

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Paris, le 30 novembre 2009

VIENT DE PARAÎTRE...

Trois nouvelles publications sur la situation du commerce

- **« Le commerce en France, édition 2009 », ouvrage de la collection Insee Références**
- **2 Insee Première :**
 - **« Le commerce de détail en Europe : diversité et convergence des tissus commerciaux »**
 - **« Les réseaux dans le commerce : groupements dans l'alimentaire, succursales dans l'habillement »**

Combien d'entreprises commerciales ont été créées en 2008 ? Quelles sont les parts de marché de la vente par correspondance ? Quel est le chiffre d'affaires du commerce de détail en Europe ? Quels gains de productivité pour le secteur commercial en 10 ans ? Quelle est la place des réseaux d'enseigne dans le commerce ?

Réalisé par l'Insee avec la collaboration de la Direction Générale de la Compétitivité, de l'Industrie et des Services (DGCIS), « Le Commerce en France » présente une synthèse des principaux résultats de l'année 2008. Plusieurs focus sont proposés parmi lesquels un dossier sur le paysage du commerce de détail en Europe et un dossier sur la productivité du commerce entre 1995 et 2006.

1. Insee Références : « Le commerce en France, édition 2009 »

- **L'activité commerciale a ralenti en 2008, en particulier dans le commerce et la réparation automobiles, (Cf. Insee Références : « Vue d'ensemble »)**

Après une année 2007 dynamique, l'activité décélère dans les trois grands secteurs du commerce : commerce de détail ; commerce de gros ; commerce et réparation automobiles. Le ralentissement est particulièrement important pour le commerce et la réparation automobiles avec une diminution des ventes de 2,8% en volume (+2,4% en 2007).

Un commerce de détail qui marque le pas

Le commerce de détail et l'artisanat marquent le pas en 2008 : hausse de 0,2% en volume seulement pour un total de 463 milliards d'euros (+3,4% en 2007). Seule l'activité des pharmacies enregistre une croissance marquée : + 4,0% en 2008.

Une décélération des ventes dans le commerce de gros

Dans le commerce de gros, les ventes décélèrent elles aussi : +1,2% en volume en 2008 (+2,1% en 2007) et s'élèvent à 539 milliards d'euros. La décélération est visible dans presque tous les domaines : biens d'équipement, produits alimentaires, non alimentaires, etc.

Une faible croissance de l'emploi salarié

Le commerce représente 19% de l'ensemble des salariés des secteurs principalement marchands. L'emploi salarié augmente de 0,5% en moyenne sur l'année 2008, notamment grâce au commerce de détail. Mais en définitive, il est plus faible fin 2008 qu'un an plus tôt, conséquence de la dégradation économique au deuxième semestre.

Un nombre de créations d'entreprises en baisse

Alors qu'elles se sont maintenues dans l'ensemble de l'économie, les créations d'entreprise ont diminué dans le secteur du commerce en 2008 : -1% (+14,6% en 2007). Avec 77 700 entreprises créées 2008, le commerce représente plus d'un quart des créations d'entreprise en France.

- **1995 - 2006 : près de 2% de gains de productivité chaque année** (Cf. Insee Références : dossier « La productivité du commerce entre 1995 et 2006 »)

Entre 1995 et 2006, on observe une croissance en moyenne annuelle de 1,9% de la productivité apparente du travail dans le commerce, uniforme entre les trois secteurs. Le commerce de gros contribue majoritairement à ces gains de productivité, avec une croissance de +2,3 % par an, devant le commerce de détail, dont les gains de productivité sont de +2,0% par an.

Des évolutions uniformes qui cachent des diversités sectorielles

L'évolution de la productivité est très hétérogène selon les spécialités du commerce. La productivité s'est accrue par exemple dans le commerce de gros de biens d'équipements, dans le commerce de détail de la pharmacie, de la parfumerie ou de carburants. Mais elle a baissé dans le commerce de gros de produits agricoles bruts.

Grand commerce : des gains de productivité identiques à ceux du commerce de détail

L'apparition et l'essor des grands formats de vente est la principale transformation du paysage commercial des dernières décennies. Sur la période 1998-2006, les gains de productivité du grand commerce sont comparables à ceux du commerce de détail (2,1% contre 2,0% en moyenne par an). Le grand commerce non alimentaire en magasin spécialisé a réalisé des gains de productivité bien plus élevés que le grand commerce alimentaire.

Des gains de productivité plus faibles pour les entreprises pérennes

Quel que soit le secteur, les sociétés présentes sur le marché depuis un certain temps connaissent des gains de productivité plus faibles (1,1%) que ceux observés pour l'ensemble du commerce (1,9%). Elles doivent en effet s'adapter continuellement aux innovations, ce qui a un coût, tandis que les sociétés entrantes peuvent tirer profit des innovations développées par d'autres.



2. Deux Insee Première

- **Le commerce de détail en Europe : diversité et convergence des tissus commerciaux** (Cf. *Insee Première n°1268*)

Le niveau de vie, les habitudes de consommation ainsi que les différences d'environnement culturel, économique et législatif modèlent aujourd'hui des paysages commerciaux contrastés au sein de l'Union européenne et façonnent des attentes diversifiées de la clientèle.

Au Sud, les marchés sont les plus atomisés et le commerce alimentaire spécialisé demeure très présent. À l'Est, la croissance du chiffre d'affaires est la plus rapide entre 2000 et 2006. Elle est en revanche plus modérée sur les cinq marchés les plus importants : Royaume-Uni, Allemagne, France, Italie et Espagne.

La structure commerciale des marchés situés à l'Est de l'Europe tend à se rapprocher progressivement de celles des pays du nord ou du sud.

- **Les réseaux dans le commerce : groupements dans l'alimentaire, succursales dans l'habillement** (Cf. *Insee Première n°1269*)

En 2005, 120 000 points de vente sur un total de 430 000 sont regroupés en réseau, sous une enseigne commune ou autour d'une centrale d'achats. Établissant une communauté d'intérêt, ces réseaux se sont développés depuis une trentaine d'années. Aujourd'hui, un millier de réseaux réalisent 84% du chiffre d'affaires du commerce de détail.

Trois formes d'organisation prédominent : les succursales, les points de vente adhérents à un groupement et les franchisés. La moitié des réseaux sont mixtes : tous les magasins appartenant à un même réseau ne sont pas liés à la tête de réseau par le même type de contrat. Les groupements sont parmi les réseaux les plus grands, avec 200 points de vente en moyenne. Les réseaux succursalistes purs sont les plus petits, avec 60 points de vente en moyenne.

Les succursalistes sont prépondérants dans les réseaux d'habillement et de chaussures, les groupements parmi les réseaux de supermarchés et d'hypermarchés et les franchisés dans l'alimentation (hors grandes surfaces) et l'artisanat commercial.

