

# Le commerce en 2010

## Retour contrasté à la croissance

Philippe Bourieau, Karine Diard, Laure Genebes, Stéphanie Lemerle, Christèle Rannou-Heim, division Commerce, Insee

L'année 2010 est marquée par une reprise modérée des ventes après le coup de frein de 2009. Le redémarrage est net dans le commerce de gros (+ 2,8 % en volume), sans pour autant effacer la forte baisse d'activité de 2009 ; la reprise est plus timide dans le commerce de détail et le commerce et la réparation automobiles (+ 1,6 % et + 1,2 %) ; le commerce de détail non alimentaire renoue nettement avec la croissance, tandis que l'alimentaire reste pratiquement stable. L'emploi salarié repart à la hausse en 2010. Le rebond est toutefois d'ampleur modeste, un peu inférieur à celui de l'ensemble de l'emploi salarié marchand. Les créations d'entreprises commerciales restent soutenues par le régime des auto-entrepreneurs.

En 2010, les ventes du commerce de gros et des intermédiaires du commerce – calculées pour la première fois en base 2005 (*sources ; définitions*) – s'élèvent à 677 milliards d'euros, dont 572 milliards pour le seul commerce de gros. Celles du commerce de détail et de l'artisanat commercial (boulangeries, pâtisseries, charcuteries) atteignent 460 milliards d'euros TTC : 48,3 % sont réalisées par le commerce à

dominante alimentaire en magasin (37,7 % pour les seules grandes surfaces) et 46,4 % par le non-alimentaire en magasin (habillement, chaussures, équipement du foyer, TIC...). Enfin, les ventes du commerce et de la réparation automobiles s'élèvent à 113 milliards d'euros. En 2010, près de trois millions de salariés travaillent dans le commerce : plus de la moitié dans le commerce de détail et près d'un tiers dans le commerce de gros.

### Commerce de gros : un redémarrage plus difficile pour les intermédiaires

Après le fort repli de 2009, les ventes du commerce de gros et des intermédiaires du commerce repartent à la hausse en 2010 : + 2,8 % en volume (*tableau 1 ; définitions*). La croissance est encore plus forte en valeur (+ 6,2 %) compte tenu d'importantes hausses de prix.

Les ventes des **grossistes en produits agricoles bruts** sont en net recul (- 3,6 % en volume) : la sécheresse qui a touché la Russie a pesé sur l'offre mondiale de céréales. La hausse des prix fait néanmoins progresser les ventes en valeur de 7,0 %. La situation des **intermédiaires du commerce** est comparable, avec un recul des ventes en volume (- 1,6 %) mais une forte progression en valeur (+ 5,3 %). Dans tous les autres secteurs du commerce de gros, les ventes redémarrent en volume, sans toujours effacer la forte baisse de 2009.

#### 1 Les ventes de marchandises du commerce de gros et des intermédiaires du commerce

	Évolution des ventes en volume au prix de l'année précédente (en %)					Valeur 2010 (en Mds d'euros)
	2006	2007	2008	2009 sd	2010 p	
<b>A. Commerce de gros (hors intermédiaires)</b>	1,7	1,9	1,6	- 6,0	3,7	572
Produits agricoles bruts et animaux vivants	- 7,5	- 12,8	17,3	5,1	- 3,6	52
Produits alimentaires, boissons et tabac	0,6	0,9	- 0,2	- 2,5	2,7	122
Biens domestiques	7,4	4,0	1,9	- 0,8	6,0	136
Équipements de l'information et de la communication	12,8	11,6	3,5	- 11,4	12,2	40
Autres équipements industriels	- 5,8	4,8	0,5	- 15,4	2,8	72
Autres commerces de gros spécialisés	0,6	0,8	- 2,3	- 10,6	2,7	139
Commerce de gros non spécialisé	10,5	6,1	3,5	- 6,3	4,3	10
<b>B. Intermédiaires du commerce</b>	- 1,0	2,9	- 1,2	- 0,2	- 1,6	104
<b>Commerce de gros et intermédiaires</b>	1,2	2,1	1,2	- 5,1	2,8	677

sd : compte semi-définitif ; p : compte provisoire.

Source : Insee, comptes du commerce, base 2005.

En hausse de 2,7 %, les ventes en volume des **grossistes en produits alimentaires** retrouvent un niveau comparable à celui de 2008. La plupart des prix sont en hausse, parfois même très fortement comme pour les fruits et légumes (+ 13,0 %). Le secteur bénéficie d'une demande extérieure dynamique et du léger rebond de la consommation des ménages.

Les ventes de **biens domestiques** progressent fortement (+ 6,0 %), tirées par la reprise de la demande des ménages. Les soldes de l'été ont fortement bénéficié au secteur de l'habillement. Côté électroménager, les prix sont à nouveau en baisse, limitant la croissance des ventes en valeur (+ 2,0 %), alors que les ventes en volume, en hausse de 7,3 %, ont quasiment retrouvé le niveau d'avant la crise.

La baisse des prix dans le **commerce de gros en équipements de l'information et de la communication** s'inscrit dans la tendance des dix dernières années. Mais les ventes sont dynamiques, notamment grâce à la demande extérieure (les exportations représentent presque 30 % des ventes du secteur), et progressent très fortement en volume (+ 12,2 %). Dans le secteur des **autres équipements industriels**, après le très fort repli enregistré en 2009, la reprise des investissements des entreprises (*définitions*) en biens d'équipement se fait sentir et les ventes augmentent en volume et en valeur (respectivement + 2,8 % et + 3,1 %).

Les ventes des **autres grossistes spécialisés**, essentiellement composées

de biens intermédiaires non agricoles, progressent de 2,7 % en volume et, avec l'envolée des prix des matières premières, de 11,0 % en valeur, mais sans retrouver en volume le niveau de 2008.

Le rebond est enfin très marqué pour le **commerce de gros non spécialisé** (+ 4,3 % après - 6,3 % en 2009).

### Commerce de détail : fort dynamisme du non-alimentaire

En 2010, les ventes toutes taxes comprises du commerce de détail et de l'artisanat commercial (boulangeries, pâtisseries, charcuteries) progressent de 2,6 % en valeur. En volume, la hausse est moins marquée (+ 1,6 %), après le recul de 2009 (- 1,0 %) et la quasi-stabilité de 2008 (*tableau 2*). La croissance de 2010 reste nettement inférieure au rythme moyen de la période 2000-2007.

Le commerce alimentaire peine à repartir. Les ventes des **magasins d'alimentation spécialisée et d'artisanat commercial** restent en légère baisse (- 0,6 % en volume). Les **petites surfaces d'alimentation générale et les magasins de produits surgelés** s'en sortent un peu mieux (+ 0,9 % en volume). Les ventes des **grandes surfaces d'alimentation générale** sont presque stables (- 0,2 %), après deux années de recul. Mais les supermarchés sont en meilleure situation que les hypermarchés (respectivement + 1,4 % et - 1,3 %), confirmant la tendance des dernières années.

Cette conjoncture en demi-teinte du commerce alimentaire contraste avec le dynamisme retrouvé du commerce non alimentaire, dont tous les secteurs renouent avec la croissance en 2010. Les ventes des **grands magasins et autres commerces généralistes non alimentaires** (les bazars) connaissent un véritable boom en 2010 (+ 7,2 % en volume) : ce secteur profite du dynamisme du tourisme et du succès des soldes d'été.

Au sein des **magasins non alimentaires spécialisés**, le secteur des équipements de l'information et de la communication connaît la plus forte hausse en volume (+ 6,6 %), mais la baisse des prix des ordinateurs et de certains équipements de téléphonie conduit à un repli des ventes en valeur. La reprise du marché de l'immobilier a stimulé la dépense pour l'aménagement de l'habitat : dans le secteur de l'équipement du foyer, les ventes en volume progressent de 3,8 %. Le rebond est plus modéré pour les biens culturels et de loisirs (+ 1,3 %).

Il est marqué pour l'habillement et les autres équipements de la personne (+ 5,0 % et + 4,6 %). Pour les pharmacies, la progression des ventes en volume ralentit en 2010 (+ 3,8 % après + 5,1 % en 2009), probablement en raison de l'absence d'épidémie hivernale consécutive en 2010.

Les ventes de carburants se redressent peu en volume (+ 1,4 % après - 14,6 % en 2009), mais augmentent fortement en valeur (+ 13,0 %) en raison des tensions importantes sur les prix.

## ② L'activité des formes de vente\* du commerce de détail

Formes de vente	Évolution des ventes en volume (TTC) au prix de l'année précédente (en %)					Valeur 2010 (en Mds d'euros)
	2006	2007	2008	2009 sd	2010 p	
Alimentation spécialisée et artisanat commercial **	0,7	0,6	- 2,6	- 1,1	- 0,6	37
Petites surfaces d'alimentation générale et magasins de produits surgelés	- 2,3	0,6	- 0,5	0,6	0,9	12
Grandes surfaces d'alimentation générale	0,5	2,4	- 0,5	- 0,9	- 0,2	174
Grands magasins et autres magasins non alimentaires non spécialisés	0,5	4,7	- 0,4	- 2,3	7,2	7
Magasins non alimentaires spécialisés :	5,5	5,3	2,1	- 0,8	3,2	207
Équipements de l'information et de la communication	11,3	12,7	11,8	3,7	6,6	8
Autres équipements du foyer	6,4	8,0	2,6	- 0,2	3,8	52
Biens culturels et de loisirs	3,7	4,6	- 2,2	- 6,0	1,3	23
Autres commerces de détail en magasin spécialisé, dont :	6,0	4,3	2,0	1,8	3,3	110
<i>habillement-chaussures</i>	5,3	3,9	0,0	- 0,3	4,4	33
<i>autres équipements de la personne</i>	3,8	4,1	1,2	0,3	4,6	16
<i>pharmacie</i>	7,9	5,4	3,9	5,1	3,8	43
Carburant	- 0,6	- 0,7	2,6	- 14,6	1,4	14
Commerce hors magasin	1,8	1,8	- 0,9	- 3,0	2,5	24
<b>Ensemble commerce de détail et artisanat commercial</b>	<b>2,7</b>	<b>3,5</b>	<b>0,5</b>	<b>- 1,0</b>	<b>1,6</b>	<b>460</b>

sd : compte semi-définitif ; p : compte provisoire.

\* L'activité de certaines entreprises relève de plusieurs formes de vente (par exemple hypermarchés, supermarchés et petites surfaces d'alimentation) ; leurs ventes sont alors réparties entre ces formes de vente.

\*\* Artisanat commercial : boulangeries, pâtisseries, charcuteries.

Source : Insee, *comptes du commerce*, base 2005.

Enfin, le **commerce hors magasin** renoue avec la croissance (+ 2,5 %) grâce au fort rebond de la vente à distance (+ 4,1 %).

### Reprise vigoureuse du grand commerce non alimentaire spécialisé

Le grand commerce non alimentaire spécialisé (*définitions*) correspond aux entreprises de la grande distribution non alimentaire spécialisée. Son poids est prédominant dans le secteur des équipements de l'information et de la communication (TIC), dont il réalise 58 % du chiffre d'affaires hors taxes, dans l'équipement du foyer (52 %), et dans l'habillement-chaussures (48 %). Il représente une part encore élevée du chiffre d'affaires des autres équipements de la personne, comme de la culture et des loisirs (39 % dans les deux cas). Dans l'ensemble des secteurs où il est présent, le grand commerce réalise 45 % du chiffre d'affaires (*graphique 1*) et emploie 40 % des salariés.

Après le ralentissement de 2009, les entreprises du grand commerce non alimentaire spécialisé retrouvent le

chemin de la croissance en 2010, de façon un peu plus dynamique que l'ensemble du commerce non alimentaire spécialisé (avec des croissances du chiffre d'affaires – c'est-à-dire des ventes de marchandises, mais aussi de biens produits et de services – de + 4,9 % et + 4,3 % en volume, respectivement).

Le grand commerce d'équipements de l'information et de la communication est l'un des rares à avoir maintenu son activité pendant la crise de 2009 (+ 8,1 % de chiffre d'affaires en volume). Sa croissance s'accroît encore en 2010 (+ 9,8 % en volume). Ce dynamisme est lié à la progression des ventes de *smartphones*, à l'apparition de produits informatiques nomades (tablettes numériques), ainsi qu'au maintien des ventes d'ordinateurs portables. Dans les autres secteurs, après une année 2009 morose, le grand commerce retrouve en 2010 une forte croissance en volume : + 3,0 % pour l'équipement du foyer, + 5,6 % pour l'habillement-chaussures, + 2,9 % pour la culture, les loisirs, et + 4,9 % pour les autres équipements de la personne (parfumerie et produits de beauté, optique, maroquinerie et articles de voyage, horlogerie et bijouterie).

### Commerce et réparation automobiles : les ventes de véhicules toujours tirées par la prime à la casse

En 2010, les ventes au détail du commerce et de la réparation automobiles progressent de 1,2 % en volume, après avoir stagné en 2009 (*tableau 3*). Grâce à la prime à la casse, le **commerce de véhicules automobiles** avait résisté à la crise en 2009 (+ 1,9 % en volume). En 2010, la hausse se poursuit, mais elle est un peu ralentie (+ 1,5 %). Le secteur profite de la forte progression en fin d'année des ventes de voitures particulières neuves : le marché a été stimulé par les perspectives de la fin de la prime à la casse et du durcissement des conditions du bonus-malus écologique. Comme en 2009, les gammes économiques et écologiques tirent les ventes. La reprise du marché des voitures d'occasion amorcée au troisième trimestre 2009 se confirme en 2010 (+ 2,8 %), après deux années successives de baisse (- 2,8 % en 2009 et - 3,2 % en 2008).

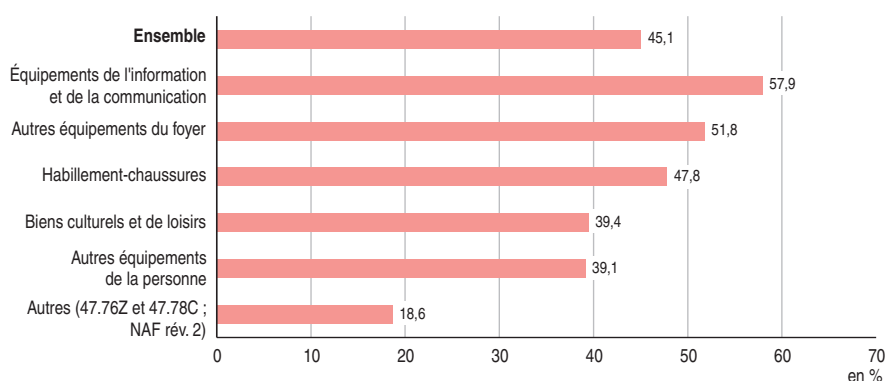
Le secteur de l'**entretien et de la réparation de véhicules automobiles** se stabilise en volume (- 0,3 %) mais augmente en valeur (+ 3,5 %) : en même temps que les interventions se raréfient, leur coût unitaire s'accroît.

Les ventes de pièces détachées et d'**équipements automobiles** enregistrent la meilleure performance (+ 5,4 % en volume pour les grossistes et + 3,0 % pour les détaillants).

### L'emploi salarié légèrement en hausse

Après deux années de repli, l'emploi salarié au 31 décembre dans le commerce augmente légèrement en 2010 : + 0,4 % (*graphique 2*). Cette progression est plus faible que pour l'ensemble des secteurs principalement marchands (+ 0,8 %). Dans

#### ① Part du chiffre d'affaires (HT) du grand commerce\* dans le commerce non alimentaire en magasin spécialisé en 2010



\* Voir définitions.

Source : Insee ; É sane, comptes du commerce, base 2005.

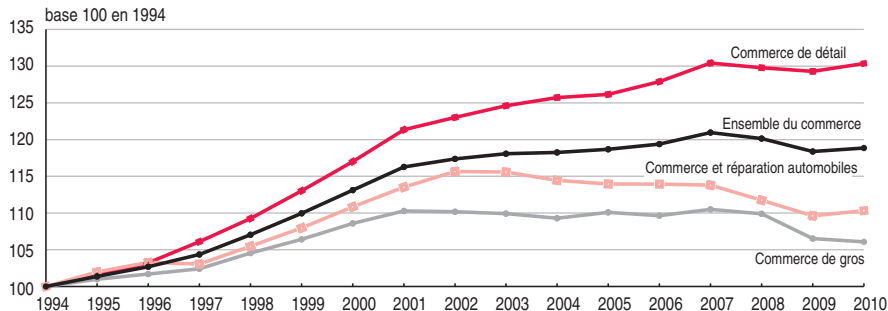
#### ③ Les ventes au détail du commerce et de la réparation automobiles

Activités	Évolution des ventes en volume (TTC) au prix de l'année précédente (en %)					Valeur 2010 (en Mds d'euros)
	2006	2007	2008	2009 sd	2010 p	
Commerce de véhicules automobiles	0,0	3,9	- 2,6	1,9	1,5	80
Entretien et réparation de véhicules automobiles	0,8	0,4	- 3,3	- 4,0	- 0,3	20
Commerce de gros d'équipements automobiles	3,5	0,6	- 2,8	- 7,6	5,4	1
Commerce de détail d'équipements automobiles	- 1,4	0,7	- 2,2	- 0,2	3,0	9
Commerce et réparation de motocycles	3,1	- 0,1	0,0	- 8,5	- 0,6	3
<b>Ensemble du commerce et de la réparation automobiles</b>	<b>0,2</b>	<b>2,9</b>	<b>- 2,6</b>	<b>0,2</b>	<b>1,2</b>	<b>113</b>

sd : compte semi-définitif ; p : compte provisoire.

Source : Insee, comptes du commerce, base 2005.

## ② Évolution des effectifs salariés au 31/12 dans le commerce



Lecture : pour 100 salariés du commerce en 1994, on en compte 118,9 en 2010 et 118,4 en 2009.

Source : Insee, estimations d'emploi.

le commerce de détail, le rebond de l'emploi (+ 0,8 % soit + 13 500 salariés) permet de retrouver un niveau proche du point haut de 2007. Le commerce et la réparation automobiles, en baisse tendancielle depuis 2002, regagnent 2 400 salariés (+ 0,6 %) par rapport à 2009. Dans le commerce de gros, la baisse persiste, mais elle est très atténuée par rapport à l'année précédente (- 0,4 %, soit une perte de 4 000 salariés).

### Forte augmentation des créations d'entreprises depuis 2009

En 2010, 130 600 entreprises commerciales ont été créées, dont 88 600 dans le commerce de détail, 27 300 dans le commerce de gros et 14 700 dans le commerce et la réparation automobiles. Dans l'ensemble de l'économie, les créations d'entreprises augmentent fortement depuis le 1<sup>er</sup> janvier 2009, facilitées par le nouveau régime d'auto-entrepreneur. Toutefois, les entreprises créées sous ce régime n'ont pas toutes démarré effectivement une activité. Tous secteurs confondus, on sait que c'est le cas d'environ la moitié d'entre elles. Dans les secteurs du commerce, le nombre de créations qui ont débouché sur une réelle activité est compris entre 59 000 (nombre d'entreprises créées hors statut d'auto-entrepreneur) et 131 000

(nombre total de créations). Après la très forte hausse de 2009 (+ 89,4 %), les créations d'entreprises sont en légère baisse dans le commerce de détail (- 3,0 %). Dans le commerce et la réparation automobiles, elles continuent d'augmenter à un rythme soutenu (+ 20,5 %). Même si le commerce de gros profite moins de l'effet du nouveau régime « auto-entrepreneur », les créations d'entreprises y augmentent de 4,1 % (après + 21,3 % en 2009).

Après deux années d'augmentation, les défaillances d'entreprises diminuent dans le commerce (- 4,6 %), comme dans l'ensemble de l'économie (- 4,9 %).

### Sources

Le compte spécialisé du commerce s'insère dans le dispositif d'ensemble des comptes nationaux français. À la mi-2011, ces comptes sont élaborés pour la première fois en **base 2005**. Le passage de la base 2000 à la base 2005 se traduit par l'adoption d'une **nouvelle nomenclature d'activités et de produits** (NAF rév. 2), par la révision de méthodes et d'hypothèses de calcul de la comptabilité nationale et par l'utilisation d'un processus de production des statistiques annuelles d'entreprises profondément modifié, dit Ésane. Les données antérieures à 2008 ont été rétro-polées pour tenir compte du changement de nomenclature et des changements sectoriels qui l'accompagnent. Les résultats de l'année 2008, définitifs, sont issus du nouveau système d'information Ésane sur les statistiques d'entreprises. Ceux de 2009 et de 2010 sont encore

provisoires et ont été obtenus à partir des indices de chiffres d'affaires calculés par l'Insee.

### Définitions

À la différence du chiffre d'affaires, les **ventes de marchandises** ne comprennent pas les ventes de services ni celles des biens produits. Par ailleurs, certains commerçants travaillent « à la commission » (débitants de tabac, marchands de journaux...) et n'incluent dans leur chiffre d'affaires que les commissions perçues. Les ventes correspondantes sont estimées pour se rapprocher de la consommation des ménages en valeur.

L'évolution des **ventes « en volume »** ou aux prix de l'année précédente s'obtient en déflétant l'évolution des ventes en valeur par un indice mesurant l'évolution des prix par rapport à l'année précédente.

Le **grand commerce non alimentaire spécialisé** est défini par la Commission des comptes commerciaux de la nation comme l'ensemble des *entreprises* dont l'activité principale relève du commerce non alimentaire en magasin spécialisé (NAF 47.4, 47.5, 47.6, 47.7 hors commerces de produits pharmaceutiques, de combustibles et de biens d'occasion) et qui répondent à l'une des conditions suivantes :

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

L'activité du grand commerce non alimentaire spécialisé est appréhendée par le chiffre d'affaires des entreprises qui le composent.

Le terme « **d'entreprise** » utilisé ici désigne toute unité légale (société ou entreprise individuelle) déclarée au répertoire Sirene. Cette notion ne coïncide pas nécessairement avec celle « d'acteur économique » définie au sens de la loi de modernisation économique (LME) et du décret n° 2008-1354 du 18 décembre 2008.

### Bibliographie

« La situation du commerce en 2010 - Rapport établi pour la Commission des comptes commerciaux de la nation », *Document de travail* n° E 2011/05, Insee, juin 2011.

⇒ Pour vous abonner aux avis de parution : <http://www.insee.fr/abonnements>

⇒ Pour vous abonner à INSEE PREMIÈRE :

- Par internet : <http://www.webcommerce.insee.fr/liste.php?ufamille=16>

- Par courrier : retourner ce bulletin à l'adresse ci-après ou par fax au (33) 03 22 97 31 73

INSEE/CNGP - B.P. 402 - 80004 Amiens CEDEX 1

OUI, je souhaite m'abonner à INSEE PREMIÈRE - Tarif 2011

Abonnement annuel :  81 € (France)  101 € (Étranger)

Nom ou raison sociale : \_\_\_\_\_ Activité : \_\_\_\_\_

Adresse : \_\_\_\_\_

Tél : \_\_\_\_\_

Ci-joint mon règlement en Euros par chèque à l'ordre de l'INSEE : \_\_\_\_\_ €.

Date : \_\_\_\_\_ Signature

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

Direction Générale :  
18, Bd Adolphe-Pinard  
75675 Paris cedex 14

Directeur de la publication :

Jean-Philippe Cotis

Rédacteur en chef :

E. Nauze-Fichet

Rédacteurs :

L. Bellin, A.-C. Morin,

C. Perrel, C. Pfister

Maquette : P. Thibaudeau

Impression : Jouve

Code Sage IP111363

ISSN 0997 - 3192

© INSEE 2011



**INSEE**  
INSTITUT NATIONAL  
DE LA STATISTIQUE  
ET DES ÉTUDES  
ÉCONOMIQUES