



Le commerce en 2015

L'activité accélère, les prix continuent de fléchir

La reprise de l'activité du commerce se confirme en 2015. Dans le commerce de détail, les ventes en volume augmentent à un rythme nettement plus marqué (+ 1,8 %) que les années précédentes, à la faveur de l'appréciation significative du pouvoir d'achat des ménages. Dans le commerce de gros, la légère accélération (+ 1,2 %) s'explique principalement par la forte croissance de l'activité des intermédiaires. Ces bonnes performances en volume s'accompagnent néanmoins d'un repli des prix, sauf dans le commerce et la réparation d'automobiles. L'année 2015 est particulièrement favorable à ce secteur, dont les ventes en volume se redressent nettement (+ 3,7 %), après plusieurs années difficiles.

Virginie Andrieux, Catherine Bourdeaux, Sonia Le Faucheur, Arnaud Rousset, Rémi Segreto, Benoît Trinquier, division Commerce, Insee

Stimulée par la hausse du pouvoir d'achat des ménages et la bonne tenue de l'investissement des entreprises, l'activité des secteurs commerciaux (*définitions*) accélère en 2015, après avoir redémarré l'année précédente. Les ventes (*définitions*) du commerce de gros s'élèvent à 723 milliards d'euros en 2015, dont 604 milliards hors intermédiaires du

commerce. Elles s'accroissent en volume (*définitions*), mais diminuent en valeur (*figure 1*). Les prix des marchandises vendues en gros restent en effet orientés à la baisse. Les ventes du commerce de détail et de l'artisanat commercial (boulangeries, pâtisseries, charcuteries) atteignent 494 milliards d'euros, toutes taxes comprises ; elles augmentent sensiblement en

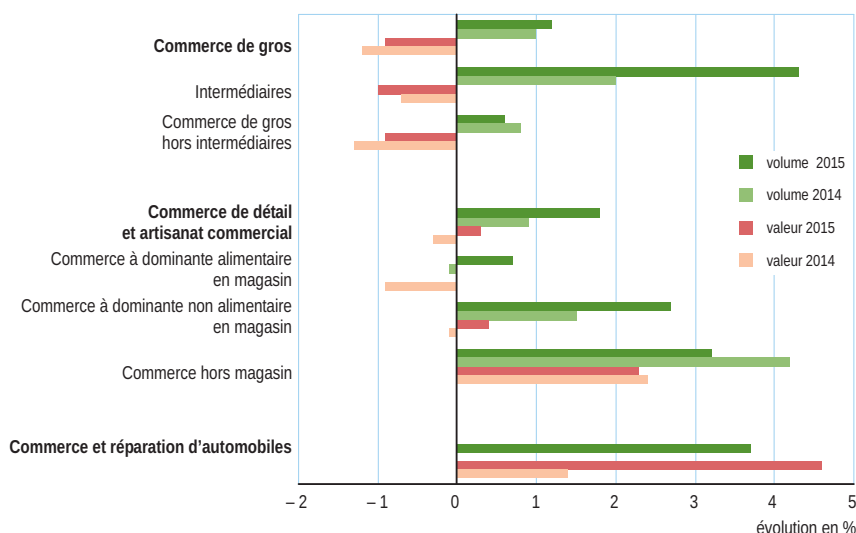
volume, mais peu en valeur. Enfin, les ventes du commerce et de la réparation d'automobiles s'élèvent à 110 milliards d'euros ; leur croissance est à nouveau soutenue en volume. Ce secteur se distingue par des prix orientés à la hausse en 2015 comme en 2014.

L'activité accélère légèrement dans le commerce de gros

Dans le commerce de gros, le redémarrage de l'activité se confirme en 2015 : en volume, les ventes accélèrent légèrement, de 1,2 % après + 1,0 % (*figure 2*). Néanmoins, en valeur, elles continuent de diminuer (-0,9 %) en raison de la baisse des prix persistante.

L'activité se maintient pour les grossistes en produits agricoles bruts et en animaux vivants. Le commerce de céréales est favorisé par des récoltes relativement abondantes et des exportations vers la Chine et l'Égypte en expansion. Le recul des prix des produits agricoles bruts s'atténue nettement en 2015 ; celui des prix des animaux vivants est en effet quasiment compensé par la hausse des cours des céréales en moyenne annuelle. Les ventes de produits alimentaires ralentissent malgré des exportations très

1 Les ventes du commerce en 2014 et 2015



Source : Insee, comptes du commerce, base 2010.

dynamiques, tirées par les boissons. La baisse des prix est moins prononcée en 2015 qu'en 2014 : les prix des fruits, des légumes et du vin vendus en gros augmentent alors que ceux des volailles et du lait sont en repli, en raison d'une offre très abondante.

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

L'activité du commerce de gros de matériels informatique et de communication diminue. Toutefois, les ventes en valeur se maintiennent, sous l'effet de la hausse des prix. Les grossistes en « autres équipements industriels » profitent en 2015 de l'accroissement des investissements des entreprises et du dynamisme des exportations, notamment en matériels aéronautiques.

Les ventes en volume des autres grossistes spécialisés se redressent en 2015. Majoritairement composées de ventes de combustibles, elles sont stimulées par le recul sensible des prix et par des températures hivernales un peu moins clémentes qu'en 2014. Néanmoins, en valeur, elles se replient fortement en raison de la chute des cours du pétrole.

Les intermédiaires ont une activité plus dynamique que les autres grossistes ; leurs ventes progressent de 4,3 % en volume. Le secteur des centrales d'achat bénéficie d'un regain d'activité, après s'être réorganisé à partir de l'automne 2014.

Les gains de pouvoir d'achat profitent au commerce de détail

Dans le commerce de détail et l'artisanat commercial, les ventes retrouvent une

croissance assez vigoureuse en volume en 2015 (+ 1,8 % : *figure 3*), comme en 2010 et 2011. Elles profitent de l'amélioration marquée du pouvoir d'achat des ménages. Toutefois, en valeur, les ventes sont moins bien orientées (+ 0,3 %). En effet, la baisse des prix, amorcée en 2014, s'amplifie pour les marchandises vendues au détail. Les prix des produits non alimentaires sont tirés à la baisse par ceux des combustibles, alors que les prix alimentaires rebondissent légèrement.

Comme les années précédentes, les commerces non alimentaires bénéficient davantage de la hausse de la consommation des ménages que les magasins à dominante alimentaire : leurs ventes progressent de 2,7 % en volume contre + 0,7 % pour les magasins à dominante alimentaire. Réalisant les deux tiers des ventes de produits alimentaires, les grandes surfaces alimentaires ne tirent quasiment pas parti du regain de la demande. Leur activité avait diminué en 2014 alors que celle des autres formes de ventes se redressait. En 2015, les hypermarchés résistent cependant un peu mieux que les supermarchés. À l'inverse, l'activité des petites surfaces généralistes (supérettes et alimentations généralistes) et des magasins alimentaires spécialisés est en hausse, comme en 2014.

Dans les commerces non alimentaires, les ventes accélèrent en volume pour les détaillants, qui avaient déjà connu un rebond d'activité en 2014 : les magasins d'équipement de la maison, de culture-loisirs et d'autres équipements de la personne (parfumerie, maroquinerie, bijouterie-horlogerie, optique). En revanche, les ventes d'habillement-chaussure stagnent, malgré la reprise de la consommation : elles pâtissent du bilan décevant des

2 Les ventes de marchandises du commerce de gros (y c. intermédiaires du commerce)

	Évolution des ventes en volume aux prix de l'année précédente (en %)			Valeur 2015 (en milliards d'euros)	Évolution en valeur en 2015 (en %)
	2013	2014 <i>sd</i>	2015 <i>p</i>		
Commerce de gros (hors intermédiaires)	-1,1	0,8	0,6	604	-0,9
Produits agricoles bruts et animaux vivants	8,7	3,7	-0,1	64	-1,2
Produits alimentaires, boissons et tabac	-2,1	1,6	0,3	125	0,1
Biens domestiques	-2,2	2,7	1,2	141	0,4
Équipements de l'information et de la communication	-8,5	3,6	-2,2	41	0,5
Autres équipements industriels	-0,3	-1,6	0,6	85	1,1
Autres commerces de gros spécialisés	-2,7	-3,1	0,7	125	-5,9
Intermédiaires du commerce	4,1	2,0	4,3	119	-1,0
Commerce de gros (y c. intermédiaires)	-0,3	1,0	1,2	723	-0,9

sd : compte semi-définitif ; *p* : compte provisoire.
Source : Insee, comptes du commerce, base 2010.

3 L'activité des formes de vente* du commerce de détail

Forme de vente	Évolution des ventes en volume (TTC) aux prix de l'année précédente (en %)			Valeur 2015 (en milliards d'euros)	Évolution en valeur en 2015 (en %)
	2013	2014 <i>sd</i>	2015 <i>p</i>		
Commerce à dominante alimentaire en magasin	-0,3	-0,1	0,7	240	0,0
Alimentation spécialisée et artisanat commercial**	-1,8	2,0	2,7	46	3,2
Petites surfaces d'alimentation générale et magasins de produits surgelés	-0,9	3,1	2,8	16	2,7
Grandes surfaces d'alimentation générale	0,1	-0,9	0,1	178	-1,0
Commerce non alimentaire en magasin	1,5	1,5	2,7	225	0,4
Grands magasins et autres magasins non alimentaires non spécialisés	1,9	5,1	8,9	10	8,5
Magasins non alimentaires spécialisés (y c. pharmacies) :	1,4	1,4	2,4	215	0,1
Équipements de l'information et de la communication	6,2	8,5	7,9	9	0,9
Autres équipements du foyer	-1,9	1,3	2,1	49	1,1
Biens culturels et de loisirs	-1,0	0,9	3,2	25	3,2
Autres commerces de détail en magasin spécialisé, dont :	2,7	1,4	2,3	118	0,1
<i>habillement-chaussures</i>	1,8	0,3	-0,1	36	-1,0
<i>autres équipements de la personne</i>	0,5	2,3	4,8	20	4,3
<i>pharmacies, articles médicaux et orthopédiques</i>	5,4	2,7	4,0	42	0,0
Carburants	3,1	-2,0	0,6	15	-8,3
Commerce hors magasin	ns	4,2	3,2	30	2,3
Ensemble du commerce de détail et de l'artisanat commercial	-0,1	0,9	1,8	494	0,3

sd : compte semi-définitif ; *p* : compte provisoire. ; ns : non significatif.

* 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 2010.

soldes d'hiver, perturbés par les attentats, et de la montée en puissance des sites de vente en ligne spécialisés. En effet, la mode et les accessoires sont les produits les plus vendus sur Internet après les prestations touristiques. Dans le commerce d'équipement d'information et de communication, à l'instar des années précédentes, les ventes s'accroissent encore fortement en volume, mais très peu en valeur. L'activité des pharmacies et des magasins spécialisés en articles médicaux et orthopédiques augmente à un rythme relativement soutenu. En valeur, néanmoins, leurs ventes sont stables, car les prix des médicaments diminuent.

Le commerce hors magasin est le secteur le plus dynamique (+ 3,2 % en volume), en raison du développement de la vente à distance. La hausse des ventes sur catalogue spécialisé est particulièrement soutenue.

Nette embellie pour le commerce et la réparation d'automobiles

L'activité du commerce et de la réparation d'automobiles retrouve une croissance vigoureuse (+ 3,7 %), à un rythme proche de celui d'avant-crise. Cette bonne performance s'explique essentiellement par les ventes du

commerce automobile, qui contribuent pour 3,2 points à la croissance d'ensemble du secteur.

Les immatriculations de voitures particulières neuves bondissent en 2015 (+ 6,8 % en moyenne annuelle). Les ventes sont particulièrement dynamiques sur le segment des véhicules de gamme supérieure. L'attrait des consommateurs pour les véhicules à quatre roues motrices, les *crossovers* et les SUV (*sport utility vehicles*) est en outre toujours très vif ; ces modèles représentent désormais plus du quart des immatriculations. Les constructeurs de groupes étrangers tirent davantage parti de l'expansion des ventes de véhicules neufs : leur part de marché atteint 45,4 % (+ 0,6 point par rapport à 2014).

La baisse de l'activité d'entretien-réparation, à l'œuvre depuis 2009, s'enraye en 2015 (figure 4). Les ventes du commerce de détail d'équipements automobiles sont également en hausse. L'activité des centres-autos, davantage spécialisés dans l'entretien des véhicules de plus de 2 ans, bénéficie du vieillissement du parc automobile : l'âge moyen des véhicules atteint 8,7 ans en 2014, il n'était que de 7,3 ans au début des années 2000. Les ménages conservent davantage leur véhicule, du fait notamment de la fiabilité croissante des automobiles et de la diminution tendancielle du nombre moyen de kilomètres parcourus.

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

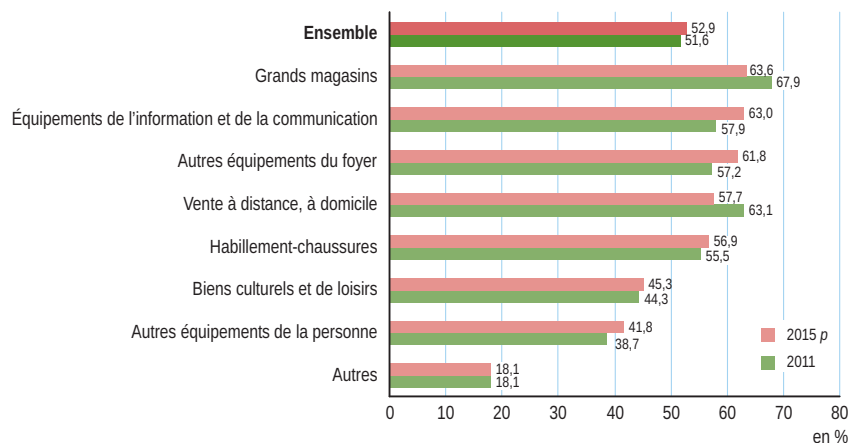
Trois millions de salariés travaillent dans le commerce, ils représentent 19 % des salariés des secteurs principalement marchands. Au nombre de 420 milliers, les non-salariés sont davantage présents dans l'artisanat commercial, le commerce de détail et le commerce et la réparation d'automobiles que dans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

Après trois années de recul, les effectifs salariés se redressent en 2015 dans les secteurs commerciaux, comme dans les autres secteurs marchands. C'est particulièrement le cas dans le commerce de détail et, dans une moindre mesure, dans le

Le grand commerce bénéficie le plus de l'affermissement de la demande

Le grand commerce non alimentaire spécialisé correspond à la grande distribution non alimentaire (*définitions*). Les unités qui le composent sont caractérisées par un nombre conséquent de salariés et de magasins ou par l'importance de la surface exploitée. Le grand commerce génère plus de la moitié de l'activité du commerce non alimentaire spécialisé. Son poids est important dans l'information et la communication, dont il réalise 63 % du chiffre d'affaires hors taxes (figure), ainsi que dans les autres équipements du foyer (62 %) et l'habillement-chaussures (57 %). En 2015, l'activité du grand commerce accélère fortement et continue de gagner des parts de marché. Depuis 2011, son chiffre d'affaires global augmente davantage que celui de l'ensemble du commerce non alimentaire spécialisé. En 2015, son activité est notamment plus soutenue dans les secteurs de l'équipement de la maison et de l'habillement-chaussures.

Part du chiffre d'affaires (HT) du grand commerce* dans le commerce non alimentaire en magasin spécialisé en 2011 et 2015



* Voir définitions.

Source : Insee, comptes du commerce, base 2010.

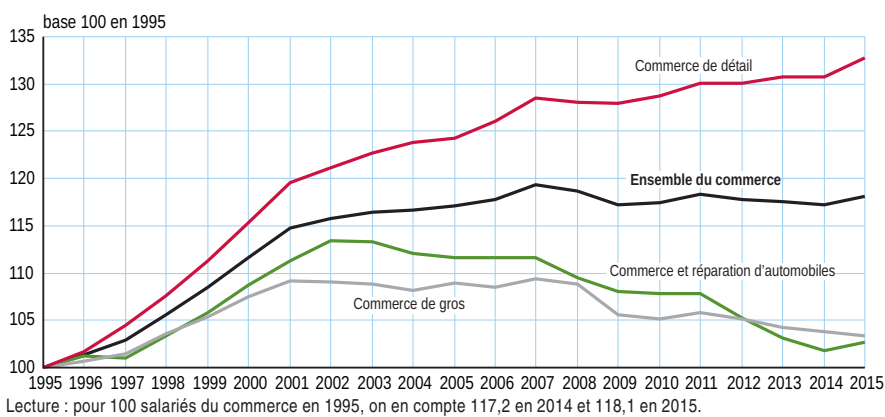
4 Les ventes au détail du commerce et de la réparation d'automobiles

Activité	Évolution des ventes en volume (TTC) aux prix de l'année précédente (en %)			Valeur 2015 (en milliards d'euros)	Évolution en valeur en 2015 (en %)
	2013	2014 sd	2015 p		
Commerce de véhicules automobiles	- 4,7	0,2	4,7	77	5,6
Entretien et réparation de véhicules automobiles	- 0,8	- 0,8	2,4	21	3,0
Commerce de gros d'équipements automobiles	- 3,0	- 1,3	0,4	1	2,1
Commerce de détail d'équipements automobiles	3,2	- 0,1	1,7	8	3,3
Commerce et réparation de motocycles	- 5,1	1,8	- 3,4	3	- 2,9
Ensemble du commerce et de la réparation d'automobiles	- 3,4	0,0	3,7	110	4,6

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

Source : Insee, comptes du commerce, base 2010.

5 Effectifs salariés dans le commerce au 31 décembre



Lecture : pour 100 salariés du commerce en 1995, on en compte 117,2 en 2014 et 118,1 en 2015.
Source : Insee, estimations d'emploi.

commerce et la réparation d'automobiles. En revanche, l'emploi salarié continue de fléchir dans le commerce de gros (figure 5).

Baisse marquée des créations d'entreprises dans le commerce

En 2015, 100 000 entreprises (*définitions*) commerciales, y compris artisanat commercial, ont été créées en France. Ces créations représentent 19 % de celles de l'économie française. Leur nombre reste élevé, bien qu'il diminue tendanciellement depuis 2011. En 2015, il se replie fortement dans les secteurs commerciaux (-9,2 %), davantage que dans le reste de l'économie (-4,7 %).

Ce résultat s'explique par la forte 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 ne l'était celui de l'auto-entrepreneur. Les créations réalisées sous un régime différent augmentent fortement (+32 % dans le commerce contre +13 % dans l'ensemble des secteurs), par effet de report. ■

Sources

Le **compte spécialisé du commerce** s'insère dans le dispositif d'ensemble des comptes nationaux français. Les résultats de l'année 2013, définitifs, sont issus du système d'information sur les statistiques

structurelles d'entreprises. Ceux de 2014 et de 2015 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 les commerçants. 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 »** (aux prix de l'année précédente) s'obtient en déflatant 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** est défini par la Commission des comptes commerciaux de la Nation. Il comprend, dans son acception élargie, l'ensemble des entreprises dont l'activité principale relève du commerce non alimentaire en magasin spécialisé ou non spécialisé, 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 m² ou plus ;
- soit appartenir au secteur des grands magasins ou à la vente à distance.

Le terme « **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 de l'économie (LME) et du décret n° 2008-1354 du 18 décembre 2008.

Un **secteur** regroupe l'ensemble des entreprises qui exercent la même activité principale alors qu'une branche regroupe les unités ou fractions d'unités qui fabriquent le même produit ou rendent le même service. Les secteurs du commerce regroupent donc des unités légales dont une partie des activités peuvent ne pas être commerciales. À l'inverse, des entreprises non commerciales (industrielles par exemple) peuvent exercer des activités commerciales et contribuer ainsi à des branches du commerce.

Bibliographie

- « La situation du commerce en 2015 - Rapport établi pour la Commission des comptes commerciaux de la Nation », *Documents de travail* n° E2016/03, Insee, juillet 2016.
- Debauche É., Arnaud F., Gallot P., « Les comptes de la Nation en 2015 - Le PIB et le pouvoir d'achat des ménages accélèrent, l'investissement se redresse », *Insee Première* n° 1597, mai 2016.
- Morer N., « En 2015, la hausse du pouvoir d'achat dope la consommation des ménages », *Insee Première* n° 1601, juin 2016.
- « Le commerce extérieur de la France en 2015 : le bilan annuel », Douanes, décembre 2015.
- « Immatriculations de véhicules routiers neufs en 2015 : redressement quasiment général », *Chiffres et statistiques* n° 769, Commissariat général au développement durable, SOeS, mai 2016.
- « Tableau de bord automobile » n° 44, 3^e trimestre 2015 et « L'industrie automobile française - édition 2015 », *Analyses et statistiques*, septembre 2015, Comité des constructeurs français d'automobiles.

Direction Générale :
18, bd Adolphe-Pinard
75675 PARIS CEDEX 14
Directeur de la publication :
Jean-Luc Tavernier
Rédacteur en chef :
E. Nauze-Fichet
Rédacteurs :
J.-B. Champion, C. Collin, C. Lesdos-Cauhapé, V. Quénechdu, H. Valdelièvre
Maquette : É. Houël
Impression : Jouve
Code Sage IP161606
ISSN 0997 - 3192
© Insee 2016

• **Insee Première** figure dès sa parution sur le site internet de l'Insee :
www.insee.fr/collections-nationales

• Pour recevoir par courriel les avis de parution (50 numéros par an) :
<http://www.insee.fr/abonnements>

Pour vous abonner à **Insee Première** et le recevoir par courrier :
<http://www.webcommerce.insee.fr/liste.php?idFamille=16>

