

Direction des Statistiques d'Entreprises

E2017/04

La situation du commerce en 2016 (éd. juin)

**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 2017/04

La situation du commerce en 2016

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

Division Commerce

Juin 2017

*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 :
 - Thèmes :
 - Secteurs d'activité : Commerce
 - Collections :
 - Documents de travail : [La situation du commerce en 2016](#)

Rapport établi pour la réunion de la Commission des Comptes Commerciaux de la Nation du 30 juin 2017.

Virginie ANDRIEUX, Catherine BOURDEAUX, Sonia LE FAUCHEUR, Arnaud ROUSSET, Rémi SEGRETO et Benoît TRINQUIER à la division « commerce » de l'Insee l'ont rédigé, sous la direction de Sabine BESSIERE, rapporteur de la commission.

La situation du commerce en 2016

Résumé :

La situation des secteurs du commerce continue de s'améliorer en 2016. La vitalité du commerce et de la réparation d'automobiles se renforce (+ 6,7 % en volume). En effet, la reprise des ventes de voitures neuves engagée en 2015 s'amplifie encore en 2016. Dans le commerce de gros, l'activité accélère dans la plupart des secteurs, et en particulier dans le commerce d'équipements informatiques. Les ventes du commerce de détail continuent d'augmenter en volume, mais à un rythme un peu moins rapide qu'en 2015 (+ 1,2 %). La vente à distance reste très dynamique, portée par le e-commerce. Pour la première fois depuis 2011, les ventes en valeur progressent dans les trois grands secteurs du commerce.

Mots-clés :

Commerce, commerce de détail, commerce de gros, commerce et réparation automobile, consommation des ménages, emploi, démographie des entreprises.

The economic situation of trade in 2016

Abstract :

Trade activity continued to improve in 2016. Motor trade sales increased (+ 6.7 % in volume). A rise in new car sales, already observed in 2015, kept up in 2016. In wholesale trade, activity accelerated in most sectors, particularly in computer trade. Retail sales once again increased in volume, but at a slightly slower pace than in 2015 (+ 1.2 %). Mail order and online sales are very dynamic, driven by e-commerce. In value terms, sales in value rose in the three main sectors of trade, for the first time since 2011.

Keywords :

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

LE COMMERCE EN 2016

RAPPORT SUR LES COMPTES

SOMMAIRE

DONNÉES DE CADRAGE : LE COMMERCE DANS L'ÉCONOMIE	11
VUE D'ENSEMBLE	13
1 - Les ventes accélèrent dans les secteurs commerciaux, la baisse des prix s'atténue	14
1.1 - Commerce de gros : accélération des ventes en volume	14
1.2 - Les ventes du commerce de détail restent bien orientées mais ralentissent	16
1.3 - La reprise de l'activité du commerce et de la réparation d'automobiles s'amplifie	18
2 - L'emploi salarié progresse à nouveau dans les secteurs commerciaux	20
3 - Baisse des créations d'entreprises dans le commerce	20
CHAPITRE I : LE COMMERCE DE GROS	21
1 - Produits agricoles bruts : ventes en retrait, prix en baisse	21
2 - Produits alimentaires : ventes en hausse	22
3 - Biens domestiques : ventes de nouveau en hausse	23
4 - Reprise dans les équipements de l'information et de la communication	23
5 - Autres équipements industriels : augmentation des ventes	23
6 - Commerce de gros spécialisé : recul des prix des matières premières	24
7 - Intermédiaires : ventes en progression, prix en recul	25
CHAPITRE II : LE COMMERCE DE DÉTAIL	29
1 - Petit commerce alimentaire : ventes en hausse	29
2 - Baisse des ventes pour les grandes surfaces alimentaires	30
3 - Une année difficile pour les grands magasins	30
4 - Progression de l'activité dans le commerce non alimentaire spécialisé	30
5 - Dynamisme des activités de commerce hors magasin	32
6 - Les parts de marché par forme de ventes	32
6.1 - Produits alimentaires	33
6.2 - Produits non alimentaires	34
7 - L'activité du grand commerce non alimentaire spécialisé ralentit	37
8 - L'implantation des grandes surfaces	41
CHAPITRE III : LE COMMERCE ET LA RÉPARATION D'AUTOMOBILES	45
1 - La reprise du commerce de véhicules automobiles s'amplifie	45
2 - Bilan positif pour l'entretien-réparation et l'équipement automobile de détail	45
3 - Regain des ventes de motocycles	46
CHAPITRE IV : DÉMOGRAPHIE DES ENTREPRISES	47
1 - Les créations d'entreprises en léger recul dans le commerce	48
1.1 - Près de 100 000 nouvelles entreprises commerciales	48
1.2 - La baisse des immatriculations de micro-entrepreneurs se poursuit	48
1.3 - Des créations d'entreprises hors micro-entrepreneurs toujours dynamiques	49
2 - Les défaillances d'entreprises reculent nettement	50
3 - Le poids des sociétés se renforce dans le commerce	52
3.1 - Un nombre d'entreprises en hausse de 2,4 % en moyenne par an de 2002 à 2015	52
3.2 - La proportion d'entreprises individuelles recule au profit des sociétés	53
3.3 - Les sociétés par actions simplifiées emploient plus de la moitié des salariés en 2015	53
3.4 - Le poids des entreprises individuelles diminue dans le commerce de détail	54
3.5 - Les sociétés par actions simplifiées progressent particulièrement dans le commerce de gros	55
CHAPITRE V : EMPLOI	57
1 - Le commerce de détail continue à tirer l'emploi salarié du commerce	58
2 - Le recours à l'intérim s'intensifie	60
3 - L'emploi non salarié se contracte en 2014	61
3.1 - Le commerce perd 5 900 non-salariés	61
3.2 - La progression du nombre d'auto-entrepreneurs s'atténue en 2014	62

TABLEAUX, GRAPHIQUES ET ENCADRÉS

DONNÉES DE CADRAGE : LE COMMERCE DANS L'ÉCONOMIE	11
VUE D'ENSEMBLE	13
Graphique 1 : Ventes du commerce, évolutions en 2015 et 2016	13
Graphique 2 : Ventes du commerce en volume et en valeur	14
Graphique 3 : Ventes du commerce de gros, évolutions en 2015 et 2016	15
Graphique 4 : Ventes du commerce de gros, contributions à l'évolution en volume	15
Graphique 5 : Ventes du commerce de détail, évolutions en 2015 et 2016	17
Graphique 6 : Ventes du commerce de détail, contributions à l'évolution en volume	17
Graphique 7 : Ventilation de la consommation commercialisable par produit	18
Graphique 8 : Ventes du commerce et réparation d'automobiles, évolutions en 2015 et 2016	19
Graphique 9 : Ventes du commerce et de la réparation d'automobiles, contributions à l'évolution en volume	19
Graphique 10 : Effectif salarié trimestriel dans les secteurs du commerce	20
Tableau 1 : Évolution des créations de sociétés et d'entreprises individuelles	20
CHAPITRE I : LE COMMERCE DE GROS	21
Encadré : Principes d'évaluation et révision des ventes de marchandises des secteurs du commerce de gros	26
Tableau 1 : Ventes de marchandises du commerce de gros H.T.	27
CHAPITRE II : LE COMMERCE DE DÉTAIL	29
Graphique 1 : Parts de marché en 2011 et 2016 - Ensemble des produits commercialisables hors véhicules automobiles	33
Graphique 2 : Parts de marché en 2011 et 2016 - Produits alimentaires hors tabac	34
Graphique 3 : Parts de marché en 2011 et 2016 - Produits non alimentaires	34
Tableau 1 : Ventes du commerce de détail et de l'artisanat à caractère commercial T.T.C.	35
Encadré 1 : Passage du CA du commerce de détail et du commerce et réparation auto à la conso commercialisable des ménages	36
Encadré 2 : Évaluation et révisions des ventes au détail	37
Graphique 4 : Part du chiffre d'affaires H.T. du grand commerce au sens large en 2011 et 2016	38
Encadré 3 : Définition du grand commerce non alimentaire spécialisé	38
Tableau 2 : Chiffre d'affaires hors taxes du grand commerce et de l'ensemble du commerce non alimentaire spécialisé	40
Graphique 5 : Répartition des grandes surfaces alimentaires	41
Graphique 6 : Répartition des grandes surfaces non alimentaires	41
Graphique 7 : Évolution du nombre de grandes surfaces alimentaires entre début 2011 et début 2016	41
Graphique 8 : Nombre de grandes surfaces alimentaires et non alimentaires en 2011 et 2016	42
Graphique 9 : Densité de grandes surfaces alimentaires et non alimentaires par département	42
Encadré 4 : Estimation du nombre de grandes surfaces	43
Tableau 3 : Nombre de grandes surfaces alimentaires par région	44
Tableau 4 : Nombre de grandes surfaces non alimentaires par région	44
CHAPITRE III : LE COMMERCE ET LA RÉPARATION D'AUTOMOBILES	45
Encadré 1 : Révisions des ventes au détail du commerce et réparation automobile	46
Tableau 1 : Ventes du commerce et de la réparation d'automobiles T.T.C., évolution en volume et en valeur	46
CHAPITRE IV : DÉMOGRAPHIE DES ENTREPRISES	47
Graphique 1 : Créations d'entreprises de 2000 à 2016 (base 100 en 2000)	47
Tableau 1 : Créations d'entreprises y compris micro-entrepreneurs	48
Tableau 2 : Immatriculation de micro-entrepreneurs	48
Tableau 3 : Créations d'entreprises hors micro-entrepreneurs	49
Graphique 2 : Variations du nombre de créations d'entreprises selon la catégorie juridique entre 2015 et 2016	50
Encadré 1 : Définition des défaillances	50
Tableau 4 : Défaillances d'entreprises en date de jugement	51
Graphique 3 : Défaillances d'entreprises de 2007 à 2016	51
Graphique 4 : Évolution du nombre d'entreprises de fin 2002 à fin 2015	52
Graphique 5 : Nombre d'entreprises et effectif salarié du commerce et de l'artisanat commercial selon la forme juridique	53
Graphique 6 : Effectif salarié moyen des entreprises du commerce et de l'artisanat commercial selon la forme juridique	54
Graphique 7 : Nombre d'entreprises de l'artisanat commercial et du commerce de détail selon la forme juridique	55
Graphique 8 : Nbre d'entreprises du commerce et de la réparation d'auto et du commerce de gros selon la forme juridique	55
Encadré 2 : Principales catégories juridiques d'entreprise	56
CHAPITRE V : EMPLOI	57
Graphique 1 : Effectif salarié trimestriel dans les secteurs du commerce	57
Tableau 1 : Effectifs salariés hors intérim au 31/12	58
Tableau 2 : Effectifs salariés hors intérim, variation en glissement annuel au 31/12	58
Encadré 1 : L'emploi salarié du commerce de détail tiré par le commerce alimentaire	59
Graphique 2 : Évolution du nombre de salariés dans le commerce de détail entre 2009 et 2013	59
Tableau 3 : Nombre d'intérimaires au 31/12	60
Graphique 3 : Effectif intérimaire trimestriel dans le commerce	60
Tableau 4 : Nombre d'intérimaires, variation en glissement annuel au 31/12	61
Tableau 5 : Effectifs non salariés au 31/12	61
Tableau 6 : Effectifs non salariés auto-entrepreneurs actifs au 31/12	62
Tableau 7 : Part des auto-entrepreneurs actifs au sein des non-salariés	62
Encadré 2 : Le commerce hors magasin tire l'emploi non salarié du commerce de détail	63
Graphique 4 : Évolution du nombre de non-salariés dans le commerce de détail entre 2009 et 2013	63

Avertissement

Le compte spécialisé du commerce est présenté deux fois par an à la Commission des Comptes Commerciaux de la Nation (CCCN). Il s'insère dans le dispositif d'ensemble des comptes nationaux français, grâce à des concepts et des définitions similaires et en s'articulant sur ses agrégats.

Les résultats des années 2012, 2013 et 2014 définitifs, sont issus des statistiques structurelles d'entreprises. Les résultats de 2015 et 2016 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 calculés par l'INSEE (déclarations mensuelles CA3 pour le paiement de la TVA), et en utilisant les premières estimations de la consommation finale des ménages évaluées par les comptes nationaux.
- En **décembre $n+1$** , ces résultats provisoires sont susceptibles d'être révisés, en fonction des informations statistiques collectées entre juin et décembre ; en particulier, les comptes sectoriels de l'année $n-1$ sont en principe arrêtés en décembre $n+1$ (cf infra), de sorte que l'évolution « provisoire » fondée sur les CA3 et appliquée au niveau $n-1$, peut être affinée par la prise en compte du niveau $n-1$ définitif.
- En **juin $n+2$** , les évaluations des ventes de l'année n sont légèrement révisées et deviennent semi-définitives.
- En **décembre $n+2$** sont arrêtés les comptes **définitifs** ; ceux-ci s'appuient sur une exploitation d'Ésane et des données fiscales, permettant d'affiner les premiers résultats fournis en juin.

L'édition de juin 2017 présente les premières estimations de l'année 2016. En outre, ce rapport comprend des parties qui ne seront pas reprises dans l'édition de décembre :

- la répartition des parts de marché par forme de ventes (pages 32 à 37)
- un éclairage sur l'équipement commercial en grandes surfaces (pages 41 à 44)
- un chapitre sur la démographie des entreprises. Cette édition est enrichie d'une analyse de l'évolution des catégories juridiques dans le commerce de 2002 à 2015 (pages 47 à 56).
- un éclairage sur les non salariés du commerce (pages 61 à 63)

DONNÉES DE CADRAGE : LE COMMERCE DANS L'ÉCONOMIE

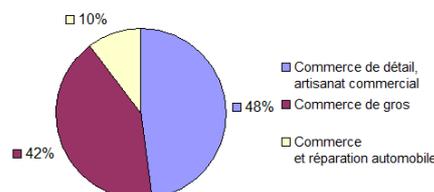
Sauf mention contraire, l'artisanat commercial est compté avec le commerce

Valeur ajoutée en 2014

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

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 (1)

Répartition de la valeur ajoutée en 2014



Source : Insee, comptes du commerce

Chiffre d'affaires H.T. des secteurs commerciaux

	en milliards d'euros		
	2014	2015sd	2016p
Commerce de gros	787,2	781,7	784,1
Com. détail, artis. com.	461,7	466,3	472,8
Commerce, répar. auto.	157,1	165,9	178,0
Ensemble commerce	1 406,0	1 414,0	1 434,9

sd : semi-définitif ; 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	2014	2015	2016 p
Effectif salarié	3 006	3 032	3 052
Effectif non salarié	442	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

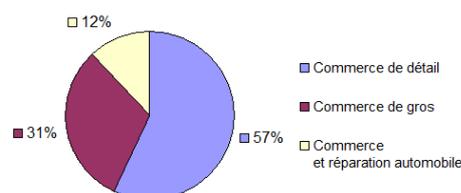
Source : Insee, comptes du commerce

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

Hors artisanat commercial	2016 (p) en milliers	Part dans secteurs principalem ^t marchands
Commerce de gros	947	5,9 %
Commerce de détail	1 742	10,9 %
Commerce, répar. auto.	363	2,3 %
Ensemble commerce	3 052	19,1 %

Source : Insee - estimations d'emploi

Répartition de l'emploi salarié du commerce en 2016



Source : Insee - estimations d'emploi

Démographie des entreprises (unités légales) en 2016

	Commerce	Ensemble de l'économie (*)	Part du commerce
Nombre d'entreprises (en milliers)	885	4 365	20,3 %
Nombre de créations (en milliers)	99	554	17,9 %
Nombre de créations hors micro-entrepreneurs (en milliers)	74	331	21,8%
Taux de création (en %)	11,2 %	12,7 %	///
Taux de création hors micro-entrepreneurs (en %)	8,1 %	7,6 %	///
Nombre de défaillances hors artisanat commercial (en milliers)	12	58	20,7 %

(*) Ensemble des activités marchandes hors agriculture

Source : 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.

La situation des secteurs du commerce continue de s'améliorer en 2016. Le commerce tire parti du regain de la demande intérieure. Les entreprises accroissent en effet nettement leur investissement (+ 3,6 %) et la consommation des ménages accélère (+ 2,3 % après + 1,4 %). En revanche, les exportations ralentissent fortement en 2016 (+ 1,8 % après + 4,3 %).

La vitalité du **commerce et de la réparation d'automobiles** se renforce. En effet, la reprise des ventes de voitures neuves engagée en 2015 s'amplifie encore en 2016. Le commerce de motocycles est également très dynamique.

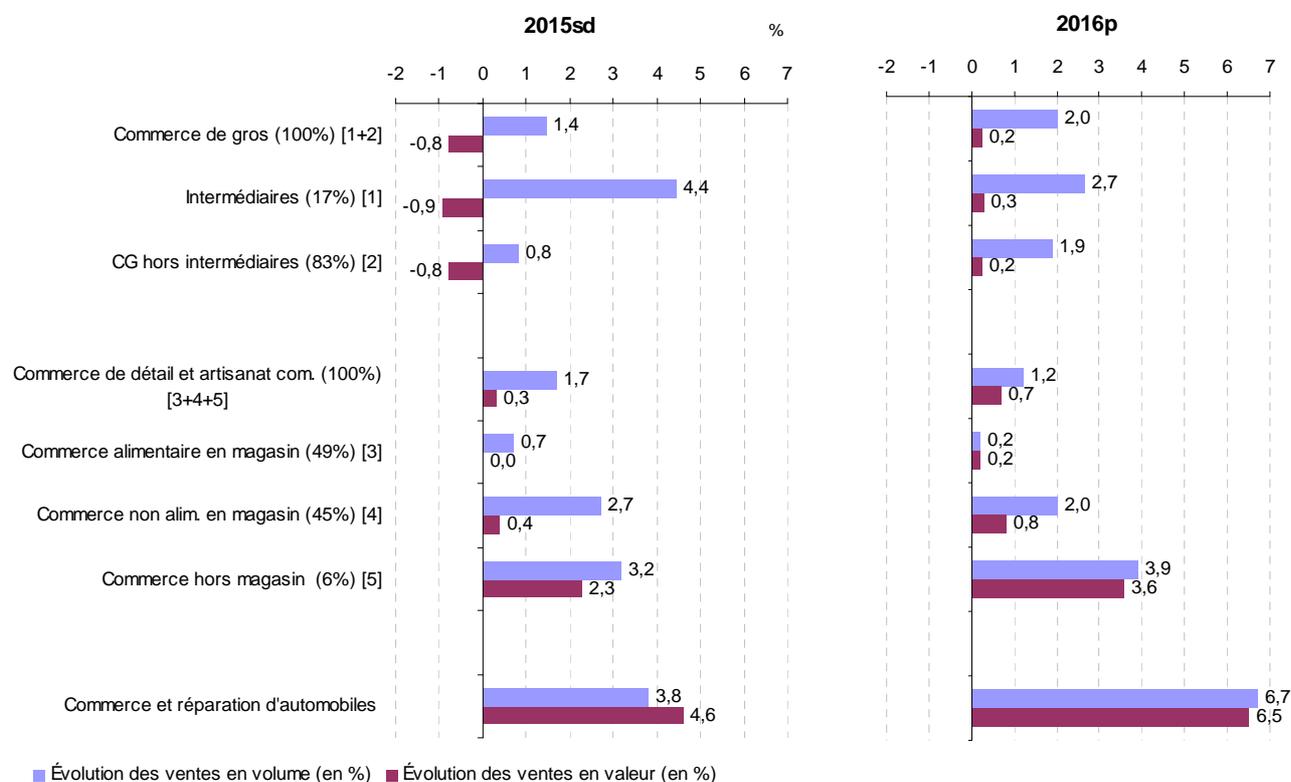
Dans le **commerce de gros**, l'activité accélère dans la plupart des secteurs. Les ventes en gros de biens d'équipement, en particulier de matériels informatiques et de télécommunications, bénéficient de la hausse marquée de l'investissement des entreprises en 2016. L'activité des grossistes en biens domestiques et produits alimentaires est également dynamique en volume, malgré le ralentissement des exportations. A l'inverse, l'activité du commerce de produits agricoles est pénalisée par la baisse de la production agricole. Les ventes de produits agricoles bruts reculent nettement en valeur, en raison de la chute du cours des céréales.

En 2016, les ventes du **commerce de détail** continuent d'augmenter en volume, mais à un rythme un peu moins rapide qu'en 2015. La vente à distance reste très dynamique, portée par le e-commerce. En valeur, les ventes du commerce de détail et de l'artisanat commercial progressent davantage qu'en 2015 car les prix se replient moins.

Dans ce contexte favorable, l'emploi salarié augmente entre fin 2015 et fin 2016 dans les secteurs du commerce, comme dans l'ensemble des secteurs principalement marchands.

Les créations d'entreprises, qui baissent tendanciuellement depuis 2011, baissent légèrement (- 0,7 %) après avoir nettement reflué en 2015 (- 9,3 %). La diminution des immatriculations de micro-entrepreneurs se poursuit mais est compensée par la bonne tenue des créations sous un autre régime.

Graphique 1 : Ventes du commerce, évolutions en 2015 et 2016



(p) provisoire (sd) semi-définitif

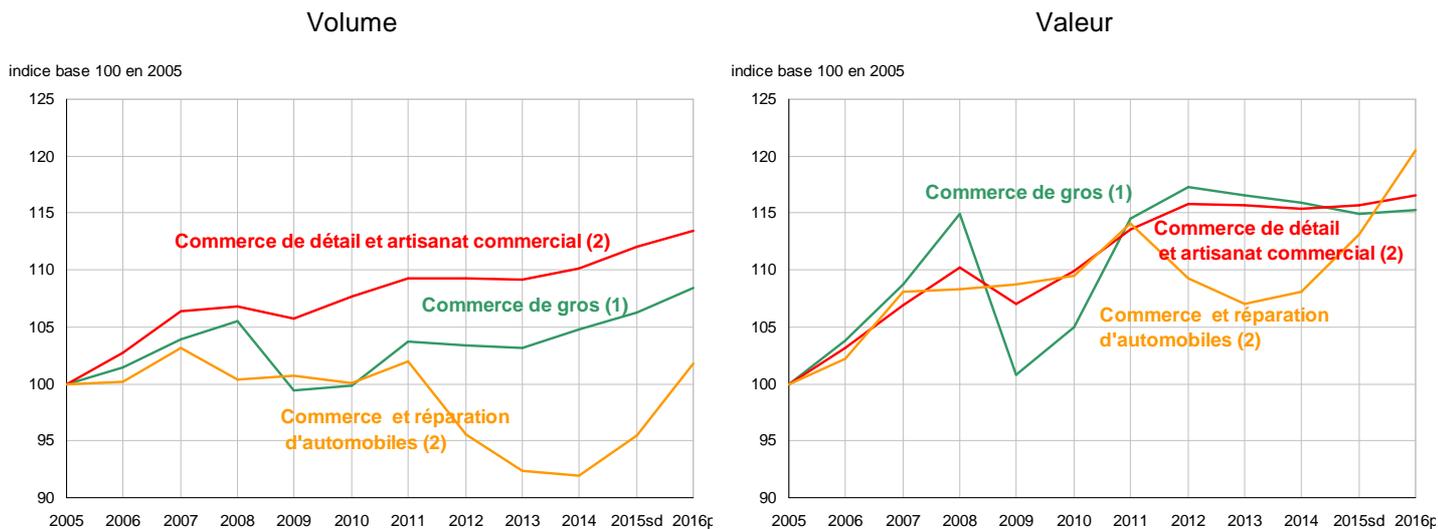
Source : Insee, Comptes du commerce

1 - Les ventes accélèrent dans les secteurs commerciaux, la baisse des prix s'atténue

La reprise de l'activité dans les secteurs commerciaux, entamée en 2014, ne se dément pas. En 2016, les ventes accélèrent en volume dans le commerce de gros (+ 2,0 %) et le commerce et la réparation d'automobiles (+ 6,7 %). Elles ralentissent légèrement dans le commerce de détail mais demeurent bien orientées (+ 1,2 %).

Pour la première fois depuis 2011, les ventes progressent en valeur dans les trois grands secteurs du commerce (gros, détail, automobile). Les prix diminuent moins dans le commerce de gros et le commerce de détail que les deux années précédentes. Mais le commerce automobile, qui se singularisait par une augmentation des prix en 2014 et 2015, connaît à son tour une légère déflation.

Graphique 2 : Ventes du commerce en volume et en valeur



(1) Ventes HT par secteur d'entreprise (2) Ventes TTC par forme de vente (secteur d'établissement) (p) provisoire (sd) semi-définitif
Source : Insee, comptes du commerce.

1.1 - Commerce de gros : accélération des ventes en volume

En 2016, les ventes du commerce de gros et des intermédiaires du commerce s'élèvent à 730 milliards d'euros, dont 608 milliards pour le seul commerce de gros. Les ventes des grossistes progressent légèrement en valeur (+ 0,2%) alors qu'elles se sont repliées au cours des trois années précédentes en raison de la baisse marquée des prix des marchandises vendues en gros. Les prix diminuent encore en 2016, mais moins nettement qu'en 2014 et 2015.

L'activité est dynamique dans la plupart des secteurs.

Représentant près du cinquième de l'activité des grossistes, les ventes des négociants en produits alimentaires progressent en volume à un rythme plus soutenu qu'en 2015, tirées par les ventes de boissons et, dans une moindre mesure, de produits laitiers. La baisse des prix de gros alimentaires, entamée en 2014, est enrayerée en 2016. Les prix des fruits et des légumes vendus en gros progressent alors que ceux du lait, des œufs et des matières grasses reculent, en raison d'une offre mondiale très abondante.

Les ventes des grossistes en produits domestiques bénéficient d'une demande intérieure et extérieure en progression : les dépenses de consommation en produits manufacturés et les exportations de textiles, maroquinerie et produits pharmaceutiques restent bien orientées en 2016.

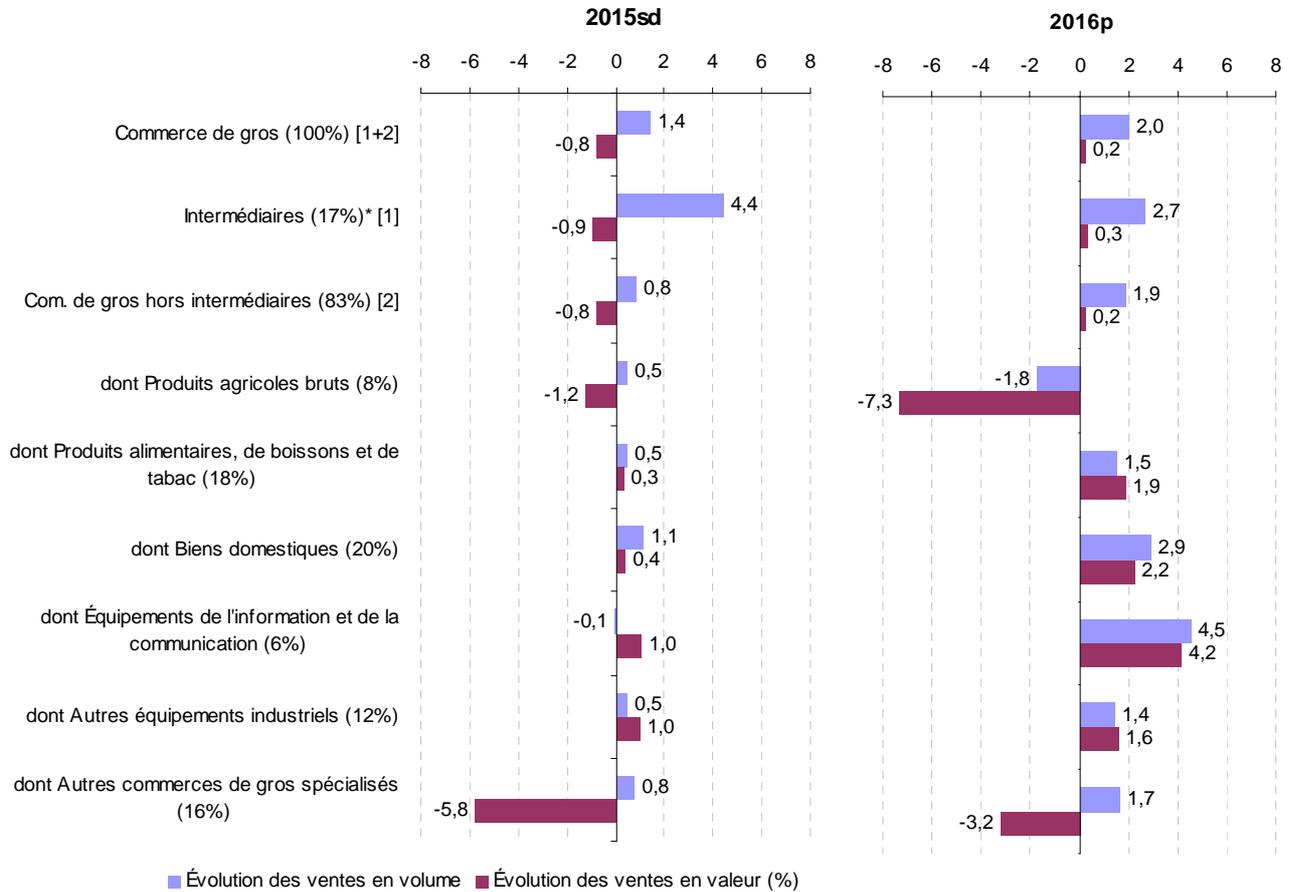
Stimulée par l'accélération de l'investissement des entreprises, l'activité du commerce de gros de matériel informatique et de communication augmente fortement en 2016 (+ 4,5 %). Les ventes des grossistes en autres équipements industriels progressent davantage que l'année précédente.

Les ventes des autres grossistes spécialisés accélèrent en volume en 2016. Les ventes de matériaux de construction sont favorisées par la reprise des mises en chantiers de logements neufs alors que les ventes

de combustibles se replie en raison de températures hivernales particulièrement douces. En valeur, les ventes des autres grossistes spécialisés continuent de reculer, la baisse des prix subsiste mais s'atténue.

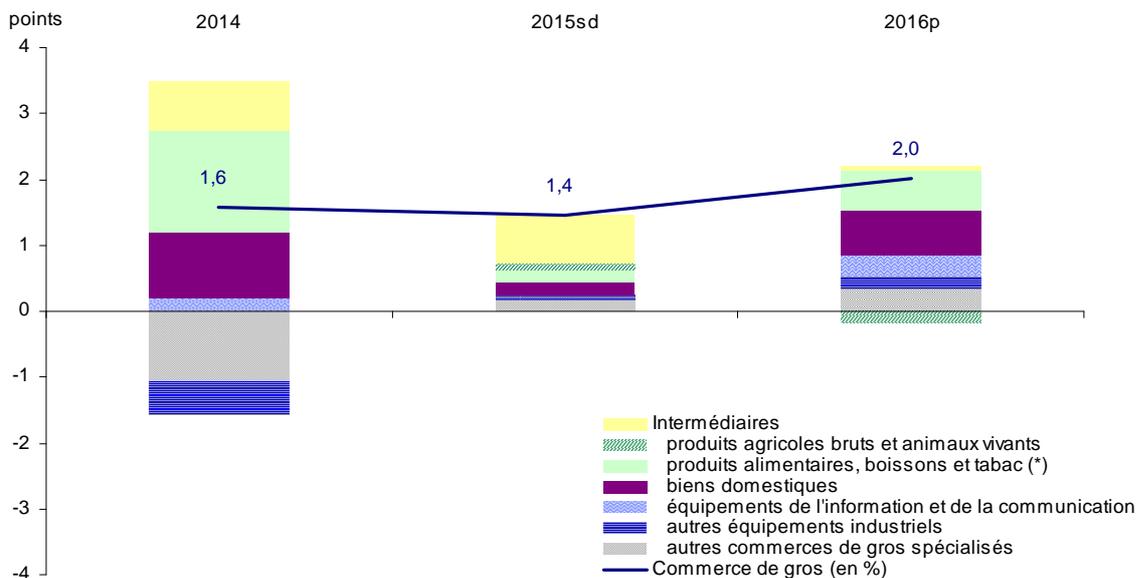
L'activité des intermédiaires progresse (+ 2,7%) mais à un rythme plus modéré, après deux années de hausse soutenue.

Graphique 3 : Ventes du commerce de gros, évolutions en 2015 et 2016



(p) provisoire (sd) semi-définitif Source : Insee, Comptes du commerce

Graphique 4 : Ventes du commerce de gros, contributions à l'évolution en volume



(p) provisoire (sd) semi-définitif

Source : Insee, comptes du commerce.

A l'opposé des autres négociants, les grossistes en produits agricoles bruts et animaux vivants sont confrontés à un fléchissement de leur activité en 2016 (- 1,8 %). Le commerce de céréales pâtit de récoltes nettement moins abondantes qu'en 2015 ; les exportations de céréales se contractent, en particulier vers le Moyen-Orient et l'Asie. En outre, la baisse des prix des produits agricoles bruts persiste et s'amplifie. En 2016, le recul des prix des céréales et des animaux vivants est particulièrement marqué.

1.2 - Les ventes du commerce de détail restent bien orientées mais ralentissent

Les ventes au détail s'élèvent à 498 milliards d'euros et augmentent de 0,7 % en 2016. Les prix des marchandises vendues au détail diminuent pour la troisième année consécutive mais de manière beaucoup plus ténue qu'en 2014 et 2015. Les prix des produits non alimentaires restent entraînés à la baisse par ceux des combustibles, alors que les prix alimentaires accélèrent (+ 0,7 % contre + 0,4% en 2015).

Les ventes du commerce de détail et de l'artisanat commercial décélèrent en volume (+ 1,2 % après + 1,7 %). Bien qu'elles soient favorisées par l'accélération du pouvoir d'achat, elles pâtissent du poids croissant des dépenses contraintes (loyers, énergie) et des autres services. En outre, les ménages ont davantage accru leurs dépenses automobiles en 2016 que leurs autres achats en biens.

Le commerce hors magasin progresse nettement en 2016 (+ 3,9 % en 2016), sous l'effet du développement de la vente à distance. L'augmentation des ventes sur catalogue spécialisé est particulièrement soutenue.

- **Commerce alimentaire** : l'alimentaire spécialisé est très dynamique

L'activité des grandes surfaces, qui représentent les deux tiers des ventes de produits alimentaires, est en berne (- 1,2 % en volume). Les hypermarchés résistent néanmoins un peu mieux que les supermarchés. Les ventes de produits alimentaires sont plus dynamiques dans les très grandes surfaces que dans les supermarchés, d'après l'enquête mensuelle sur l'activité des grandes surfaces alimentaires (Emagsa). Ce phénomène se reflète aussi dans l'évolution du nombre de magasins. Alors que le nombre d'hypermarchés est stable entre début 2014 et début 2016, les supermarchés perdent des magasins, du fait du déclin des magasins de hard discount. En hypermarché comme en supermarché, l'érosion des ventes de produits non alimentaires se poursuit.

A l'opposé des grandes surfaces, l'alimentaire spécialisé est très dynamique, et sa vitalité se renforce encore en 2016 : les ventes du commerce alimentaire spécialisé et de l'artisanat commercial accélèrent en volume (+ 4,6%). Les ventes des petites surfaces généralistes (supérettes et alimentations générales) sont également en hausse de près de 3 % comme les années précédentes.

Alors que les ventes de viandes se replient, celles de fruits et de légumes augmentent en volume en 2016, malgré une hausse des prix.

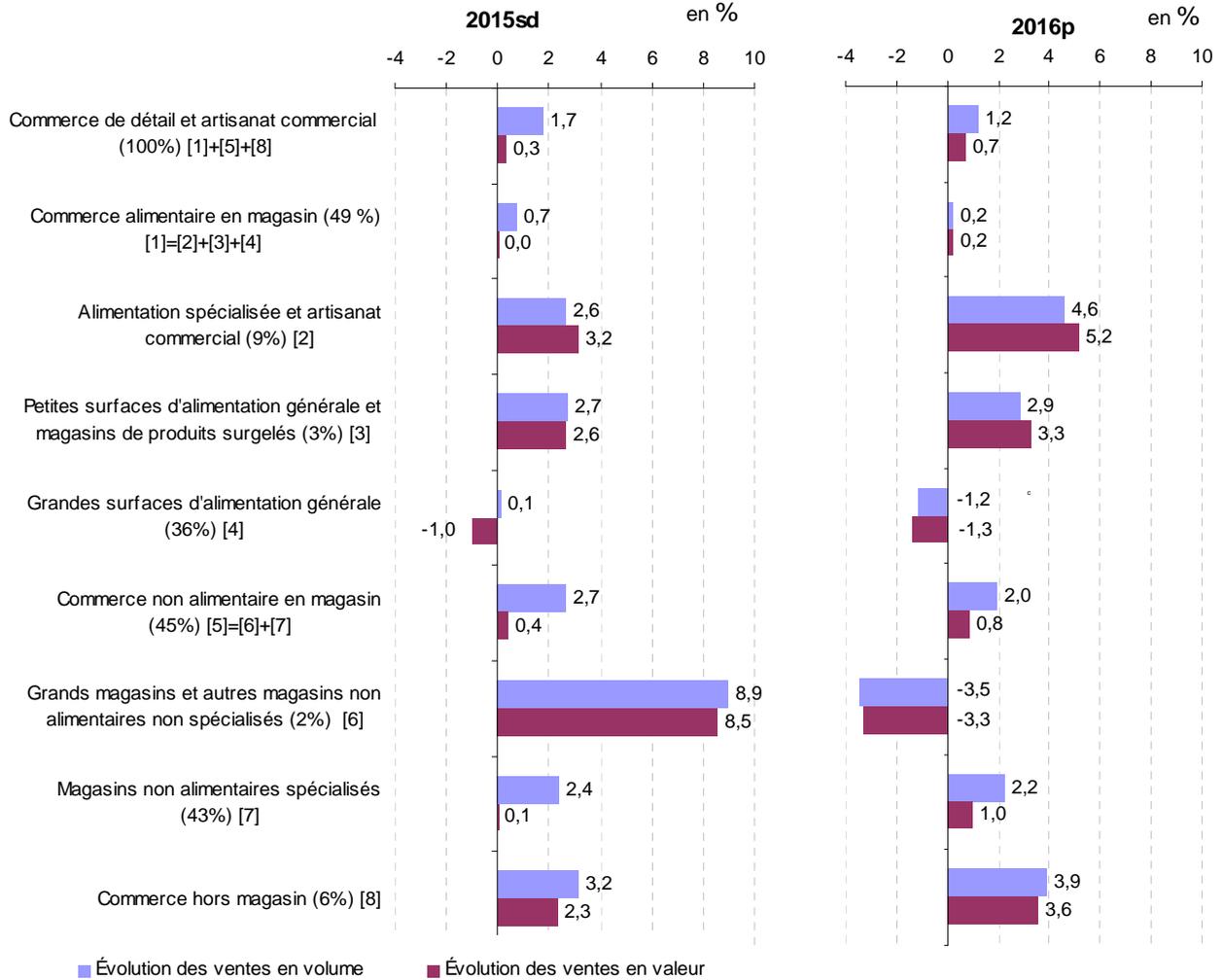
- **Commerce non alimentaire** : forts contrastes selon les secteurs

Dans son ensemble le commerce non alimentaire est bien orienté (+ 2,0 % en volume), mais les disparités entre secteurs s'accroissent en 2016. La reprise entamée en 2015 est confirmée pour les magasins d'équipement du foyer dont les ventes peinaient à décoller depuis la crise. L'activité du commerce d'équipements de l'information et de la communication en magasin spécialisé ralentit en volume, mais reste néanmoins très dynamique (+ 6,5 %). Les ventes des stations-services sont stables en volume, elles diminuent en valeur en raison d'un nouveau recul des prix des carburants. L'activité des magasins spécialisés en équipements de la personne (habillement-chaussure, parfumerie, maroquinerie...), globalement en expansion depuis 2010, s'essouffle en 2016. L'année 2016 est très difficile pour les grands magasins (- 3,5 %), qui souffriraient d'une baisse de fréquentation en particulier de la clientèle étrangère.

L'activité du grand commerce ralentit et diminue même dans les secteurs de l'équipement de la personne tandis que l'inverse prévaut pour les petites entreprises du secteur¹. Alors que la croissance des dépenses non alimentaires profitait surtout au grand commerce les années précédentes, en 2016 les ventes du grand commerce progressent au même rythme que l'ensemble du commerce non alimentaire. Aussi, la part de marché du grand commerce stagne en 2016 après avoir progressé continûment de 2011 à 2015. Le grand commerce non alimentaire spécialisé 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 (64 % du chiffre d'affaires), les autres équipements du foyer (63 %), l'habillement-chaussures (58 %) et le commerce de biens culturels et de loisirs (48 %).

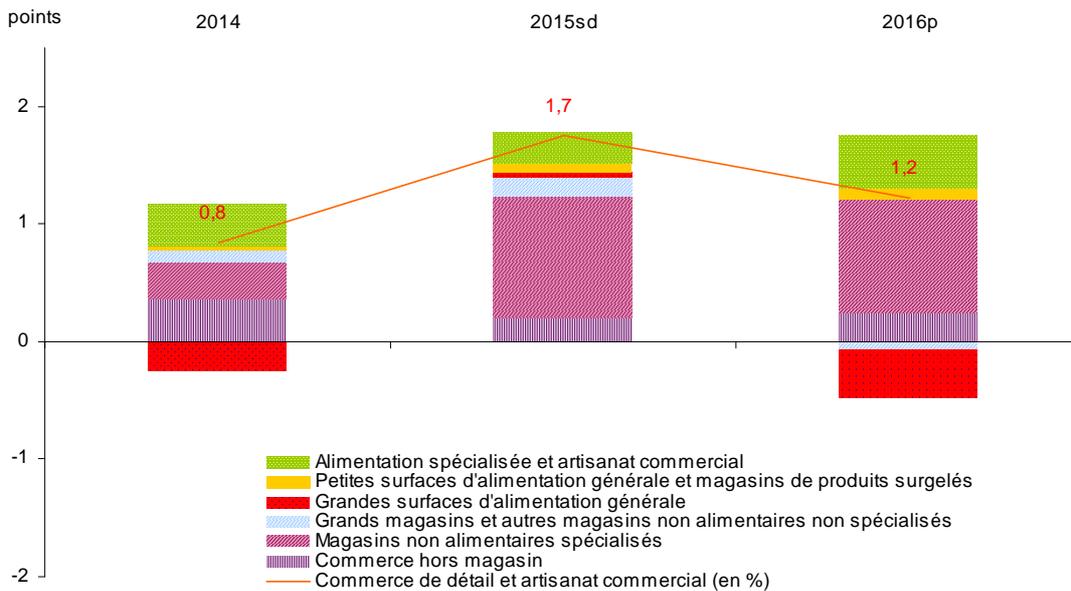
¹ voir chapitre II page 38 pour la définition du grand commerce

Graphique 5 : Ventes du commerce de détail, évolutions en 2015 et 2016



Source : Insee, Comptes du commerce

Graphique 6 : Ventes du commerce de détail, contributions à l'évolution en volume



(p) provisoire (sd) semi-définitif

Source : Insee, comptes du commerce.

Répartition de la consommation commercialisable par produit de 2000 à 2016

Les **produits alimentaires** représentent le tiers de la consommation commercialisable² des ménages en 2016. Leur part a augmenté de 3 points de 2000 à 2016. Cet accroissement s'explique essentiellement par une augmentation des prix des denrées alimentaires plus soutenue que celle des produits manufacturés sur la période. En gommant le mouvement des prix, la part des dépenses en viandes et poissons et en boissons aurait reculé. Le poids des dépenses en fruits et légumes serait inchangé.

Au sein des **produits non alimentaires**, la part des dépenses de produits pharmaceutiques et d'articles médicaux s'est accrue de 1 point en valeur. La croissance de ces dépenses a néanmoins été contenue par la baisse des prix des produits de santé, encadrés en partie par les pouvoirs publics.

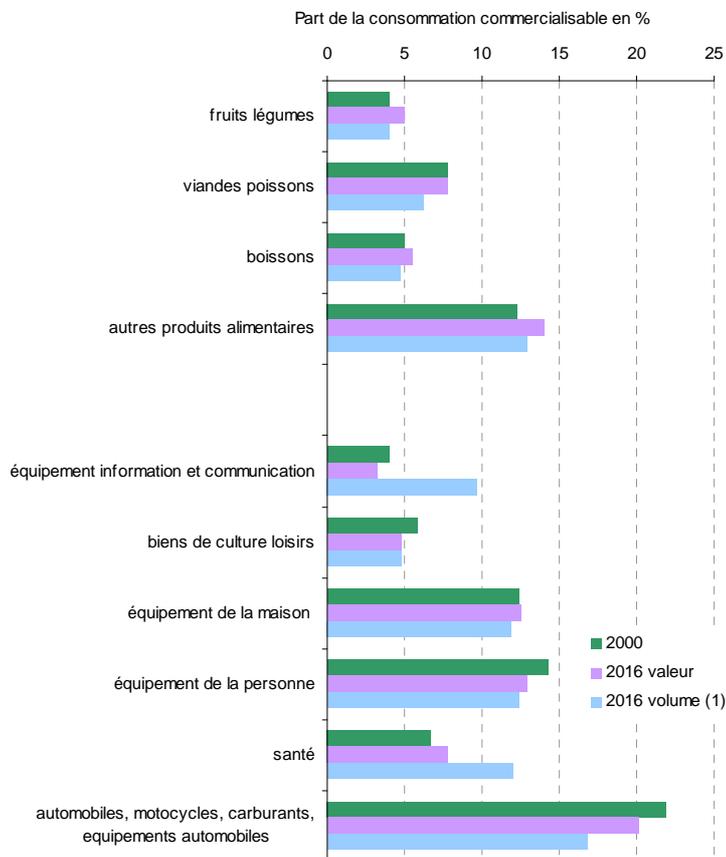
A l'opposé, la part de la consommation dédiée aux produits automobiles se contracte fortement de 2000 à 2016, malgré une progression des prix sur la période plus marquée que celle des autres produits. L'embellie du marché automobile en 2015 et 2016 n'efface pas plusieurs années de crise.

En seize ans, la part consacrée aux biens de loisirs et à l'équipement de la personne s'est également érodée.

Enfin, la part des biens d'équipement de la maison est stable. S'agissant de l'équipement informatique, de télécommunication, vidéo et audio, la baisse

marquée des prix des produits commercialisés l'emporte légèrement sur la croissance en volume.

Graphique 7 : Ventilation de la consommation commercialisable par produit



(1) au prix de l'année 2000

Source : Insee, comptes nationaux

² est une partie de la consommation des ménages. Elle comprend les produits vendus aux ménages par le commerce et les activités de réparation associées. Sont donc exclus les dépenses d'eau, de gaz naturel et d'électricité, ainsi que les services consommés par les ménages tels que les transports, la location immobilière, les services financiers, les services récréatifs et de soins personnels, l'éducation, l'action sociale...

1.3 - La reprise de l'activité du commerce et de la réparation d'automobiles s'amplifie

La situation du commerce et de la réparation d'automobiles s'améliore nettement en 2016 en France comme dans l'ensemble des pays européens. Les ventes s'accroissent en volume avec une amplitude inédite depuis 1994. En 2016, les ventes du commerce et de la réparation d'automobiles augmentent en valeur de 6,5 % pour atteindre 117 milliards d'euros. Alors qu'ils progressaient en 2014 et en 2015, les prix diminuent légèrement en 2016, tirés à la baisse par les équipements automobiles, les véhicules et les carburants³. Les prix des services de réparation, où le coût de la main d'œuvre est prépondérant, continuent de progresser légèrement.

Le dynamisme de l'activité est imputable aux ventes du commerce automobile, qui contribue pour 5,4 points à la croissance d'ensemble du secteur. Les immatriculations de véhicules utilitaires légers bondissent (+ 8,1 % en moyenne annuelle) tandis que celles de voitures particulières neuves continuent d'augmenter sensiblement (+ 5,2 %)⁴, après avoir déjà crû fortement en 2015 (+ 6,8 %). Les ventes sont particulièrement bien orientées sur le segment des véhicules de gamme supérieure et des véhicules de luxe⁵. Les véhicules diesel restent majoritaires dans les ventes mais leur part recule assez nettement en 2016. Comme en 2015, les constructeurs de groupes étrangers tirent davantage parti de la progression des ventes de voitures particulières neuves, leur part de marché atteint 46,5 % (+ 0,7 point).

³ le poids des carburants est faible dans les ventes de l'entretien réparation (garagistes) mais les prix baissent fortement

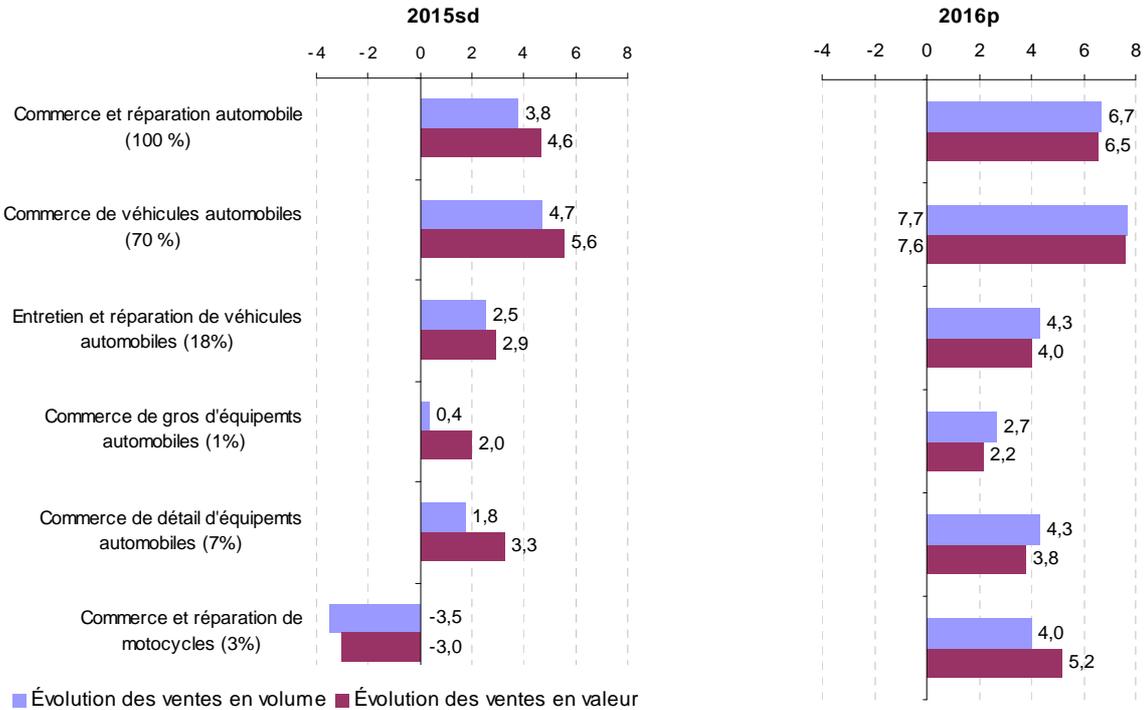
⁴ selon le service de la donnée et des études statistiques (Sdes) du ministère de la transition écologique et solidaire

⁵ CCFA, comité des constructeurs français d'automobiles

En 2016, les ventes d'entretien-réparation augmentent en volume pour la deuxième année consécutive. Les ventes du commerce de détail d'équipements automobiles sont également en hausse, comme les années précédentes.

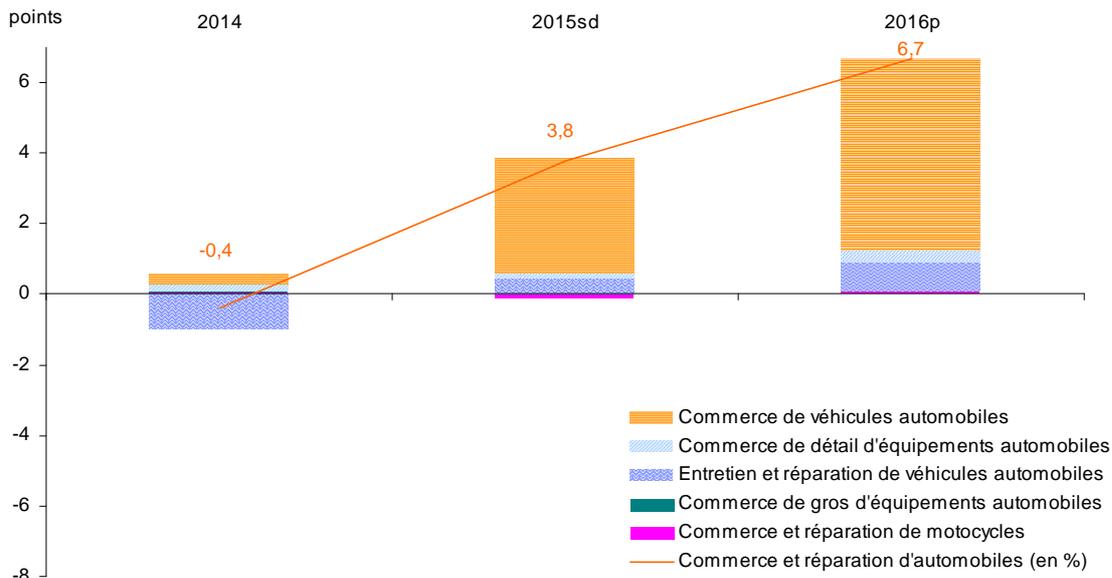
Les ventes de motos progressent fortement. Les consommateurs anticipent leurs achats en fin d'année pour éviter le durcissement de la norme sur les émissions polluantes des motos commercialisés après le 1^{er} janvier 2017. Les immatriculations de motos progressent de 5,3 % en moyenne annuelle, avec un pic en fin d'année : les immatriculations de décembre 2016 sont 1,7 fois plus importantes que celles enregistrées en décembre 2015.

Graphique 8 : Ventes du commerce et réparation d'automobiles, évolutions en 2015 et 2016



Source : Insee, Comptes du commerce

Graphique 9 : Ventes du commerce et de la réparation d'automobiles, contributions à l'évolution en volume



(p) provisoire (sd) semi-définitif

Source : Insee, comptes du commerce.

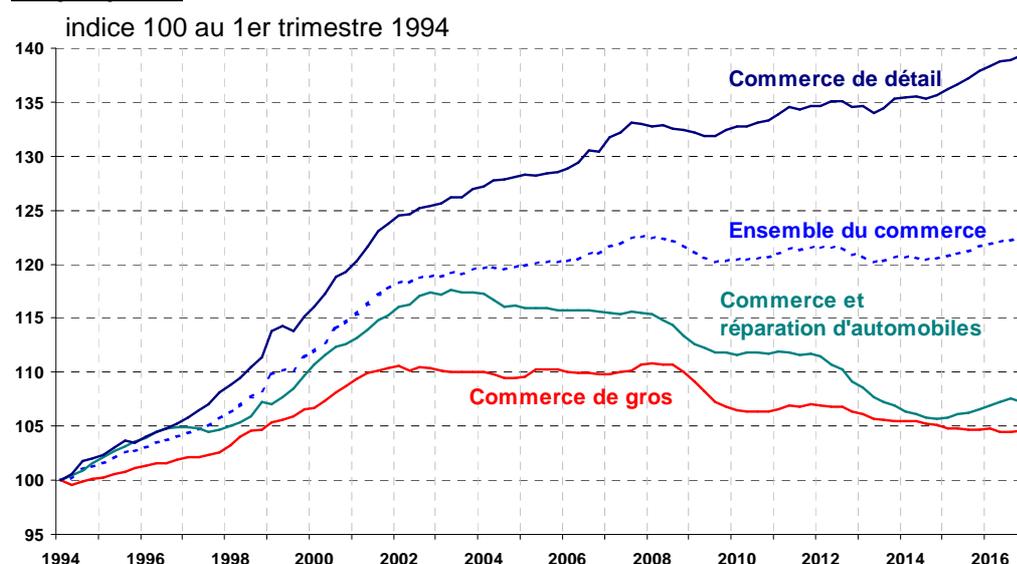
2 - L'emploi salarié progresse à nouveau dans les secteurs commerciaux

Trois millions de salariés travaillent dans le commerce, ils représentent 19 % des salariés des secteurs principalement marchands. Au nombre de 440 milliers, les non-salariés sont davantage représentés dans l'artisanat commercial, le commerce de détail et le commerce et la réparation d'automobiles que dans le commerce de gros.

Les effectifs salariés augmentent en 2016 dans les secteurs commerciaux, à un rythme un peu moins soutenu que dans le tertiaire marchand dans son ensemble (+ 0,7 % contre + 1,4 %). La croissance est tirée par le commerce de détail et dans une moindre mesure par le commerce et la réparation automobile, alors que l'emploi salarié continue de fléchir dans le commerce de gros.

Le recours à l'intérim progresse nettement dans les secteurs du commerce en 2016.

Graphique 10 : Effectif salarié trimestriel dans les secteurs du commerce



Champ : France métropolitaine

Source : Insee, estimations d'emploi

3 - Baisse des créations d'entreprises dans le commerce

En 2016, 99 300 entreprises commerciales, y compris artisanat commercial, ont été créées en France. Ces créations représentent 18 % de celles de l'économie française. Leur nombre reste élevé, bien qu'il diminue tendanciellement depuis 2011. En 2016, il diminue légèrement dans les secteurs commerciaux (- 0,7 %) alors qu'il augmente dans l'ensemble de l'économie (+ 5,5 %).

Ce résultat s'explique par la baisse des immatriculations de micro-entrepreneurs, surreprésentés dans les secteurs commerciaux, en particulier dans le commerce de détail. Réformé fin 2014, ce régime est moins attractif que le précédent régime de l'auto-entrepreneur. Compensant quasiment la baisse liée aux micro-entrepreneurs, les créations réalisées sous d'autres régimes augmentent fortement, en particulier sous la forme d'entreprises individuelles ou de sociétés par actions simplifiées.

Tableau 1 : Évolution des créations de sociétés et d'entreprises individuelles (en %)

Secteurs	2012	2013	2014	2015	2016	Nombre de créations en 2016
Commerce de gros	- 5,3	- 3,6	- 2,1	- 13,1	- 2,3	
Commerce de détail	- 3,6	- 2,7	- 5,2	- 0,6	2,4	22 200
Commerce et réparation d'automobiles	12,8	3,1	4,9	- 4,9	1,2	16 400
Commerce	- 2,8	- 2,5	- 1,7	- 9,3	- 0,7	97 100
Artisanat commercial	- 0,3	6,0	6,0	- 6,7	- 0,8	2 200
Commerce et artisanat commercial	- 2,7	- 2,3	- 1,6	- 9,2	- 0,7	99 300
Ensemble de l'économie française	0,0	- 2,1	2,3	- 4,7	5,5	554 000

(1) y compris micro-entrepreneurs

Source : Insee, répertoire des entreprises et des établissements (Sirene)

CHAPITRE I : LE COMMERCE DE GROS

En 2016, les ventes du commerce de gros, intermédiaires compris, s'élèvent à 730 milliards d'euros. Quasi stable en valeur, l'activité accélère légèrement en volume (+ 2,0 % après + 1,4 % en 2015).

Les prix conservent une tendance baissière (- 1,7 % en 2016 et - 7,2 % depuis 2012), plus affirmée chez les grossistes en produits agricoles bruts et les autres grossistes spécialisés. Les prix des commerces de gros de produits alimentaires (+ 0,3 %) et d'équipements industriels (+ 0,2 %) sont les seuls à résister. La baisse des prix est néanmoins un peu moins sensible en 2016 qu'au cours des deux années précédentes.

Les ventes en volume des commerces de gros d'équipements de l'information et de la communication, de biens domestiques et des intermédiaires du commerce sont les plus dynamiques (respectivement + 4,5 %, + 2,9 % et + 2,7 %), même si les ventes ralentissent pour les intermédiaires. A l'inverse, les ventes des grossistes en produits agricoles bruts se replient (- 1,8 %).

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.

1 - Produits agricoles bruts : ventes en retrait, prix en baisse

En 2016, le recul de la production céréalière combinée à une baisse des prix conduit à un recul très marqué des ventes dans le commerce de gros de produits agricoles bruts en valeur (- 7,3 %). En volume les ventes diminuent de 1,8 %. Les prix du secteur ont baissé de plus de 20 % depuis 2012.

En recul en Asie, au Proche et Moyen Orient, les exportations de produits agricoles bruts perdent 8,9 % en valeur en 2016⁶.

Le secteur des produits agricoles bruts est essentiellement composé des grossistes en céréales et en animaux sur pieds. 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 2016, les ventes des grossistes en **céréales et aliments pour bétail** accentuent leur repli en volume (- 2,3 %) et plus encore en valeur (- 9,3 %).

D'une part, le faible ensoleillement et les fortes pluies du printemps ont détérioré la qualité des grains et réduit la production céréalière de 25 % en 2016. D'autre part, l'importance des stocks mondiaux et les bonnes récoltes anticipées en Russie et aux États-Unis ont dégradé les cours des céréales⁵.

Au premier rang des produits agricoles bruts exportés, les céréales subissent ainsi la faible qualité de la récolte de 2016 et la forte concurrence internationale. Les exportations de blé tendre baissent aux Pays-Bas, en Algérie, en Égypte et dans certains pays asiatiques. Principal client d'orge en 2015, la Chine se détourne du marché français, pendant que les exportations de maïs diminuent dans l'Union Européenne⁷.

▪ Autres produits agricoles bruts quasi stables en volume

En 2016, les ventes en gros des **autres produits agricoles bruts** sont quasi stables en volume (+ 0,1 %) et se replient légèrement en valeur (- 0,7 %). Les ventes des grossistes en *animaux vivants* résistent en volume (+ 1,0 %), tandis que celles des grossistes en *fleurs et plantes* compensent leur retrait en volume (- 4,8 %) par une hausse des prix. Enfin, les grossistes en *peaux et cuirs* connaissent une baisse de leurs ventes d'environ 13 % en volume et en valeur.

⁶ Commerce extérieur, Résultats 2016, février 2017

⁷ Agreste Conjoncture, Commerce extérieur, février 2017

2 - Produits alimentaires : ventes en hausse

L'année 2016 est favorable aux grossistes en **produits alimentaires**, dont les ventes augmentent en volume (+ 1,5 %) et en valeur (+ 1,9 %). Déjà en croissance en 2015, les prix de gros des fruits et légumes sont les plus dynamiques du secteur (+ 6,8 %, après + 2,8 %). Viennent ensuite les prix des poissons, crustacés et mollusques (+ 3,8 %, après + 1,0 %). À l'inverse, les prix des produits laitiers, œufs et matières grasses restent en recul (- 3,1 %, après - 1,6 %).

Les exportations des industries agroalimentaires sont globalement stables : la progression des ventes de boissons alcoolisées (eaux de vie et alcools) compense le repli des exportations de produits laitiers et de viandes de volaille⁸. Par ailleurs, la consommation des ménages en produits alimentaires augmente modérément (+ 1,2 %).

▪ **Boissons encore en progression malgré de mauvaises conditions climatiques**

La croissance des ventes des grossistes en **boissons** se prolonge en 2016 en volume (+ 2,2 %) et en valeur (+ 2,0 %).

Pourtant, à cause de mauvaises conditions climatiques, la récolte viticole de 2016 est estimée à 43,4 millions d'hectolitres, soit 10 % de moins qu'en 2015. Les exportations de vins reculent de nouveau en volume (- 3 %) mais restent en croissance en valeur⁹. En retrait vers l'Union Européenne, elles augmentent vers les pays tiers, notamment la Chine et les États-Unis¹⁰.

▪ **Produits frais globalement en hausse mais en repli pour les volailles et les viandes de boucherie**

Après une année 2015 quasi stable, les ventes des grossistes en **produits frais** augmentent en 2016 (+ 0,7 % en volume et + 1,7 % en valeur).

La croissance des ventes des grossistes en *fruits et légumes* fléchit en volume (+ 0,6 %) mais confirme son dynamisme en valeur (+ 7,4 %). La fraîcheur et les intempéries du printemps ont limité la production des fruits d'été et freiné la consommation des premiers légumes. Par la suite, la montée des températures estivales a relancé la production et la consommation. Globalement, la baisse de la production explique la hausse des prix des fruits et légumes en 2016⁹.

Les grossistes en *poissons et crustacés* profitent également de prix en hausse qui permettent à leurs ventes d'accélérer en valeur (+ 4,6 %). La consommation des ménages en poissons frais est stable. L'augmentation du prix du saumon entraîne un report des achats vers les poissons issus des pêches et des élevages français. Légèrement en retrait en volume, les exportations de produits aquatiques gagnent 5 % en valeur¹¹.

À l'inverse, les ventes des grossistes en *volailles et gibiers* repartent à la baisse (- 1,7 % en volume et - 1,4 % en valeur). La crise aviaire a conduit à une baisse des exportations de volailles¹².

Les ventes des grossistes en *viandes de boucherie* reculent de nouveau (- 1,3 % en volume et - 1,2 % en valeur). Pour autant, la production de bovins a légèrement progressé sur les neuf premiers mois de 2016 par rapport à 2015⁹.

L'évolution des ventes des grossistes en *produits laitiers et œufs* redevient positive en volume (+ 1,1 %) mais recule en valeur (- 2,1 %). Pénalisée par des prix en retrait, la collecte de lait de vache diminue sur les neuf premiers mois de 2016 par rapport à 2015, tout comme la production d'œufs de consommation⁹.

▪ **Reprise des autres produits alimentaires**

En 2016, l'activité des grossistes en **autres produits alimentaires** est favorablement orientée en volume (+ 2,3 %) et en valeur (+ 2,1 %).

La croissance des ventes des grossistes en *café, thé, cacao et épices* reste élevée en volume (+ 8,9 %) et en valeur (+ 8,3 %). Après le recul important de 2015, les ventes des grossistes en *sucre, chocolat et confiserie* demeurent en baisse en volume (- 1,9 %) mais se stabilisent en valeur. Enfin, les ventes des grossistes en *produits surgelés* diminuent en volume (- 2,4 %) et en valeur (- 0,5 %).

⁸ Agreste Conjoncture, Commerce extérieur, février 2017

⁹ Agreste Conjoncture, Panorama, mars 2017

¹⁰ Agreste Conjoncture, Bilan conjoncturel 2016, décembre 2016

¹¹ FranceAgriMer, Données et bilans, Les filières pêche et aquaculture, Bilan 2016, janvier 2017

¹² Agreste Conjoncture, Aviculture, mars 2017

3 - Biens domestiques : ventes de nouveau en hausse

En 2016, les ventes accélèrent chez les grossistes en **biens domestiques**, en volume (+ 2,9 %) et en valeur (+ 2,2 %). En baisse tendancielle depuis au moins 2006¹³, les prix perdent 0,7 % en 2016.

▪ Produits pharmaceutiques en progression

Le dynamisme du commerce de gros de **produits pharmaceutiques** ne se dément pas (+ 4,3 % en volume). Les ventes augmentent en valeur (+ 1,9 %), malgré une baisse des prix.

Les exportations de ces produits augmentent légèrement, notamment vers l'Asie, alors que les importations se replient. L'excédent du secteur est au plus haut depuis 2013¹⁴.

▪ Autres biens domestiques toujours en croissance

Après une faible croissance en 2015, les ventes des grossistes en **autres biens domestiques** progressent en volume (+ 2,0 %) et en valeur (+ 2,4 %) en 2016. Dans l'ensemble de ces secteurs, les prix connaissent une évolution plus favorable que ceux des produits pharmaceutiques.

L'activité des grossistes en *horlogerie-bijouterie* est dynamique (+ 3,0 % en volume et + 3,2 % en valeur). Les exportations du secteur sont stables : l'augmentation des ventes à l'étranger dans la bijouterie-joaillerie compense la baisse des ventes dans l'horlogerie et la bijouterie fantaisie¹⁵. Le commerce de gros de *parfums et de produits de beauté* rebondit en volume (+ 1,8 %) et, plus encore, en valeur (+ 3,1 %). Les exportations du secteur, en hausse, sont tirées par la demande américaine et belge¹⁵.

De même, les grossistes en *habillement* bénéficient d'une croissance de leurs ventes en volume (+ 3,5 %) et en valeur (+ 2,2 %). Les ventes sont orientées à la baisse dans le *textile* (- 0,6 % en volume et - 0,1 % en valeur). La consommation des ménages en *textile, habillement et cuir* perd, quant à elle, 0,7 % en volume et 0,9 % en valeur en 2016. S'agissant des échanges extérieurs, les exportations de l'industrie de l'habillement vers l'Europe et du textile hors Europe augmentent nettement¹⁶.

Les ventes du commerce de gros d'*électroménager* progressent en volume (+ 3,6 %) et en valeur (+ 2,6 %). À l'inverse, les grossistes en *meubles, tapis et appareils d'éclairage* pâtissent d'une baisse de leurs ventes en volume (- 1,0 %) et en valeur (- 0,7 %). La consommation des ménages en biens d'équipement du logement est en progression de 1,9 %.

4 - Reprise dans les équipements de l'information et de la communication

En 2016, les ventes des équipements de l'information et de la communication repartent à la hausse en volume (+ 4,5 %). Grâce à la quasi-stabilité des prix, les ventes progressent également nettement en valeur (+ 4,2 %).

Le secteur est soutenu par le dynamisme des grossistes en *ordinateurs, équipements informatiques périphériques et logiciels*, dont les ventes gagnent 6,3 % en volume et 6,7 % en valeur.

L'activité du commerce de gros des *composants et équipements électroniques et de télécommunication* est moins favorable, bien que les ventes augmentent en volume (+ 1,2 %). En recul, les ventes en valeur semblent toutefois se stabiliser (- 0,4 % en 2016, après trois années de baisses plus marquées).

5 - Autres équipements industriels : augmentation des ventes

Dans ce secteur, 75 % des ventes concernent des **équipements industriels** liés à la production, 20 % 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 2016, le secteur est en croissance : les ventes augmentent en volume (+ 1,4 %) et en valeur (+ 1,6 %).

¹³ Le calcul d'un indice de prix dans le commerce de gros n'est réalisé que depuis l'année 2006

¹⁴ Commerce extérieur, Résultats 2016, février 2017

¹⁵ Ecostat, Comité Francéclat, Production française d'horlogerie-bijouterie, Résultats 2016, février 2017

¹⁶ Commerce extérieur, Résultats 2016, février 2017

▪ Équipements de bureau en hausse et matériel électrique quasi stable

L'activité des grossistes en *équipements de bureau* demeure en croissance en 2016. Portées par le dynamisme du commerce de gros de *mobilier de bureau*, les ventes du secteur progressent en volume (+ 1,9 %) et en valeur (+ 1,7 %). Les ventes des grossistes en *matériel électrique* se stabilisent par ailleurs (+ 0,2 % en volume et - 0,2 % en valeur).

▪ Autres équipements en hausse sauf pour le matériel agricole

En 2016, les ventes des grossistes en *autres biens d'équipement* accélèrent légèrement en volume (+ 1,7 %) et en valeur (+ 2,1 %). Les prix de gros de ces équipements augmentent de manière continue depuis 2010 (+ 7,1 % sur la période).

Au sein des *autres biens d'équipement*, l'activité des grossistes en *machines-outils* est la plus dynamique (+ 10,1 % en volume et en valeur). Viennent ensuite le commerce de gros de *machines pour l'industrie textile et l'habillement* (+ 9,6 % en volume et + 7,9 % en valeur) et le commerce de gros de *machines pour l'extraction, la construction et le génie civil* (+ 6,0 % en volume et + 6,9 % en valeur). Ce dernier est sans doute tiré par la nette hausse du nombre de logements mis en chantier augmente nettement sur l'ensemble de l'année (+ 10,4 %)¹⁷. La conjoncture est également favorable aux locaux non résidentiels, dont la surface des mises en chantier progresse de 6,2 %¹⁸.

L'évolution des ventes est une nouvelle fois positive pour les grossistes en *fournitures et équipements industriels divers* (+ 2,7 % en volume et + 3,2 % en valeur) et en *fournitures et équipements divers pour le commerce et les services* (+ 2,9 % en volume et + 3,1 % en valeur).

En revanche, la baisse des ventes des grossistes en *matériel agricole* s'accroît (- 2,7 % en volume et - 2,6 % en valeur). En effet, le volume de la production de machines agricoles diminue de 5 % en moyenne en 2016. Les exportations d'agroéquipements gagnent, quant à elles, 3,3 %¹⁹.

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

En 2016, la reprise des ventes des **autres commerces de gros spécialisés** (biens intermédiaires et combustibles) se confirme (+ 1,7 % en volume). En baisse depuis 2012, les prix tirent à la baisse les ventes en valeur (- 3,2 %).

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

▪ Prix des combustibles et des produits annexes en forte baisse

En 2016, les ventes des grossistes en *combustibles et produits annexes* diminuent en volume (- 1,1 %) et surtout en valeur (- 8,7 %), du fait du recul des prix.

Les prix moyens à l'importation du pétrole brut et des produits raffinés chutent respectivement de 20,5 % et 17,9 % en moyenne sur l'année²⁰.

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

Les ventes des grossistes en *produits pour l'installation de l'habitat et la construction* rebondissent légèrement (+ 1,9 % en volume et + 1,5 % en valeur). Le commerce de gros de *bois et de matériaux de construction*, qui rassemble plus la moitié de ces ventes, renoue en effet avec la croissance (+ 1,4 % en volume et + 1,1 % en valeur).

En outre, la reprise de l'activité de construction de logements neufs se consolide en 2016. Tiré par le dynamisme des logements collectifs, le nombre d'autorisations de construire et de logements mis en chantier augmente nettement par rapport à 2015 (respectivement + 14,2 % et + 10,4 %)¹⁶.

¹⁷ Commissariat général au développement durable, Construction de logement, Résultats à fin décembre 2016

¹⁸ Commissariat général au développement durable, Construction de locaux, Résultats à fin décembre 2016

¹⁹ AXEMA, Rapport économique 2016

²⁰ Commissariat général au développement durable, Note de conjoncture énergétique janvier 2017

▪ Croissance en volume et retrait en valeur des autres produits intermédiaires

En 2016, les ventes en volume des autres grossistes en biens intermédiaires profitent d'une conjoncture favorable (+ 4,6 %) mais la forte diminution des prix entraîne un retrait des ventes en valeur (- 3,2 %). Ainsi, l'accélération du volume des ventes de *produits chimiques* (+ 8,9 %) et le redressement des ventes de *minerais et métaux* (+ 1,8 %) sont affectés en valeur par un recul des prix.

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 2016, les prix des produits métalliques importés et commercialisés par les grossistes sont globalement en baisse. Bien que les cours du zinc et du minerai de fer augmentent à nouveau (respectivement + 8,2 % et + 4,1 %), ceux du nickel, du cuivre et des métaux et minerais non ferreux sont orientés à la baisse (respectivement - 18,9 %, - 9,6 % et - 4,1 %).

7 - Intermédiaires : ventes en progression, prix en recul

En 2016, l'activité des **intermédiaires du commerce** ralentit (+ 2,7 %, après + 4,4 %), tandis que leurs ventes sont quasi stables en valeur (+ 0,3 %).

Les ventes des grossistes des *centrales d'achat alimentaires* enregistrent une nouvelle hausse en volume (+ 1,2 %) et en valeur (+ 1,8 %).

Parmi les centrales d'achat non alimentaires, les *centrales d'achat de carburant* s'inscrivent dans un marché aux contraintes et aux logiques spécifiques. Elles connaissent les baisses de prix les plus marquées en 2016. Nettement en hausse en volume (+ 6,1 %), les ventes de ces grossistes diminuent en valeur comme en 2015 (- 2,1 %).

La situation des autres centrales d'achat non alimentaires s'améliore : leurs ventes progressent en volume (+ 2,7 %) et en valeur (+ 1,6 %).

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

Les intermédiaires mettent en rapport acheteurs et vendeurs, et exécutent des opérations commerciales pour le compte d'un tiers sans être eux-mêmes propriétaires des marchandises. Leur chiffre d'affaires se compose de commissions et de ventes de marchandises. Les centrales d'achat vendent principalement des marchandises (plus de 80% de leur chiffre d'affaires en moyenne) alors que les autres intermédiaires facturent davantage de services commerciaux.

Les ventes des intermédiaires, autres que les centrales d'achat, ralentissent en volume (+ 0,7 %) et diminuent en valeur (- 1,3 %). Dans ce secteur, l'augmentation du volume des ventes des *intermédiaires en combustibles, métaux, minéraux et produits chimiques* (+ 6,3 %) contraste avec le repli des ventes des *intermédiaires en machines, équipements industriels* (- 7,5 %) et des *autres intermédiaires en denrées, boissons et tabac* (- 4,3 %).

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 et de 2016, estimés, s'appuient sur les résultats définitifs 2014 et ont été obtenus à partir des indices de chiffres d'affaires rénovés calculés par l'Insee²¹.

Les évolutions présentées pour 2015 et 2016 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. 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)

		2012	2013	2014	2015	2016
Rapport de juin 2017	en valeur	+2,4	-1,5	-1,0	-0,8 (sd)	+0,2 (p)
	en volume	+0,0	-1,1	+1,1	+0,8 (sd)	+1,9 (p)
Rapport de décembre 2016	en valeur	+2,4	-1,5	-1,0 (def)	-0,8 (p)	
	en volume	+0,0	-1,1	+1,1 (def)	+0,7 (p)	
Rapport de juillet 2016	en valeur	+2,4	-1,5	-1,3 (sd)	-0,9 (p)	
	en volume	+0,0	-1,1	+0,8 (sd)	+0,6 (p)	
Rapport de décembre 2015	en valeur	+2,4	-1,5 (def)	-1,7 (p)		
	en volume	+0,0	-1,1 (def)	+0,3 (p)		
Rapport de juin 2015	en valeur	+2,4	-0,2 (sd)	-1,7 (p)		
	en volume	+0,0	+0,1 (sd)	+0,3 (p)		
Rapport de décembre 2014	en valeur	+2,4 (def)	-0,2 (p)			
	en volume	+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

²¹ http://www.insee.fr/fr/indicateurs/ind53/20160331/ICA_demographie-entreprises.pdf

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

Secteurs	Évolution en volume (en %)			Évolution en valeur (en %)			Montant en Md€ 2016p
	2014	2015sd	2016p	2014	2015sd	2016p	
C.G. de produits agricoles bruts	0,3	0,5	- 1,8	- 7,0	- 1,2	- 7,3	57,6
- céréales, tabac non manufacturé, semences et aliments pour le bétail	- 0,7	- 0,3	- 2,3	- 8,7	- 1,9	- 9,3	43,7
- autres produits (1)	4,1	3,4	0,1	- 0,2	1,2	- 0,7	13,9
C.G. de produits alimentaires, de boissons et de tabac	5,8	0,5	1,5	4,2	0,3	1,9	132,8
- produits frais (2)	4,9	0,1	0,7	2,6	0,2	1,7	61,1
- boissons (alcoolisées ou non)	0,8	2,7	2,2	2,5	3,9	2,0	25,6
- autres produits (3)	9,9	- 0,2	2,3	7,3	- 1,4	2,1	46,1
C.G. de biens domestiques	4,4	1,1	2,9	3,4	0,4	2,2	146,4
- produits pharmaceutiques	6,3	2,4	4,3	3,0	0,1	1,9	59,7
- autres produits (4)	3,0	0,2	2,0	3,7	0,6	2,4	86,6
C.G d'équipements de l'information et de la communication	2,9	- 0,1	4,5	- 0,1	1,0	4,2	42,7
- ordinateurs, équipements informatiques périphériques et logiciels	4,7	0,4	6,3	2,1	2,0	6,7	28,5
- composants et équipements électroniques et télécommunication	- 0,1	- 0,9	1,2	- 3,8	- 0,7	- 0,4	14,2
C.G. d'autres équipements industriels	- 3,6	0,5	1,4	- 3,4	1,0	1,6	84,5
- équipements de bureau (5)	- 7,7	3,3	1,9	- 7,1	2,2	1,7	4,1
- matériel électrique	- 3,7	- 1,7	0,2	- 4,9	- 1,3	- 0,2	16,9
- autres équipements (6)	- 3,3	0,9	1,7	- 2,7	1,6	2,1	63,5
Autres C.G. spécialisés	- 4,7	0,8	1,7	- 7,0	- 5,8	- 3,2	119,5
- combustibles et produits annexes	- 8,6	3,4	- 1,1	- 13,7	- 12,4	- 8,7	36,7
- produits pour l'installation de l'habitat et de la construction (7)	- 2,5	- 0,5	1,9	- 1,9	- 1,3	1,5	48,3
- autres produits (8)	- 2,3	- 0,8	4,6	- 4,2	- 3,4	- 3,2	34,5
Commerce de gros hors intermédiaires (9)	1,1	0,8	1,9	- 1,0	- 0,8	0,2	607,9
Intermédiaires du commerce	4,0	4,4	2,7	1,2	- 0,9	0,3	121,8
dont centrales d'achats	4,0	4,2	3,0	1,1	- 1,5	0,6	105,2
Commerce de gros et intermédiaires	1,6	1,4	2,0	- 0,6	- 0,8	0,2	729,8

(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, (sd) semi-définitif

Source : Insee – Comptes du commerce

CHAPITRE II : LE COMMERCE DE DÉTAIL

En 2016, 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 497,8 milliards d'euros.

L'activité du commerce de détail reste bien orientée (+1,2 % après + 1,7 % en 2015). Néanmoins, en raison d'une baisse persistante des prix, les ventes n'augmentent que de 0,7 % en valeur.

Le commerce hors magasin continue de se développer plus vite que le commerce traditionnel (+ 3,9 % en volume). Sa croissance est tirée par l'essor de la vente à distance.

Les ventes du **commerce à dominante alimentaire** n'augmentent que de 0,2 % en volume. Cette atonie s'explique par la baisse de l'activité des grandes surfaces alimentaires alors que le dynamisme des ventes des petites surfaces alimentaires et de l'alimentaire spécialisé ne se dément pas.

Dans les **magasins non alimentaires**, l'augmentation des ventes de 2,0 % en volume est tirée par les détaillants en technologies de l'information et de la communication (+ 6,5 % en 2016) pour la quatrième année consécutive, et, dans une moindre mesure, par les détaillants spécialisés en équipement du foyer. En valeur, la croissance du commerce non alimentaire est beaucoup plus contenue qu'en volume (+1,0 % en 2016), en raison notamment de la baisse des prix des carburants (- 4,4 %).

1 - Petit commerce alimentaire : ventes en hausse

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.

▪ L'alimentation spécialisée et l'artisanat commercial se développent

En 2016 et pour la troisième année consécutive, les ventes progressent nettement dans le secteur de **l'alimentation spécialisée et de l'artisanat commercial** (+ 4,6 % en volume). Elles augmentent en valeur de 5,2 %. La hausse des prix des denrées alimentaires s'accroît en 2016 après avoir légèrement rebondi en 2015 (+ 0,6 % après + 0,4 % en 2015 et - 0,7 % en 2014).

Le **commerce de détail de fruits et légumes** est particulièrement dynamique : ses ventes augmentent de 7,0 % en volume, malgré l'augmentation des prix liée à des conditions météorologiques défavorables à la culture fruitière et maraîchère. Les ventes des primeurs s'accroissent de 9,9 % en valeur.

Les ventes en boulangeries sont également florissantes (+ 5,6 % en volume).

A l'inverse, les ventes en **bougeries charcuteries** progressent plus modérément (+ 1,0 % en volume et + 1,4 % en valeur) et l'activité des **commerces de poissons, crustacés et mollusques** fléchit de 1,5 % en volume (+ 2,8% en valeur). Les **débitants de tabac** connaissent une légère hausse de leur activité (+ 0,9 % en volume et + 1,1 % en valeur).

▪ Des ventes très dynamiques pour les commerces d'alimentation générale

Comme l'année précédente, les ventes des épiceries et petites surfaces alimentaires non spécialisées continuent de croître rapidement en 2016 (+ 2,9 % en volume et + 3,3 % en valeur). Leur dynamisme s'explique par l'expansion des **commerces d'alimentation générale** (+ 6,3 % en volume), tandis que les ventes en **commerce de détail de produits surgelés** sont stables (+ 0,2 % en volume).

2 - Baisse des ventes pour les grandes surfaces alimentaires (GSA)

Les ventes des grandes surfaces d'alimentation générale (GSA) diminuent de 1,2 % en volume et de 1,3 % en valeur en 2016. La baisse est plus marquée pour les supermarchés que pour les hypermarchés. D'après l'enquête mensuelle sur l'activité des grandes surfaces alimentaires (Emagsa), les ventes de produits alimentaires diminuent de 0,4 % en valeur dans les supermarchés alors qu'elles augmentent en hypermarchés (+ 1,1 %). Les ventes non alimentaires déclinent dans les deux formes de ventes, elles sont entraînées à la baisse par le repli des ventes de carburants, dont les prix diminuent à nouveau en 2016. Depuis 2011, les GSA tendent à perdre du terrain par rapport aux autres formes de vente de commerce alimentaire. Alors qu'elles réalisaient 33 % des ventes du commerce de détail et de l'artisanat commercial, hors automobile, cette part n'est plus que de 31 % en 2016 (voir la partie sur les formes de ventes). Parmi elles, les ventes des hypermarchés représentent 58 % de l'ensemble des GSA, celles des supermarchés 40 % (la part des ventes des magasins multi-commerces est de 1,7 %).

3 - Une année difficile pour les grands magasins

En 2016, les ventes en volume réalisées par le commerce non alimentaire non spécialisé sont en repli de 3,5 %. Cette baisse est imputable aux **grands magasins**, surtout implantés à Paris et dans les grandes villes (- 8,1 % en volume et - 7,9 % en valeur). La fréquentation des grands magasins a été affectée par les attentats de 2015 et 2016. Les touristes étrangers y représentent une clientèle importante et sont moins nombreux en 2016, en particulier en Ile de France.

Les **autres commerces non alimentaires non spécialisés** (magasins de type « bazar ») connaissent une forte augmentation du volume de leurs ventes, mais moins importante qu'en 2015 (+ 6,5 % en 2016 après + 8,0 % en 2015). Leurs ventes progressent de 6,6 % en valeur en 2016 après + 7,9 % en 2015.

4 - Progression de l'activité dans le commerce non alimentaire spécialisé

Les ventes des secteurs du commerce non alimentaire spécialisé (y compris carburant et pharmacie) croissent en volume (+ 2,2 % en 2016 après + 2,4 % en 2015). Selon les secteurs, les évolutions sont contrastées.

- **Léger ralentissement pour les détaillants en technologies de l'information 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.

Les ventes en volume progressent à un rythme soutenu en 2016 mais ralentissent (+ 6,5 % après + 7,7 % en 2015). Les ventes du **commerce de matériel audio et vidéo accélèrent** (+ 8,0 % en volume après + 2,5 % en 2015). Les ventes de téléviseurs sont favorisées par le passage à la TNT-HD et l'Euro de football. Les ventes des barres de son, des enceintes multiroom et des enceintes Bluetooth restent bien orientées²².

Pour la deuxième année consécutive, le dynamisme des ventes d'**ordinateurs, d'unités périphériques et de logiciels** s'infléchit légèrement. Après avoir crû en volume de 8,9 % en 2015, les ventes augmentent de 6,5 % en 2016. Selon l'institut GfK, les ventes de PC de bureau, d'imprimantes à jet d'encre, de clés USB et de tablettes de petite taille diminuent.

Les ventes du secteur du **matériel de télécommunication ralentissent nettement** : elles augmentent de 4,7 % en volume après 7,8 % en 2015²³. Elles diminuent de 2,5 % en valeur, en raison de la baisse du prix des téléphones à qualité constante.

- **Reprise confirmée 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. Pour la deuxième année consécutive, les ventes augmentent (+ 3,8 % en 2016 après + 2,0 % en 2015).

²² ²³ GfK « Bilan des biens techniques en 2016 – présentation du 1^{er} février 2017

Le commerce d'**appareils électroménagers** est le seul secteur de l'équipement du foyer dont les ventes progressent régulièrement depuis 2011. En 2016, les ventes bondissent de 10,7 % en volume et de 7,1 % en valeur. Le petit électroménager connaît une croissance ininterrompue depuis dix ans. Selon le GIFAM, en 2016, le marché est porté par des produits innovants d'entretien des sols, de beauté et de bien-être. Les ventes de gros électroménager sont favorisées par la reprise de la construction de logements neufs, qui stimule l'équipement des ménages en biens durables. Les lave-linge, les sèche linge et les fours électriques sont les produits les plus vendus²⁴.

En difficulté depuis 2011, le secteur du commerce de **meubles** voit ses ventes accélérer (+ 4,0 % en 2016 après + 1,1 % en 2015 en volume). Cette reprise concerne l'ensemble des produits vendus exception faite des meubles de salles de bains, selon GfK. Comme en 2015, les achats des consommateurs se portent avant tout sur les pièces à vivre. Ainsi, les produits comme la literie, le meuble de cuisine, les canapés, fauteuils sont les principaux moteurs du marché du meuble²⁵.

Dans le commerce de **textiles**, les ventes repartent à la hausse (+ 1,8 % en volume) après avoir diminué tous les ans depuis 2009.

Dans le secteur du **bricolage**, les ventes en petites quincailleries et surtout les ventes en grandes surfaces augmentent peu (respectivement + 1,7 % et + 0,6 % en volume).

L'activité stagne dans les commerces spécialisés dans les **revêtements de sols et murs** (+ 0,2 % en volume en 2016).

- **Les ventes de biens culturels et de loisirs sont bien orientées**

L'activité des **magasins dans le secteur culturel et récréatif** progresse avec des ventes en hausse de 2,1 % en volume et de 3,0 % en valeur. L'activité bénéficie des bons résultats de la vente **d'articles de sport** (+ 3,0 % en volume et + 3,6 % en valeur).

La situation se dégrade, en revanche, pour le **commerce de livres en magasin spécialisé**. Les ventes continuent de fléchir (- 2,1 % en volume en 2016 après - 3,0 % en 2015). Les librairies doivent faire face à la concurrence croissante de la vente de livres sur internet. En outre, le développement du marché du livre numérique se poursuit (17 % des Français pratiqueraient la lecture numérique gratuite²⁶). Les ouvrages d'informatique, de bricolage ou encore, les plans de ville et les dictionnaires sont les plus durement touchés²⁷ par cette concurrence. Le marché du livre jeunesse reste dynamique, il est notamment porté par le succès des albums²⁸.

Depuis 2013, la vente **de jeux et jouets** fléchit (- 2,8 % en volume et - 1,7 % en valeur). Les peluches, les activités créatives et artistiques, les jeux et puzzles ainsi que les jeux de construction sont les jouets les plus vendus²⁹.

- **Stagnation des ventes au détail de carburants en volume**

En 2016, les ventes de carburants stagnent en volume (- 0,1 %) et enregistrent une forte diminution en valeur (- 4,3 %) en raison d'un nouveau recul des prix. La baisse des prix des carburants vendus au détail s'atténue néanmoins en 2016 (- 4,4 % après - 9,2 % en 2015).

- **Progression des ventes de la pharmacie et de l'optique**

En 2016, l'activité des **autres commerces de détail en magasin spécialisé** augmente de 1,6 % en volume et reste stable en valeur (+ 0,4 %). Sa croissance en volume est tirée par les secteurs de la pharmacie et de l'optique.

En effet, les ventes des **commerces de produits pharmaceutiques et d'articles médicaux et orthopédiques** progressent toujours à un rythme soutenu en volume (+ 4,2 %). En valeur, les ventes n'augmentent de 1,3 %, en raison de la baisse du prix des médicaments.

La croissance du secteur de l'optique (+ 3,0 % en volume) est surtout alimentée par les ventes des verres correcteurs, selon GfK³⁰.

²⁴ GIFAM « Groupement Interprofessionnel des Fabricants d'Appareils d'Équipement Ménager » - communiqué du 31 janvier 2017

²⁵ FNAEM « Fédération française du Négoce de l'Ameublement et de l'Équipement de la Maison »

²⁶ GfK « Bilan du marché du livre en 2016 »

²⁷ GfK « Bilan du marché du livre en 2016 »

²⁸ GfK « Bilan du marché du livre en 2016 »

²⁹ LSA_Bilan du jouet 2016

L'activité du commerce d'équipements de la personne en magasin spécialisé (habillement, parfumerie, bijouterie...) marque le pas en 2016. L'activité des détaillants de l'**habillement-chaussure** est principalement affectée : elle baisse en volume de 2,3 % dans l'habillement et de 2,4 % dans la chaussure. Les neuf premiers mois de l'année 2016 ont été particulièrement difficiles pour les détaillants de prêt à porter en raison d'une météo défavorable : le printemps pluvieux et les températures très douces du mois de septembre ont incité les consommateurs à différer leurs achats. En outre, les ventes en magasin souffriraient de l'impact des attentats sur le shopping et le tourisme, selon l'Institut français de la mode (IFM).

Les ventes du commerce d'**horlogerie et de bijouterie** baissent en volume de 4,8 % et de 3,2 % en valeur. Le marché de l'horlogerie est en repli et, en bijouterie, seul le bijou en argent tirerait son épingle du jeu³¹.

Les ventes du commerce de détail de la **maroquinerie et des articles de voyage** diminuent légèrement (- 0,8 % en volume et + 0,2 % en valeur) après avoir connu une année 2015 particulièrement favorable (+ 8,1 % en volume et + 8,9 % en valeur).

Enfin, le secteur de la **parfumerie et des produits de beauté** perd un peu de ressort. Les ventes progressent de 3,1 % en volume en 2016 après avoir augmenté de 4,2 % en 2015. En valeur, la progression des ventes est de 2,5 % après 3,3 % en 2015.

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 augmente de 3,9 % en 2016 après + 3,2 % en volume en 2015. En valeur, les ventes augmentent de 3,6 % après + 2,3 % en 2015.

En 2016, l'activité du **commerce sur éventaire ou marché** fléchit de 0,8 % en volume mais augmente de 0,6 % en valeur.

Le dynamisme de la **vente à distance et les autres formes de commerce hors magasin** se renforce : les ventes augmentent de 5,1 % en volume et de 4,3 % en valeur. En volume, les ventes à distance sur catalogue spécialisé progressent davantage (+ 6,4 %) que celles sur catalogue général (+ 4,9 %). La progression du e-commerce (sur catalogue général ou spécialisé) l'emporte sur le déclin des formes traditionnelles de vente à distance.

Selon la Fevad³², l'essor du multi-canal ne se dément pas, qu'il s'agisse du « click and drive », du « click and collect » ou du « click and reserve ». Le drive étend sa place dans les achats du quotidien.

Les ventes à domicile (+ 4,8 % en volume) et les ventes par automate et autres formes de vente (+ 1,9 %) sont également bien orientées.

6 - Les parts de marché par forme de ventes

En 2016, l'ensemble du commerce de détail et de l'artisanat à caractère commercial réalise un peu moins de 88 % des ventes de produits commercialisables hors ventes d'automobiles³³. Le secteur du commerce et de la réparation automobile vend 6 % du montant de ces produits (équipements automobiles). Les grossistes, producteurs et prestataires de services vendent le complément (6 % du total des ventes au détail de produits commercialisables hors automobile), lors de ventes directes aux particuliers à titre accessoire. Un point de part de marché représente, toutes taxes comprises, un peu plus de 5,6 milliards d'euros en 2016.

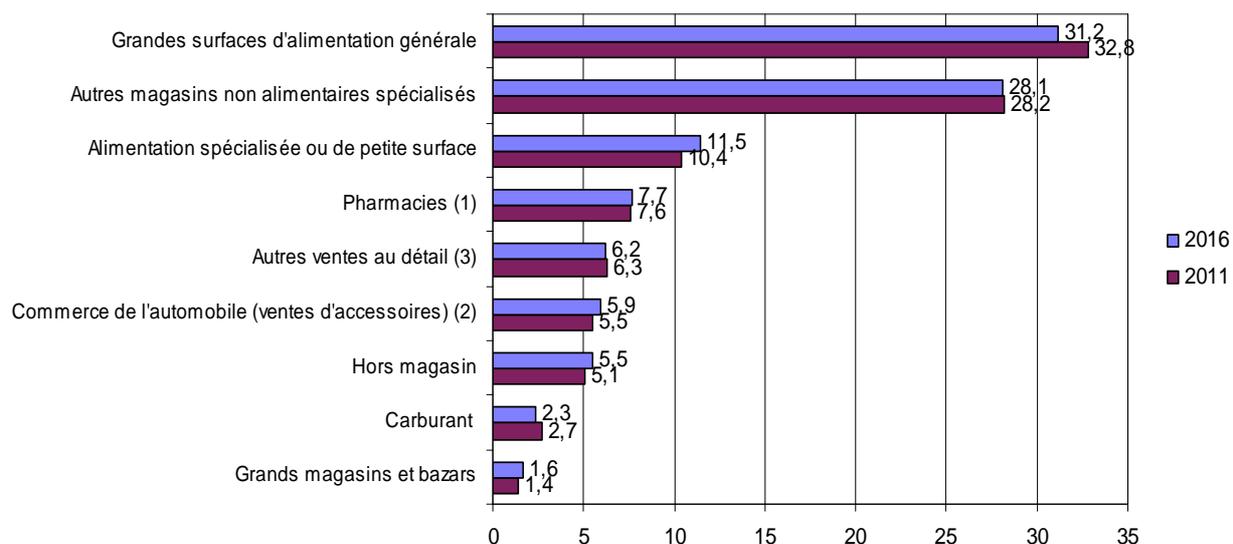
³⁰ GfK « Le marché de l'optique en 2016 », mars 2017

³¹ Comité Francéclat – Chiffres clés 2016

³² FEVAD « Fédération e-commerce et vente à distance – bilan 2016 »

³³ Par convention, l'analyse des parts de marché porte sur les *ventes au détail TTC* de produits commercialisables hors ventes de véhicules, caravanes, remorques, neufs ou d'occasion, et hors entretien et réparation de véhicules, mais y compris produits liés à l'automobile. Les produits liés à l'automobile comprennent les pièces détachées et les pneumatiques, même dans le cas où ils sont montés par les réparateurs, ainsi que les carburants et lubrifiants.

Graphique 1 : Parts de marché en 2011 et 2016 - Ensemble des produits commercialisables hors véhicules automobiles (en %)



Source : Insee - Comptes du commerce

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

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

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

Pour l'ensemble des produits commercialisables (hors véhicules automobiles), les parts de marché évoluent peu en 2016, excepté pour les **grandes surfaces d'alimentation générale** qui perdent 0,6 point par rapport à 2015 pour s'établir à 31,2 %. 1,6 point a été perdu depuis le niveau élevé qu'elles ont atteint en 2011.

A l'inverse, celle des **commerces alimentaires spécialisés et des petites surfaces** est en hausse et s'établit à 11,5 %.

Les **commerces non alimentaires spécialisés hors pharmacie** vendent 38,1 % du montant des produits du commerce de détail et de l'artisanat à caractère commercial. Les pharmacies en réalisent 7,7 %. La part du commerce et réparation automobile gagne 0,3 point par rapport à 2015 et s'établit à 5,9 %.

6.1 - Produits alimentaires

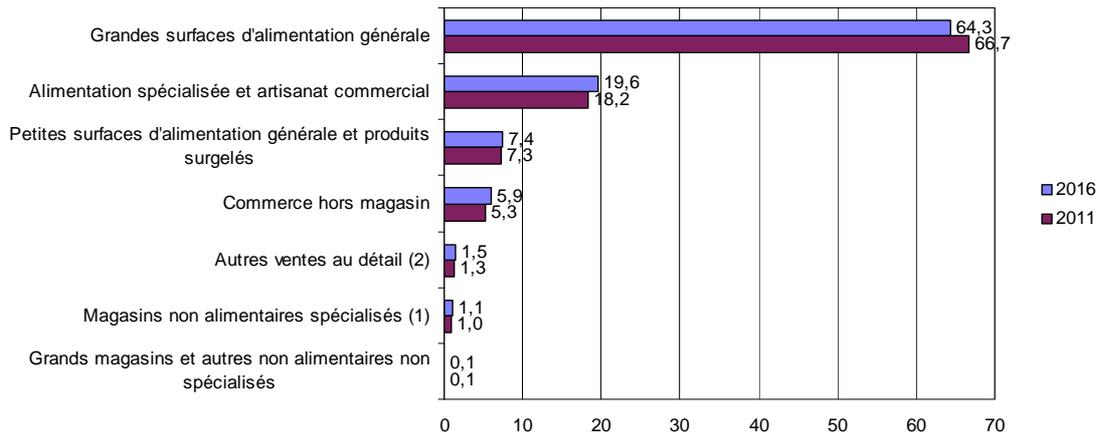
Les **grandes surfaces** d'alimentation générale³⁴ commercialisent près des deux tiers des ventes de produits alimentaires hors tabac. En 2016, leur part de marché sur ces produits s'élève à 64,3 %, en recul de 1,2 point par rapport à 2015 et de 2,4 points par rapport à 2011.

La part des **petites surfaces alimentaires** (supérettes, alimentations générales, commerces de surgelés) reste quasi stable depuis 2011 et s'établit à 7,4 % en 2016. Celle des **commerces alimentaires spécialisés**, y compris l'artisanat commercial, s'élève à 19,6 % en 2016, en hausse de 1,4 point par rapport à 2011.

Les **ventes hors magasin** de produits alimentaires représentent 5,9 % des ventes totales de produits alimentaires en 2016, en augmentation de 0,6 point par rapport à 2011.

³⁴ Les grandes surfaces d'alimentation générale comprennent les supermarchés, les magasins multi-commerces et les hypermarchés. Les magasins dits de hard-discount ne constituent pas une catégorie particulière dans les nomenclatures. Ils sont classés selon leur superficie en supérettes (moins de 1/3 d'entre eux) ou en supermarchés.

Graphique 2 : Parts de marché en 2011 et 2016 - Produits alimentaires hors tabac (en %)



Source : Insee - Comptes du commerce

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

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

6.2 - Produits non alimentaires

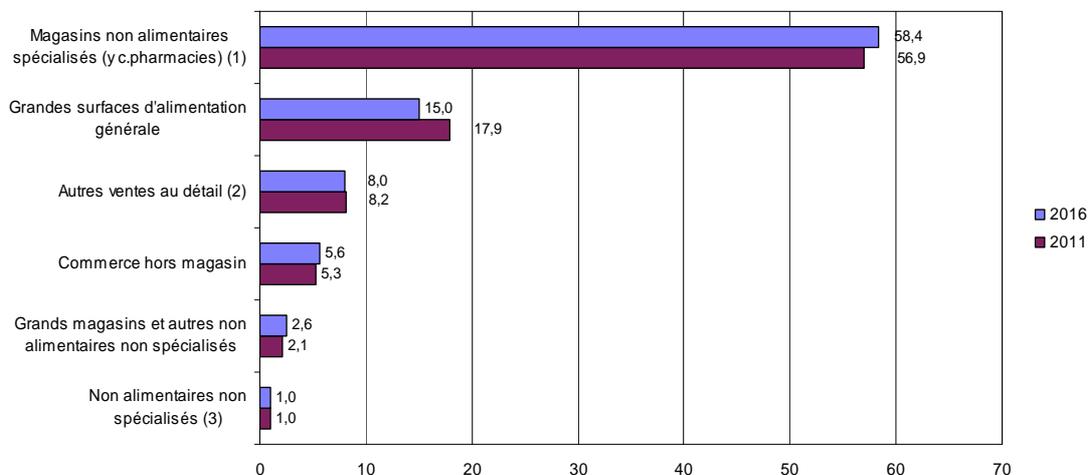
En 2016, le **commerce non alimentaire spécialisé** représente 58,4 % du marché des produits non alimentaires. Si on exclut les commerces de carburant et les pharmacies, la part du commerce non alimentaire spécialisé est de 42,7 %. Le développement de l'activité de ces commerces s'explique notamment par l'expansion des grandes surfaces spécialisées (la nomenclature ne permettant pas de les isoler directement, elles sont abordées avec une méthodologie différente dans la partie sur le grand commerce non alimentaire spécialisé).

La part de marché des **grandes surfaces d'alimentation** pour les produits non alimentaires s'élève à 15,0 %, en net recul par rapport aux années précédentes. Cette forme de vente a perdu 2,9 points de parts de marché depuis 2011.

La part de marché des **grands magasins** pour les produits non alimentaires est stable par rapport à 2015. Elle a augmenté de 0,5 point par rapport à 2011 pour s'établir à 2,6 % en 2016.

Celle de la **vente à distance**, principale composante du commerce hors magasins s'établit à 4,6 %, en augmentation de 0,3 point par rapport à 2015. Cette part est encore modérée. La percée des ventes sur internet compense à peine le déclin de la vente par correspondance. La vente sur éventaires et marchés ainsi que les autres formes de commerce hors magasin se partagent, à parts égales, 1 % de la part de marché de la vente à distance.

Graphique 3 : Parts de marché en 2011 et 2016 - Produits non alimentaires y compris produits énergétiques et liés à l'automobile, hors véhicules automobiles (en %)



Source : Insee - Comptes du commerce

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

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

(3) Alimentation spécialisée, artisanat commercial et petites surfaces d'alimentation générale

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€ 2016p
	2014	2015sd	2016p	2014	2015sd	2016p	
Alimentation spécialisée et artisanat commercial (1)	3,6	2,6	4,6	4,4	3,2	5,2	48,9
boulangeries-pâtisseries	4,1	3,4	5,6	4,1	3,9	5,8	14,5
boucheries-charcuteries	- 5,9	0,3	1,0	- 5,3	0,6	1,4	8,6
autres magasins d'alimentation spécialisée	7,2	3,0	5,3	8,6	3,7	6,1	25,8
Petites surfaces d'alimentation générale et magasins de produits surgelés	1,2	2,7	2,9	0,2	2,6	3,3	16,0
Grandes surfaces d'alimentation générale	- 0,7	0,1	- 1,2	- 1,8	- 1,0	- 1,3	176,6
Commerce alimentaire en magasin	0,2	0,7	0,2	- 0,6	0,0	0,2	241,5
Grands magasins et autres magasins non alimentaires non spécialisés	5,0	8,9	- 3,5	4,6	8,5	- 3,3	9,3
Magasins non alimentaires spécialisés (y.c. pharmacie)	0,7	2,4	2,2	- 0,9	0,1	1,0	215,9
carburants	- 7,4	0,7	- 0,1	- 10,6	- 8,3	- 4,3	13,2
technologies de l'information et de la communication	7,4	7,7	6,5	- 1,3	1,1	1,2	8,8
équipement du foyer	- 1,3	2,0	3,8	- 2,6	1,1	3,2	49,1
culture, loisirs	- 2,9	3,1	2,1	- 1,6	3,1	3,0	24,6
Autres commerces de détail en magasins spécialisés	3,0	2,2	1,6	1,4	0,1	0,4	120,2
habillement-chaussure	2,1	- 0,2	- 2,3	2,0	- 1,0	- 2,6	35,6
autres équipements de la personne	1,0	4,8	0,8	- 0,1	4,3	0,8	20,1
pharmacies, articles médicaux et orthopédiques	5,3	3,8	4,2	2,1	- 0,1	1,3	43,4
autres magasins spécialisés	1,4	0,9	3,7	0,2	- 1,6	3,4	21,0
Commerce non alimentaire en magasin	0,9	2,7	2,0	- 0,7	0,4	0,8	225,2
Commerce hors magasin	5,9	3,2	3,9	4,1	2,3	3,6	31,2
commerces sur éventaire ou marché	7,2	1,8	- 0,8	5,6	2,8	0,6	6,2
ventes à distance et autres formes de commerce	5,5	3,5	5,1	3,8	2,2	4,3	24,9
Commerce de détail et artisanat commercial	0,8	1,7	1,2	- 0,3	0,3	0,7	497,8
dont activités artisanales	3,6	2,9	4,8	3,8	3,4	5,1	16,2
dont commerce de détail (hors pharmacies) et artisanat commercial (2)	0,4	1,6	0,9	- 0,6	0,4	0,6	454,4

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 ; sd : semi définitif

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 : Passage du chiffre d'affaires du commerce de détail et du commerce et réparation automobile à la consommation commercialisable des ménages en 2016

en milliards d'euros TTC

Secteurs	a	b	c	d	e	f= a+b+c+d+e	g	h	i =f+g+h	j	k =i-j
Activités	Commerce d'alimentation spécialisée et de petite surface (1)	Grandes surfaces d'alimentation générale	Commerce non alimentaire non spécialisé	Commerce non alimentaire spécialisé	Commerce hors magasin	Total commerce de détail et artisanat	Commerce et réparation automobile	Ventes au détail des autres secteurs (2)	Total des ventes au détail (y.c. commerce automobile)	Correction (3)	Consommation commercialisable des ménages
Ventes au détail de marchandises (hors auto)											
Produits alimentaires	61,5	123,6	0,3	9,3	11,5	206,2	0,0	6,5	212,7	14,2	198,5
Produits non alimentaires	2,7	33,4	9,0	192,5	19,6	257,2	0,2	25,5	282,8	44,0	238,8
Produits liés à l'automobile	0,7	19,5	0,0	14,0	0,1	34,4	33,4	2,9	70,7	10,5	60,2
Total des ventes au détail (hors auto)	64,9	176,5	9,3	215,8	31,2	497,8	33,6	34,9	566,2	68,8	497,5
Vente et réparation automobile	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	82,9	3,2	86,2	32,9	53,3
Total des ventes au détail et des ventes et réparation automobile en forme de vente (4)	64,9	176,6	9,3	215,9	31,2	497,8	116,5	38,1	652,4	101,7	550,7
Valorisation des commissions en ventes - ventes des activités secondaires (restauration, réparation hors automobile, commerce de gros...) (5)	10,5	- 23,0	- 2,1	- 20,7	- 0,8	- 36,1	- 93,6				
Chiffre d'affaires en secteur d'entreprises (6)	54,5	199,6	11,4	236,5	32,0	533,9	210,1				

Source : Insee - Comptes du Commerce

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

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

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

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

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

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

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

Lecture :

a) Le **chiffre d'affaires total du commerce de détail et de l'artisanat** en secteur d'entreprise (colonne f), s'élève à 533,9 milliards d'euros. Pour obtenir les ventes, au chiffre d'affaires est ajoutée la valorisation des ventes de produits sur lesquelles les professionnels du commerce ne perçoivent que des commissions. Les ventes qui ne relèvent pas du commerce de détail (commerce de gros, ventes de services, ventes de biens) en sont déduites. Ensuite, les ventes en secteur d'entreprise sont transformées en ventes en secteur d'établissement (ou forme de vente) à l'aide d'une matrice de passage.

b) Les 116,5 milliards des *ventes et réparations du secteur du commerce et réparation automobile* et les 38,1 milliards de *ventes au détail des autres secteurs* sont ajoutés aux 497,8 milliards d'euros de *ventes au détail* des secteurs du commerce de détail et de l'artisanat commercial. On obtient ainsi l'ensemble des ventes au détail de tous les secteurs de l'économie, soit 652,4 milliards.

c) L'ensemble de la **consommation commercialisable**, de 550,7 milliards, s'obtient en retranchant à la totalité des 652,4 milliards d'euros de *ventes au détail réalisées par l'ensemble des secteurs de l'économie*, 101,7 milliards de ventes correspondant soit aux *achats effectués au détail par des utilisateurs professionnels*, soit à la *correction appliquée pour les biens existants*. Les biens d'occasion, en effet, ne sont comptabilisés en consommation des ménages que pour la seule valeur de la marge commerciale perçue par l'opérateur commercial.

Encadré 2 : Évaluation et 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. Les évolutions des ventes au détail présentées sur les années 2015 et 2016 sont provisoires. Elles sont issues de la version semi-définitive ou provisoire de la consommation commercialisable et des évolutions d'indices de chiffres d'affaires mensuels par secteur d'activité calculés par l'Insee à partir des déclarations des entreprises pour le paiement de la TVA. Les évolutions de 2014 sont définitives. Elles reprennent les chiffres d'affaires calculés par l'Insee à partir des déclarations fiscales des entreprises et de leur réponse à l'enquête sectorielle annuelle (ESA).

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

		2011	2012	2013	2014	2015	2016
Rapport de juin 2017 (base 2010)	en valeur	+ 3,4	+ 1,9	+ 0,0	- 0,3	+ 0,3 (sd)	+ 0,7 (p)
	en volume	+ 1,6	+ 0,0	- 0,1	+ 0,8	+ 1,7 (sd)	+ 1,2 (p)
Rapport de décembre 2016 (base 2010)	en valeur	+ 3,4	+ 1,9	+ 0,0	- 0,3 (def)	+ 0,4 (p)	
	en volume	+ 1,6	+ 0,0	- 0,1	+ 0,8 (def)	+ 1,8 (p)	
Rapport de juin 2016 (base 2010)	en valeur	+ 3,4	+ 1,9	+ 0,0	- 0,3 (sd)	+ 0,3 (p)	
	en volume	+ 1,6	+ 0,0	- 0,1	+ 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	- 0,2 (sd)	- 0,4 (p)		
	en volume	+ 1,6	+ 0,0	- 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

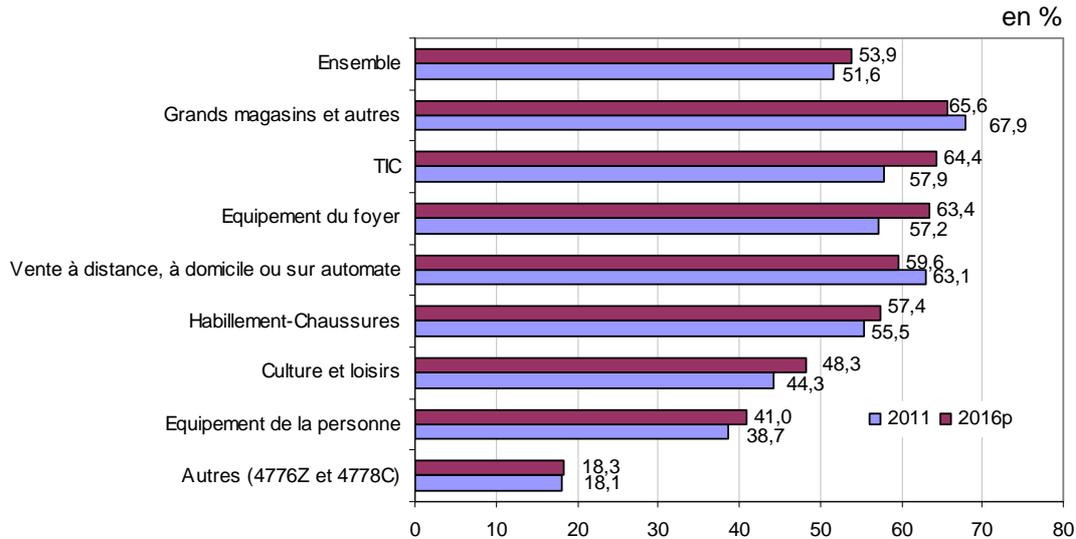
7 - L'activité du grand commerce non alimentaire spécialisé ralentit

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 vente³⁵). Les évolutions ne sont donc pas parfaitement comparables aux parties précédentes sur le commerce de détail.

Avec 94 milliards d'euros de chiffre d'affaires hors taxes, le grand commerce (voir encadré 3) représente un peu plus de la moitié de l'activité du commerce non alimentaire en magasin spécialisé. En 2016 l'activité du grand commerce ralentit. La progression des ventes en volume du grand commerce est comparable à celle de l'ensemble du commerce non alimentaire, alors qu'elle était plus rapide les années précédentes. Entre 2011 et 2016, la part de marché du grand commerce dans le commerce non alimentaire augmente, passant de 51,6 % à 53,9 %.

³⁵ 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.

Graphique 4 : Part du chiffre d'affaires H.T. du grand commerce au sens large en 2011 et 2016



Note de lecture : Le chiffre d'affaires des entreprises du grand commerce d'équipement du foyer équivaut à 63,4 % du chiffre d'affaire du secteur en 2016.

Source : Insee, Comptes du Commerce

Encadré 3 : Définition du grand commerce non alimentaire spécialisé

Le grand commerce non alimentaire spécialisé est défini³⁶ au sens strict comme l'ensemble des entreprises³⁷ 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 magasins, 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.

En 2016, le grand commerce gagne des parts de marché dans l'équipement du foyer, l'habillement-chaussure, les grands magasins et bazars et dans la vente hors magasin, éventaire et marché. Il est moins dynamique que les petites entreprises dans les autres secteurs, en particulier dans les équipements de la personne hors habillement-chaussure.

▪ **Technologies de l'Information et de la Communication (TIC) : moindre dynamisme du grand commerce en 2016**

Le grand commerce du secteur des TIC regroupe les grands magasins spécialisés dans la vente d'ordinateurs, d'équipements périphériques, d'équipements de télécommunication et de produits électroniques grand public. En 2016 les entreprises du grand commerce réalisent 64,4 % du chiffre d'affaires des TIC. La part du grand commerce a fortement augmenté par rapport à 2011 (57,9 %).

³⁶ Définition arrêtée par la Commission des comptes commerciaux de la nation en 1987, révisée en 1998

³⁷ 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 des TIC croît de 5,6 % en volume en 2016. Néanmoins, il augmente un peu moins vite que celui des petites entreprises du secteur alors que depuis plusieurs années les grandes entreprises avaient tendance à être les plus dynamiques. Cette forte croissance en volume s'accompagne d'une baisse des prix sur le marché de l'électronique grand public. En valeur, la hausse est faible (+ 0,9 %).

- **Équipement du foyer en expansion, surtout dans le grand commerce**

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 gagnent des parts de marché dans ce secteur depuis cinq ans : elles réalisent 63,4 % du chiffre d'affaires de l'équipement du foyer en 2016 contre 57,2 % en 2011.

En 2016, les ventes du grand commerce de l'équipement du foyer progressent fortement (+ 4,6 % en volume et + 4,8 % en valeur). Le secteur dans son ensemble est un peu moins dynamique (+ 3,7 % en volume et + 4,0 % en valeur).

- **Culture-loisirs en croissance dans le grand commerce comme dans l'ensemble du secteur**

En 2016, le grand commerce réalise 48,3 % 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 2016, le chiffre d'affaires du grand commerce en culture-loisirs augmente de + 1,7 % en volume et + 2,3 % en valeur. Dans l'ensemble du secteur, la progression des ventes est encore plus vive (+ 2,8 % en volume et + 3,4 % en valeur).

- **Habillement-chaussure stable pour les entreprises du grand commerce et en repli pour l'ensemble du secteur**

En 2016, les grandes enseignes de l'habillement-chaussure réalisent 57,4 % du chiffre d'affaires du secteur, en progression par rapport à 2011 (55,5 %).

En 2016, le chiffre d'affaires du grand commerce dans l'habillement-chaussure se stabilise (- 0,2 % en volume et + 0,1 % en valeur). Celui du secteur dans son ensemble est quant à lui en baisse (- 2,2 % en volume et - 1,9 % en valeur).

- **Équipement de la personne (hors habillement-chaussure) en baisse pour les entreprises du grand commerce et en hausse pour l'ensemble du secteur**

Dans le secteur de l'équipement de la personne, les entreprises du grand commerce représentent 41 % du chiffre d'affaires de l'ensemble du secteur en 2016. La part du grand commerce était moins importante en 2011 (38,7 %).

En 2016, 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) a légèrement baissé (- 0,6 % en volume et - 0,2 % en valeur), après une année de forte hausse. Dans le secteur dans son ensemble, la tendance est inverse : l'activité accélère.

- **Grands magasins et bazars en repli après une année de forte hausse**

En 2016, dans le commerce non alimentaire en magasin spécialisé, le secteur des grands magasins est celui où le grand commerce a le poids le plus élevé (65,6 %). La part du grand commerce a toutefois diminué par rapport à 2011 (67,9 %).

Le chiffre d'affaires du grand commerce diminue légèrement en 2016 aussi bien en volume (- 0,7 %) qu'en valeur (- 0,3 %) après une année 2015 en forte croissance (+ 9,1 % en volume et + 8,1 % en valeur). Dans le secteur dans son ensemble, la baisse de l'activité est plus importante (- 2,4 % en volume et - 2 % en valeur).

▪ **Commerce de détail hors magasins, éventaires ou marchés en forte progression**³⁸

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 2016, la part du chiffre d'affaires des entreprises du grand commerce s'élève à 59,6 % de l'ensemble du commerce hors magasin. Elle s'est réduite au cours des cinq dernières années (63,1 % en 2011). Avec les grands magasins, le commerce de détail hors magasin est l'un des rares secteurs où le grand commerce a perdu des parts de marché ces cinq dernières années.

Le chiffre d'affaires du grand commerce hors magasin spécialisé accélère vivement (+ 5,7 % en volume et + 5,6 % en valeur) en 2016, comme celui de l'ensemble des entreprises de ce secteur.

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€ 2016p
	2014	2015sd	2016p	2014	2015sd	2016p	
TIC	11,6	10,5	5,6	1,6	2,4	0,9	4,7
Équipement du foyer	1,5	2,7	4,6	1,0	2,6	4,8	31,0
Culture et loisirs	5,2	4,2	1,7	4,5	3,5	2,3	8,3
Habillement-chaussure	0,9	2,8	- 0,2	0,4	1,7	0,1	19,8
Équipement de la personne	0,9	7,7	- 0,6	- 0,2	7,8	- 0,2	7,5
Autres (4776Z et 4778C)	16,0	13,1	2,9	6,7	6,4	1,0	3,0
Grand commerce (sens strict)	3,4	4,6	2,5	1,3	3,1	2,3	74,3
Grands magasins et bazars	1,8	9,1	- 0,7	1,4	8,1	- 0,3	6,3
Hors magasin, éventaires ou marchés	1,6	2,7	5,7	0,8	2,3	5,6	13,6
Grand commerce (sens large)	3,0	4,7	2,8	1,3	3,3	2,6	94,2
TIC	7,6	9,6	6,0	- 2,1	1,6	1,3	7,3
Équipement du foyer	- 2,4	2,0	3,7	- 2,9	1,8	4,0	48,8
Culture et loisirs	- 0,9	4,3	2,8	- 1,7	3,5	3,4	17,2
Habillement-chaussure	2,2	0,6	- 2,2	1,7	- 0,4	- 1,9	34,5
Équipement de la personne	0,5	5,1	1,2	- 0,6	5,2	1,5	18,3
Autres (4776Z et 4778C)	13,8	9,4	9,5	4,7	3,0	7,5	16,4
Commerce non alimentaire spécialisé	1,5	3,5	2,5	- 0,5	2,0	2,3	142,5
Grands magasins et bazars	5,0	10,3	- 2,4	4,7	9,2	- 2,0	9,6
Hors magasin, éventaires ou marchés	4,8	3,1	5,5	4,0	2,7	5,4	22,8
Commerce à dominante non alimentaire	2,1	3,8	2,6	0,3	2,5	2,5	174,9

p : provisoire, sd : semi-définitif.

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

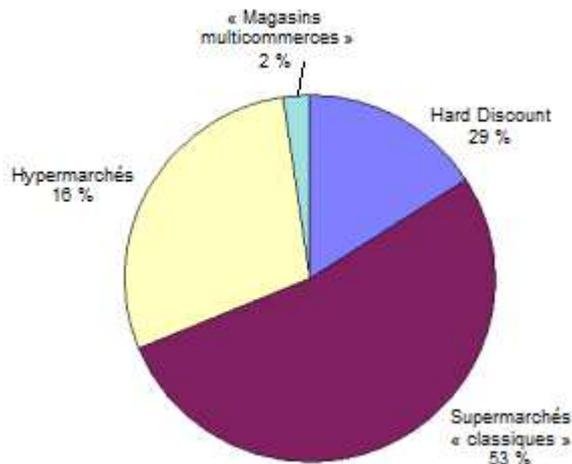
Source : Insee - Comptes du Commerce.

³⁸ 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.

8 - L'implantation des grandes surfaces en 2016

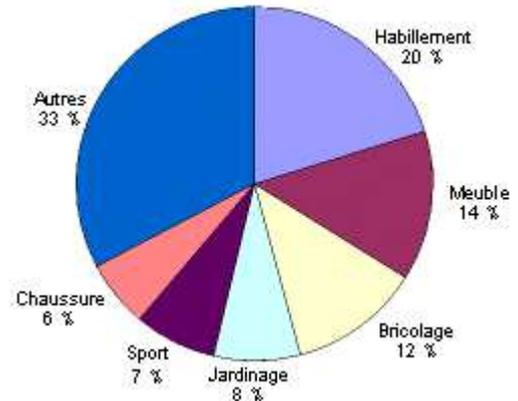
Les grandes surfaces sont les magasins dont la surface de vente est supérieure ou égale à 400 m². Les grandes surfaces alimentaires sont classées en 4 catégories, en fonction de leur surface de vente et de la part de leurs ventes en produits alimentaires : hypermarchés, supermarchés « classiques », hard discount et « magasins multicommerces ».

Graphique 5 : Répartition des grandes surfaces alimentaires (GSA)



Source : Insee - DGFip

Graphique 6 : Répartition des grandes surfaces non alimentaires (GSNA)

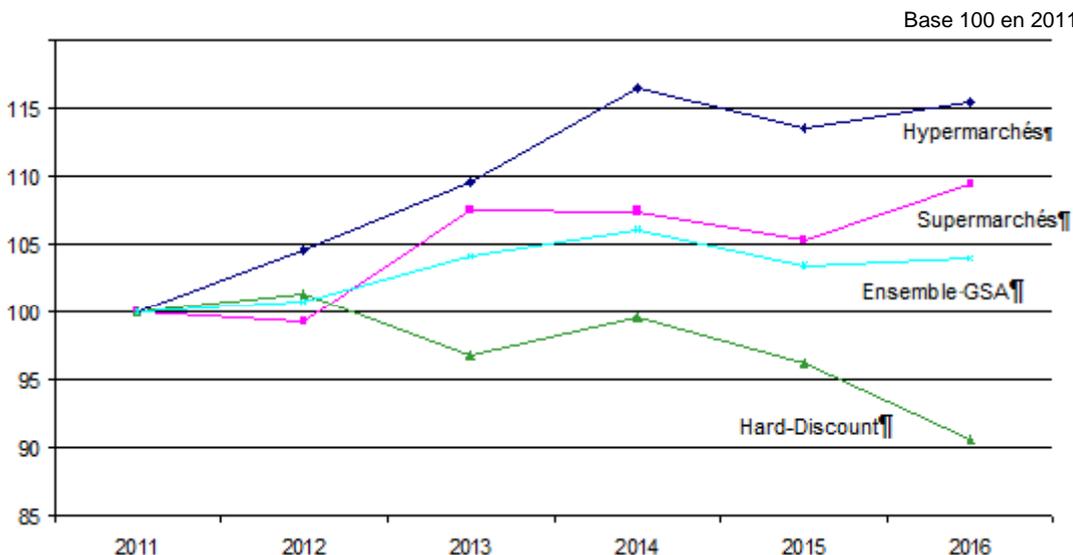


Source : Insee - DGFip

Au 1^{er} janvier 2016, on dénombre près de 13 000 grandes surfaces alimentaires en France. Leur nombre a augmenté de presque 4 % (environ 500 établissements) au cours des 5 dernières années. Les hypermarchés et les supermarchés « classiques » ont gagné respectivement 280 et 628 établissements tandis que les hard-discount en ont perdu 397. Les supermarchés représentent 53 % des grandes surfaces à prépondérance alimentaire en 2016.

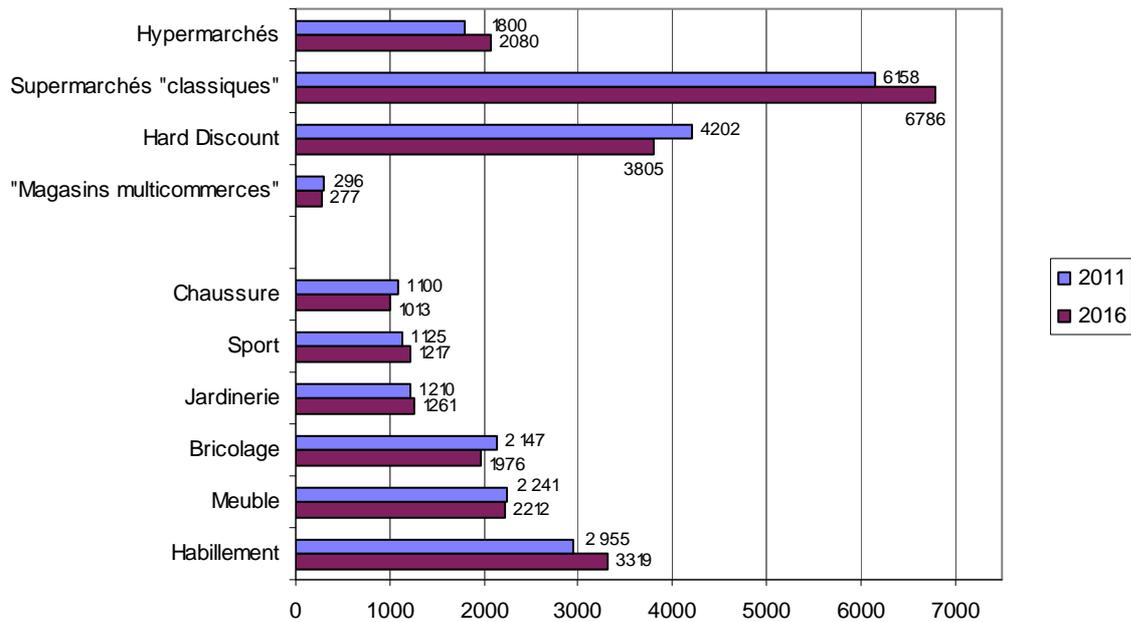
L'habillement, la chaussure, le sport, le bricolage, le jardinage et les meubles rassemblent les deux tiers des 16 000 grandes surfaces non alimentaires en France début 2016.

Graphique 7 : Évolution du nombre de grandes surfaces alimentaires entre début 2011 et début 2016



Source : Insee – Comptes du commerce

Graphique 8 : Nombre de grandes surfaces alimentaires et non alimentaires en 2011 et 2016

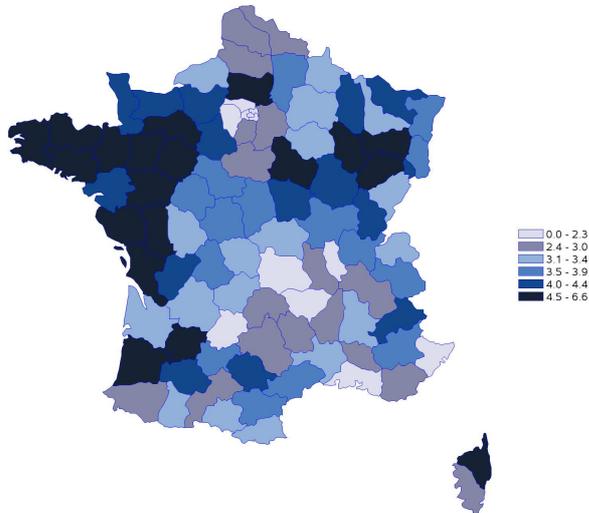


Source : Insee – Comptes du commerce

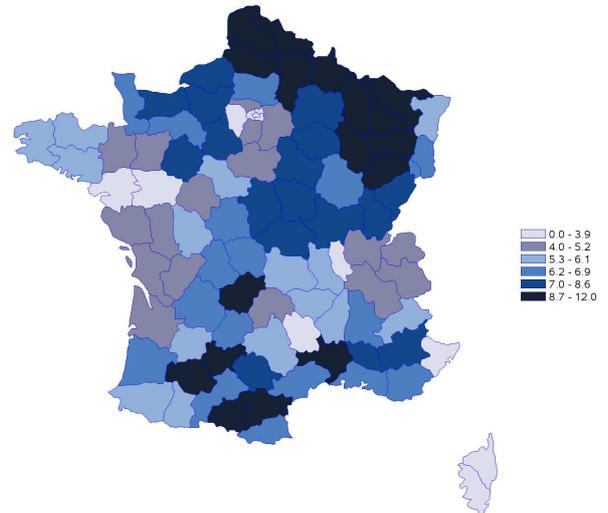
En France entière le nombre des grandes surfaces alimentaires pour 100 000 habitants est en moyenne de 3 hypermarchés, contre 10 supermarchés et environ 6 hard-discount. Les supermarchés se répartissent de manière assez homogène sur le territoire, contrairement aux hypermarchés, grandes surfaces de hard-discount et magasins multicommerces. La moitié des magasins multicommerces est située en Île-de-France. L'implantation des hard-discount reste toujours plus importante dans le Nord et l'Est de la France. En effet ils sont au nombre de 9 pour 100 000 habitants dans les régions du Grand-Est et des Hauts-de-France, contre 3 en Île-de-France. Ils sont quasi absents en Corse ou dans les départements d'Outre-Mer. Moins de 2 hypermarchés pour 100 000 habitants sont implantés en Île-de-France, contre plus de 5 en Bretagne.

Graphique 9 : Densité de grandes surfaces alimentaires et non alimentaires par département

Nombre d'hypermarchés pour 100 000 habitants

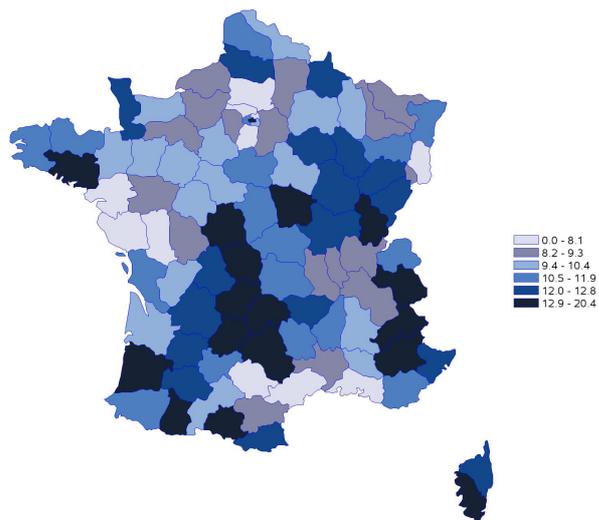


Nombre de hard-discount pour 100 000 habitants

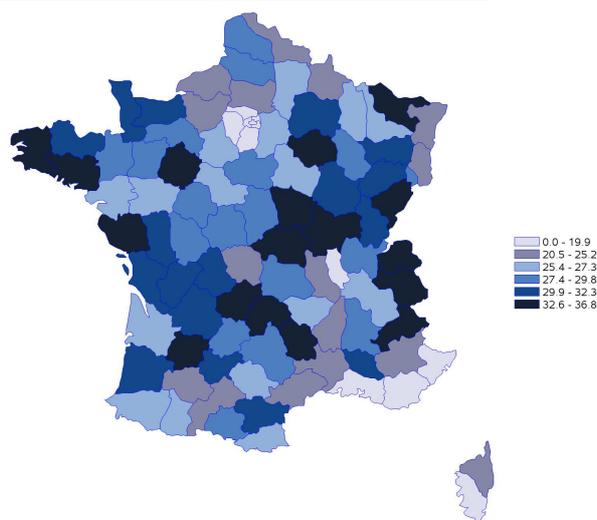


Source : Insee – Comptes du commerce

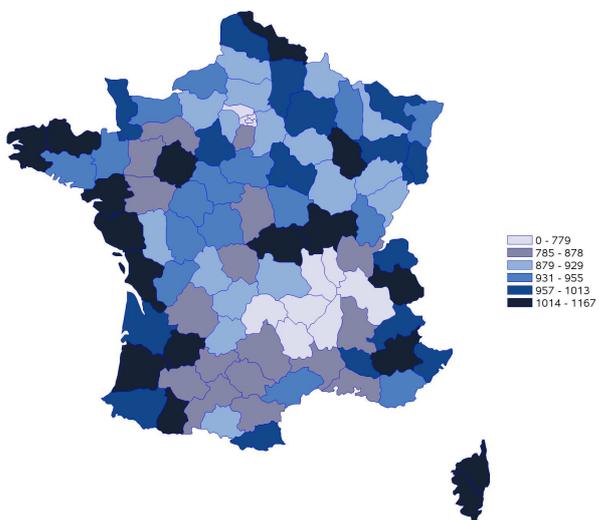
Nombre de supermarchés pour 100 000 habitants



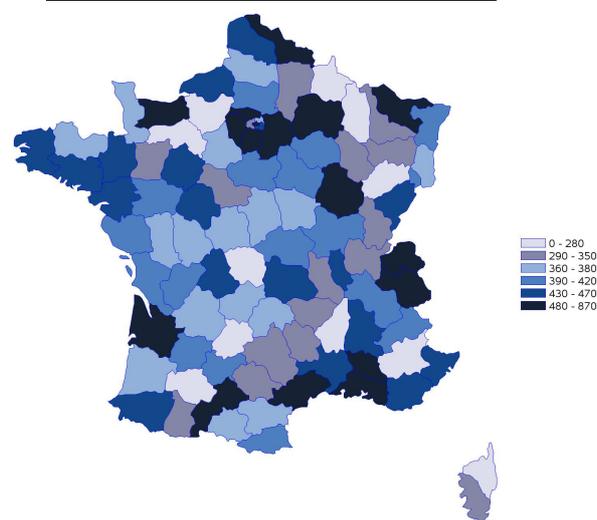
Nombre de GSNA pour 100 000 habitants



Salariés de GSA pour 100 000 habitants



Salariés de GSNA pour 100 000 habitants



Source : Insee – Comptes du commerce

Encadré 4 : Estimation du nombre de grandes surfaces

Le nombre de ces grandes surfaces alimentaires et non alimentaires est estimé pour 85 % à partir des fichiers issus de la taxe sur les surfaces commerciales (Tascom) ; c'est le fichier de 2016, qui donne une photographie du parc début 2016 qui est utilisé en premier lieu. Cette taxe ne s'appliquant que sous certaines conditions d'imposition, le fichier n'est pas tout à fait exhaustif. Il est complété par le répertoire Sirene, les données DADS agrégées au niveau établissements, l'enquête Point de vente 2009 et les "contours de réseaux" constitués à la division Commerce de l'Insee.

Les chiffres dans les tableaux 3 et 4, présentés selon la région d'implantation du magasin doivent être considérés comme des estimations.

Le nombre d'hypermarchés, de supermarchés, de hard-discount et l'ensemble des grandes surfaces non alimentaires a été rapporté à la population par département pour obtenir les cartes qui représentent la densité en nombre de magasins pour 100 000 habitants. Le nombre de salariés des GSA et GSNA pour 100 000 habitants est cartographié pour prendre en compte l'hétérogénéité de la taille des magasins dans le calcul de la densité en grandes surfaces.

Tableau 3 : Nombre de grandes surfaces alimentaires par région

Régions	Total	Nombre de grandes surfaces alimentaires			
		Hypermarchés	Supermarchés	Hard Discount	"Magasins multicommerces"
Auvergne-Rhône-Alpes	1 390	207	780	375	28
Bourgogne-Franche-Comté	702	116	355	224	7
Bretagne	725	181	366	167	11
Centre-Val de Loire	526	93	280	148	5
Corse	65	12	52	n.s	n.s
DOM	213	33	173	n.s	n.s
Grand Est	1 253	206	544	493	10
Hauts-de-France	1 367	185	607	562	13
Ile-de-France	1 947	196	1 248	377	126
Normandie	701	130	320	243	8
Nouvelle Aquitaine	1 242	235	656	339	12
Occitanie	1 223	193	593	416	21
Pays-de-la-Loire	664	184	308	164	8
Provence-Alpes-Côte d'Azur	930	109	504	295	22
Total	12 948	2 080	6 786	3 805	277

Sources : Tascom, Sirene, DADS, Calculs Insee
n.s : non significatif

Tableau 4 : Nombre de grandes surfaces non alimentaires par région

Régions	Total	dont : nombre de grandes surfaces non alimentaires en :					
		Habillem ^t	Meuble	Bricolage	Jardinerie	Sport	Chaussure
Auvergne-Rhône-Alpes	2 070	355	283	252	155	186	141
Bourgogne-Franche-Comté	894	140	120	123	80	61	65
Bretagne	1 044	211	168	117	91	74	43
Centre-Val de Loire	705	116	97	96	66	45	56
Corse	67	8	12	14	n.s	6	n.s
DOM	227	36	33	51	n.s	19	n.s
Grand Est	1 533	297	202	159	115	103	122
Hauts-de-France	1 509	308	178	143	161	101	120
Ile-de-France	2 024	651	234	159	111	111	116
Normandie	908	208	123	134	64	54	39
Nouvelle Aquitaine	1 722	312	241	251	131	136	108
Occitanie	1 492	262	191	225	114	131	87
Pays-de-la-Loire	1 080	208	173	144	93	81	55
Provence-Alpes-Côte d'Azur	1 066	207	157	108	65	109	56
Total	16 341	3 319	2 212	1 976	1 261	1 217	1 013

Sources : Tascom, Sirene, DADS, Calculs Insee
n.s : non significatif

CHAPITRE III : LE COMMERCE ET LA RÉPARATION D'AUTOMOBILES

Le bilan 2016 est à nouveau très positif **pour le commerce et la réparation d'automobiles** dont les ventes en volume augmentent de 6,7 % après + 3,8 % en 2015. Cette embellie fait suite à trois années de récession. En 2016, les ventes du secteur progressent en valeur de 6,5 % **pour atteindre 116,5 milliards d'euros**.

Le **commerce de véhicules automobiles** tire l'ensemble du commerce et de la réparation automobile : ses ventes progressent à nouveau de 7,7 % en 2016, après avoir augmenté de 4,7 % en 2015.

La situation s'améliore très nettement dans le **commerce et réparation de motocycles** (motos et scooters de plus de 50 cm³). Les ventes augmentent de 4,0 % en volume.

Pour la première fois depuis au moins le début des années 2000³⁹, le secteur n'échappe pas à une légère baisse des prix. Il en avait été épargné les deux années précédentes, contrairement au commerce de gros et au commerce de détail.

1 - La reprise du commerce de véhicules automobiles s'amplifie

La reprise du **commerce de véhicules automobiles** se confirme, avec une forte hausse du nombre de véhicules vendus. Les immatriculations de voitures particulières neuves sont plus nombreuses de 5,2 % en moyenne annuelle en 2016⁴⁰. En outre, celles de véhicules utilitaires neufs bondissent de 8,2 %.

La croissance soutenue en volume du commerce automobile s'explique aussi par la composition des ventes. En 2016, les ventes de voitures de luxe sont particulièrement dynamiques : leur part dans les immatriculations progresse de 2 points pour s'établir à 7 %. Dans le même temps, la part des véhicules de la gamme moyenne supérieure gagne 1 point, tandis que celle de la gamme économique et inférieure perd 2 points et celle de la gamme moyenne inférieure 1 point, selon le comité des constructeurs français d'automobiles (CCFA). Les véhicules tout terrain/tout chemin continuent de gagner des parts de marché. Ils représentent 28 % des ventes en 2016 (+ 2 points).

Les groupes étrangers profitent davantage que les groupes français de l'expansion du marché (+ 6,8 % contre +3,7 % pour les voitures particulières neuves).

En 2016, les véhicules diesel perdent du terrain et ne représentent plus que 52 % du marché contre 57 % en 2015. Leur part s'élevait à 73 % des immatriculations en 2012. Les véhicules hybrides ne représentent que 2,9 % des immatriculations (3,2 % en 2015).

Les ventes de voitures d'occasion sont nettement plus importantes que celles de voitures neuves, puisqu'il s'échange environ 3 véhicules d'occasion pour une voiture neuve vendue. Mais les transactions de voitures d'occasion sont principalement réalisées par les ménages et ne transitent pas par un circuit de commercialisation.

2 - Bilan positif pour l'entretien-réparation et l'équipement automobile de détail

Les ventes d'entretien et de réparation automobile croissent de 4,3 % après + 2,5 % en 2015. Elles augmentent de 4,0 % en valeur (+ 2,9 % en 2015). Ces deux années de croissance font suite à sept années consécutives de baisse d'activité.

L'activité du **commerce de détail d'équipements automobiles** connaît le même essor, avec un accroissement des ventes de 4,3 % en volume.

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.

³⁹ Depuis que le début des séries des comptes du commerce

⁴⁰ Données du Service de la donnée et des études statistiques du ministère de la Transition Écologique et Solidaire, Sdes

3 - Regain des ventes de motocycles

Les ventes de motocycles (motos et scooters de plus de 50m³) progressent fortement en 2016, avec un pic d'activité très marqué en décembre. Les consommateurs ont en effet été nombreux à anticiper une réglementation plus contraignante sur les émissions de CO₂ au 1^{er} janvier 2017. En conséquence, les ventes enregistrées en fin d'année s'envolent. La croissance de l'activité du commerce et de la réparation de motocycles (+ 4,0 %) est d'une ampleur inédite depuis 2004. Fortement affecté par la crise de 2009, le marché des motocycles peinait à se redresser jusqu'alors.

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

Le calcul des ventes au détail par forme de vente s'appuie sur 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 pour l'année 2015 et 2016 sont susceptibles d'être révisées. Elles sont issues de la version semi-définitive ou provisoire de la consommation commercialisable et des évolutions d'indices de chiffres d'affaires mensuels par secteur d'activité calculés par l'Insee à partir des déclarations des entreprises pour le paiement de la TVA. Par construction, le traitement des restructurations pour ces indices au moment des évaluations provisoires diffère légèrement du traitement effectué *in fine* sur les déclarations fiscales.

Les évolutions de 2014 sont **définitives**. 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).

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

		2011	2012	2013	2014	2015	2016
Rapport de juin 2017 (base 2010)	en valeur	+ 4,2	- 4,3	- 2,0	+ 1,0	+ 4,6 (sd)	+ 6,5 (p)
	en volume	+ 1,9	- 6,3	- 3,4	- 0,4	+ 3,8 (sd)	+ 6,7 (p)
Rapport de décembre 2016 (base 2010)	en valeur	+ 4,2	- 4,3	- 2,0	+ 1,0 (def)	+ 4,7 (p)	
	en volume	+ 1,9	- 6,3	- 3,4	- 0,4 (def)	+ 3,8 (p)	
Rapport de juin 2016 (base 2010)	en valeur	+ 4,2	- 4,3	- 2,0	+ 1,4 (sd)	+ 4,6 (p)	
	en volume	+ 1,9	- 6,3	- 3,4	+ 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	- 1,9 (sd)	+ 1,6 (p)		
	en volume	+ 1,9	- 6,3	- 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	- 4,6 (sd)	- 1,9 (p)			
	en volume	+ 1,9	- 6,6 (sd)	- 3,3 (p)			

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

Tableau 1 : Ventes du commerce et de la réparation d'automobiles T.T.C., évolution en volume et en valeur

Activités	Évolution en volume (%)			Évolution en valeur (%)			Montant 2016p (Mds €)
	2014	2015sd	2016p	2014	2015sd	2016p	
Commerce de véhicules automobiles	0,4	4,7	7,7	2,0	5,6	7,6	82,8
Entretien et réparation de véhicules automobiles	- 5,0	2,5	4,3	- 3,7	2,9	4,0	20,9
Commerce de gros d'équipements automobiles	4,5	0,4	2,7	5,5	2,0	2,2	1,3
Commerce de détail d'équipements automobiles	2,2	1,8	4,3	3,3	3,3	3,8	8,6
Commerce et réparation de motocycles	2,1	- 3,5	4,0	3,2	- 3,0	5,2	2,9
Commerce et réparation d'automobiles	- 0,4	3,8	6,7	1,0	4,6	6,5	116,5

p : provisoire ; sd : semi-définitif

Source : Insee - Comptes du commerce

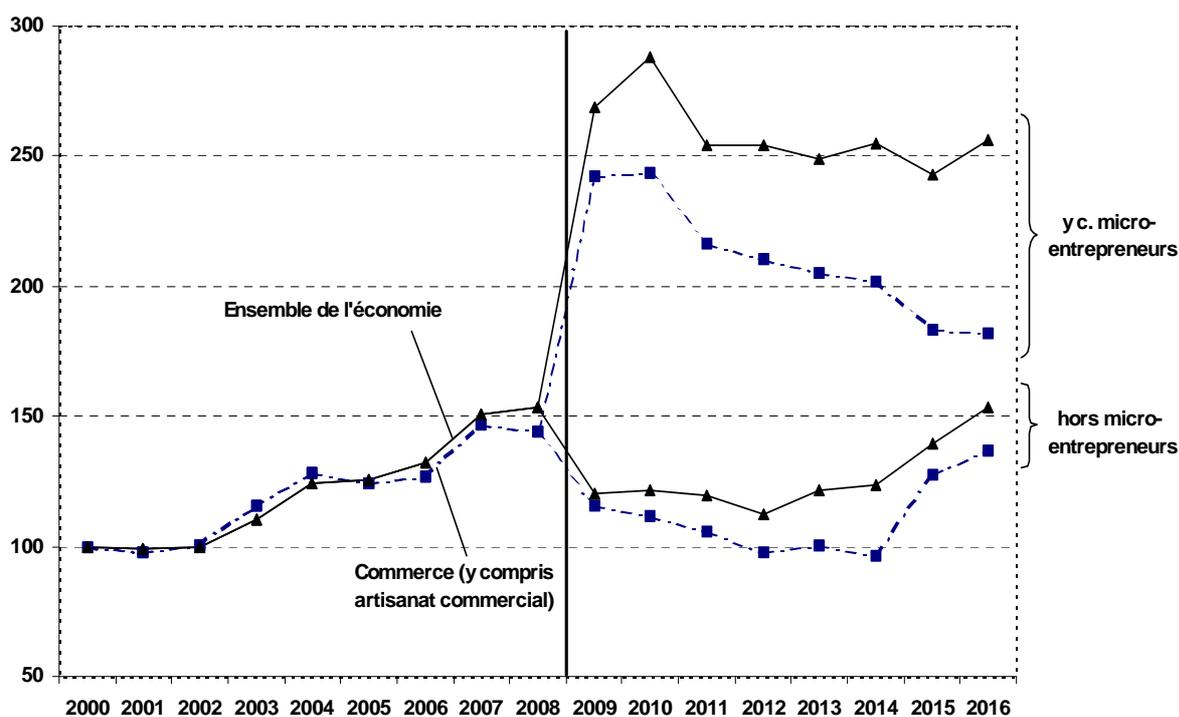
CHAPITRE IV : DÉMOGRAPHIE DES ENTREPRISES

Après un net repli en 2015, les créations d'entreprises⁴¹ dans le commerce sont en léger recul en 2016. Les immatriculations de micro-entrepreneurs⁴² se réduisent fortement mais leur baisse est presque entièrement compensée par la hausse des créations d'entreprises sous d'autres régimes, en particulier des autres entreprises individuelles et des sociétés par actions simplifiées (SAS et SASU).

Les défaillances d'entreprises reculent nettement en 2016, en particulier dans le commerce de gros.

Entre 2002 et 2015, le nombre d'entreprises progresse dans le commerce mais diminue dans l'artisanat commercial. Le poids des sociétés se renforce. Le nombre d' EURL, de SAS et de SASU croît fortement mais les SARL reculent et les SA se raréfient. En 2015, 96 % des salariés du commerce sont employés par une société et plus de la moitié le sont par une société par actions simplifiée. Le poids des entreprises individuelles se réduit plus fortement dans l'artisanat commercial et le commerce de détail, en particulier dans les secteurs de la pharmacie et du commerce alimentaire spécialisé. Le commerce de gros et le commerce et la réparation d'automobiles sont caractérisés par une progression rapide des SAS et SASU.

Graphique 1 : Créations d'entreprises de 2000 à 2016 (base 100 en 2000)



Champ : France entière
Source : Insee, Sirene

⁴¹ Les créations d'entreprises correspondent aux immatriculations des unités légales au répertoire Sirene.

⁴² Le régime du micro-entrepreneur succède au régime de l'auto-entrepreneur depuis la mise en application le 19 décembre 2014 des dispositions de la loi Pinel du 18 juin 2014. Voir l'annexe méthodologique IV pour plus de précisions.

1 - Les créations d'entreprises en léger recul dans le commerce

1.1 - Près de 100 000 nouvelles entreprises commerciales en 2016

En 2016, 99 300 entreprises ont été créées dans les secteurs du commerce et de l'artisanat commercial, après 100 000 en 2015 (- 0,7 %).

Alors que les créations d'entreprises sont en hausse dans la plupart des secteurs marchands non agricoles, le commerce enregistre en 2016 une sixième année de baisse consécutive. Avec un peu moins de 100 000 créations, néanmoins, le commerce reste en 2016 le secteur de l'économie dans lequel les créations sont les plus fréquentes (près d'une nouvelle entreprise sur cinq).

Au sein du commerce, les créations d'entreprises reculent dans le commerce de détail et l'artisanat commercial. Elles sont en revanche en légère hausse dans le commerce de gros et le commerce et la réparation d'automobiles.

Tableau 1 : Créations d'entreprises y compris micro-entrepreneurs, évolution (en %) et nombre

Secteurs	2012	2013	2014	2015	2016	Nombre de créations en 2016
Commerce de détail	- 5,3	- 3,6	- 2,1	- 13,1	- 2,3	58 500
Commerce de gros	- 3,6	- 2,7	- 5,2	- 0,6	2,4	22 200
Commerce et réparation d'automobiles	12,8	3,1	4,9	- 4,9	1,2	16 400
Commerce	- 2,8	- 2,5	- 1,7	- 9,3	- 0,7	97 100
Artisanat commercial	- 0,3	6,0	6,0	- 6,7	- 0,8	2 200
Commerce et artisanat commercial	- 2,7	- 2,3	- 1,6	- 9,2	- 0,7	99 300
Ensemble de l'économie française	0,0	- 2,1	2,3	- 4,7	5,5	554 000

Champ : France entière Source : Insee, Sirene

1.2 - La baisse des immatriculations de micro-entrepreneurs se poursuit en 2016

Les immatriculations de micro-entrepreneurs représentent 25 % des créations d'entreprises dans le commerce en 2016 après avoir atteint 53 % en 2014. Comme en 2015, c'est le repli des immatriculations de micro-entrepreneurs (- 18 % dans le commerce en 2016 après - 47 % l'année précédente), qui tire les créations d'entreprises à la baisse. Ces immatriculations sont en net recul dans tous les secteurs commerciaux alors qu'elles se stabilisent dans l'ensemble de l'économie marchande (- 0,3 %). La baisse est particulièrement sensible pour les intermédiaires du commerce de gros (- 44 %) et dans le commerce de détail sur éventaires et marchés (- 23 %).

Tableau 2 : Immatriculation de micro-entrepreneurs, évolution (en %) et nombre

Secteurs	2012	2013	2014	2015	2016	Nombre de créations en 2016
Commerce de détail	- 1,2	- 6,3	- 1,8	- 51,3	- 14,9	17 500
Commerce de gros	- 5,8	- 10,2	9,4	- 25,9	- 33,0	2 800
Commerce et réparation d'automobiles	26,4	- 5,3	5,7	- 40,3	- 20,8	4 300
Commerce	1,7	- 6,6	0,4	- 47,1	- 18,4	24 600
Artisanat commercial	13,2	- 0,2	24,8	- 42,6	- 20,9	300
Commerce et artisanat commercial	1,7	- 6,5	0,6	- 47,0	- 18,4	24 900
Ensemble de l'économie française	5,4	- 10,6	3,1	- 21,2	- 0,3	222 800

Champ : France entière Source : Insee, Sirene

La réforme du régime de l'auto-entrepreneur par la loi Pinel pourrait expliquer en partie une telle chute des immatriculations en 2015 et 2016. En effet, le régime du micro-entrepreneur impose des obligations nouvelles, dont celle de s'immatriculer au registre du commerce et des sociétés ou au répertoire des métiers pour les artisans⁴³, ou encore d'avoir un compte bancaire dédié à l'activité professionnelle. Il supprime également des exonérations de taxes dont bénéficiaient auparavant les auto-entrepreneurs (cotisation foncière des entreprises et taxe pour frais de chambre consulaire).

Ce nouveau régime semble avoir été moins attractif pour de nombreux créateurs d'entreprises, et une bonne part d'entre eux pourraient s'être reportés sur les autres catégories juridiques d'entreprises dont les créations sont en hausse depuis 2015.

1.3 - Des créations d'entreprises hors micro-entrepreneurs toujours dynamiques

Hors micro-entrepreneurs, les créations d'entreprises dans le commerce s'accroissent de 7 % en 2016, moins rapidement toutefois que dans l'ensemble de l'économie (+ 10 %). Après un bond en 2015 dans le commerce de détail, les créations progressent plus vivement en 2016 dans le commerce de gros et le commerce et réparation d'automobiles.

Tableau 3 : Créations d'entreprises hors micro-entrepreneurs, évolution (en %) et nombre

Secteurs	2012	2013	2014	2015	2016	Nombre de créations en 2016
Commerce de détail	- 11,5	1,0	- 2,7	47,8	4,3	40 900
Commerce de gros	- 2,9	- 0,3	- 9,4	8,1	10,8	19 500
Commerce et réparation d'automobiles	- 1,7	14,7	4,1	35,8	12,3	12 100
Commerce	- 7,5	2,3	- 4,0	33,2	7,2	72 500
Artisanat commercial	- 3,5	7,7	1,1	4,9	2,7	1 900
Commerce et artisanat commercial	- 7,4	2,4	- 3,9	32,2	7,1	74 400
Ensemble de l'économie française	- 6,0	8,6	1,5	12,9	9,8	331 200

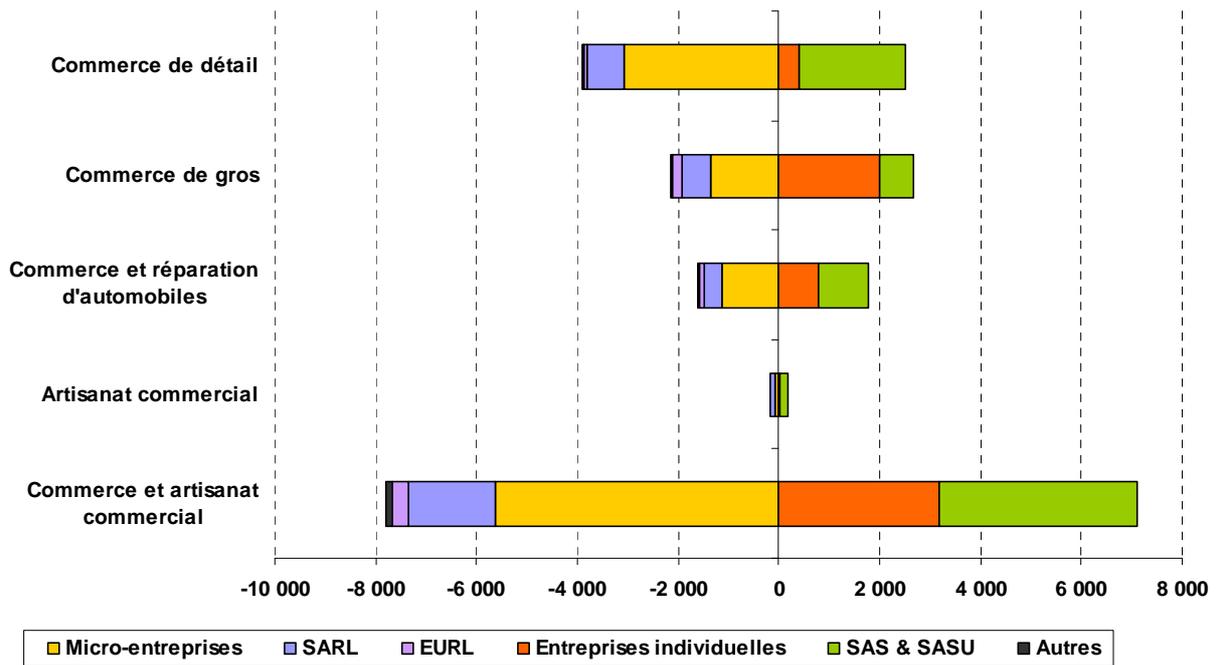
Champ : France entière
Source : Insee, Sirene

Un peu plus d'un tiers (37 %) des entreprises créées dans le commerce en 2016 sont des entreprises individuelles classiques, contre 14 % en 2014. Après avoir doublé en 2015 dans le commerce (et presque triplé dans le commerce de détail), les créations d'entreprises individuelles classiques ne progressent plus que de 10 % en 2016 (+ 2 % dans le commerce de détail). Elles s'accroissent plus fortement chez les intermédiaires du commerce de gros (effet de substitution aux immatriculations de micro-entrepreneurs) et dans le commerce de véhicules automobiles mais restent stables dans le commerce de détail sur éventaires et marchés.

En dehors des entreprises individuelles classiques, seules les créations de sociétés par actions simplifiées (SAS et SASU) progressent (+ 23 % en 2016). Cette forme juridique remporte un succès croissant avec 21 % de l'ensemble des créations d'entreprises en 2016 contre 17 % en 2015 et seulement 1 % en 2008. En revanche, les créations de sociétés et entreprises unipersonnelles à responsabilité limitée (SARL et EURL), en baisse de 11 % en 2016, sont de moins en moins nombreuses. Elles ne représentent que 16 % des créations d'entreprises commerciales en 2016 contre 44 % en 2008.

⁴³ Les artisans ont également obligation de suivre un stage préalable à l'installation.

Graphique 2 : Variations du nombre de créations d'entreprises selon la catégorie juridique entre 2015 et 2016



Champ : France entière
Source : Insee, Sirene

2 - Les défaillances d'entreprises reculent nettement en 2016

Encadré 1 : Définition des défaillances

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

Les défaillances d'entreprises couvrent l'ensemble des jugements prononçant, soit l'ouverture d'une procédure de redressement judiciaire, soit directement la liquidation judiciaire. Elles ne tiennent pas compte de l'issue des procédures : liquidation ou redressement par continuation ou reprise. Une entreprise est en situation de défaillance ou de dépôt de bilan à partir du moment où une procédure de redressement judiciaire est ouverte à son encontre.

Les défaillances d'entreprises reculent nettement en 2016 dans le commerce (- 9 %) comme dans l'ensemble de l'économie (- 8 %). Pour la première fois depuis 2008, le nombre de défaillances d'entreprises commerciales est inférieur à 13 000.

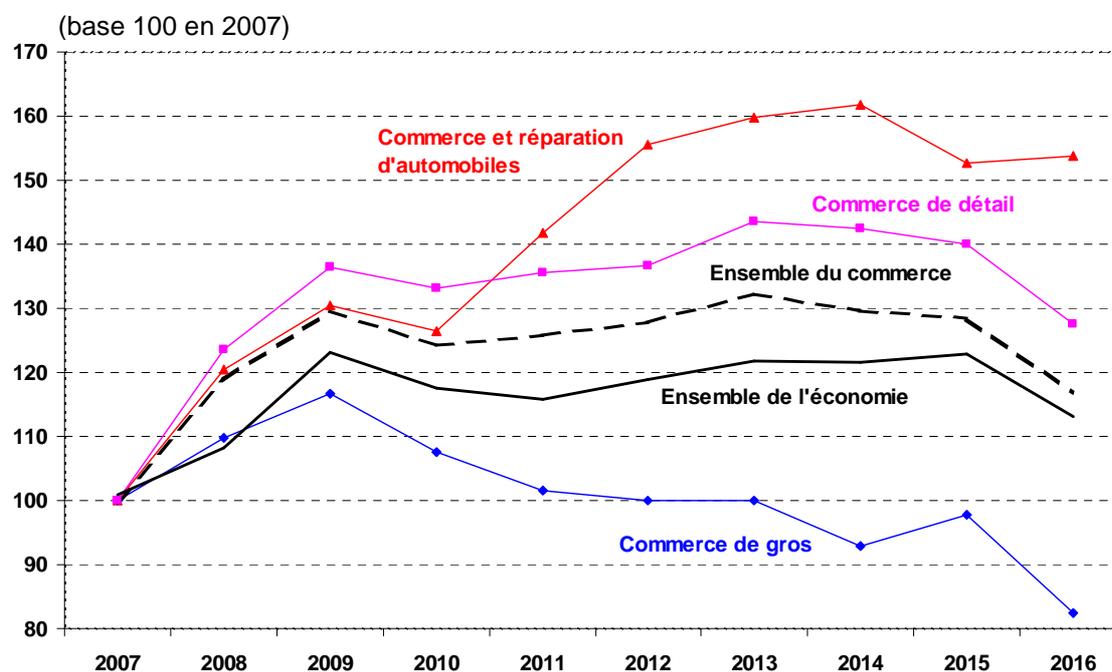
La baisse du nombre de défaillances est particulièrement sensible dans le commerce de gros (- 16 %), et est également significative dans le commerce de détail (- 9 %). Les défaillances reculent en particulier dans le commerce de détail en magasin spécialisé et dans le commerce hors magasin alors qu'elles progressent dans le commerce en magasin non spécialisé. Elle se maintiennent en revanche à un niveau élevé dans le commerce et la réparation d'automobiles.

Tableau 4 : Défaillances d'entreprises en date de jugement, évolution (en %) et nombre

Secteurs	2012	2013	2014	2015	2016	Défaillances en 2016
Commerce de détail	0,9	5,0	- 0,8	- 1,7	- 8,8	7 689
Commerce de gros	- 1,5	- 0,1	- 7,0	5,3	- 15,7	2 717
Commerce et réparation d'automobiles	9,8	2,8	1,3	- 5,6	0,7	2 077
Total commerce	1,6	3,4	- 1,9	- 0,8	- 9,0	12 483
Ensemble de l'économie française	2,7	2,4	- 0,2	1,1	- 7,9	58 067

Source : Banque de France

Graphique 3 : Défaillances d'entreprises de 2007 à 2016



Source : Banque de France

3 - Le poids des sociétés se renforce dans le commerce

Au 31 décembre 2015, la France compte 4,4 millions d'entreprises⁴⁴, dont 841 000 entreprises commerciales et 45 000 entreprises d'artisanat commercial (boulangeries-pâtisseries et charcuteries), représentant un peu plus de 20 % du nombre total d'entreprises en France.

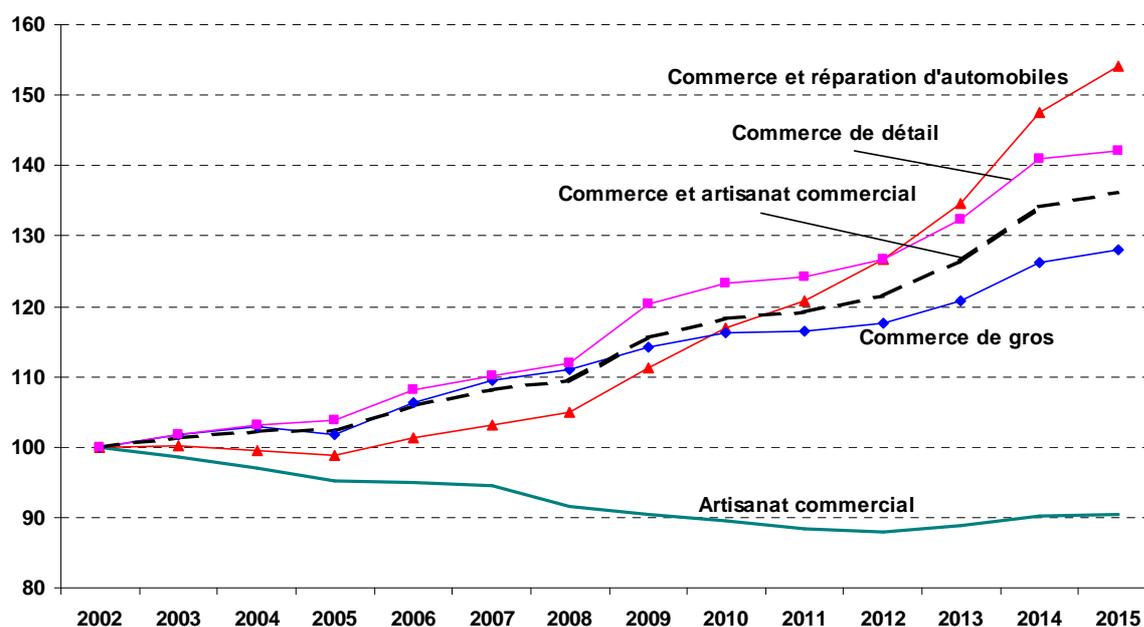
Au sein du commerce et de l'artisanat commercial, 59 % des entreprises exercent dans le commerce de détail, 23 % dans le commerce de gros, 13 % dans le commerce et la réparation d'automobiles et 5 % dans l'artisanat commercial.

Le poids des sociétés s'est accru dans le commerce et l'artisanat commercial au cours des treize dernières années et atteint 57 % fin 2015. Fin 2002, les sociétés ne représentaient que 51 % des entreprises. Les formes juridiques les plus fréquentes sont la société à responsabilité limitée (SARL et EURL), la société anonyme (SA) et la société par actions simplifiée (SAS et SASU).

3.1 - Un nombre d'entreprises en hausse de 2,4 % en moyenne par an de 2002 à 2015

Entre fin 2002 et fin 2015, le nombre d'entreprises des secteurs commerciaux progresse de 2,4 % par an en moyenne, moins rapidement que dans l'ensemble du tertiaire marchand (+ 4,4 % par an). La croissance du nombre d'entreprises est plus rapide dans le commerce et la réparation d'automobiles et dans le commerce de détail, où elle est tirée par le commerce hors magasin. Dans le commerce de gros, les intermédiaires du commerce et les grossistes non spécialisés progressent le plus. A l'inverse, le nombre d'entreprises d'artisanat commercial diminue de 10 % du fait notamment d'une réduction de moitié du nombre d'entreprises de charcuterie.

Graphique 4 : Évolution du nombre d'entreprises de fin 2002 à fin 2015 (base 100 en 2002)



Champ : France entière
Source : Insee, Sirene

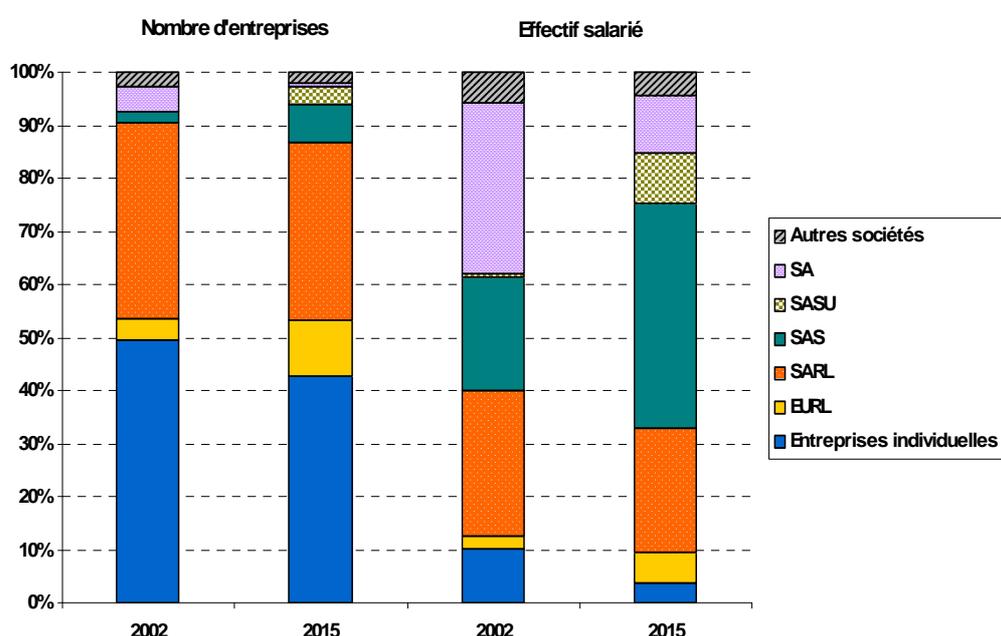
⁴⁴ Le terme d'« entreprises » désigne les unités légales marchandes inscrites au répertoire des entreprises et des établissements (issu de Sirene).

3.2 - La proportion d'entreprises individuelles recule au profit des sociétés

Les entreprises commerciales de toutes les principales catégories juridiques sont plus nombreuses fin 2015 que fin 2002, hormis les sociétés anonymes (SA) dont le nombre a été divisé par cinq en treize ans.

Si leur nombre s'accroît de 17 %, la part des entreprises individuelles (y compris micro-entrepreneurs) dans les secteurs commerciaux décroît de 49 % fin 2002 à 43 % fin 2015. La progression des sociétés est tirée par les EURL et les sociétés par actions simplifiées (SAS et SASU), dont le nombre croît très fortement sur la période. Peu fréquentes encore en 2002 (6 % des entreprises), ces trois formes juridiques de création récente⁴⁵ représentent en 2015 une entreprise sur cinq. Symétriquement, les SARL sont relativement moins présentes en 2015 qu'en 2002, bien qu'elles soient toujours la forme juridique de société la plus fréquente dans le commerce, et les sociétés anonymes ne représentent plus en 2015 que 1 % des unités légales contre 5 % en 2002.

Graphique 5 : Nombre d'entreprises et effectif salarié du commerce et de l'artisanat commercial selon la forme juridique (en %)



Champ : France entière
Source : Insee, Sirene

3.3 - Les sociétés par actions simplifiées emploient plus de la moitié des salariés en 2015

Le poids des sociétés, et plus particulièrement parmi celles-ci des SAS et SASU, s'accroît également en terme d'effectifs salariés.

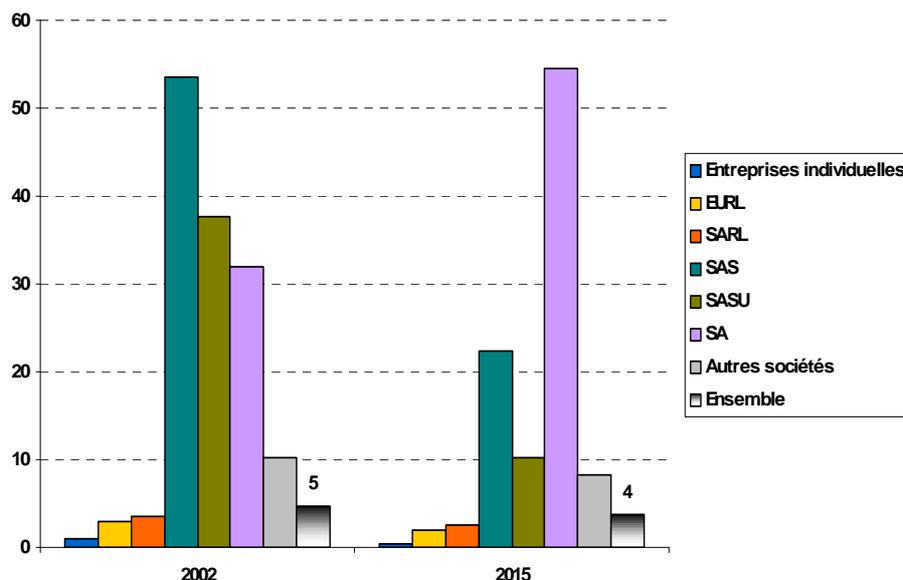
Entre 2002 et 2015, les effectifs salariés au 31 décembre des entreprises individuelles du commerce chutent de 60 %, avec près de neuf entreprises individuelles sur dix qui n'emploient aucun salarié en 2015 contre deux tiers en 2002. La part des salariés d'entreprises individuelles parmi l'ensemble des salariés du commerce et de l'artisanat commercial recule ainsi de 10 % à 4 %. Au sein des sociétés, les effectifs salariés des SAS et SASU progressent très fortement : celles-ci emploient en 2015 plus de la moitié des salariés contre un cinquième seulement en 2002. A l'inverse, les SA emploient en 2015 près de trois fois moins de salariés qu'en 2002, soit à peine plus d'un salarié du commerce sur dix. Environ trois salariés du commerce sur dix, enfin, sont employés par une SARL ou une EURL, en 2002 comme en 2015.

⁴⁵ L'EURL, variante à associé unique de la SARL, a été créée en 1985. La SAS et sa variante à associé unique la SASU ont été créées en 1994 et ouvertes aux personnes physiques en 1999. L'obligation de capital social minimum a été supprimée en 2008 par la Loi de Modernisation de l'Économie (LME).

L'effectif salarié moyen des entreprises du commerce n'évolue que faiblement entre 2002 et 2015, en légère baisse de 5 à 4 salariés. Cette quasi stabilité est cependant la résultante de deux mouvements inverses : une forte hausse de l'effectif moyen des SA de 32 à 55 salariés et un recul marqué de celui des SAS et SASU.

La chute spectaculaire du nombre de SA et la hausse de leur effectif moyen indique que cette forme juridique n'est désormais privilégiée que par les plus grandes unités légales, notamment celles qui souhaitent pouvoir faire appel à l'épargne publique. Les SAS et SASU, aux règles juridiques plus souples et sans contrainte sur le nombre minimum d'associés, apparaissent comme une alternative particulièrement attractive pour de nombreuses PME.

Graphique 6 : Effectif salarié moyen des entreprises du commerce et de l'artisanat commercial selon la forme juridique



Champ : France entière
Source : Insee, Sirene

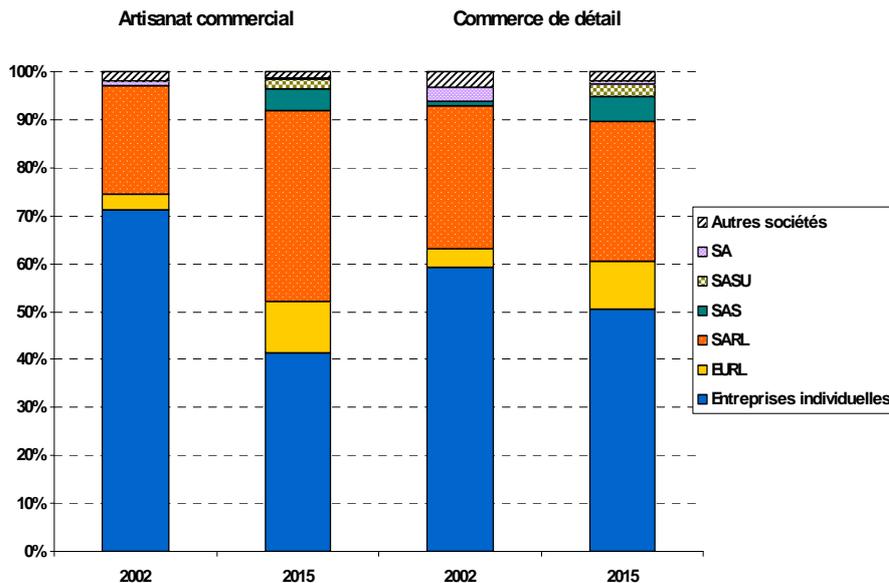
3.4 - Le poids des entreprises individuelles diminue dans le commerce de détail et l'artisanat commercial

Le commerce de détail et l'artisanat commercial restent en 2015 les secteurs où les entreprises individuelles sont les plus présentes. Leur part s'est néanmoins fortement réduite depuis 2002, en particulier dans l'artisanat commercial où elle chute de sept à quatre entreprises sur dix.

Dans l'artisanat commercial, le nombre d'entreprises individuelles recule rapidement dans la charcuterie (- 67 %) comme dans la boulangerie (- 44 %). En revanche, l'évolution du nombre de sociétés des deux secteurs diverge nettement : en baisse dans la charcuterie (- 15 %), secteur dont l'activité se contracte, ce nombre double dans la boulangerie. Cette croissance des sociétés bénéficie particulièrement aux SARL et EURL qui représentent en 2015 plus d'une entreprise d'artisanat commercial sur deux et emploient plus de six salariés sur dix.

La proportion d'entreprises individuelles est également en baisse dans le commerce de détail où elle passe de six à cinq entreprises sur dix. Au sein du commerce en magasin, la part relative des entreprises individuelles se réduit de façon particulièrement marquée dans le commerce alimentaire spécialisé et dans la pharmacie, qui se distingue par une très forte progression des SARL. Dans l'ensemble du commerce de détail, la croissance des sociétés bénéficie plus aux SAS et SASU, en particulier dans les grandes surfaces d'alimentation et de quincaillerie et les commerces d'articles médicaux et d'optique. Bien que restant très minoritaires en nombre d'entreprises (8 %), ces sociétés emploient fin 2015 plus de la moitié des salariés du commerce de détail contre un cinquième seulement en 2002. Le nombre d'entreprises individuelles grimpe en revanche fortement dans le commerce hors magasin où sont immatriculés plus des trois quarts des micro-entrepreneurs du commerce de détail.

Graphique 7 : Nombre d'entreprises de l'artisanat commercial et du commerce de détail selon la forme juridique (en %)



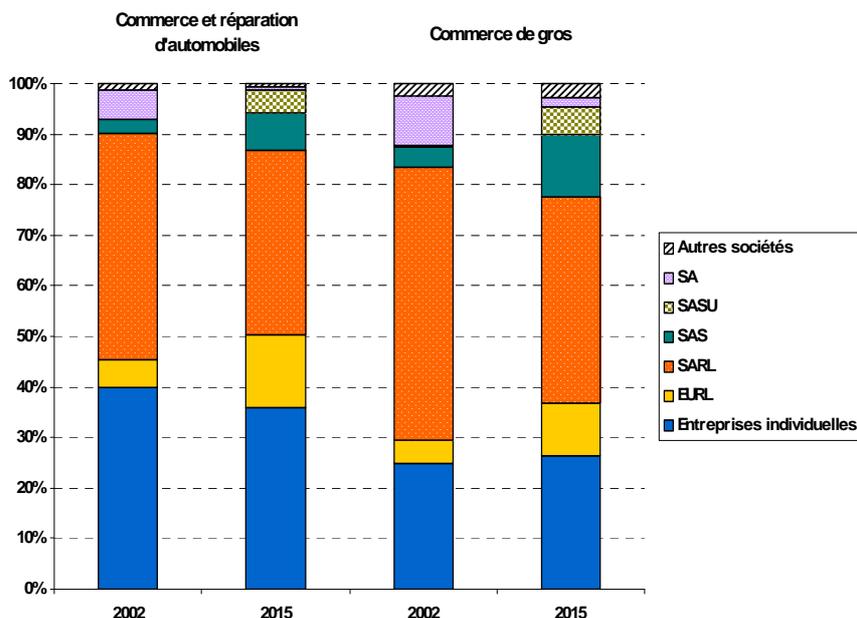
Champ : France entière
Source : Insee, Sirene

3.5 - Les sociétés par actions simplifiées progressent particulièrement dans le commerce de gros

En 2002 comme en 2015, les sociétés sont largement majoritaires dans le commerce de gros et le commerce et la réparation d'automobiles. La progression de la part relative des sociétés est cependant moins marquée dans ces secteurs que dans l'artisanat commercial et le commerce de détail : en hausse modérée dans le commerce et la réparation d'automobiles, de 60 à 64 %, elle diminue même légèrement dans le commerce de gros, de 75 à 74 %.

Comme dans l'ensemble des secteurs du commerce, le nombre des SA et leur part au sein des entreprises du commerce de gros et du commerce et réparation d'automobiles chute fortement. Dans ces deux secteurs, les SARL et EURL sont majoritaires en 2015 mais leur poids diminue (cinq entreprises sur dix en 2015 contre six sur dix en 2002). La part relative des SAS et des SASU progresse fortement dans les deux secteurs, en particulier dans le commerce de gros où elle passe de 4 à 18 % des unités légales et de 25 % des salariés du secteur à près de 60 % fin 2015.

Graphique 8 : Nombre d'entreprises du commerce et de la réparation d'automobiles et du commerce de gros selon la forme juridique (en %)



Champ : France entière
Source : Insee, Sirene

Encadré 2 : Principales catégories juridiques d'entreprise

Une **entreprise individuelle** est une entreprise qui est la propriété exclusive d'une personne physique. L'entrepreneur exerce son activité sans avoir créé de personne juridique distincte et aucun capital social n'est nécessaire. Le patrimoine privé et le patrimoine professionnel de l'entrepreneur sont confondus. Les formalités de création sont simplifiées et, sous certaines conditions, l'entrepreneur individuel peut opter notamment pour le régime du micro-entrepreneur ainsi que de l'EIRL (entrepreneur individuel à responsabilité limitée).

Une **SARL** (société à responsabilité limitée) est une société commerciale où la responsabilité est limitée jusqu'à concurrence des apports. Le montant du capital social est librement fixé par les associés, personnes physiques ou morales, sans montant minimum. La SARL doit être constituée de 2 associés au minimum et de 100 au maximum. Leurs pouvoirs sont proportionnels à la part de capital détenu. Les parts sociales ne sont pas librement cessibles à des tiers. La SARL est soumise à l'impôt sur les sociétés mais il est possible pour les SARL de famille d'opter pour l'impôt sur le revenu. La direction de la SARL est assurée par un ou plusieurs gérants nommés par les associés. Les gérants majoritaires sont non-salariés, les gérants non majoritaires sont assimilés salariés.

Une **EURL** (entreprise unipersonnelle à responsabilité limitée) est une SARL constituée d'un seul associé, soumise aux mêmes règles qu'une SARL classique. Cette structure a été créée par la loi du 11 juillet 1985. L'EURL peut devenir une SARL par simple entrée de nouveaux associés. L'EURL est en principe soumise à l'impôt sur le revenu mais peut toutefois opter pour l'impôt sur les sociétés.

Une **SAS** (société par actions simplifiée), créée par la loi du 3 janvier 1994, est une société commerciale qui ne peut pas faire appel à l'épargne publique. La SAS peut être constituée par deux associés ou plus, personnes physiques (depuis 1999) ou morales. Le capital est composé d'actions sans minimum légal (depuis 2009). La responsabilité des associés est limitée à leurs apports. Les associés déterminent librement dans les statuts les règles d'organisation de la société et ont la possibilité de disposer de prérogatives indépendantes de leur part de capital. La direction de la SAS est assurée par un président, personne morale ou physique, qui relève du régime des assimilé-salariés. La SAS est soumise par défaut à l'impôt sur les sociétés.

Une **SASU** (société par action simplifiée unipersonnelle) est une SAS constituée par un seul associé, soumise aux mêmes règles qu'une SAS.

Une **SA** (société anonyme) est une société commerciale dont le capital est constitué par voie de souscription d'actions. La SA peut être constituée par deux actionnaires ou plus, personnes physiques ou morales, dont la responsabilité est limitée à leurs apports. Le capital minimum est de 37 000 €. Un conseil d'administration est chargé du contrôle de la gestion de la société et nomme un directeur général. La SA est soumise par défaut à l'impôt sur les sociétés.

CHAPITRE V : EMPLOI

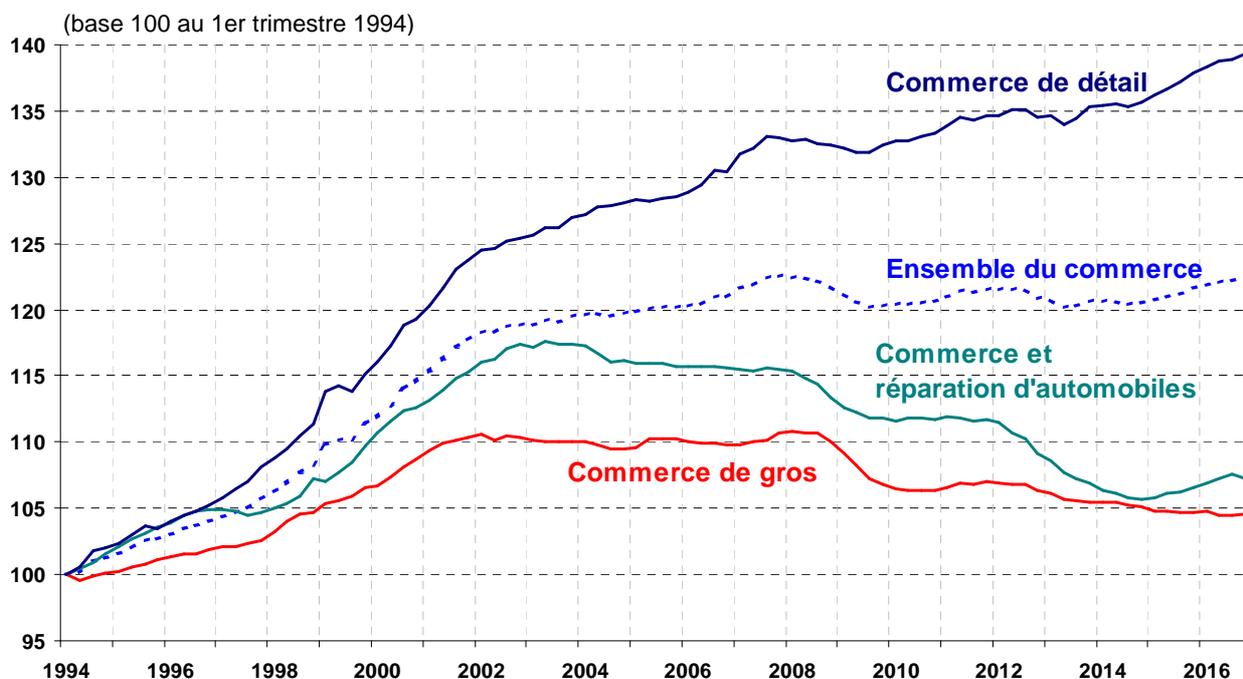
Environ 3,5 millions de personnes hors intérim travaillent dans les secteurs commerciaux⁴⁶. Parmi eux, un peu plus de cinq sur six sont salariés.

La hausse des effectifs salariés entamée en 2015 se poursuit en 2016. L'emploi salarié dans le commerce augmente de 0,7 % entre décembre 2015 et décembre 2016. Cette progression est cependant moins soutenue que celle de l'emploi salarié de l'ensemble du tertiaire marchand. Le commerce de détail et, dans une moindre mesure, le commerce et la réparation d'automobiles tirent la croissance.

Tous les secteurs commerciaux accroissent leur recours à l'intérim, qui représente un peu moins de 60 000 personnes fin 2016.

En 2014⁴⁷, l'emploi non salarié du commerce recule malgré la progression du nombre d'auto-entrepreneurs. Fin 2014, l'emploi non salarié du commerce est estimé à 441 700 personnes, dont près d'un quart sont auto-entrepreneurs.

Graphique 1 : Effectif salarié trimestriel dans les secteurs du commerce



Champ : France métropolitaine
Source : Insee, estimations d'emploi

⁴⁶ Ensemble des établissements classés dans le commerce hors artisanat commercial

⁴⁷ Les données d'emploi non salarié ne font pas l'objet d'une estimation conjoncturelle et sont donc disponibles plus tardivement que les données d'emploi salarié

1 - Le commerce de détail continue à tirer l'emploi salarié du commerce en 2016

Un peu plus de trois millions de salariés travaillent dans le commerce hors artisanat commercial fin 2016, soit 20 % des salariés de l'ensemble des secteurs principalement marchands non agricoles⁴⁸. Plus de la moitié d'entre eux exercent dans le commerce de détail et près d'un tiers dans le commerce de gros.

La hausse de l'emploi salarié du commerce se poursuit en 2016. Le secteur gagne ainsi 19 900 emplois salariés, soit + 0,7 % entre fin 2015 et fin 2016.

Moins dynamique que l'emploi salarié du tertiaire marchand, dont la reprise s'amplifie en 2016 (+ 1,4 %), l'emploi salarié du commerce continue à progresser sous l'impulsion du commerce de détail qui gagne 18 500 salariés (+ 1,1 %).

L'emploi salarié dans le commerce et la réparation d'automobiles augmente également de 0,7 % (soit 2 500 salariés) à un rythme proche de celui de 2015 après avoir continûment baissé entre 2002 et 2014.

Le recul de l'emploi salarié du commerce de gros s'atténue en 2016 (- 0,1 % après - 0,4 % en 2015 et 2014). Le secteur continue néanmoins à perdre des salariés pour la 5^{ème} année consécutive. A l'exception de 2011, l'emploi s'y contracte depuis 2008. Le commerce de gros a ainsi perdu 54 900 emplois salariés en 9 ans.

Tableau 1 : Effectifs salariés hors intérim au 31/12 (en milliers) et part (en %)

Secteurs d'activité	2012	2013	2014	2015(p)	2016(p)	Part en 2016 (en %)
Commerce de détail	1 683	1 692	1 697	1 723	1 742	11
Commerce de gros	963	955	952	948	947	6
Commerce et réparation d'automobiles	369	362	358	361	363	2
Total commerce	3 015	3 009	3 006	3 032	3 052	20
Tertiaire marchand	10 791	10 800	10 841	10 959	11 112	72
Secteurs principalement marchands⁴⁹	15 449	15 394	15 354	15 405	15 522	100

(p) : données provisoires

Champ : France métropolitaine

Source : Insee, estimations d'emploi

Tableau 2 : Effectifs salariés hors intérim, variation en glissement annuel au 31/12 (en % et milliers)

Secteurs d'activité	2012	2013	2014	2015(p)	2016(p)	variation en 2016 (en milliers)
Commerce de détail	0,0	0,6	0,2	1,6	1,1	18,5
Commerce de gros	- 0,6	- 0,8	- 0,4	- 0,4	- 0,1	- 1,1
Commerce et réparation d'automobiles	- 2,4	- 2,0	- 1,1	0,8	0,7	2,5
Total commerce	- 0,5	- 0,2	- 0,1	0,9	0,7	19,9
Tertiaire marchand	- 0,1	0,1	0,4	1,1	1,4	152,7
Secteurs principalement marchands	- 0,3	- 0,4	- 0,3	0,3	0,8	117,0

(p) : données provisoires

Champ : France métropolitaine

Source : Insee, estimations d'emploi

⁴⁸ 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).

⁴⁹ Hors intérim contrairement aux séries publiées dans les précédentes éditions.

Encadré 1 : L'emploi salarié du commerce de détail tiré par le commerce alimentaire

La composition de l'emploi à un **niveau sectoriel fin** n'est connue que tardivement. Le classement sectoriel des unités légales du commerce de détail et de l'artisanat commercial a fait l'objet d'un retraitement spécifique sur la période 2009-2013 afin de mesurer les évolutions des effectifs salariés.

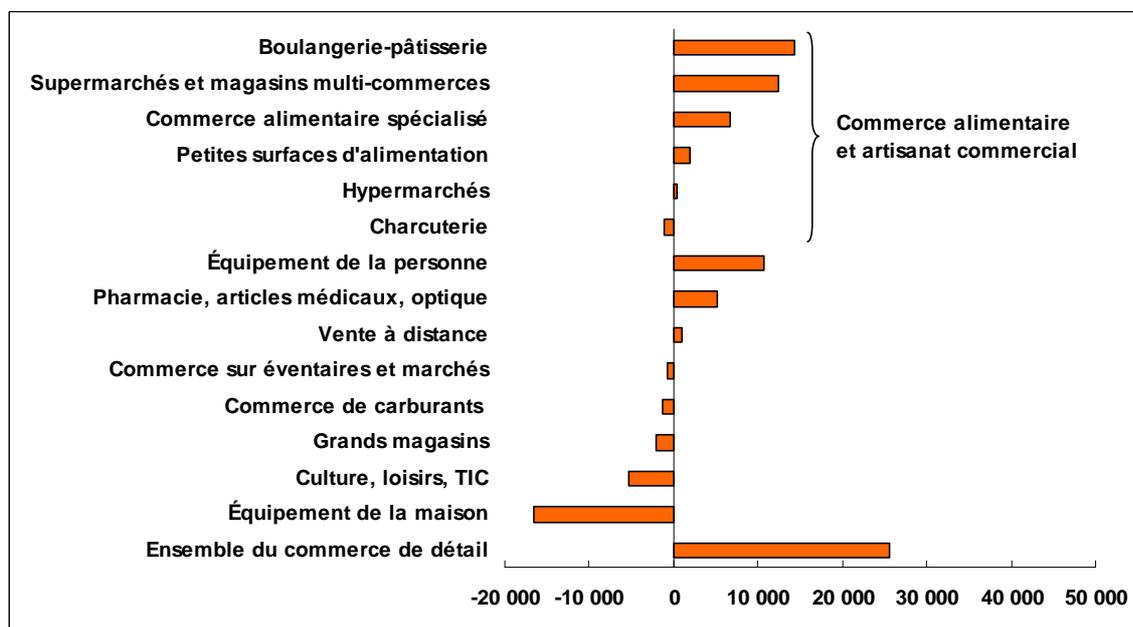
L'emploi salarié du commerce de détail s'est accru de 1,4 % de 2009 à 2013, alors qu'il diminuait dans le commerce de gros et le commerce et la réparation d'automobiles. Cette hausse a été portée par trois activités : le commerce alimentaire, l'équipement de la personne ainsi que le commerce de produits pharmaceutiques, d'articles médicaux et d'optique. Fin 2013, ces trois activités représentent près des trois quarts de l'emploi salarié du commerce de détail.

Dans le commerce alimentaire, le nombre de salariés a augmenté principalement dans les boulangeries-pâtisseries et dans les supermarchés. Sa croissance a été également très rapide (+ 22 %) dans le sous-secteur incluant les magasins bio et les épiceries fines (autres commerces alimentaires spécialisés).

Hors alimentaire, l'emploi salarié a progressé aussi dans l'équipement de la personne, notamment dans la maroquinerie et la parfumerie. Il s'est fortement développé dans les magasins d'articles médicaux et d'optique (respectivement + 23 % et + 9 %) mais est resté stable dans la pharmacie.

Dans le reste du commerce de détail, l'emploi salarié s'est contracté. Les deux tiers de la baisse sont imputables à l'équipement du foyer, notamment aux commerces de meubles et d'appareils électroménagers. L'emploi salarié s'est réduit également dans les grands magasins, dans le commerce de biens culturels et d'information-communication, en particulier dans le domaine de l'image et du son, et la vente de journaux. Enfin, faisant figure d'exception dans le commerce alimentaire, la charcuterie a perdu régulièrement des emplois.

Graphique 2 : Évolution du nombre de salariés dans le commerce de détail entre 2009 et 2013⁵⁰



Champ : France entière
Source : Insee, Clap

Extrait de : « [L'emploi salarié du commerce de détail tiré par le commerce alimentaire](#) », Insee Focus n°84, avril 2017

⁵⁰ Les sous-secteurs des autres commerces en magasin (hors vente de carburants) et de la vente à domicile et par automates ne sont pas détaillés sur le graphique

2 - Le recours à l'intérim s'intensifie en 2016

Le commerce emploie 59 300 intérimaires fin 2016, soit 9 % de l'emploi intérimaire total des secteurs principalement marchands. Un peu plus de la moitié de ces intérimaires sont employés par le commerce de gros. Le taux de recours plus élevé de ce secteur à l'intérim (plus de 3 % en 2016) est lié à la plus forte volatilité de son activité.

Tableau 3 : Nombre d'intérimaires au 31/12 (en milliers) et part (en %)

Secteurs d'activité	2012	2013	2014	2015	2016	Part en 2016 (en %)
Commerce de détail	16,8	18,8	18,7	20,0	21,2	3
Commerce de gros	27,7	29,4	29,3	30,7	33,0	5
Commerce et réparation d'automobiles	3,2	3,3	3,7	4,2	5,2	1
Total commerce	47,8	51,5	51,8	55,0	59,3	9
Tertiaire marchand	168,5	179,1	184,5	202,1	235,7	37
Secteurs principalement marchands	492,5	523,3	520,7	568,2	642,0	100

Champ : France métropolitaine
Source : Dares

Dans une moindre mesure que le tertiaire marchand, tous les secteurs commerciaux accroissent leur recours à l'intérim en 2016 (+ 7,9 %), en particulier le commerce et la réparation d'automobiles. Par rapport à fin 2012, le commerce emploie 11 500 intérimaires de plus (+ 24 %).

Graphique 3 : Effectif intérimaire trimestriel dans le commerce

(base 100 au 1er trimestre 2003)



Champ : France métropolitaine
Source : Dares

Tableau 4 : Nombre d'intérimaires, variation en glissement annuel au 31/12 (en % et milliers)

Secteurs d'activité	2012	2013	2014	2015	2016	variation en 2016 (en milliers)
Commerce de détail	4,1	11,8	- 0,5	6,7	6,0	1,2
Commerce de gros	- 1,8	6,0	0,0	4,7	7,3	2,2
Commerce et réparation d'automobiles	- 10,3	2,0	11,4	15,8	21,5	0,9
Total commerce	- 0,5	7,8	0,5	6,2	7,9	4,4
Tertiaire marchand	- 2,4	6,3	3,0	9,5	16,7	33,7
Secteurs principalement marchands	- 11,0	6,3	- 0,5	9,1	13,0	73,8

Champ : France métropolitaine

Source : Dares

3 - L'emploi non salarié se contracte en 2014

3.1 - Le commerce perd 5 900 non-salariés

Fin 2014⁵¹, l'emploi non salarié du commerce est estimé à 441 700 personnes. Les effectifs diminuent de 1,3 %, soit 5 900 emplois, par rapport à fin 2013 (après + 3 % entre fin 2015 et fin 2013). Cette baisse est plus marquée que celle de l'emploi non salarié de l'ensemble du tertiaire marchand ou que celle de l'emploi non salarié total. Au sein du commerce, seul le commerce et la réparation d'automobiles enregistre une légère hausse.

Tableau 5 : Effectifs non salariés au 31/12 (en milliers) et évolution (en %)

Secteurs d'activité	2012	2013	2014	2013/2012	2014/2013
Agriculture	426,0	424,3	412,7	- 0,4	- 2,7
Industrie	137,8	143,8	144,2	4,4	0,3
Construction	318,9	332,5	327,8	4,3	- 1,4
Tertiaire marchand	1 352,0	1 410,3	1 403,3	4,3	- 0,5
dont : Commerce	434,8	447,6	441,7	3,0	- 1,3
dont : Commerce de détail	308,1	316,3	312,2	2,7	- 1,3
Commerce de gros	70,9	72,2	70,1	1,9	- 3,0
Commerce et réparation d'automobiles	55,8	59,1	59,4	5,9	0,6
Tertiaire non marchand	441,2	471,1	487,3	6,8	3,4
Emploi non salarié total	2 675,8	2 781,9	2 775,4	4,0	- 0,2

Champ : France métropolitaine

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

Avertissement : Une estimation plus précise du secteur d'activité des gérants non salariés a conduit à réviser à la hausse le nombre de non-salariés du commerce de 23 600 en 2012 et de 28 100 en 2013 et à réévaluer la croissance entre 2012 et 2013 de l'effectif non salarié du commerce de 2 % à 3 %.

⁵¹ Les données d'emploi non salarié ne font pas l'objet d'une estimation conjoncturelle et sont donc disponibles plus tardivement que les données d'emploi salarié

3.2 - La progression du nombre d'auto-entrepreneurs s'atténue en 2014

Depuis la création du régime de l'auto-entrepreneur⁵², les effectifs des auto-entrepreneurs actifs⁵³ du commerce progressent fortement. Ils sont 105 200 fin 2014. Plus de six auto-entrepreneurs sur dix exercent dans le commerce de détail hors magasin.

En 2014, le nombre d'auto-entrepreneurs du commerce continue à croître alors que l'ensemble de l'emploi non salarié du secteur recule. Cette progression (+ 6 800) est cependant moins soutenue qu'en 2013 (+ 13 400). La croissance reste plus rapide dans le commerce de gros et le commerce et la réparation d'automobiles.

Tableau 6 : Effectifs non salariés auto-entrepreneurs actifs au 31/12 (en milliers) et évolution (en %)

Secteurs d'activité	2012	2013	2014	2013/2012	2014/2013
Commerce de détail	68,0	77,2	81,7	13,4	5,9
Commerce de gros	9,3	11,4	12,4	23,2	8,4
Commerce et réparation d'automobiles	7,7	9,8	11,1	27,0	13,3
Total commerce	85,0	98,4	105,2	15,7	6,9

Champ : France métropolitaine

Source : Insee, base non-salariés

Six ans après la création de leur régime, les auto-entrepreneurs représentent fin 2014 24 % des non-salariés du commerce, et 26 % des non-salariés du commerce de détail.

Tableau 7 : Part des auto-entrepreneurs actifs au sein des non-salariés (en %)

Secteurs d'activité	2012	2013	2014
Commerce de détail	22	24	26
Commerce de gros	13	16	18
Commerce et réparation d'automobiles	14	17	19
Total commerce	20	22	24

Champ : France métropolitaine

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

⁵² Régime mis en place par la loi de modernisation de l'économie (LME) d'août 2008 et entré en vigueur au 1^{er} janvier 2009. La loi Pinel du 18 juin 2014 entrée en vigueur le 19 décembre 2014 réforme ces dispositions et prévoit la fusion du régime de l'auto-entrepreneur avec celui du micro-entrepreneur. On continue à utiliser l'appellation d'auto-entrepreneur lorsque l'immatriculation précède 2015.

⁵³ Ne sont comptabilisés ici que les auto-entrepreneurs présumés actifs. Un auto-entrepreneur est considéré comme économiquement actif s'il a déclaré un chiffre d'affaires strictement positif sur l'année ou, pour un auto-entrepreneur nouvellement affilié, au cours des 4 trimestres suivant son assujettissement, soit éventuellement l'année suivante.

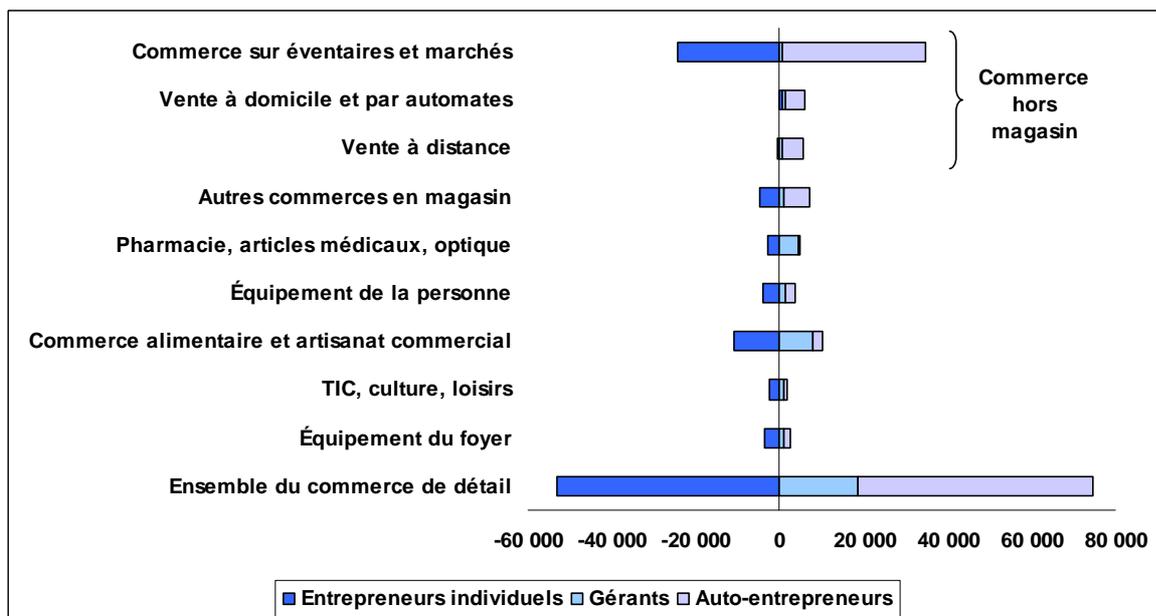
Encadré 2 : Le commerce hors magasin tire l'emploi non salarié du commerce de détail

De 2009 à 2013, le nombre de non-salariés du commerce de détail a progressé de 6 %, soit trois fois plus vite que l'ensemble des emplois dans ce secteur. Cette croissance a toutefois été moins vive que dans les autres secteurs commerciaux ou que dans l'ensemble de l'économie. Tirée par les auto-entrepreneurs et les gérants majoritaires de sociétés, elle est restée concentrée sur un nombre très limité d'activités : le commerce hors magasin, les autres commerces en magasin et le commerce de produits pharmaceutiques, d'articles médicaux et d'optique.

La période 2009-2013 a été particulièrement favorable à la création d'entreprise sous le régime de l'auto-entrepreneur en vigueur depuis 2009. En 2013, plus des trois quarts des auto-entrepreneurs du commerce de détail sont immatriculés dans le commerce hors magasin. Ils représentent ainsi 58 % des non-salariés de ce secteur contre 9 % dans le commerce de détail en magasin.

Hors auto-entrepreneurs, l'effectif de non-salariés s'est réduit de 12 % entre 2009 et 2013, sous l'effet de deux mouvements : le nombre d'entrepreneurs individuels a chuté de 28 % alors que celui des gérants majoritaires de sociétés progressait de 19 %, en particulier dans le commerce alimentaire et dans les pharmacies et magasins d'articles médicaux et d'optique. Ainsi, fin 2013, les gérants constituent presque la moitié des non-salariés hors auto-entrepreneurs.

Graphique 4 : Évolution du nombre de non-salariés dans le commerce de détail entre 2009 et 2013



Champ : France entière

Source : Insee, base non-salariés

Extrait de : « [L'emploi salarié du commerce de détail tiré par le commerce alimentaire](#) », Insee Focus n°84, avril 2017