du total des investissements directs effectués par des entreprises commerciales résidentes à l'étranger. Les principaux pays d'accueil, qui sont pour partie des pays de transit, sont les **Pays-Bas**, avec 22 milliards d'investissements, suivis par la **Belgique** (14 milliards) et le **Royaume-Uni** (10 milliards).

Les stocks ont augmenté le plus dans ces trois pays depuis cinq ans. Ils ont aussi augmenté de façon notable (entre + 0,5 et + 1 milliard) en Chine, Pologne, Brésil et Suisse. En revanche ceux aux États-Unis se sont contractés d'un milliard.

Tableau 11 : Stocks d'investissements directs à l'étranger des entreprises commerciales résidentes (en valeur mixte), par pays de destination (premier pays de contrepartie)

<i>En milliards d'euros</i>	2011	2012	2013	2014	2015
Union européenne (à 28)	48,0	54,1	57,6	62,3	64,4
Union économique et monétaire à 19	38,2	43,7	46,6	50,3	51,2
Allemagne	5,0	5,0	5,3	4,5	5,1
Belgique	9,2	9,9	14,0	14,6	14,4
Espagne	6,1	6,1	5,8	6,1	6,0
Italie	1,6	1,5	1,4	1,8	1,7
Luxembourg	0,4	1,4	0,6	0,6	0,6
Pays-Bas	15,7	18,9	18,6	21,7	22,4
Autres pays de l'Union européenne	9,7	10,4	11,0	12,0	13,1
Pologne	1,6	2,0	2,2	2,4	2,4
République tchèque	0,4	0,4	0,3	0,4	0,3
Roumanie	0,1	0,3	0,4	0,4	0,4
Royaume-Uni	7,3	7,1	7,6	8,5	9,7
Autres pays industrialisés	6,3	5,0	4,3	5,0	4,8
États-Unis	3,9	2,6	2,6	3,1	2,9
Japon	1,2	0,6	0,4	0,4	0,5
Suisse	0,1	0,8	0,6	0,7	0,7
Reste du monde	8,8	11,9	11,3	12,0	11,9
Brésil	1,3	2,8	2,6	2,6	1,9
Chine	1,9	1,9	2,0	2,4	2,8
Russie	0,4	0,7	0,6	0,5	0,3
Turquie	0,3	0,5	0,4	0,5	0,5
Total	63,1	71,0	73,1	79,2	81,0

Source: Banque de France, Balance des paiements

Établie sur la base du pays de provenance immédiate des capitaux (tableau 12), la ventilation géographique des stocks d'investissements directs étrangers dans le commerce en France souligne là-aussi le poids prépondérant des pays de l'Union européenne : 33 milliards fin 2015, soit 75 % du total. Les premiers pays de provenance immédiate sont le **Luxembourg** (12 milliards), l'**Allemagne** (6 milliards), et les **Pays-Bas** (5 milliards).

⁶⁷ La ventilation géographique des investissements directs français à l'étranger ou étrangers en France est faite en fonction du pays immédiat de destination ou de provenance des fonds, sans tenir compte de la localisation du destinataire final ou de l'investisseur ultime. Ainsi, lorsqu'une entreprise non résidente investit en France via le Luxembourg, l'investissement sera attribué au Luxembourg et non au pays qui est à l'origine de l'investissement.

2.4 - L'origine ultime des investissements directs étrangers dans les entreprises commerciales résidentes

Grâce au dispositif de suivi des liens financiers (LiFi) de l'Insee, il est possible d'établir également une ventilation des stocks d'investissements directs étrangers en France selon le pays de résidence de l'investisseur ultime. Cette ventilation géographique supplémentaire, recommandée par l'OCDE, permet de présenter une analyse plus précise de l'origine géographique réelle des fonds investis dans les entreprises résidentes⁶⁸. **Cette approche de l'investisseur ultime est calculée jusqu'en 2014, les informations nécessaires n'étant pas encore disponibles pour 2015.**

L'attribution des investissements directs au pays de la tête de groupe modifie la hiérarchie des principaux pays investisseurs en France par rapport au classement établi sur la base du pays de provenance immédiate des fonds investis (tableau 13). Les premiers pays investisseurs en France dans le secteur du commerce sont le **Royaume-Uni** (7 milliards fin 2015) et l'**Allemagne** (6 milliards), suivis du **Luxembourg** (4 milliards) et du **Japon** (4 milliards). Les **Pays-Bas** et le **Luxembourg** voient leurs encours divisés par plus de deux par rapport à la ventilation géographique établie selon le pays de provenance immédiate.

L'identification des pays d'origine des investissements directs étrangers en France montre que la France (avec un encours de 1,8 milliard à la fin de 2014) est proche de la Belgique ou des Pays-Bas. Plusieurs groupes multinationaux français, tels que Carrefour, Auchan ou Casino, disposent en effet de réseaux internationaux de filiales susceptibles de détenir des participations financières (enregistrées dans les stocks d'IDE) pour le compte du groupe. Ainsi, un groupe français peut décider de détenir ses filiales en France via un réseau complexe de sociétés holdings localisées à l'étranger (notamment aux Pays-Bas, au Luxembourg ou en Belgique).

Tableau 12 : Stocks d'investissements directs étrangers dans des entreprises commerciales résidentes (en valeur mixte), par pays d'origine (premier pays de contrepartie)

<i>En milliards d'euros</i>	2011	2012	2013	2014	2015
Union européenne (à 28)	27,8	27,5	30,9	30,7	32,9
Union économique et monétaire à 19	22,9	23,0	27,3	27,4	28,8
Allemagne	5,6	5,9	5,4	6,0	5,9
Belgique	1,7	0,7	1,8	2,4	2,5
Espagne	2,3	1,4	0,5	0,5	1,5
Irlande	0,1	0,2	0,2	0,3	0,4
Italie	1,6	1,1	1,9	1,5	1,5
Luxembourg	5,1	5,8	11,0	10,7	11,7
Pays-Bas	5,3	6,7	5,5	5,5	4,6
Autres pays de l'Union européenne	4,9	4,5	3,6	3,2	4,1
Royaume-Uni	3,0	3,1	2,4	2,1	2,9
Suède	0,4	0,2	0,3	0,2	0,2
Autres pays industrialisés	3,4	5,3	5,8	7,1	9,3
Etats-Unis	1,2	1,1	1,3	1,5	2,7
Japon	1,3	3,6	3,4	3,2	3,5
Suisse	0,9	0,6	1,0	1,3	2,7
Reste du monde	2,1	1,6	1,6	1,5	1,8
Total	33,3	34,4	38,3	39,2	44,0

Source: Banque de France, Balance des paiements

⁶⁸ A l'inverse, il n'est pas possible pour l'instant d'établir de ventilation géographique des investissements directs français à l'étranger selon les pays de destination ultime, compte tenu de l'absence des données nécessaires.

Tableau 13 : Stocks d'investissements directs étrangers dans des entreprises commerciales résidentes (en valeur mixte), par pays d'origine (pays de l'investisseur ultime)

<i>En milliards d'euros</i>	2011	2012	2013	2014	2015
France	2,2	1,9	1,6	1,8	nd
Union européenne (à 27)	23,8	22,9	25,7	26,5	nd
Union économique et monétaire à 18	16,2	14,8	16,6	18,3	nd
Allemagne	6,1	5,6	5,6	5,9	nd
Belgique	1,4	1,1	1,2	1,9	nd
Espagne	0,6	1,1	1,6	1,5	nd
Irlande	0,2	0,2	0,3	0,4	nd
Italie	3,1	3,2	2,5	2,6	nd
Luxembourg	2,1	2,2	3,9	3,9	nd
Pays-Bas	1,5	1,0	0,9	1,5	nd
Autres pays de l'Union européenne	7,6	8,0	9,1	8,2	nd
Royaume-Uni	5,9	6,6	7,5	6,7	nd
Suède	0,5	0,5	0,6	0,6	nd
Autres pays industrialisés	5,5	7,1	7,9	6,9	nd
Etats-Unis	1,3	1,3	1,5	0,3	nd
Japon	1,8	4,2	4,0	3,7	nd
Suisse	2,1	1,6	2,3	2,9	nd
Reste du monde	1,8	2,4	3,1	4,0	nd
Total	33,3	34,4	38,3	39,2	44,0
Total hors France	31,1	32,4	36,7	37,3	nd

Source: Banque de France, Balance des paiements

3 - 23 % du chiffre d'affaires des sociétés commerciales est réalisé par des groupes étrangers

3.1 - La part des groupes étrangers est plus forte dans le commerce de gros

En 2013, les filiales commerciales résidentes contrôlées par des groupes étrangers ont réalisé un chiffre d'affaires de 325 milliards d'euros, soit environ 23 % du chiffre d'affaires de l'ensemble des opérateurs commerciaux intervenant sur le territoire français (tableau 14).

Dans le commerce de gros (hors intermédiaires), les filiales résidentes de groupes étrangers réalisent 35 % du chiffre d'affaires de l'ensemble du secteur en 2013. C'est dans le commerce de gros que la part des filiales de groupes étrangers est la plus importante. En effet, ce secteur inclut, outre les filiales commerciales de sociétés commerciales étrangères, les filiales de commercialisation des opérateurs industriels distribuant leurs produits en France. Pour les mêmes raisons, les filiales de sociétés étrangères détiennent une place importante dans le commerce et la réparation d'automobiles (24 %). À l'inverse, la part des filiales de sociétés étrangères est faible dans les secteurs du commerce de détail (11 %).

Tableau 14 : Chiffre d'affaires des filiales françaises de groupes étrangers en 2013 selon le secteur d'activité et part dans le chiffre d'affaires de l'ensemble des sociétés commerciales résidant en France en 2013 (en milliards d'euros et en %)

Secteur d'activité	CA des filiales françaises de groupes étrangers	CA de l'ensemble des entreprises résidentes du secteur	Part du CA des filiales de groupes étrangers dans le secteur (en %)
Produits agricoles bruts et animaux vivants	3,8	70,0	5
Produits alimentaires, boissons, tabac	39,0	130,1	30
Biens domestiques	69,0	146,7	47
Équipement de l'information et de la communication	29,2	44,1	66
Autres équipements industriels	28,7	90,7	32
Autres commerces de gros	57,3	166,9	34
Commerce de gros	227,0	648,5	35
Centrales d'achats	0,7	116,2	1
Hors centrales d'achats	9,4	24,3	39
Intermédiaires du commerce	10,1	140,5	7
Alimentaire non spécialisé	16,3	196,0	8
Alimentaire spécialisé	0,1	18,6	1
Non alimentaire non spécialisé	s.	8,6	s.
Carburant	s.	16,5	s.
Non alimentaire spécialisé	28,3	186,2	15
Hors magasin	3,7	25,1	15
Commerce de détail	50,5	451,0	11
Commerce et réparation d'automobiles	37,5	154,5	24
Total commerce	325,2	1 394,5	23

Source : Insee-Lifi, Comptes du commerce
s : secret

Au sein du commerce de gros, c'est dans l'équipement de l'information et de la communication que la part des filiales sous contrôle étranger est la plus importante (66 %). A l'inverse, parmi les grossistes en produits agricoles bruts et animaux vivants, la part est faible (5 %).

Au sein des intermédiaires du commerce, la présence étrangère est très faible dans les centrales d'achats (1 %), mais importante parmi les autres intermédiaires (39 %).

Dans le commerce et la réparation d'automobiles, la part des filiales de groupes étrangers ne reflète pas complètement le poids des constructeurs automobiles étrangers dans la distribution d'automobiles en France. En effet, les concessionnaires automobiles en France distribuant des marques étrangères sont liés par contrat et non par des liens financiers avec les constructeurs automobiles étrangers ou leur filiale de commercialisation établie en France.

Dans le commerce de détail, le contrôle étranger est modeste. Il est le plus élevé dans le commerce non alimentaire spécialisé, en particulier dans l'équipement de la maison, et dans la vente hors magasin, qui comprend notamment le commerce électronique.

3.2 - les groupes européens contrôlent plus des deux tiers de l'activité des filiales commerciales des groupes étrangers

Les groupes européens contrôlent plus des deux tiers de l'activité des filiales commerciales résidentes de groupes étrangers, qu'ils fassent partie de la zone euro (42 %) ou non (19 %) ou encore soient ressortissants d'un autre pays d'Europe tel que la Suisse (tableau 15).

Les filiales de groupes non européens (31 % du chiffre d'affaires total) sont principalement contrôlées par des groupes situés aux États-Unis (20 %) et en Asie (9 %).

Tableau 15 : Chiffre d'affaires des filiales commerciales résidentes de groupes étrangers en 2013
(en milliards et en %)

Nationalité du groupe étranger	CA des filiales françaises de groupes étrangers	Répartition en %"
EUROPE	224,7	69,0
UNION EUROPÉENNE	198,4	61,0
ZONE EURO	136,2	41,9
dont : Allemagne	59,1	18,2
Pays-Bas	22,9	7,0
Belgique	18,1	5,6
Italie	14,1	4,3
Espagne	9,4	2,9
Luxembourg	8,0	2,5
Autriche	1,6	0,5
Irlande	1,4	0,4
Finlande	0,9	0,3
Portugal	0,4	0,1
Malte	0,2	0,1
UE HORS ZONE EURO	62,2	19,1
dont : Royaume-Uni	52,6	16,2
Suède	5,7	1,8
Danemark	3,7	1,1
Lituanie	0,1	0,0
Pologne	0,1	0,0
AUTRES PAYS D'EUROPE	26,2	8,0
dont : Suisse	24,9	7,7
Norvège	0,9	0,3
Liechtenstein	0,3	0,1
Islande	0,1	0,0
AFRIQUE	3,1	1,0
dont : Afrique Du Sud	2,4	0,7
Maroc	0,5	0,1
AMERIQUE	67,6	20,8
dont : USA	66,0	20,3
Canada	0,6	0,2
ASIE	29,5	9,1
dont : Japon	15,6	4,8
Corée	5,7	1,7
Hong-Kong	2,1	0,6
Israël	2,0	0,6
OCÉANIE	0,3	0,1
dont : Australie	0,2	0,1
ENSEMBLE	325,2	100,0

Source : Insee-Lifi

Les investissements directs à l'étranger

Les statistiques d'investissements directs étrangers (IDE), produites par la Banque de France, sont établies conformément à la méthodologie dite « du principe directionnel étendu », recommandée par le 6^{ème} manuel de balance des paiements du FMI (2008). Celle-ci constitue la norme officielle dans l'Union européenne. Pour des raisons d'homogénéité des séries statistiques, les données géographiques et sectorielles historiques ont été retraitées selon la même méthodologie. Par ailleurs, **ces séries sont établies en « valeur mixte » à partir de 2006**⁶⁹ : les investissements en capitaux propres dans des sociétés cotées sur les marchés financiers sont comptabilisés en valeur de marché, tandis que les investissements dans des sociétés non cotées sont mesurés en valeur comptable.

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

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

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

Des éléments d'explications plus détaillés de la nouvelle méthodologie de présentation des investissements directs sont fournis dans l'article du Bulletin trimestriel de la Banque de France et dans l'encadré 2.1, page 32 du Rapport annuel 2009 de la balance des paiements et de la position extérieure de la France, disponibles respectivement aux adresses suivantes :

http://www.banque-france.fr/fileadmin/user_upload/banque_de_france/archipel/publications/bdf_bm/etudes_bdf_bm/bdf_bm_177_etu_5.pdf

http://www.banque-france.fr/fileadmin/user_upload/banque_de_france/archipel/publications/bdf_bdp/bdf_bdp_ra_2009.pdf

Des explications détaillées sur la méthodologie de la balance des paiements peuvent également être consultées à l'adresse ci-dessous :

<https://www.banque-france.fr/economie-et-statistiques/base-de-donnees/methodologie/methodologie-de-la-balance-des-paiements-et-de-la-position-exterieure-de-la-france.html>

Des séries statistiques depuis 2000 par pays et secteur d'activité sont disponibles à l'adresse suivante :

<https://www.banque-france.fr/economie-et-statistiques/base-de-donnees/investissements-directs.html>

⁶⁹ En valeur comptable de 2003 à 2005.