

Direction des Statistiques d'Entreprises

E2015/09

La situation du commerce en 2014
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

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

- ["Thèmes" puis "Comptes nationaux" puis "comptes nationaux annuels" puis "Comptes spécialisés" puis "Commerce"](#)

ou

- ["Publications et services" puis "Collections nationales" puis "Documents de travail"](#)

Rapport établi pour la réunion de la Commission des Comptes Commerciaux de la Nation du 18 décembre 2015.

Ce rapport est une version actualisée du rapport sur les comptes commerciaux établi en juin 2015. Virginie ANDRIEUX, Catherine BOURDEAUX, Sonia LE FAUCHEUR, Arnaud ROUSSET, Rémi SEGRETO et Benoît TRINQUIER à la division « commerce » de l'Insee ont rédigé la vue d'ensemble et les cinq premiers chapitres, sous la direction de Sabine BESSIERE, rapporteur général de la commission. Le chapitre VI, consacré aux opérations internationales du commerce, a été réalisé conjointement par Brice EDAN, Laurent GASNIER (direction générale des douanes et droits indirects), JEAN-LUC CAYSSIALS (Banque de France) et Arnaud ROUSSET (Insee).

Institut National de la Statistique et des Études Économiques

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

E 2015/09

La situation du commerce en 2014

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

Division Commerce

Décembre 2015

*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.*

La situation du commerce en 2014

Résumé :

L'activité du commerce repart légèrement à la hausse en 2014. Ce mouvement est favorisé par la légère augmentation de l'investissement des entreprises et par une demande des ménages un peu plus dynamique que les années précédentes. Les ventes progressent faiblement en volume dans le commerce de gros et le commerce de détail (+ 0,7 %). En valeur, les ventes se replient néanmoins dans ces deux secteurs en raison d'une baisse des prix, très modérée dans le commerce de détail et plus marquée dans le commerce de gros. Dans le commerce et la réparation d'automobiles, les ventes se stabilisent en volume et progressent faiblement en valeur. L'emploi salarié dans les secteurs commerciaux continue de se contracter entre fin 2013 et fin 2014, comme dans l'ensemble des secteurs principalement marchands (- 0,3 % contre - 0,4 %).

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 2014

Abstract :

The activity restarts slightly in 2014 in trade sectors. This improvement is favored by the slight increase in business investment and the growth of household demand, which is a little more dynamic than in previous years. Sales rise slightly in volume in the wholesale and retail trade (+ 0.7%). In value terms, sales nevertheless fall in both sectors due to falling prices, very moderate in retail trade and more pronounced in the wholesale trade. In trade and repair of automobiles, sales stabilize in volume and value rise slightly . Wage employment in commercial areas continues to contract between late 2013 and late 2014, as in all the main market sectors (- 0.3 %).

Keywords :

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

LE COMMERCE EN 2014

RAPPORT SUR LES COMPTES

SOMMAIRE

DONNÉES DE CADRAGE : LE COMMERCE DANS L'ÉCONOMIE	11
VUE D'ENSEMBLE	13
1 - L'activité redémarre timidement dans les secteurs commerciaux	14
1.1 - Commerce de gros : redémarrage de l'activité en volume et diminution des prix	14
1.2 - Commerce de détail : l'activité est un peu mieux orientée en 2014	16
1.3 - Commerce automobile : stabilisation de l'activité et progression en valeur	18
2 - Baisse de l'emploi salarié	19
2.1 - Le commerce perd 9 000 salariés en 2014	19
2.2 - Des salaires plus élevés dans le commerce de gros	22
CHAPITRE I : LE COMMERCE DE GROS	23
1 - Produits agricoles bruts : baisse des ventes et des prix	26
2 - Produits alimentaires : ventes en hausse, prix en baisse	27
3 - Biens domestiques : ventes en hausse	28
4 - Équipements de l'information et de la communication : ventes en hausse, prix en baisse	29
5 - Recul pour les autres équipements industriels	30
6 - Le recul des prix des matières premières amplifie la baisse des ventes des combustibles	31
7 - Progression des ventes et recul des prix dans les centrales d'achat	32
8 - La clientèle intérieure du commerce de gros : principalement des industriels et des détaillants	33
9 - Le poids du commerce international dans l'activité du commerce de gros en 2013 : 15 % des ventes sont exportées	33
10 - Baisse de l'emploi salarié dans le commerce de gros en 2014	36
CHAPITRE II : LE COMMERCE DE DÉTAIL	37
1 - Petit commerce alimentaire : recul des ventes en 2014	39
2 - Baisse d'activité pour les grandes surfaces à prédominance alimentaire (GSA)	40
3 - Progression des ventes du commerce non alimentaire non spécialisé	40
4 - Une activité assez soutenue dans le commerce non alimentaire spécialisé	41
5 - Commerce hors magasin en légère reprise	44
6 - Stabilité des effectifs salariés dans le commerce de détail	47
6.1 - En 2014, l'emploi salarié reste stable	47
6.2 - Un secteur jeune et féminisé, et une part élevée de temps partiel	47
CHAPITRE III : LE « GRAND COMMERCE » NON ALIMENTAIRE SPÉCIALISÉ	49
1 - Le grand commerce non alimentaire spécialisé gagne des parts de marché	49
2 - Une définition élargie du grand commerce ?	52
2.1 - Commerce de détail hors magasin, éventaires ou marchés	53
2.2 - Grands magasins et autres commerces de détail en magasin non spécialisé	53
3 - L'emploi dans le grand commerce en 2013	54
CHAPITRE IV : L'ÉQUIPEMENT COMMERCIAL	55
1 - L'équipement commercial du commerce de détail : 9 entreprises sur 10 n'ont qu'un seul magasin	55
2 - L'équipement commercial dans le grand commerce non alimentaire spécialisé	57
3 - La répartition des grandes surfaces en 2014	58
CHAPITRE V : LE COMMERCE ET LA RÉPARATION D'AUTOMOBILES	59
1 - Le commerce de véhicules automobiles redémarre en douceur	60
2 - Activité en baisse dans l'entretien-réparation et dans l'équipement automobile de détail	60
3 - La situation s'améliore dans le commerce et réparation de motocycles	61
4 - La baisse de l'emploi salarié dans le commerce et la réparation d'automobiles continue en 2014	62
CHAPITRE VI : LES OPERATIONS INTERNATIONALES	63
1 - Les échanges internationaux de marchandises des sociétés commerciales	63
1.1 - Perte de vitesse des échanges du commerce en 2014	63
1.2 - Moindre dynamisme des échanges du commerce de gros	64
1.3 - Rebond des échanges du commerce et de la réparation automobiles	65
1.4 - Une croissance toujours soutenue des importations dans le commerce de détail	66
1.5 - Stabilité du nombre d'exportateurs du commerce	67

2 - Les stocks d'investissements directs des entreprises commerciales.....	69
2.1 - La position créditrice nette en investissements directs des entreprises appartenant aux secteurs du commerce s'accroît de 1 milliard d'euros en 2014	69
2.2 - Les stocks d'investissements français à l'étranger dans le commerce marquent le pas en 2014 70	
2.3 - Les investissements étrangers en France dans les secteurs du commerce reculent après trois années de hausse.....	72
2.4 - L'orientation géographique: une prédominance de l'Union européenne.....	74
2.5 - L'origine ultime des investissements directs étrangers dans les entreprises commerciales résidentes	74
3 - 23 % du chiffre d'affaires des sociétés commerciales est réalisé par des groupes étrangers.	81
ANNEXES – METHODES ET DEFINITIONS	83
ANNEXE I - Les comptes du commerce en base 2010	83
ANNEXE II - Champ du commerce et des activités artisanales à caractère commercial.....	84
ANNEXE III - Réconciliation des ventes au détail et de la consommation commercialisable des ménages	87
ANNEXE IV - Les indicateurs de la démographie des entreprises.....	90
ANNEXE V - Méthodes et sources sur l'emploi	92
ANNEXE VI - Les comptes du grand commerce non alimentaire	94
ANNEXE VII - Les indices de prix utilisés dans le commerce de gros	95
ANNEXE VIII - Le prix du service commercial ou de la marge commerciale.....	96
ANNEXE IX - Les formes du commerce par taille.....	97
ANNEXE X - Définition de l'artisanat commercial retenue pour les comptes du commerce	98
ANNEXE XI - Typologie des magasins non spécialisés.....	99
ANNEXE XII - La réglementation du commerce	101
ANNEXE XIII - Définitions pour l'analyse du commerce de détail	104
ANNEXE XIV - Lexique des définitions statistiques et comptables	107
ANNEXES STATISTIQUES	108
ANNEXE I - Emploi.....	108
ANNEXE II - Comptes des secteurs commerciaux.....	112
TEXTES OFFICIELS RELATIFS A LA COMMISSION DES COMPTES COMMERCIAUX DE LA NATION... 121	
BIBLIOGRAPHIE	126

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 2011, 2012 et 2013, définitifs, sont issus des statistiques structurelles d'entreprises. Les résultats de 2014 sont encore provisoires 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 comptables nationaux.
- En **décembre $n+1$** , ces résultats provisoires sont susceptibles d'être révisés, en fonction des informations statistiques collectées entre juin et décembre ; en particulier, les comptes sectoriels de l'année $n-1$ sont en principe arrêtés en décembre $n+1$ (cf infra), de sorte que l'évolution « provisoire » fondée sur les CA3 et appliquée au niveau $n-1$, peut être affinée par la prise en compte du niveau $n-1$ définitif.
- En **juin $n+2$** , les évaluations des ventes de l'année n bénéficient d'un apport beaucoup plus important d'informations sur les comptes des entreprises. Jusqu'en 2009, ces informations provenaient à ce stade essentiellement des déclarations fiscales. Le système de données d'entreprises Ésane, permet d'intégrer à ces comptes dits **semi-définitifs (sd) ou révisés (r)**, un ensemble sensiblement plus complet de données d'entreprises, mettant en cohérence les liasses fiscales et les données de l'enquête sectorielle sur le commerce.
- 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.

DONNÉES DE CADRAGE : LE COMMERCE DANS L'ÉCONOMIE

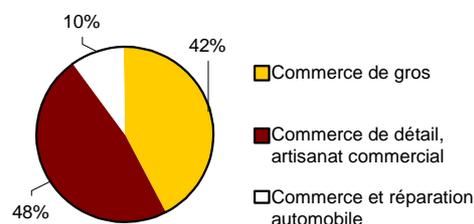
Sauf mention contraire, l'artisanat commercial est compté avec le commerce

Valeur ajoutée en 2013	Commerce	Part dans l'économie (1)
Valeur ajoutée (en milliards d'euros)	193,0	10,2%

Source : Insee, comptes nationaux, comptes du commerce

(1) La part dans l'économie correspond ici à la part dans la VA totale

Répartition de la valeur ajoutée en 2013



Source : Insee, comptes du commerce

Chiffre d'affaires HT des secteurs commerciaux (milliards d'€)

	2012	2013	2014(p)
Commerce de gros	790,5	789,0	780,7
Com. détail, artis. com.	464,8	464,9	463,0
Commerce, répar. auto.	157,8	154,5	157,6
Ensemble commerce	1 413,1	1 408,4	1 401,3

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.

Taux de marge commerciale

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

Emploi au 31/12 dans les secteurs du commerce	Milliers		
	2012	2013	2014(p)
hors artisanat commercial			
Effectif salarié	3 014,6	3 005,0	2 996,0
Effectif non salarié	411,2	nd	nd

Source : Insee - estimations d'emploi

hors artisanat commercial	2013
Commerce de gros	19,2%
Commerce de détail	28,8%
Commerce, répar. auto.	13,3%

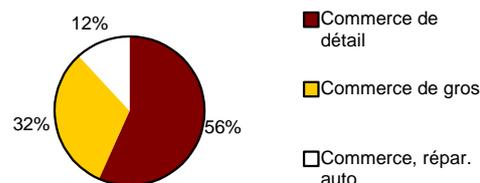
Source : Insee, comptes du commerce

Effectifs salariés au 31/12 dans les secteurs du commerce

	2014(p) en milliers	Part dans secteurs principale-ment marchands
hors artisanat commercial		
Commerce de détail	1689,0	10,7%
Commerce de gros	949,3	6,0%
Commerce, répar. auto.	357,7	2,3%
Ensemble commerce	2996,0	18,9%

Source : Insee - estimations d'emploi

Répartition de l'emploi salarié du commerce en 2014



Source : Insee - estimations d'emploi

Démographie d'entreprise (unités légales) 2014

	Commerce	Ensemble de l'économie (*)	Part du commerce
Nombre d'entreprises (en milliers)	823	3 932	20,9%
Nombre de créations (en milliers)	110	551	20,0%
Nombre de créations (hors auto-entrepreneurs, en milliers)	53	267	19,9%
Taux de créations (en %)	13,4%	14,0%	///
Taux de créations (hors auto-entrepreneurs, en %)	6,4%	6,8%	///
Nombre de défaillances (hors artisanat commercial, en milliers)	14	62	22,6%

Sources : Sirene, Banque de France

(*) : ensemble des activités marchandes hors agriculture

VUE D'ENSEMBLE

En 2014, les secteurs commerciaux retrouvent un peu de ressort en volume, après deux années de repli ou de stagnation. Ils profitent d'une demande des entreprises et des ménages légèrement plus dynamique : l'investissement des entreprises et les dépenses de consommation des ménages augmentent en volume de 2,0 % et 0,6 % respectivement, après avoir progressé faiblement en 2013 et baissé en 2012. Les exportations accélèrent également légèrement en 2014, mais le commerce extérieur apporte une contribution négative à la croissance car les importations sont très dynamiques.

Les **grossistes**, dont l'activité est très sensible à la conjoncture, bénéficient de ce contexte légèrement plus favorable : leurs ventes progressent de 0,7 % en volume, mais cette amélioration ne concerne pas tous les secteurs. Le commerce de gros de biens domestiques repart à la hausse et le commerce de gros en équipements de l'information et de la communication retrouve également un peu de dynamisme. En revanche, le commerce de gros de produits agricoles, qui soutenait l'activité en 2013, se contracte en volume en 2014, malgré un recul des prix tiré par la baisse marquée des cours des céréales (blé tendre et maïs principalement) et de l'énergie.

Dans le **commerce de détail et l'artisanat commercial**, les ventes reprennent mollement en volume avec une croissance de l'activité des détaillants de + 0,7 % en 2014 après - 0,1 % en 2013.

Comme les années précédentes, les magasins non alimentaires se trouvent dans une situation plus favorable que le commerce à dominante alimentaire. Les grandes surfaces en particulier ne bénéficient pas du léger affermissement de la demande : l'activité y est en retrait. En valeur, les ventes du commerce de détail et de l'artisanat commercial diminuent de 0,5 % car les prix des produits vendus par les détaillants (hors automobile) reculent, pour la première fois depuis 2009. Cette baisse des prix est marquée pour les carburants mais elle concerne aussi les produits alimentaires (hors tabac) et les biens manufacturés.

Après avoir atteint un point bas en 2013, le **commerce et la réparation d'automobiles** se stabilise en volume et progresse modérément en valeur. C'est le seul secteur commercial où les prix augmentent en 2014.

La **consommation commercialisable** se redresse : elle progresse en volume de 0,8 % après avoir diminué en 2012 et 2013 (- 0,4 % après - 1,3 %). En valeur, elle se replie de 0,1 % du fait de la diminution des prix.

L'**emploi salarié** dans les secteurs commerciaux continue de se contracter (- 0,3 %), comme dans l'ensemble des secteurs principalement marchands (- 0,4 %). Comme les années précédentes, cette baisse est tirée par le commerce et la réparation d'automobiles, qui n'emploie pourtant que 12 % des effectifs salariés du commerce.

1 - L'activité redémarre timidement dans les secteurs commerciaux

Après deux années d'atonie ou de repli, l'activité des secteurs commerciaux progresse légèrement en 2014. Néanmoins, en valeur, leurs ventes reculent ou progressent peu. L'année 2014 est en effet marquée par une baisse des prix dans tous les secteurs à l'exception du commerce et de la réparation d'automobiles. Ce reflux des prix est particulièrement marqué pour le commerce de gros.

Les ventes des **grossistes** redémarrent en 2014. Elles s'étaient un peu contractées en 2013 et 2012, dans un contexte de ralentissement de l'activité globale de l'économie. En valeur les ventes se replient nettement.

Dans le **commerce de détail et l'artisanat commercial**, l'activité est à nouveau orientée à la hausse en 2014. La diminution des prix entraîne néanmoins une baisse des ventes en valeur.

Les ventes du **commerce et de la réparation d'automobiles** se stabilisent en 2014 en volume, après avoir fortement diminué en 2013 et 2012.

1.1 - Commerce de gros : redémarrage de l'activité en volume et diminution des prix

Les ventes du commerce de gros rebondissent en 2014 (+ 0,7 %) en volume. En revanche, elles continuent de se replier en valeur (- 1,4 %), car les prix des produits vendus en gros diminuent nettement, du fait de la chute de ceux des matières premières agricoles et de l'énergie.

Tableau 1 : Évolution en valeur HT des ventes de marchandises du commerce de gros (en %)

Secteurs	2010	2011	2012	2013	2014p	Mds d'euros 2014p
Commerce de gros de :						
- produits agricoles bruts et animaux vivants	-9,8	28,2	8,9	3,6	-10,0	60,9
- produits alimentaires, boissons et tabac	5,2	7,9	2,7	0,1	0,3	125,0
- biens domestiques	2,8	5,1	-1,0	-2,3	2,1	140,9
- équipements de l'information et de la communication	4,2	0,4	9,7	-7,3	1,6	41,3
- autres équipements industriels	3,0	9,6	3,4	0,7	-1,2	84,3
- autres commerces de gros spécialisés	8,6	8,9	2,4	-4,7	-5,2	133,5
Commerce de gros total : (hors intermédiaires du commerce)	4,5	8,7	2,4	-1,5	-1,7	606,4
Intermédiaires du commerce	2,0	11,1	2,7	4,0	0,3	121,5
Commerce de gros et intermédiaires	4,1	9,1	2,5	-0,6	-1,4	727,9

Source : Insee-Comptes du commerce
(p) provisoire

Tableau 2 : Évolution en volume des ventes de marchandises du commerce de gros (en %)

	2010	2011	2012	2013	2014p
Commerce de gros de :					
- produits agricoles bruts et animaux vivants	-17,7	10,6	2,9	8,7	-3,3
- produits alimentaires, boissons et tabac	3,9	5,3	-1,9	-2,1	1,9
- biens domestiques	3,0	5,9	-0,6	-2,2	3,1
- équipements de l'information et de la communication	8,6	1,3	11,7	-8,5	4,6
- autres équipements industriels	3,5	7,3	1,5	-0,3	-1,4
- autres commerces de gros spécialisés	-1,1	-1,3	-0,8	-2,7	-2,9
Commerce de gros hors intermédiaires	1,6	4,1	0,0	-1,1	0,3
Intermédiaires du commerce	-5,1	2,2	-2,2	4,1	3,0
Commerce de gros et intermédiaires	0,6	3,8	-0,3	-0,3	0,7

Source : Insee-Comptes du commerce
(p) provisoire

Les ventes, y compris celles des intermédiaires du commerce, s'établissent à 728 milliards d'euros. En excluant les intermédiaires, elles atteignent 606 milliards. Alors que l'activité du commerce de gros en produits alimentaires, en biens domestiques et en équipements de l'information est bien orientée en 2014, elle diminue nettement dans le commerce de gros de produits agricoles et dans les autres commerces de gros spécialisés, en dépit de la forte baisse des prix.

En volume, les ventes du **commerce de produits agricoles bruts et animaux vivants** diminuent malgré l'augmentation des récoltes françaises. Elles sont pénalisées par la contre-performance des exportations. En outre, la forte baisse du prix des céréales (en particulier ceux du blé tendre et du maïs) pèse nettement sur l'évolution des ventes en valeur. La production mondiale abondante de céréales et d'oléagineux a en effet tiré les cours des matières premières agricoles à la baisse à l'été 2014. Aussi, les prix ont fortement diminué entre 2013 et 2014 malgré une remontée des cours en fin d'année 2014.

L'activité est mieux orientée pour les **grossistes en produits alimentaires**. Leurs ventes progressent en volume de 1,9 % en 2014 alors qu'elles diminuaient en 2013. Les ventes de produits frais sont dynamiques, elles sont tirées à la hausse par la forte croissance des ventes de fruits et légumes. Les ventes de boissons reculent en raison d'une baisse des exportations à destination du Royaume-Uni et de la Chine.

Les ventes **en gros de biens domestiques** rebondissent nettement en volume, après avoir baissé en 2012 et 2013. Le secteur du luxe demeure très porteur. En outre, les ventes de produits pharmaceutiques sont dynamiques en dépit d'un recul des exportations inédit depuis 10 ans.

Le **commerce de gros d'équipements de l'information et de la communication**, qui avait fortement baissé en 2013, repart à la hausse, porté par le redressement de l'investissement des entreprises.

Les ventes du secteur **des autres équipements industriels** se replient en 2014. Le secteur profite de la progression de la demande des entreprises notamment dans le matériel électrique, dont les ventes sont stimulées par la reprise de la construction automobile. Mais les ventes de matériel agricole, qui soutenaient l'activité les années précédentes, décrochent.

Les autres grossistes **spécialisés** font face à une baisse des volumes et une baisse des prix, en particulier ceux des combustibles.

Comme en 2013, la situation des **intermédiaires** du commerce est plus favorable que celle des négociants. Notamment, les ventes des centrales d'achat progressent de 2,8 % en volume en 2014 mais sont néanmoins stables en valeur.

Tableau 3 : Contributions des secteurs à la croissance *en volume* des ventes de marchandises du commerce de gros (hors intermédiaires)

Contributions	2010	2011	2012	2013	2014p	Poids en 2014
Commerce de gros de:						
- produits agricoles bruts et animaux vivants	-1,7	0,9	0,3	0,8	-0,3	10,6%
- produits alimentaires, boissons et tabac (*)	1,8	1,1	-0,9	-0,2	0,5	23,9%
- biens domestiques	0,7	1,4	-0,2	-0,5	0,7	23,0%
- équipements de l'information et de la communication	0,6	0,1	0,8	-0,6	0,3	6,9%
- autres équipements industriels	0,5	0,9	0,2	0,0	-0,2	13,6%
- Autres commerces de gros spécialisés	-0,3	-0,3	-0,2	-0,6	-0,7	22,1%
Commerce de gros total : (hors intermédiaires du commerce)	1,6	4,1	0,0	-1,1	0,3	100,0%

Source : Insee - Comptes du Commerce

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

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

(p) provisoire

Les ventes du commerce de gros (+ 0,3 % en volume hors intermédiaires) sont tirées par la croissance du commerce de biens domestiques. Ce secteur y contribue à hauteur de + 0,7 point. Le commerce de gros en produits alimentaires, qui représente le quart des ventes, apporte une contribution de 0,5 point. Le commerce d'équipements de l'information et de la communication, dynamique en 2014, mais qui ne représente qu'un quinzième des ventes, apporte une contribution de + 0,3 point. Le commerce de gros des autres secteurs spécialisés, celui en produits agricoles bruts et animaux vivants et celui en autres équipements industriels contribuent négativement.

1.2 - Commerce de détail : l'activité est un peu mieux orientée en 2014

Les **ventes au détail** s'élèvent à 492 milliards d'euros en 2014 et augmentent de 0,7% en volume. Elles bénéficient de la progression plus marquée du pouvoir d'achat des ménages en 2014, qui augmente par unité de consommation pour la première fois depuis 2010. Les magasins non alimentaires sont ceux qui tirent le plus profit de cette éclaircie. Depuis la crise, leur activité progresse plus vigoureusement que celle du commerce alimentaire.

Les prix des denrées alimentaires (hors tabac) comme ceux des produits non alimentaires sont en repli. Une telle situation est inédite depuis 2009.

Tableau 4 : Évolution des ventes du commerce de détail et de l'artisanat commercial en *valeur T.T.C.* (en %)

Formes de vente	2010	2011	2012	2013	2014p	Mds d'euros 2014p
Alimentation spécialisée et artisanat commercial (1)	1,2	4,1	1,5	0,8	1,1	43,6
Petites surfaces d'alimentation générale et magasins de produits surgelés	8,0	0,1	0,0	0,1	-0,4	15,0
Grandes surfaces d'alimentation générale	2,3	4,8	1,2	0,7	-1,7	181,0
Commerce alimentaire en magasin	2,4	4,4	1,2	0,7	-1,1	239,6
Grands magasins et autres magasins non alimentaires non spécialisés	2,6	5,0	5,4	2,9	1,3	8,6
Magasins non alimentaires spécialisés	3,8	2,6	1,3	0,5	0,1	215,6
Commerce non alimentaire en magasin	3,8	2,7	1,4	0,6	0,1	224,2
Commerce hors magasin	-2,7	0,5	n.s.	n.s.	0,4	28,4
ENSEMBLE COMMERCE DE DÉTAIL ET ARTISANAT COMMERCIAL	2,7	3,4	1,9	0,0	-0,5	492,2

Source : Insee - Comptes du commerce

(1) boulangeries, pâtisseries, charcuteries. Cf. définition précise en annexe X

n. s. non significatif

(p) provisoire

Les ventes à distance en 2012 et 2013

Le compte du Commerce repose sur un dispositif d'observation mobilisant plusieurs sources. La principale source provient des statistiques structurelles d'entreprises, dont une partie des observations est échantillonnée. L'élaboration du compte nécessite une mise en cohérence de toutes ces sources : les évaluations sont à la fois calées par produit sur la consommation des ménages et par secteur sur les ventes issues des statistiques d'entreprises.

Dans la vente à distance, secteur en plein essor mais dont le poids macroéconomique est encore faible (4,6 % des ventes du commerce de détail), les unités d'observation sont nombreuses et parfois petites. Certaines ont des difficultés à bien retracer leurs différents modes de vente.

Dans ce cadre, les évolutions de l'activité du secteur de la vente à distance en 2012 et 2013 apparaissent heurtées. Elles ne sont pas publiées dans ce rapport. Une expertise est en cours pour affiner cette partie du compte.

A partir des liasses fiscales des entreprises hors auto-entrepreneurs couplées à l'enquête sectorielle annuelle pour les grandes entreprises interrogées exhaustivement (Fare), la progression des ventes du secteur de la vente à distance est estimée à + 5,7 % en 2012 et + 0,3 % en 2013. Cette estimation, dans la mesure où elle n'est pas calée sur la consommation des ménages et les ventes sectorielles, n'a pas été reprise dans le tableau 4.

- **Commerce alimentaire**

Les ventes du commerce alimentaire continuent de diminuer en 2014 en volume. Ce recul est imputable aux **grandes surfaces alimentaires**. L'érosion des ventes de cette forme de distribution concerne non seulement les produits non alimentaires, comme c'est le cas depuis 2009, mais également les produits alimentaires, en particulier dans les supermarchés. En 2014, la baisse des prix des produits vendus, en particulier ceux des carburants, pèse sur les évolutions des ventes en valeur dans les grandes surfaces.

A l'inverse, dans l'**alimentaire spécialisé** (y compris artisanat commercial) et les **petites surfaces**, les ventes se redressent en volume. La progression des prix dans ce secteur est tirée par le tabac, alors que les prix des produits alimentaires hors tabac diminuent (pour tous les produits sauf les viandes et poissons dont les prix croissent très faiblement). Au final, les ventes en valeur progressent de 1,1 % dans les magasins alimentaires spécialisés et diminuent légèrement dans les **petites surfaces alimentaires généralistes** (alimentations générales, supérettes) et les **commerces de produits surgelés**.

- **Commerce non alimentaire**

Le dynamisme du commerce d'**équipements de l'information et de la communication** ne se dément pas : c'est le secteur du commerce de détail qui enregistre la meilleure performance en volume en 2014. En valeur, les ventes diminuent légèrement du fait du recul marqué des prix des produits électroniques et informatiques grand public.

Le commerce d'**équipements de la maison** se redresse en 2014 après plusieurs années de morosité. Les secteurs spécialisés du bricolage en grandes surfaces et de l'électroménager sont plus dynamiques alors que ceux des textiles, des revêtements muraux, des petites quincailleries et du meuble restent mal orientés.

Les ventes du commerce d'**équipements de la personne** progressent moins vigoureusement qu'en 2013. En 2014, les ventes des détaillants en chaussure et en maroquinerie baissent alors que celles de l'horlogerie-bijouterie et la parfumerie accélèrent en volume en 2014. L'activité des pharmacies progresse à un rythme relativement soutenu comme les années précédentes. En valeur néanmoins, les ventes progressent faiblement car les prix des médicaments sont orientés à la baisse.

Les ventes des stations services se replient en volume, en dépit de la baisse du prix des carburants. En valeur, les ventes chutent de près de 5 %.

Tableau 5 : Évolution des ventes du commerce de détail et de l'artisanat commercial en *volume T.T.C.* (en %)

Formes de vente	2010	2011	2012	2013	2014p
Alimentation spécialisée et artisanat commercial (1)	-0,8	1,4	-1,8	-1,8	0,2
Petites surfaces d'alimentation générale et magasins de produits surgelés	6,4	-2,2	-3,0	-0,9	0,6
Grandes surfaces d'alimentation générale	0,5	1,9	-1,7	0,1	-0,6
Commerce alimentaire en magasin	0,6	1,5	-1,8	-0,3	-0,4
Grands magasins et autres magasins non alimentaires non spécialisés	1,8	3,2	2,4	1,9	1,7
Magasins non alimentaires spécialisés	3,5	1,7	0,6	1,4	1,7
Commerce non alimentaire en magasin	3,5	1,7	0,6	1,5	1,7
Commerce hors magasin	-2,0	0,6	n. s.	n. s.	2,0
ENSEMBLE COMMERCE DE DÉTAIL ET ARTISANAT COMMERCIAL	1,7	1,6	0,0	-0,1	0,7

Source : Insee – Comptes du commerce

n.s : non significatif

(p) provisoire

(1) boulangeries, pâtisseries, charcuteries. Cf. définition précise en annexe X

- **Commerce hors magasin**

Les ventes hors magasin progressent en volume (+ 2,0 %), en raison notamment du dynamisme de la **vente à distance**.

1.3 - Commerce automobile : stabilisation de l'activité et progression en valeur

Le commerce et la réparation d'automobiles, dont l'activité a fortement reculé en 2012 et 2013, est stable en volume en 2014 et progresse en valeur. Ses ventes atteignent 105 milliards d'euros en 2014. Contrairement au commerce de gros et au commerce de détail, ce secteur connaît une évolution positive des prix en 2014.

Le **commerce d'automobiles**, qui représente la majeure partie des ventes, redémarre légèrement en 2014 (+ 0,5 % en volume) après avoir connu deux années très difficiles. Les immatriculations progressent de 0,5 % en moyenne annuelle¹. La croissance des prix soutient la progression des ventes en valeur. Les achats automobiles n'ont pas retrouvé leur niveau d'avant crise. Le parc automobile vieillit et l'utilisation de la voiture décroît tendanciellement : les parcours annuels moyens pour les véhicules particuliers ont diminué depuis 2001 d'environ 90 km par an (soit - 0,7 % par an) d'après les comptes des transports (Soes).

Pour le secteur de **l'entretien et de la réparation automobile**, la contraction des ventes se poursuit. Cette érosion est favorisée par la fiabilité croissante des véhicules et la diminution tendancielle du nombre de kilomètres parcourus. L'activité du commerce de **détail d'équipements automobiles**, qui comprend essentiellement les centres autos, baisse en 2014.

Le **commerce et la réparation de motocycles**, en fort repli en 2012 et en 2013, rebondit.

Tableau 6 : Évolution des ventes au détail du commerce et réparation d'automobiles en valeur T.T.C. (en %)

Activités	2010	2011	2012	2013	2014p	Mds d'euros 2014p
Commerce de véhicules automobiles	3,6	5,0	-6,0	-3,3	2,1	72,9
Entretien et réparation de véhicules automobiles	-8,7	-0,3	-1,1	0,7	-0,3	20,2
Commerce de gros d'équipements automobiles	13,3	11,6	3,7	-1,9	1,1	1,2
Commerce de détail d'équipements automobiles	-3,0	9,6	6,4	4,2	-0,8	7,7
Commerce et réparation de motocycles	4,5	1,7	-7,4	-3,9	3,0	2,8
ENSEMBLE COMMERCE ET RÉPARATION AUTOMOBILE	0,7	4,2	-4,3	-2,0	1,4	104,9

Source : Insee - Comptes du commerce
(p) provisoire

Tableau 7 : Évolution des ventes au détail du commerce et réparation d'automobiles en volume T.T.C. (en %)

Activités	2010	2011	2012	2013	2014p
Commerce de véhicules automobiles	2,7	2,6	-8,0	-4,7	0,5
Entretien et réparation de véhicules automobiles	-11,5	-3,2	-3,5	-0,8	-1,8
Commerce de gros d'équipements automobiles	12,1	11,6	1,8	-3,0	0,2
Commerce de détail d'équipements automobiles	-4,5	9,0	4,5	3,2	-1,8
Commerce et réparation de motocycles	4,6	0,8	-7,8	-5,1	1,9
ENSEMBLE COMMERCE ET RÉPARATION AUTOMOBILE	-0,6	1,9	-6,3	-3,4	-0,1

Source : Insee - Comptes du commerce
(p) provisoire

¹ d'après les données du service de l'observation et des statistiques du ministère du développement durable (Soes)

Tableau 8 : Contributions des secteurs à la croissance *en volume* de l'ensemble des ventes T.T.C. du commerce et réparation d'automobiles

Contributions en points	2010	2011	2012	2013	2014p	pois du secteur dans le total (%)
Commerce de véhicules automobiles	1,9	1,8	-5,7	-3,3	0,4	69,5
Entretien et réparation de véhicules automobiles	-2,4	-0,6	-0,6	-0,1	-0,3	19,3
Commerce de gros d'équipements automobiles	0,1	0,1	0,0	0,0	0,0	1,2
Commerce de détail d'équipements automobiles	-0,3	0,5	0,3	0,2	-0,1	7,4
Commerce et réparation de motocycles	0,1	0,0	-0,2	-0,1	0,1	2,7
ENSEMBLE COMMERCE ET RÉPARATION AUTOMOBILE	-0,6	1,9	-6,3	-3,4	-0,1	100,0

Source : Insee - Comptes du commerce
(p) provisoire

Le commerce automobile influe beaucoup sur l'évolution d'ensemble du secteur du fait de sa prééminence (70 % des ventes). Il tire l'activité du commerce et de la réparation d'automobiles à la hausse en 2014 (+ 0,4 point). Mais la baisse des ventes de la réparation automobile et du commerce de détail d'équipements automobiles contrebalance cet effet. Ces deux secteurs contribuent respectivement à hauteur de - 0,3 point et - 0,1 point à l'évolution d'ensemble.

2 - Baisse de l'emploi salarié

En 2014, un peu moins de trois millions de salariés travaillent dans le commerce hors artisanat commercial, soit 18,9 % des salariés de l'ensemble des secteurs principalement marchands non agricoles². Plus de la moitié d'entre eux exercent dans le commerce de détail, et près d'un tiers dans le commerce de gros (tableau 11). Les non-salariés représentaient 411 200 emplois dans le commerce fin 2012, soit 12 % de l'emploi total.

Le travail à temps partiel concerne un peu plus du quart des salariés du commerce. C'est dans le commerce de détail qu'il est le plus répandu (36 % en 2013³). En 2013, dans l'ensemble du commerce, la durée moyenne des emplois à temps partiel (ou équivalent temps plein de l'emploi à temps partiel) a représenté 65 % d'un temps plein⁴. Le volume⁵ de l'emploi salarié à temps partiel représente 19 % de l'ensemble du volume de l'emploi salarié.

2.1 - Le commerce perd 9 000 salariés en 2014

En 2014, l'emploi salarié dans le commerce recule. Le secteur perd ainsi 9 000 emplois salariés fin 2014 (- 0,3 % en glissement annuel, entre le 31/12/2013 et le 31/12/2014). Cette baisse est de même ampleur que celle de l'ensemble de l'emploi salarié des secteurs principalement marchands (- 0,4 %).

Sous l'impulsion du commerce de détail, l'emploi salarié est orienté à la hausse début 2015 (+ 12 200 salariés sur les 2 premiers trimestres).

² Cf. annexe méthodologique V - Les données sur l'emploi se limitent ici à la France métropolitaine.

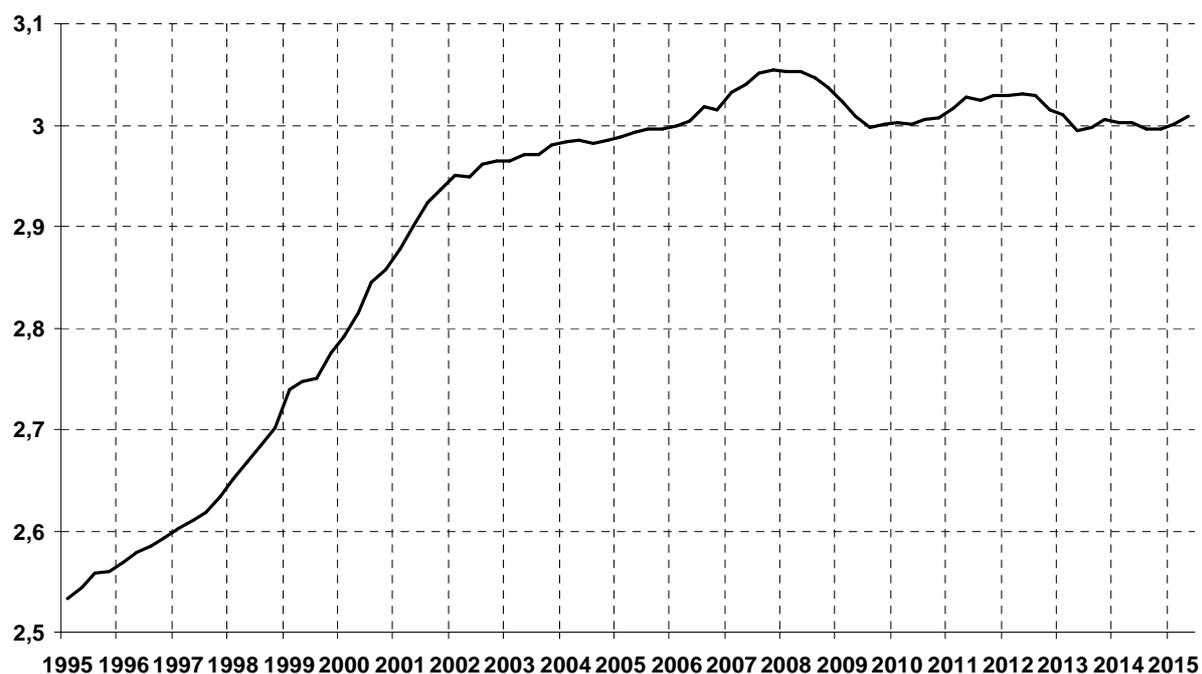
Les secteurs principalement marchands excluent l'agriculture ainsi que l'administration publique, enseignement (public et privé), santé humaine et action sociale (publiques et privées).

³ Données DADS 2013 sd

⁴ Cf. annexe méthodologique V

⁵ Le volume est mesuré en nombre d'heures, cf. annexe méthodologique V

Graphique 1 : Effectifs salariés trimestriels de l'ensemble du commerce hors artisanat commercial⁶ de 1995 au 2^{ème} trimestre 2015 (en millions, données CVS)



Source : Insee, estimations d'emploi

Tableau 9 : Effectifs salariés au 31/12 (en milliers, données CVS)⁷

SECTEURS D'ACTIVITE	2010	2011	2012	2013	2014(p)
Commerce de détail	1 666	1 683	1 682	1 689	1 689
Commerce de gros	963	969	963	953	949
Commerce et réparation d'automobiles	378	378	369	362	358
Total Commerce	3 007	3 030	3 015	3 005	2 996
Secteurs principalement marchands	16 003	16 061	15 954	15 888	15 824

Source : Insee, estimations d'emploi
(p) : données provisoires

⁶ Les données disponibles ne permettent pas d'isoler les secteurs de l'artisanat commercial.

⁷ Comme il s'agit de données CVS, les données des années antérieures à 2015 sont sujettes à de légères variations.

Tableau 10 : Évolution des effectifs salariés du commerce (glissement annuel au 31/12) données CVS

SECTEURS D'ACTIVITE	2012		2013		2014(p)	
	Variation en milliers	Variation en %	Variation en milliers	Variation en %	Variation en milliers	Variation en %
Commerce de détail	-0,8	0,0	6,9	0,4	-0,3	0,0
Commerce de gros	-5,6	-0,6	-9,6	-1,0	-4,0	-0,4
Commerce et réparation d'automobiles	-8,9	-2,4	-6,8	-1,8	-4,7	-1,3
Total Commerce	-15,3	-0,5	-9,6	-0,3	-9,0	-0,3
Secteurs principalement marchands	-107,0	-0,7	-66,6	-0,4	-63,4	-0,4

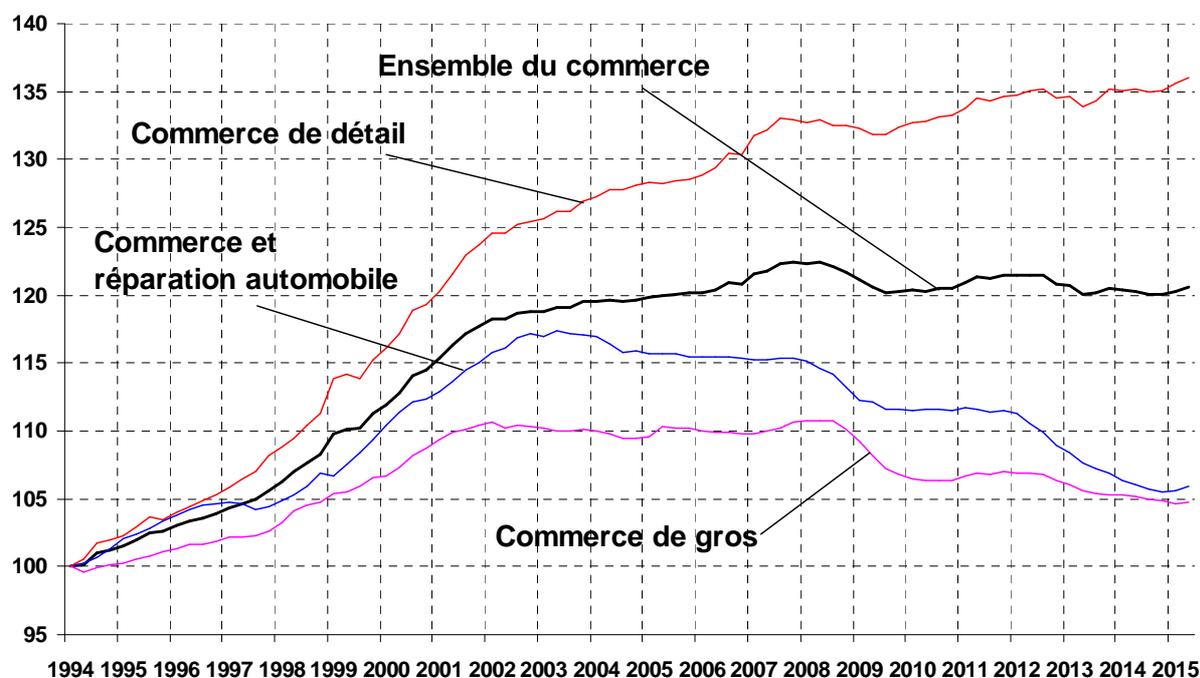
Source : Insee, estimations d'emploi
(p) : données provisoires

L'emploi salarié du commerce de détail se stabilise en 2014 après avoir légèrement augmenté en 2013. Les premières estimations pour 2015 font état d'une hausse de 12 200 salariés en 6 mois à la fin du 2^{ème} trimestre.

Dans le commerce de gros, l'emploi salarié baisse de 0,4 % en 2014, soit une perte de 4 000 salariés. À l'exception de l'année 2011, cette baisse s'observe continûment depuis 2008 et se poursuit début 2015 (- 1 400 salariés sur les 2 premiers trimestres de 2015).

L'emploi du commerce et de la réparation d'automobiles diminue en 2014 (- 1,3 %) et le secteur perd 4 700 salariés. L'emploi de ce secteur s'est contracté de 10 % en 12 ans. Il progresse en revanche de 1 400 salariés début 2015 d'après les premières estimations.

Graphique 2 : Évolution de l'effectif salarié trimestriel dans les secteurs du commerce (base 100 en 1994)



Source : Insee, estimations d'emploi

2.2 - Des salaires plus élevés dans le commerce de gros

Les salariés du commerce perçoivent en moyenne 17,5 euros de l'heure en 2013. Le salaire brut⁸ horaire moyen est moins élevé dans le commerce que dans l'industrie ou dans les services (tableau 11) en raison notamment d'une plus forte proportion d'employés et de jeunes salariés⁹ dans les secteurs du commerce.

Tableau 11 : Salaires bruts horaires moyens de l'ensemble des salariés dans l'industrie, le commerce et les services en 2013

(€/h)

Secteur d'activité	Temps complet	Temps partiel	Ensemble
Commerce de gros	21,2	19,0	21,1
Commerce de détail	14,8	13,4	14,5
Commerce et réparation automobiles	16,2	15,2	16,1
Total commerce	17,5	14,4	17,0
Industrie	20,7	21,3	20,7
Construction	18,0	17,7	18,0
Services	22,4	17,3	21,5

Source : Insee - DADS 2013 sd

Tableau 12 : Salaires bruts horaires moyens des salariés du commerce selon la catégorie socioprofessionnelle et le sexe en 2013

(€/h)

Secteur d'activité	Cadres et chefs d'entreprise salariés	Professions intermédiaires	Employés	Ouvriers
Hommes				
Commerce de gros	38,1	20,1	16,3	14,6
Commerce de détail	30,0	17,3	13,0	13,3
Commerce et réparation automobiles	31,5	19,7	15,6	13,4
Femmes				
Commerce de gros	31,6	19,4	15,2	13,0
Commerce de détail	25,3	15,5	12,2	12,1
Commerce et réparation automobiles	26,2	17,8	13,1	12,5

Source : Insee - DADS 2013 sd

Des disparités importantes de salaire existent entre les trois grands secteurs du commerce. C'est dans le commerce de gros, où les salariés sont plus âgés et les cadres proportionnellement plus nombreux, que le salaire brut horaire moyen est le plus élevé en 2013. Dans tous les secteurs, et quelle que soit la catégorie socioprofessionnelle, les hommes ont un salaire horaire moyen brut supérieur à celui des femmes.

⁸ Le salaire brut correspond à l'intégralité des sommes perçues par le salarié au titre de son contrat de travail, avant la déduction des cotisations salariales obligatoires.

⁹ Emploi et salaires - Insee Références - Édition 2014 - septembre 2014

CHAPITRE I : LE COMMERCE DE GROS

La croissance repart en volume en 2014 dans le commerce de gros (+ 0,7 %, après - 0,3 %). Le secteur des biens domestiques contribue le plus à cette croissance, hors intermédiaires du commerce. Ses grossistes réalisent 23,0 % des ventes de l'ensemble, juste derrière ceux spécialisés dans les ventes en gros de produits alimentaires, boissons et tabac (23,9 %).

En 2014, le recul des prix s'amplifie (- 2,1 %, après - 0,3 %). Il concerne l'ensemble des secteurs, à l'exception des équipements industriels où les prix sont stables. Ce reflux est particulièrement marqué pour les grossistes en produits agricoles bruts (- 6,9 %).

Les ventes en volume augmentent pour les intermédiaires du commerce (+ 3,0 %). Les produits pharmaceutiques et cosmétiques tirent la croissance des biens domestiques (+ 3,1 %). Les ventes progressent également dans le commerce gros de produits alimentaires (+ 1,9 %) et dans celui des technologies de l'information (+ 4,6 %). Ce dernier secteur enregistre la plus forte progression mais ne représente que 6,9 % des ventes de l'ensemble du commerce de gros.

A l'inverse, le volume des ventes des grossistes en produits agricoles est impacté par le marché des céréales. Il est en retrait en 2014 (- 3,3 %), après trois années d'augmentation. Le recul est enfin significatif dans les autres commerces de gros spécialisés (- 2,9 %) et dans les équipements industriels (- 1,4 %).

Dans la plupart des secteurs du commerce de gros, l'activité est sensible aux évolutions de la demande extérieure et aux tendances du marché mondial. En 2013, les exportations représentent 14,9 % des ventes des grossistes et les importations 29,0 % de leurs achats¹⁰.

Le commerce de gros emploie 949 300 salariés en 2014, soit près d'un tiers des effectifs du commerce. Leur nombre a reculé de 0,4 % entre décembre 2013 et décembre 2014.

¹⁰ Insee – Enquête structurelle annuelle auprès des entreprises

Tableau 1 : Évolution des ventes de marchandises du commerce de gros (C.G.) en volume hors taxes

Taux de croissance en %

Secteurs	2010	2011	2012	2013	2014p
C.G. de produits agricoles bruts	-17,7	10,6	2,9	8,7	-3,3
- céréales, tabac non manufacturé, semences et aliments pour le bétail	-21,2	13,2	4,4	12,5	-5,0
- autres produits (1)	-7,4	3,0	-2,6	-5,1	3,2
C.G. de produits alimentaires, de boissons et de tabac	3,9	5,3	-1,9	-2,1	1,9
- produits frais (2)	2,4	3,9	-2,0	0,3	3,0
- boissons (alcoolisées ou non)	0,7	9,3	-3,0	-10,2	-1,3
- autres produits (3)	8,0	4,9	-1,2	-0,4	2,2
C.G. de biens domestiques	3,0	5,9	-0,6	-2,2	3,1
- produits pharmaceutiques	5,1	6,2	3,0	-1,7	5,2
- autres produits (4)	1,5	5,7	-3,1	-2,5	1,6
C.G. d'équipements de l'information et de la communication	8,6	1,3	11,7	-8,5	4,6
- ordinateurs, équipements informatiques périphériques et logiciels	12,2	-3,6	12,9	-12,4	8,8
- composants et équipements électroniques et télécommunication	1,3	11,1	9,5	-1,7	-2,8
C.G. d'autres équipements industriels	3,5	7,3	1,5	-0,3	-1,4
- équipements de bureau (5)	11,4	-1,8	-11,1	-4,5	0,2
- matériel électrique	15,2	5,5	-0,7	0,6	1,5
- autres équipements (6)	-0,2	8,6	3,2	-0,3	-2,3
Autres C.G. spécialisés	-1,1	-1,3	-0,8	-2,7	-2,9
- combustibles et produits annexes	-5,1	-5,9	3,0	-3,5	-6,1
- produits pour l'installation de l'habitat et la construction (7)	0,7	1,6	-3,0	-1,5	-2,3
- autres produits (8)	0,8	0,4	-2,7	-2,9	0,8
Commerce de gros total : (hors intermédiaires du commerce)	1,6	4,1	0,0	-1,1	0,3
Intermédiaires du commerce dont centrales d'achats	-5,2 -5,7	2,2 1,9	-2,2 -0,9	4,1 4,2	3,0 2,8
Commerce de gros et intermédiaires	0,5	3,8	-0,3	-0,3	0,7

Source : Insee - Comptes du commerce

(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...

(p) provisoire

Tableau 2 : Évolution des ventes de marchandises du commerce de gros (C.G.) en valeur hors taxes

Secteurs	Taux de croissance en %					Mds d'euros 2014p
	2010	2011	2012	2013	2014p	
C.G. de produits agricoles bruts	-9,8	28,2	8,9	3,6	-10,0	60,9
- céréales, tabac non manufacturé, semences et aliments pour le bétail	-11,0	34,5	10,2	5,1	-12,3	47,1
- autres produits (1)	-6,1	10,5	4,4	-1,5	-1,0	13,7
C.G. de produits alimentaires, de boissons et de tabac	5,2	7,9	2,7	0,1	0,3	125,0
- produits frais (2)	5,8	5,2	2,4	3,7	0,6	58,8
- boissons (alcoolisées ou non)	0,3	11,6	0,4	-7,6	0,4	23,7
- autres produits (3)	7,5	9,5	4,6	0,0	-0,3	42,5
C.G. de biens domestiques	2,8	5,1	-1,0	-2,3	2,1	140,9
- produits pharmaceutiques	3,3	2,8	-0,4	-3,0	1,9	57,9
- autres produits (4)	2,5	6,8	-1,4	-1,7	2,3	82,9
C.G. d'équipements de l'information et de la communication	4,2	0,4	9,7	-7,3	1,6	41,3
- ordinateurs, équipements informatiques périphériques et logiciels	4,2	-3,9	9,8	-8,6	6,2	27,3
- composants et équipements électroniques et télécommunication	4,2	9,1	9,5	-4,8	-6,4	14,0
C.G. d'autres équipements industriels	3,0	9,6	3,4	0,7	-1,2	84,3
- équipements de bureau (5)	4,6	1,5	-7,6	-2,3	0,7	4,3
- matériel électrique	17,5	8,2	-0,2	-0,2	0,2	18,1
- autres équipements (6)	-0,9	10,7	5,3	1,1	-1,7	61,9
Autres C.G. spécialisés	8,6	8,9	2,4	-4,7	-5,2	133,5
- combustibles et produits annexes	16,2	12,4	11,2	-6,6	-11,4	47,1
- produits pour l'installation de l'habitat et la construction (7)	1,0	4,0	-2,0	-1,0	-1,7	48,3
- autres produits (8)	10,6	10,9	-3,0	-6,5	-1,1	38,1
Commerce de gros total : (hors intermédiaires du commerce)	4,5	8,7	2,4	-1,5	-1,7	606,4
Intermédiaires du commerce	2,0	11,1	2,7	4,0	0,3	121,5
dont centrales d'achats	1,8	11,1	4,3	4,2	-0,1	105,0
Commerce de gros et intermédiaires	4,1	9,1	2,5	-0,6	-1,4	727,9

Source : Insee - Comptes du commerce

(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...

(p) provisoire

1 - Produits agricoles bruts : baisse des ventes et des prix

En 2014, les ventes **des produits agricoles bruts** marquent un repli, plus prononcé en valeur (- 10,0 %) qu'en volume (- 3,3 %). Les grossistes en céréales subissent en effet une contraction de leurs ventes, accentuée par un nouveau recul des prix.

Sur fond de baisse des prix des céréales et des pommes de terre, les exportations et les importations du secteur diminuent respectivement de 11 % et de 2 % en 2014. Au total, l'excédent des échanges en produits agricoles bruts s'établit à 2,8 milliards d'euros, perdant 1,5 milliards par rapport à 2013. L'embargo russe, décrété en août 2014 sur certains produits bruts et transformés, a eu peu d'impact sur les échanges en produits agroalimentaires en France¹¹.

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

▪ Céréales et aliments du bétail

Après trois années de hausse, les ventes en volume des grossistes en **céréales** enregistrent une baisse (- 5,0 %, après + 12,5 % en 2013).

L'hiver 2013-2014, exceptionnellement doux et pluvieux, a favorisé les cultures d'automne et reconstitué les réserves en eau des sols. Après un printemps chaud et sec, les températures froides et les fortes précipitations de l'été ont localement altéré la qualité des grandes cultures. La récolte de blé tendre progresse finalement de 1,8 % par rapport à 2013. En revanche, la production de blé dur est de nouveau en baisse (- 15 %). A la différence du tournesol, les récoltes de maïs et de colza augmentent grâce à des rendements plus élevés en 2014¹².

Comme en 2013, la hausse de la production française et mondiale des céréales et des oléagineux a provoqué une baisse importante des prix des cultures, à l'exception du blé dur dont le cours se redresse. Globalement, les prix à la production des grandes cultures (céréales, oléagineux et pomme de terre) perdent 8 % entre décembre 2013 et décembre 2014¹³.

L'altération de la qualité des blés est à l'origine de l'abondance de blés fourragers, dont les prix diminuent davantage que ceux du blé meunier¹⁴. Cette baisse du coût des aliments du bétail n'a pourtant pas compensé le recul des prix à la production des animaux d'élevage¹². L'alimentation animale représente une part de plus en plus importante du coût de production des élevages.

En 2014, la valeur des exportations de blé tendre perd 12 % en 2014 mais reste en hausse de 4,8 % en volume sous l'effet de la demande marocaine et égyptienne. Après une très bonne année 2013, le retour à la normale de la récolte russe explique le recul des exportations d'orge (- 34 % en valeur et - 21 % en volume). De même, les exportations de maïs diminuent de 20 % en valeur et en volume¹².

▪ Les animaux vivants et autres produits

En 2014, les ventes en gros **des autres produits agricoles bruts** se redressent en volume (+ 3,2 %, après - 5,1 % en 2013). En revanche, les ventes en valeur restent en baisse (- 1,0 %, après - 1,5 %).

Les ventes des grossistes en *animaux vivants* rebondissent en volume (+ 4,0 %) mais pâtissent d'une baisse des prix (- 4,9 %) inédite depuis 2009. Les ventes baissent ainsi de 1,1 % en valeur.

Les ventes des grossistes en *fleurs et plantes* augmentent légèrement en volume (+ 0,6 %) et sont quasi stables en valeur (- 0,1 %). La consommation des ménages en végétaux diminue depuis quatre ans. Le solde du commerce extérieur du secteur est déficitaire : les exportations et les importations perdent respectivement 1,6 % et 2,4 % par rapport à 2013¹⁵.

Les ventes en volume des grossistes en *peaux et cuirs* repartent à la baisse (- 10,6 %). La poursuite de la hausse des prix depuis cinq ans (+ 12,0 % en 2014) permet de maintenir les ventes en valeur (+ 0,1 %).

¹¹ Agreste Conjoncture, Commerce extérieur agroalimentaire, février 2015 (SSP)

¹² Agreste Conjoncture, Bilan conjoncturel 2014

¹³ Agreste Conjoncture, Prix agricoles et alimentaires, décembre 2014

¹⁴ Agreste Conjoncture, Panorama au 6 mars 2015

¹⁵ FranceAgriMer, Note de conjoncture, Horticulture, avril 2015

Encadré 1 : Organisation du secteur des céréales et aliments pour le bétail

Ce secteur (qui comprend les coopératives) assure la collecte, le stockage et la distribution de la production nationale de céréales et oléagineux, aussi bien à destination des producteurs nationaux qu'à l'exportation.

La commercialisation de ces deux produits génère d'importants flux internes au secteur, de la collecte locale vers les coopératives régionales et les grossistes exportateurs.

Le volume des ventes dépend étroitement des livraisons agricoles, qu'il reflète avec un certain décalage dû aux mouvements des stocks.

Ce secteur inclut les « collecteurs agréés », c'est-à-dire les grossistes (coopératives et négociants) habilités par FranceAgriMer à être les réceptionnaires exclusifs de toutes les livraisons des agriculteurs en céréales et oléagineux. Du fait de ce positionnement, la mise sur le marché dépend du volume de la production agricole. Le prix tient compte des conditions globales du marché européen et mondial et, pour les céréales, d'éventuelles opérations d'intervention (achat pour stockage afin de désengorger le marché) décidées par l'Union européenne.

On peut estimer que la commercialisation d'une année civile est composée à 30 % du reliquat de la collecte n-1 et à 70 % de la collecte n.

Enfin, les grossistes en « céréales et aliments pour le bétail » commercialisent également d'autres produits, comme les oléagineux pour lesquels le reliquat de l'année n-1 commercialisé en n est moindre.

2 - Produits alimentaires : ventes en hausse, prix en baisse

Les ventes en volume du commerce de gros de **produits alimentaires** augmentent en 2014 (+ 1,9 %), après avoir diminué en 2013. Les ventes en valeur sont quasi stables (+ 0,3 %) sous l'effet d'une baisse des prix dans l'ensemble du secteur (- 1,6 %). Les prix des produits laitiers, œufs et matières grasses repartent à la hausse (+ 3,9 %). Ceux des boissons conservent leur dynamisme (+ 1,7 %), à l'inverse des prix des fruits et des légumes qui reculent assez largement (- 11,2 %), tout comme ceux du sucre, chocolat et confiserie (- 8,9 %).

En 2014, l'excédent commercial des industries agroalimentaires (IAA) poursuit son retrait amorcé fin 2012 (- 6 % en valeur par rapport à 2013)¹⁶. Bien qu'élevé, l'excédent en boissons est pénalisé par le repli des exportations de vins et spiritueux au Royaume-Uni et en Chine. Les exportations de viandes se contractent également, à la différence de celles des produits laitiers¹⁷. Par ailleurs, la consommation des ménages en produits alimentaires augmente de 0,9 %¹⁸.

▪ Produits frais

En 2014, les grossistes en produits frais connaissent une croissance du volume de leurs ventes, en particulier dans le secteur des *fruits et légumes*. Seuls les grossistes en *volailles et gibiers* enregistrent une légère baisse de leurs ventes.

Malgré le rebond des ventes en volume des grossistes en *fruits et légumes* (+ 6,9 %, après - 2,3 %), la baisse des prix explique la diminution des ventes en valeur (- 5,1 %). En effet, le niveau élevé de l'offre européenne, l'avancement du calendrier de production et la faible consommation, en lien avec la fraîcheur estivale, ont pesé sur les cours des fruits d'été¹⁹.

En 2014, les ventes en volume des grossistes en *viandes de boucherie* se redressent (+ 1,2 %, après - 5,2 %). Les prix perdent 2,6 %, faisant reculer les ventes en valeur du secteur (- 1,5 %, après - 2,3 %). Les productions de viandes ovine et porcine se stabilisent, tandis que celle de viande bovine progresse légèrement. Le solde commercial de viande porcine est exceptionnellement déficitaire du fait de la fermeture du marché russe pour des raisons sanitaires¹⁹.

Les ventes des grossistes en *volailles et gibiers* se réduisent légèrement en volume, mais le repli est moins prononcé qu'en 2013 (- 0,5 %, après - 8,4 %). La baisse des prix (- 2,1 %), la première depuis 2009, accentue celle des ventes en valeur (- 2,6 %). La production de volailles en nombre de têtes diminue de 4 % en 2014. L'excédent commercial souffre du recul des exportations vers le Proche et Moyen-Orient¹⁹.

¹⁶ Agreste Conjoncture, Industries agroalimentaires, avril 2015 (SSP)

¹⁷ Douanes, Le chiffre du commerce extérieur, Année 2014

¹⁸ Insee, Dépenses de consommation des ménages en biens, décembre 2014

¹⁹ Agreste Conjoncture, Bilan conjoncturel 2014

La croissance des ventes en volume du commerce de gros de *produits laitiers et œufs* se poursuit à un rythme plus modéré en 2014 (+ 1,3 %, après + 3,2 %). Les ventes en valeur (+ 5,2 %) bénéficient de la hausse des prix. La collecte de lait de vache recule de 1,7 % entre janvier 2014 et janvier 2015, tandis que la production d'œufs est stable en 2014. Les exportations du secteur demeurent dynamiques.

Les ventes en volume des grossistes en *poissons et crustacés* sont quasi stables (+ 0,3 %, après + 4,2 % en 2013). Les ventes en valeur augmentent légèrement (+ 0,8 %) grâce au maintien des prix (+ 0,5 %). Les achats des produits aquatiques par les ménages diminuent en volume en 2014. C'est notamment le cas des achats de poissons frais (- 3 %), de produits traités, surgelés et de conserves. En volume, les importations de produits aquatiques reculent de 2 %, alors que les exportations sont tirées par la hausse des apports de thon²⁰.

▪ **Boissons**

En 2014, les ventes des grossistes en *boissons* augmentent très légèrement en valeur (+ 0,4 %), malgré une baisse des volumes (- 1,3 %).

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

Fin janvier 2015, les échanges cumulés des vins de France à indication géographique protégée représentent 5,3 millions d'hectolitres, soit 21 % de plus par rapport à la campagne précédente. Les exportations de vins reculent légèrement en volume comme en valeur (- 1 %). Le champagne représente une part croissante de la valeur dégagée par les exportations de vins (31 % en 2014)²¹.

▪ **Autres produits alimentaires**

Les ventes en volume des grossistes des autres produits alimentaires progressent en 2014 (+ 2,2 %, après - 0,4 % en 2013). Les prix baissent de 2,5 % en moyenne dans ces secteurs, expliquant la quasi-stabilité des ventes en valeur.

Les ventes des grossistes en *sucre, chocolat et confiserie* (environ 20 % des ventes de ce groupe) progressent en volume (+ 5,4 %, après + 2,0 % en 2013). Néanmoins, le fort recul des prix (- 8,9 %) est responsable d'une baisse des ventes en valeur (- 3,9 %). En effet, après plusieurs bonnes campagnes, les stocks de sucre se sont reconstitués, entraînant une baisse de leurs cours. Les exportations de sucre perdent ainsi 12 % en valeur en 2014²².

Les ventes des grossistes en *café, thé, cacao et épices* rebondissent en volume (+ 3,4 %) et en valeur (+ 3,8 %).

Enfin, le recul des ventes des grossistes en *produits surgelés* se poursuit en 2014 en volume (- 3,0 %) et en valeur (- 3,8 %).

3 - Biens domestiques : ventes en hausse

En 2014, les ventes repartent à la hausse chez les grossistes **en biens domestiques**, que ce soit en volume (+ 3,1 %) ou en valeur (+ 2,1 %).

▪ **Produits pharmaceutiques**

La croissance des ventes en volume des grossistes **en produits pharmaceutiques** retrouve son dynamisme en 2014 (+ 5,2 %, après - 1,7 %). Celle des ventes en valeur, bien que moins prononcée, se redresse par rapport à 2013 (+ 1,9 %, après - 3,0 %). La concurrence des médicaments génériques, dont le marché se développe rapidement, exerce une pression sur les prix pratiqués sur le marché intérieur. Ainsi, les prix ont perdu 10,6 % depuis 2010.

Les exportations de produits pharmaceutiques, en hausse tendancielle de 4 % par an depuis dix ans, diminuent de 4,9 % en 2014. Les importations reprennent leur croissance en 2014 (+ 4,9 %), notamment depuis la Belgique (principal partenaire dans ce secteur) et l'Autriche. Au total, la réduction de l'excédent commercial dans ces produits, de + 4,6 milliards à + 1,9 milliard, constitue la principale contribution à la dégradation du solde manufacturier en 2014²³.

²⁰ FranceAgriMer, Données et bilan, Les filières animales terrestres et aquatiques, février 2015

²¹ FranceAgriMer, Note de conjoncture, Vins, février 2015

²² Agreste Conjoncture, Panorama au 6 mars 2015

²³ Le chiffre du commerce extérieur, Année 2014

▪ **Autres biens domestiques**

Les grossistes des **autres biens domestiques** renouent avec une croissance de leurs ventes en 2014, un peu plus importante en valeur (+ 2,3 %) qu'en volume (+ 1,6 %).

En 2014, la baisse des ventes en volume des grossistes en *textile* est moins forte (- 1,2 %, après - 4,5 %), tandis que le marché retrouve une évolution positive en *habillement-chaussure* (+ 0,6 %, après - 0,4 %). La stabilité des prix ne modifie pas ces tendances en valeur. Dans un contexte économique encore peu favorable en 2014, la consommation en textile-habillement perd 0,7 % en valeur²⁴. A l'international, le marché paraît en revanche peu sensible à la conjoncture. Les exportations confirment leur progression en habillement (+ 5,4 %) et en cuir-chaussure (+ 4,0 %). Ce dynamisme est également notable du côté des importations d'articles d'habillement (+ 7,1 %), notamment depuis la Chine, et de cuir-chaussure (+ 8,2 %)²⁴.

En 2014, la situation dans l'équipement du logement est contrastée. Les ventes du commerce de gros dans l'*électroménager* augmentent en volume (+ 1,8 %, après - 6,9 %) et parviennent à se maintenir en valeur (+ 0,4 %, après - 7,7 %). Le recul des ventes dans le secteur des *meubles, tapis et appareils d'éclairage* s'atténue en volume (- 2,6 %, après - 6,8 %) et en valeur (- 1,6 %, après - 5,7 %). Les importations de meubles et d'appareils électroménagers sont soutenues par la légère amélioration de la consommation des ménages en biens d'équipement du logement²⁴.

En 2014, l'activité des grossistes en *horlogerie-bijouterie* est toujours en retrait. Sur ce marché très volatil, les ventes perdent à nouveau 7,0 % en volume, après la forte baisse de 2013. Le recul du cours de l'or (- 10,4 %) et de l'argent (- 19,9 %) tire les prix de gros du secteur vers le bas (- 1,0 %). Les ventes perdent ainsi 8 % en valeur. La production de l'horlogerie-bijouterie gagne 1 % en valeur en 2014 (+ 9 % en horlogerie). L'ouverture du secteur est également en progression : les exportations augmentent de 18 % et les importations de 9 %²⁵.

Le commerce de gros dans la *parfumerie-produits de beauté* conserve son rythme de croissance en 2014. Les ventes augmentent de 5,4 % en volume et de 5,3 % en valeur. Ce secteur demeure en croissance sur le marché international ; les exportations augmentent de 3,2 %²⁵.

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

En 2014, les ventes dans l'ensemble du secteur se redressent en volume (+ 4,6 %) et en valeur (+ 1,6 %). Cette embellie s'explique par le dynamisme des ventes *d'ordinateurs, d'équipements informatiques périphériques et de logiciels* (+ 8,8 % en volume, après - 12,4 % en 2013), en partie modéré par une baisse des prix (- 2,5 %, après + 4,3 %).

En revanche, le retrait des ventes des grossistes en *composants et équipements électroniques et de télécommunication* s'accroît en volume (- 2,8 %, après - 1,7 %), malgré une demande encore forte des consommateurs pour les produits de téléphonie et d'électronique grand public. La contraction est plus importante en valeur (- 6,4 %, après - 4,8 %), du fait du recul des prix de gros, continu depuis 2011.

A l'exception des achats de téléphones qui demeurent dynamiques, la plupart des importations de produits informatiques et électroniques sont en retrait en 2014, notamment les ordinateurs depuis la Chine²⁶.

²⁴ IFM, Distribilan, décembre 2014

²⁵ Études statistiques comité Francéclat, Production française d'horlogerie-bijouterie, Résultats 2014

²⁶ Le chiffre du commerce extérieur, Année 2014

5 - Recul pour les autres équipements industriels

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

Pour satisfaire les besoins en biens d'équipement des entreprises françaises, les grossistes en biens d'équipement industriel ont recours aux importations, notamment en ce qui concerne les équipements de bureau et les machines pour l'industrie. Au total, les importations représentent 36,5 % des achats des grossistes du secteur. La part des exportations dans les ventes de ces mêmes grossistes est moindre, à 17,4 %.

En 2014, l'évolution des ventes des grossistes du secteur confirme les tendances déjà à l'œuvre en 2013. Cependant, la stabilité des prix ne permet plus de compenser le recul des ventes en volume (- 1,4 %, après - 0,3 %).

▪ Les équipements de bureau

En 2014, les ventes en gros des *équipements de bureau* se stabilisent en volume (+ 0,2 %) et bénéficient d'une légère hausse en valeur (+ 0,7 %). Au sein de ce secteur, les ventes en volume des grossistes en mobilier de bureau souffrent d'une conjoncture encore défavorable (- 2,8 %, après - 4,0 %), alors que les ventes en valeur progressent (+ 2,1 %, après + 0,4 %).

▪ Le matériel électrique

Les ventes en volume des grossistes en *matériel électrique* augmentent (+ 1,5 %). Pour autant, la baisse des prix entraîne une quasi-stabilité des valeurs (+ 0,2 %). Poussées par la reprise de la production automobile, les importations de matériels électriques restent en croissance²⁷.

▪ Les autres équipements

Les ventes du commerce de gros en *autres biens d'équipement* perdent 2,3 % en volume et 1,7 % en valeur.

Le secteur est affecté par une baisse d'activité des grossistes en matériel agricole, dont les ventes décrochent après trois années de forte croissance (- 9,8 % en volume et - 8,6 % en valeur). En effet, la production de machines agricoles diminue de 14,2 % en volume entre décembre 2013 et décembre 2014 mais reste en hausse de 8 % par rapport à 2009. Le nombre d'immatriculations de tracteurs agricoles est lui aussi en retrait (- 8 %, après + 11 % en 2013). Les échanges extérieurs en agroéquipement accusent une baisse d'activité en 2014 : les importations reculent de 13,7 %, tandis que les exportations demeurent stables²⁸.

La baisse des ventes du commerce de gros de machines pour l'extraction, la construction et le génie civil se prolonge en 2014 (- 4,8 % en volume et - 4,6 % en valeur). A l'exception des logements en résidence, tous les secteurs de la construction de logements sont effectivement orientés à la baisse. Le nombre de logements mis en chantier en 2014 a ainsi perdu 12,0 % par rapport à 2013²⁹. La conjoncture est aussi défavorable aux locaux non résidentiels, dont les mises en chantier diminuent de 8,8 %³⁰.

La baisse des ventes des grossistes en machines destinées à l'industrie textile et à l'habillement (- 4,5 % en volume et - 2,8 % en valeur) contribue également au recul de l'activité du secteur des autres biens d'équipement. A l'inverse, les ventes de fournitures et d'équipements industriels divers gagnent 2,2 % en volume et 2,3 % en valeur. Les grossistes en machines-outils, quant à eux, profitent d'une hausse des prix de leurs produits (+ 2,9 %).

²⁷ Le chiffre du commerce extérieur, Année 2014

²⁸ AXEMA, Rapport économique 2014

²⁹ Commissariat général au développement durable, Chiffres & Statistiques, Construction de logement, n° 601

³⁰ Commissariat général au développement durable, Chiffres & Statistiques, Construction de locaux, n° 602

6 - Le recul des prix des matières premières amplifie la baisse des ventes des combustibles

Continu depuis sept ans, le recul des ventes en volume des autres **commerces de gros spécialisés** se poursuit en 2014 au même rythme qu'en 2013 (- 2,9 %, après - 2,7 %). Comme en 2013, la baisse des prix amplifie la contraction en valeur (- 5,2 %).

Le secteur est essentiellement composé de biens intermédiaires non agricoles.

• **Combustibles et produits annexes**

Déjà important en volume (- 6,1 %), le recul des ventes des grossistes en *combustibles et produits annexes* s'accroît en valeur (- 11,4 %). La baisse des prix dans ce secteur se confirme en 2014 (- 5,6 %, après - 3,2 %).

Avec un climat exceptionnellement doux en 2014, la consommation d'énergie primaire réelle (hors énergies renouvelables thermiques et déchets) perd 4,1 % sur l'ensemble de l'année. La diminution des livraisons de fioul domestique explique le retrait de la consommation de l'ensemble des produits pétroliers (- 2,9 %). En constante augmentation, la part du sans plomb (SP95-E10) atteint 33,4 % des ventes de supercarburants en décembre 2014. La consommation de charbon est, quant à elle, en net recul (- 23,6 %)³¹.

Les prix du pétrole brut importé et des produits raffinés conservent une tendance baissière : ils reculent respectivement de 7,7 % et de 8,0 % en moyenne en 2014³².

▪ **Produits pour l'installation de l'habitat et de la construction**

Les ventes des grossistes en *produits pour l'installation de l'habitat et la construction* diminuent de nouveau en 2014 en volume (- 2,3 %) et en valeur (- 1,7 %), en raison d'une baisse d'activité dans le commerce des matériaux de construction et des fournitures pour la plomberie et le chauffage.

En 2014, les autorisations de construire, nettes des annulations, diminuent en 2014 pour la troisième année consécutive (- 8,4 %). Le nombre de logements terminés recule globalement de 5,3 % : la situation quasi stable des logements collectifs (+ 0,2 %) contraste avec la chute des logements individuels (- 11,6 %). Tous types de logements confondus, le délai entre l'ouverture du chantier et son achèvement est plus court en 2014 (16,1 mois, contre 16,8 mois en 2013). Enfin, la valeur des travaux d'entretien et d'amélioration des logements progresse de 3,6 %³³.

▪ **Les autres produits intermédiaires**

Les ventes en volume des autres grossistes en biens intermédiaires rebondissent légèrement en 2014 (+ 0,8 %, après - 2,9 %). La baisse des prix dans ce secteur (- 2,0 %) entraîne un retrait des ventes en valeur (- 1,1 %).

Le repli de l'activité dans le sous-secteur des minerais et métaux se prolonge en 2014 (- 3,9 % en volume, après - 7,6 %). Le recul des prix, bien que moins important qu'en 2013 (- 0,8 %, après - 3,5 %), pèse sur les ventes en valeur (- 4,7 %).

Les principaux débouchés des grossistes en *minerais et métaux* sont les branches productrices de ces produits elles-mêmes, ainsi que la construction automobile (par exemple avec les produits de la fonderie), la construction et dans une certaine mesure la fabrication de matériel électrique.

En 2014, le prix du minerai de fer perd 10,5 % en euros, alors que celui des métaux non ferreux gagne 1,6 %. Les cours en dollars du nickel et du zinc rebondissent (respectivement + 12,3 % et + 13,1 %) mais celui du cuivre poursuit sa baisse (- 6,8 %).

³¹ Commissariat général au développement durable, Conjoncture énergétique décembre 2014

³² Commissariat général au développement durable, Conjoncture énergétique janvier 2015

³³ Commissariat général au développement durable, Comptes du logement 2013, Premiers Résultats 2014

7 - Progression des ventes et recul des prix dans les centrales d'achat

En 2014, les ventes des **intermédiaires du commerce** continuent de progresser en volume (+ 3,0 %). Pour autant, les ventes en valeur sont quasi stables (+ 0,3 %, après + 4,1 %) à cause d'une évolution des prix peu favorable (- 2,6 %).

Au sein du secteur, la croissance des ventes des grossistes des *centrales d'achat* alimentaires, déjà importante en 2013, se renforce en volume (+ 3,5 %, après + 10,4 %). L'évolution de leurs ventes en valeur est moins dynamique mais reste positive (+ 1,9 %, après + 13,1 %).

En 2014, 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 pâtissent d'une nouvelle baisse des prix des carburants (- 5,6 %, après - 3,2 %). Les ventes progressent en volume (+ 1,6 %) et reculent en valeur (- 4,1 %).

A l'inverse, les prix pratiqués par les autres centrales d'achat non alimentaires sont stables et les ventes y progressent en volume (+ 3,4 %) et en valeur (+ 2,7 %).

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 (essentiellement des ventes pour compte de tiers) sur lesquelles ils prennent en moyenne une marge de 4 à 10 %.

En 2014, l'évolution des ventes des intermédiaires autres que les centrales d'achat reste positive en volume (+ 4,7 %, après + 3,3 %) et en valeur (+ 2,9 % après + 3,1 %). Le dynamisme de ce secteur est porté par les bons résultats des *intermédiaires en combustibles, métaux, minéraux et produits chimiques* (+ 13,7 % en volume). Les prix sont stables, à l'exception de ceux des intermédiaires en matières premières agricoles et en combustibles qui sont en retrait.

Encadré 2 : Caractéristiques des Centrales d'achat

Les centrales d'achat sont des intermédiaires du commerce qui répondent à deux finalités :

- l'approvisionnement d'entreprises commerciales de la grande distribution alimentaire ou non alimentaire (centrales nationales de référencement, centrales régionales) et de petits commerçants affiliés ;
- l'approvisionnement d'activités industrielles ou de services dans certaines configurations de groupes (filiale commerciale d'un groupe industriel par exemple).

Les services rendus aux adhérents par la centrale d'achat sont multiples : sélection et référencement des produits et des fournisseurs, gestion des ristournes, négociation du prix d'achat aux producteurs, entreposage et livraison des produits, prise en charge du paiement des factures de leurs fournisseurs, gestion de marques de distributeurs, coopération commerciale etc. Ces entreprises se rétribuent pour partie par la facturation de services, et pour partie par la perception d'une marge commerciale correspondant à un faible taux de marge (de 1 à 5 % de la valeur des marchandises facturées à leurs adhérents). La marchandise ne transite pas toujours physiquement par elles, la marge commerciale correspond alors plutôt à une commission, mais nombre d'entre elles ont un compte de résultat affichant des montants importants de ventes et d'achats de marchandises.

De ce fait, 86 % du chiffre d'affaires des entreprises du secteur des « intermédiaires du commerce » se rapportent à des centrales d'achats, et près de la moitié du chiffre d'affaires de ces dernières provient des centrales alimentaires non intégrées aux entreprises de la grande distribution alimentaire.

Lorsque la centrale d'achat est intégrée, on ne peut pas effectuer de valorisation comptable de cette fonction exercée en interne dans l'entreprise de distribution.

8 - La clientèle intérieure du commerce de gros : principalement des industriels et des détaillants³⁴

En 2013, l'activité des grossistes (hors intermédiaires du commerce) sur le marché intérieur, est orientée principalement vers l'approvisionnement des producteurs (industrie et artisanat, pour 31 % de leur chiffre d'affaires) et du commerce de détail pour 28 %. La redistribution des marchandises vers les centrales d'achat (12 %) ou d'autres grossistes (12 %) vient en troisième position de l'ensemble des opérateurs du secteur. Les autres clients professionnels (administration, prestataires de services...) comptent globalement pour 13 % et les ventes directes aux particuliers pour 3 %.

Les secteurs très fortement tributaires (de 30 % à 70 %) des commandes de l'industrie sont les grossistes en produits agricoles (céréales, animaux vivants, cuirs et peaux), les grossistes en autres équipements industriels (matériel agricole, machines-outils, machines pour l'extraction ou la construction, machines pour l'industrie textile et l'habillement, mobilier de bureau, matériel électrique, fournitures et équipements industriels divers) et les autres grossistes spécialisés (minerais et métaux, bois et matériaux de construction, appareils sanitaires, quincaillerie, produits chimiques...). Les grossistes en matériel agricole dépendent pour 64 % des achats directs des agriculteurs et de leurs coopératives. Outre le secteur de la construction (62 %), les grossistes spécialisés dans l'équipement pour la construction sont tributaires pour plus de 11 % des ventes aux particuliers, et également des prestataires de services (ingénierie...) et des administrations (9 %).

Les entreprises du commerce de gros qui vendent leurs produits à d'autres grossistes ou à des centrales d'achat sont principalement spécialisées dans les biens de consommation (produits alimentaires, boissons, tabac et biens domestiques) ainsi que dans l'équipement de l'information et de la communication : fruits et légumes, produits à base de viande, produits laitiers et œufs, boissons, sucre chocolat et confiserie, poissons, produits surgelés, textiles, appareils électroménagers, parfums et produits de beauté, meubles et tapis, ordinateurs et équipements informatiques, composants et équipements électroniques. Ces produits sont aussi écoulés via les détaillants : leur part dans la clientèle des grossistes est particulièrement forte (plus de 50 %) pour ceux qui sont spécialisés en produits à base de viande, produits à base de tabac, alimentaire non spécialisé, habillement et chaussures, articles d'horlogerie et bijouterie.

Les officines pharmaceutiques pèsent pour 43 % des ventes intérieures des grossistes en produits pharmaceutiques. Les autres centrales d'achat et autres grossistes (31 %) et les services de santé publics et privés (24 %) constituent une autre clientèle importante pour ces grossistes. L'approvisionnement des producteurs et des particuliers est minoritaire (3 %).

La clientèle professionnelle des grossistes en matériel informatique, ainsi que de ceux spécialisés dans le matériel et les fournitures pour le secteur tertiaire, est répartie différemment : 27 % aux autres grossistes et centrales d'achat, 24 % aux revendeurs au détail, 19 % de revente directe à l'industrie, 16 % à des prestataires de services, 12 % aux administrations et comités d'entreprises et enfin 2 % de ventes aux particuliers.

La revente directe à la clientèle des particuliers n'a une contribution significative (plus de 15 %) que pour le commerce de gros de déchets et débris, ainsi que chez les grossistes en textiles, habillement, fourrures, chaussures et cuir.

9 - Le poids du commerce international dans l'activité du commerce de gros en 2013 : 15 % des ventes sont exportées

Si les ventes à l'étranger constituent 26,9 % des ventes totales des grossistes en boissons, elles ne représentent que 3,4 % de celles des grossistes en équipements de bureau. Le premier secteur est ainsi plus sensible à l'évolution de la demande étrangère. Les commerces de gros de produits agricoles bruts, d'équipements de l'information et de la communication et de biens domestiques sont les secteurs où la part des marchandises exportées est la plus élevée.

De même, l'approvisionnement à l'étranger, relativement faible pour les grossistes en céréales, tabac non manufacturé, semences et aliments pour le bétail (7,7 % de leurs achats), est très important pour ceux en composants et équipements électroniques et télécommunications (74,2 %).

En revanche, dans tous les secteurs, les entreprises exportatrices et importatrices ont un poids prépondérant. Aussi, les grossistes qui exportent des composants et équipements électroniques représentent 92,2 % du chiffre d'affaires de leur secteur.

³⁴ Ce paragraphe porte sur l'année 2013 en données définitives. La source est l'Enquête sectorielle annuelle dans le commerce 2013 de l'INSEE

Tableau 3 : Part des exportations et des importations dans les ventes et poids des entreprises exportatrices et importatrices par secteur en termes de chiffre d'affaires.

En %

Activités	Ensemble des entreprises du commerce de gros		Poids dans le CA du secteur des entreprises	
	Ventes à l'exportation [A]	Achats à l'importation [B]	exportatrices	importatrices
CG de produits agricoles bruts et d'animaux vivants	21,7	7,4	71,7	33,4
- céréales, tabac non manufacturé, semences et aliments pour le bétail	23,4	7,7	76,0	38,4
- autres produits (1)	15,5	6,3	55,7	14,9
CG de produits alimentaires, de boissons et de tabac (a)	15,7	25,2	67,4	59,1
- produits frais (2)	12,1	19,2	66,7	49,6
- boissons (alcoolisées ou non)	26,9	14,3	78,9	45,0
- autres produits (3)	15,0	39,2	63,3	75,4
CG de biens domestiques (a)	19,3	43,1	82,9	64,9
- produits pharmaceutiques	9,9	35,9	80,2	57,3
- autres produits (4)	25,7	48,7	84,9	70,2
CG d'équipements de l'information et de la communication	22,2	66,6	86,2	84,0
- ordinateurs, équipements informatiques périphériques et logiciels	25,0	62,7	83,0	83,2
- composants et équipements électroniques et télécommunication	17,1	74,2	92,2	85,7
CG d'autres équipements industriels	16,5	42,2	82,6	71,7
- équipements de bureau (5)	3,4	62,6	75,4	77,8
- matériel électrique	25,6	25,5	86,1	49,7
- autres produits (6)	14,8	46,0	82,0	77,6
Autres commerces de gros spécialisés	11,0	32,0	63,2	63,3
- combustibles et produits annexes (a)	9,3	34,3	52,0	55,5
- produits pour l'installation de l'habitat et la construction (7)	3,8	21,6	63,5	67,2
- autres produits (8)	21,8	39,8	76,6	68,0
CG non spécialisé	12,2	17,1	77,6	53,1
Intermédiaires du commerce	7,2	12,4	35,1	48,4
- centrales d'achats (b)	0,4	2,3	10,9	40,7
- autres intermédiaires	38,1	47,2	73,1	49,1
Ensemble du commerce de gros (y compris intermédiaires)	14,9	29,0	66,6	59,4

Source : Insee - Enquête sectorielle annuelle dans le commerce 2013

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

[B] Achats à l'importation : part des importations dans les achats des grossistes (en %).

(1) fleurs et plantes, animaux vivants, cuirs et peaux.

(2) Fruits et légumes, viandes et produits à base de viande, produits laitiers, œufs, huiles, poissons, crustacés et mollusques.

(3) sucre, chocolat, confiserie, café, thé, cacao, épices, produits surgelés, tabac manufacturé...

(4) textile, habillement, chaussures, électroménager, vaisselle, verrerie, parfumerie, meubles, tapis, appareils d'éclairage, horlogerie, 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...

(a) non compris les centrales d'achats de la grande distribution alimentaire, spécialisées sur ces produits.

(b) y compris les centrales d'achats spécialisées de la grande distribution alimentaire.

Lecture : 12,1 % des ventes des grossistes en produits frais sont exportées. Les entreprises exportatrices réalisent 66,7 % du chiffre d'affaires de ce secteur.

Encadré 3 : 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-elles 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 2013, définitifs, sont basés sur l'exploitation du système d'information sur la statistique d'entreprise Esane. Ceux de 2014, estimés, s'appuient sur les résultats définitifs 2013 et ont été obtenus à partir des indices de chiffres d'affaires calculés par l'Insee.

Les évolutions présentées en 2014 sont donc provisoires (p). Elles sont issues des évolutions d'indices de chiffres d'affaires mensuels par secteur d'activité calculées par l'Insee à partir des déclarations CA3 que remplissent les grossistes pour le paiement de la TVA. Par construction, ces indices neutralisent les effets des restructurations connues au moment des évaluations provisoires et ne prennent que partiellement en compte l'évolution démographique des entreprises (créations, cessations). A partir des évolutions de chiffre d'affaires on peut déterminer 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.

Par ailleurs, les évolutions provisoires peuvent être revues marginalement.

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

		2010	2011	2012	2013	2014
Rapport de décembre 2015 (base 2010)	en valeur	+4,5	+8,7	+2,4	-1,5 (def)	-1,7 (p)
	en volume	+1,6	+4,1	+0,0	-1,1 (def)	+0,3 (p)
Rapport de juin 2015 (base 2010)	en valeur	+4,5	+8,7	+2,4 (def)	-0,2 (sd)	-1,7 (p)
	en volume	+1,6	+4,1	+0,0 (def)	+0,1 (sd)	+0,3 (p)
Rapport de décembre 2014 (base 2010)	en valeur	+4,5	+8,7	+2,4 (def)	-0,2 (p)	
	en volume	+1,6	+4,1	+0,0 (def)	+0,2 (p)	
Rapport de juin 2014 (base 2010)	en valeur	+4,5 (r)	+8,7 (r)	+1,7 (sd)	-0,2 (p)	
	en volume	+1,6	+4,1 (r)	-0,7 (sd)	+0,1 (p)	
Rapport de décembre 2013 (base 2005)	en valeur	+4,6	+9,0 (def)	+1,8 (p)		
	en volume	+1,6	+4,7 (def)	-0,8 (p)		
Rapport de juin 2013 (base 2005)	en valeur	+4,6	+8,4 (sd)	+1,8 (p)		
	en volume	+1,6	+4,2 (sd)	-0,8 (p)		
Rapport de décembre 2012 (base 2005)	en valeur	+4,6 (def)	+8,4 (p)			
	en volume	+1,6 (def)	+4,2 (p)			
Rapport de juin 2012 (base 2005)	en valeur	+6,5 (sd)	+8,6 (p)			
	en volume	+3,5 (sd)	+4,3 (p)			
Rapports de juin et déc. 2011 (base 2005)	en valeur	+6,4 (p)				
	en volume	+3,7 (p)				

(def) données devenues définitives

(r) données révisées

(sd) données semi-définitives

(p) données provisoires

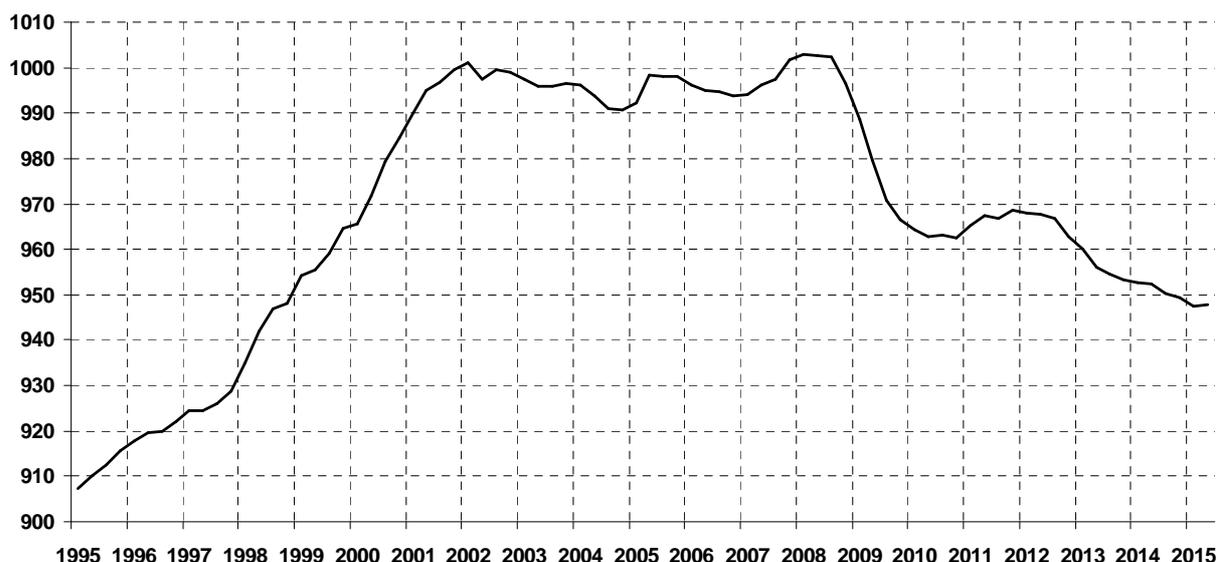
Source Insee - Comptes du commerce

10 - Baisse de l'emploi salarié dans le commerce de gros en 2014

Au 31 décembre 2014, le commerce de gros emploie 949 300 salariés, soit près du tiers (32 %) des salariés du commerce.

En glissement annuel, le nombre de salariés du commerce de gros est en repli (- 0,4 %) par rapport à 2013. Après avoir dépassé le million de salariés en 2007, l'emploi du commerce de gros se contracte depuis chaque année, à l'exception de 2011 (+ 0,6 %). Le secteur perd à nouveau 1 400 salariés au cours des 2 premiers trimestres de 2015.

Graphique 1 : Emploi salarié trimestriel dans le commerce de gros (en milliers)



Source : Insee - Estimations d'emploi

Deux tiers des actifs du commerce de gros sont des hommes

Contrairement au commerce de détail, le commerce de gros est un secteur majoritairement masculin (66 % d'hommes en 2014). Il s'agit également du secteur du commerce qui emploie le moins de jeunes de 15 à 24 ans (4 %) ³⁵.

D'après « l'enquête emploi » de 2014, 24 % des actifs occupés du commerce de gros sont des ouvriers. Parmi eux, 25 % sont des ouvriers non qualifiés de type industriel, 32 % sont des ouvriers qualifiés de la manutention, du magasinage et du transport, et 24 % exercent la profession de chauffeur (conducteurs routiers, conducteurs livreurs, coursiers...).

Les salariés représentent 94 % des actifs occupés du secteur du commerce de gros. Au sein du commerce de gros, 12,9 % des salariés travaillent à temps partiel. Le temps partiel est le plus répandu chez les intermédiaires du commerce, dans le commerce de gros de biens domestiques et dans le commerce de gros non spécialisé.

En 2013, la durée moyenne des emplois à temps partiel (ou équivalent temps plein du temps partiel) représente 61,2 % d'un temps plein dans le commerce de gros ³⁶, et le volume d'emploi salarié effectué à temps partiel ³⁷ équivaut à 8,3 % du volume d'emploi salarié. Si l'emploi à temps partiel était réparti sur l'ensemble des emplois salariés, chaque emploi salarié représenterait 95 % d'un emploi à temps plein (équivalent temps plein de l'emploi salarié).

³⁵ Cf. tableau I-2 en annexe statistique

³⁶ Cf. tableau I-3 en annexe statistique

³⁷ Cf. Annexe méthodologique n° V : Méthodes et sources sur l'emploi

CHAPITRE II : LE COMMERCE DE DÉTAIL

En 2014, 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 492,2 milliards d'euros (tableau 1). Comparées à leur niveau de 2013, elles diminuent de 0,5 % en valeur.

L'activité commerciale bénéficie d'une légère reprise de la demande intérieure avec une augmentation des ventes en volume de 0,7 %. Depuis 2010, les secteurs non alimentaires résistent mieux que les secteurs alimentaires et, en 2014, ces secteurs dynamisent l'activité commerciale avec une augmentation de 1,7 % en volume. Le commerce **alimentaire** comprend les magasins d'alimentation spécialisée, l'artisanat commercial, les petites surfaces d'alimentation générale, les magasins de produits surgelés et les grandes surfaces d'alimentation générale.

En 2014, les ventes des secteurs du commerce alimentaire diminuent de 0,4 % en volume ; en valeur, elles diminuent de 1,1 % car globalement les prix des denrées alimentaires diminuent.

Les formes de vente **non alimentaires** comprennent les grands magasins et les autres magasins non alimentaires non spécialisés ainsi que les magasins non alimentaires spécialisés qui recouvrent notamment le commerce du carburant, les magasins d'équipements de l'information et de la communication, le commerce des autres équipements du foyer et celui des produits de la culture et des loisirs.

Dans les magasins non alimentaires spécialisés (y compris pharmacie), l'augmentation des ventes de 1,7 % en volume est soutenue, pour la deuxième année consécutive, par le dynamisme des ventes du secteur des technologies de l'information et de la communication (+ 8,3 % après + 6,2 % en 2013). En valeur, les ventes restent stables (+ 0,1 % en 2014) en raison, notamment, de la diminution des prix des carburants. En effet, ces derniers accusent un nouveau repli de 3,6 % après un recul de 2,0 % en 2013.

En 2014, les **effectifs salariés** du commerce de détail (hors artisanat commercial) sont stables en glissement annuel. Ils s'élèvent à 1,69 million au 31 décembre, soit 56 % des effectifs du commerce. Le travail à temps partiel est toujours très fréquent dans le commerce de détail : il concerne le tiers du volume d'emploi salarié.

Tableau 1 : Évolution des ventes du commerce de détail et de l'artisanat à caractère commercial en valeur T.T.C. (en %)

Formes de vente	2010	2011	2012	2013	2014p	Mds d'euros 2014p
Alimentation spécialisée et artisanat commercial (1)	1,2	4,1	1,5	0,8	1,1	43,6
Boulangeries-pâtisseries	5,7	2,6	1,5	0,9	2,0	12,9
Boucheries-charcuteries	-11,1	3,9	0,4	1,1	-0,8	8,8
Autres magasins d'alimentation spécialisée	4,5	5,1	2,0	0,7	1,3	21,9
Petites surfaces d'alimentation générale et magasins de produits surgelés	8,0	0,1	0,0	0,1	-0,4	15,0
Grandes surfaces d'alimentation générale	2,3	4,8	1,2	0,7	-1,7	181,0
Ensemble commerce alimentaire en magasin	2,4	4,4	1,2	0,7	-1,1	239,6
Grands magasins et autres magasins non alimentaires non spécialisés	2,6	5,0	5,4	2,9	1,3	8,6
Magasins non alimentaires spécialisés (y c.pharmacies)	3,8	2,6	1,3	0,5	0,1	215,6
Carburants	18,6	12,2	11,8	1,1	-4,8	16,0
Technologie de l'information et de la communication	-7,1	3,5	-3,5	-1,5	-0,5	8,7
Équipement du foyer	1,6	-1,7	0,8	-2,3	0,4	48,5
Culture, loisirs	3,3	3,5	-4,2	0,9	2,2	24,0
Autres commerce de détail en magasin spécialisé	4,4	3,1	1,7	1,7	0,3	118,4
Habillement-chaussures	4,5	2,1	2,5	2,7	0,6	36,4
Autres équip. de la personne	6,9	5,6	4,5	0,4	1,6	19,5
Pharmacies, articles médic. et orthop	2,3	2,0	-0,6	1,7	0,4	42,2
Autres magasins spécialisés	6,7	5,0	2,8	0,9	-1,7	20,3
Ensemble commerce non alimentaire en magasin	3,8	2,7	1,4	0,6	0,1	224,2
Commerce hors magasin	-2,7	0,5	n.s	n.s	0,4	28,4
Commerce sur éventaire ou marché	-12,1	-3,1	9,8	-14,1	0,9	5,8
Ventes à distance et autres formes de commerce	0,0	0,0	0,0	n.s.	0,2	22,6
ENSEMBLE COMMERCE DE DÉTAIL ET ARTISANAT COMMERCIAL	2,7	3,4	1,9	0,0	-0,5	492,2
dont : activités artisanales	-0,5	0,7	2,2	1,7	1,7	14,7
dont : commerce de détail (hors pharmacies) et artisanat commercial (2)	2,8	3,5	2,1	-0,2	-0,5	449,9

Source : Insee - Comptes du commerce

(1) boulangeries, pâtisseries, charcuteries

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

n.s non significatif

(p) provisoire

Technologies de l'information et de la communication : ordinateurs, unités périphériques, logiciels, matériel de télécommunication, matériels audio et vidéo

Équipement du foyer : textile, quincaillerie, bricolage, revêtements de sols et murs, appareils électroménagers, meubles, autres équipements du foyer

Culture, loisirs : livres, journaux et papeterie, enregistrements musicaux et vidéo, articles de sport, jeux et jouets

Autres équipements de la personne : parfumerie et produits de beauté, optique, maroquinerie-articles de voyage, horlogerie-bijouterie

Autres magasins spécialisés : charbons et combustibles, biens d'occasion en magasins, autres commerces de détail spécialisés divers, plantes et animaux de compagnie...

Tableau 2 : Évolution des ventes du commerce de détail et de l'artisanat à caractère commercial en volume T.T.C. (en %)

Formes de vente	2010	2011	2012	2013	2014p
Alimentation spécialisée et artisanat commercial (1)	-0,8	1,4	-1,8	-1,8	0,2
Boulangeries-pâtisseries	5,4	0,6	0,0	-0,3	1,9
Boucheries-charcuteries	-11,3	1,3	-2,5	-1,4	-1,5
Autres magasins d'alimentation spécialisée	0,7	2,0	-2,5	-2,8	-0,1
Petites surfaces d'alimentation générale et magasins de produits surgelés	6,4	-2,2	-3,0	-0,9	0,6
Grandes surfaces d'alimentation générale	0,5	1,9	-1,7	0,1	-0,6
ENSEMBLE Commerce alimentaire en magasin	0,6	1,5	-1,4	-0,3	-0,4
Grands magasins et autres magasins non alimentaires non spécialisés	1,8	3,2	2,4	1,9	1,7
Magasins non alimentaires spécialisés (y c.pharmacie)	3,5	1,7	0,6	1,4	1,7
Carburants	6,1	-1,3	6,6	3,1	-1,4
Technologie de l'information et de la communication	0,5	11,5	2,0	6,2	8,3
Équipement du foyer	2,9	-1,1	0,4	-1,9	1,7
Culture, loisirs	1,4	1,6	-6,2	-1,0	0,8
Autres commerce de détail en magasin spécialisé	4,3	2,5	1,2	2,7	1,9
Habillement-chaussures	4,0	1,4	0,4	1,8	0,7
Autres équipements de la personne	5,7	3,2	2,3	0,5	2,8
Pharmacies, articles médic et orthop	4,1	3,6	2,0	5,4	3,6
Autres magasins spécialisés	3,7	1,6	0,0	1,0	-0,4
ENSEMBLE Commerce non alimentaire en magasin	3,5	1,7	0,4	1,5	1,7
Commerce hors magasin	-2,0	0,6	n.s	n.s	2,0
Commerce sur éventaire ou marché	-13,3	-3,9	6,8	-15,6	2,5
Ventes à distance et autres formes de commerce	1,8	1,8	n.s	n.s	1,9
ENSEMBLE COMMERCE DE DÉTAIL ET ARTISANAT COMMERCIAL	1,7	1,6	0,0	-0,1	0,7
dont : activités artisanales	-0,8	-1,3	0,5	0,4	1,6
dont : commerce de détail (hors pharmacies) et artisanat à caractère commercial (2)	1,5	1,4	-0,2	-0,6	0,5

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

1 - Petit commerce alimentaire : recul des ventes en 2014

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'activité augmente très légèrement pour l'alimentation spécialisée et l'artisanat commercial**

En 2014, les ventes progressent très légèrement, dans le secteur de l'alimentation spécialisée et de l'artisanat commercial (+ 0,2 % en volume) après deux années de contraction de l'activité. Elles augmentent en valeur de 1,1 %.

Les ventes en **boucheries-charcuteries** enregistrent une baisse de 1,5 % en volume et de 0,8 % en valeur. Le porc est la seule viande dont les achats ont progressé en 2014³⁸, selon France Agrimer.

³⁸ Les données et bilans de France Agrimer pour l'année 2014

Dans les autres **magasins d'alimentation spécialisée**, l'activité s'est stabilisée (- 0,1 % en volume). Les ventes de tabac se replient de 4 % en volume, en lien avec une nouvelle hausse des prix des tabacs (+ 5,2 %). Le développement de la cigarette électronique se poursuit.

L'activité se stabilise également en volume et en valeur dans les **commerces de poissons, crustacés et mollusques** (- 0,4 % en volume et - 0,3 % en valeur). Les achats de poissons frais hors saumon (y compris les ventes dans les grandes surfaces alimentaires) restent stables³⁹.

Dans le **commerce de détail de fruits et légumes**, les ventes de fruits et légumes augmentent en volume de 3,6 %. La fréquence d'achat serait en hausse avec 66 actes d'achat par acheteur, soit le plus haut niveau observé au cours de ces dernières années³⁹.

- **Petites surfaces d'alimentation générale et magasins de produits surgelés : reprise pour les produits surgelés**

En 2014, les ventes des petites surfaces d'alimentation générale et des magasins de produits surgelés augmentent légèrement (+ 0,6 % en volume), après trois années consécutives de baisse. En valeur les ventes fléchissent légèrement (- 0,4 % en 2014).

Les ventes en **commerce de détail de produits surgelés** augmentent nettement en volume (+ 4,0 %) et de façon moindre en valeur (+ 2,6 %), du fait du recul des prix.

Dans les **commerces d'alimentation générale et les supérettes**, les ventes en volume sont stables (respectivement 0,3 % et 0,0 %) tandis qu'elles fléchissent légèrement en valeur (respectivement - 0,7 % et - 0,9 %).

2 - Baisse d'activité pour les grandes surfaces à prédominance alimentaire (GSA)

En 2014, les ventes en volume des grandes surfaces d'alimentation générale (hypermarchés, supermarchés, magasins multi-commerces) ou GSA fléchissent (- 0,6 % en 2014).

La baisse du chiffre d'affaires en produits non alimentaires se poursuit dans les hypermarchés et dans les supermarchés (- 1,9 % en 2014)⁴⁰. En période de crise économique, l'arbitrage des ménages s'effectue vers des achats de première nécessité, induisant ainsi un repli des ventes sur tout ce qui concerne l'univers de la maison ainsi que celui des loisirs, observable dans les supermarchés tout particulièrement.

La place des GSA reste néanmoins prépondérante puisqu'elles réalisent plus du tiers des ventes du commerce de détail et de l'artisanat commercial, hors automobile (tous produits confondus). En 2014, 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 2 %).

Les ventes des **hypermarchés** restent orientées à la baisse. La situation est également difficile pour les **supermarchés**. Le niveau des ventes en volume diminue respectivement de 0,4 % et de 0,7 % en 2014.

3 - Progression des ventes du commerce non alimentaire non spécialisé

En 2014, les ventes réalisées par le commerce non alimentaire non spécialisé progressent de 1,7 % en volume. Ce secteur comprend les grands magasins et les « autres commerces non alimentaires non spécialisés » (de type « bazar »).

Dans les **grands magasins**, surtout implantés à Paris et dans les grandes villes, les ventes augmentent légèrement en volume (+ 1,1 %) après avoir stagné les deux années précédentes mais leur croissance en valeur progresse peu à + 0,7 %.

Les **autres commerces non alimentaires non spécialisés** (magasins de type « bazar ») connaissent une moindre augmentation du volume de leurs ventes par rapport à 2013 (+ 2,9 % en 2014 après + 5,9 % en 2013). Leurs ventes progressent de 2,8 % en valeur en 2014.

³⁹ Les données et bilans de France Agrimer pour l'année 2014

⁴⁰ Enquête EMAGSA

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

Les ventes des secteurs du commerce non alimentaire spécialisé (y compris carburant et pharmacie) poursuivent leur progression en volume (+ 1,7 % en 2014 après 1,4 % en 2013).

Au sein du commerce non alimentaire spécialisé, le secteur le plus en difficulté est celui des stations-service. Le secteur le plus dynamique est celui des technologies de l'information et de la communication.

▪ Poursuite du ralentissement des ventes au détail de carburants

En 2014, le ralentissement des ventes de carburants se poursuit (- 1,4 % en volume). A cette baisse en volume s'ajoute une forte diminution des prix des carburants, si bien que les ventes en valeur des stations-service baissent de 4,8 %.

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

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

La progression des ventes en volume se poursuit en 2014 (+ 8,3 %). Après un fléchissement depuis 2009, le secteur des TIC renoue, en 2013 puis 2014, avec sa croissance moyenne des dix dernières années.

Les ventes des magasins spécialisés dans la vente d'**ordinateurs** continuent de croître en 2014 (+ 10,4 % en volume). En 2014, l'expansion du marché des tablettes numériques se poursuit avec un catalogue considérablement enrichi. Selon la presse spécialisée, le développement du gaming justifie la montée en gamme sur le marché du PC et profiterait abondamment aux souris et aux claviers⁴¹. Les ventes en volume des produits de stockage enregistrent une hausse. A l'exception des ventes de disques durs externes, plusieurs marchés de stockage se portent bien. C'est le cas des clés USB, des SSD et des NAS qui enregistrent des dynamiques très positives en volume⁴². Ce secteur n'est pas épargné par une forte baisse des prix.

Les ventes du secteur du **matériel de télécommunication** augmentent en volume de 2,1 %. Les ventes de smartphones entretiennent toujours le dynamisme de ce secteur. L'innovation est constante avec le mode photo, vidéo, l'autonomie ou encore la puissance du processeur. Comme en 2013, les grandes tailles d'écran au-dessus de 5 pouces continuent de progresser. Cette taille d'écran séduirait près d'un consommateur sur 5 cette année. Le marché très prometteur des objets connectés émerge avec les montres ou les bracelets autour du poignet⁴². Les ventes du secteur du matériel de télécommunication diminuent de 8,5 % en valeur, en raison d'une forte baisse des prix à qualité constante.

Le **commerce de matériel audio et vidéo** poursuit sa progression (+ 6,6 % en volume après + 0,7 % en 2013). Les produits vedettes de 2013 telles que les enceintes Bluetooth, les barres de son, la hifi nouvelle génération, confortent leur statut. Dorénavant, le « sans-fil » représente la majorité du chiffre d'affaires de la hifi et audio-vidéo réunis. L'actualité des marchés connexes, Coupe du Monde FIFA, ont eu une incidence positive sur le matériel audio. L'électronique de loisirs est tirée de manière naturelle vers les produits connectés grâce à des usages de plus en plus nombreux (le streaming vidéo et audio, le jeu en ligne et la photo) qui poussent les utilisateurs à renouveler leurs équipements audio et photo qui embarquent des fonctions connectées⁴².

L'année 2014 voit également l'émergence de nouveaux concepts, tel que celui des chaînes multi-room.

⁴¹ GFK « Communiqué de presse : le marché des biens d'équipement de la maison – mars 2015 »

⁴² GFK « Communiqué de presse : le marché des biens techniques en France – février 2015 »

- **Reprise dans l'équipement du foyer**

Le commerce de détail d'équipement du foyer comprend le commerce de détail d'équipements ménagers, tels que textiles, quincaillerie, tapis, appareils électriques et électroménager ou meubles, en magasins spécialisés. En 2014, le secteur amorce une légère reprise (+ 1,7 % en volume).

La conjoncture a été plus favorable au commerce d'**appareils électroménagers** qu'aux autres secteurs. En effet, c'est le seul secteur dont les ventes continuent de progresser depuis le léger fléchissement de 2011 (+ 10,3 % en volume après 5,7 % en 2013).

L'année 2014 serait marquée par le retour à la croissance du gros électroménager. Les réfrigérateurs et lave-linges occupent une large part de marché, suivis par les lave-vaisselles, sèche-linges, congélateurs et caves à vin.

Le petit électroménager connaît une croissance ininterrompue depuis dix ans. Parmi les produits les plus présents dans les foyers, on compte l'équipement du petit déjeuner, les appareils d'entretien des sols et ceux liés au soin du linge. Les robots multifonctions et les épilateurs à lumière pulsée connaissent un franc succès. Les ventes d'appareils de coiffure, les « kitchen machines », les tondeuses à barbe et les aspirateurs-balais sont également dynamiques⁴³.

Dans le secteur du **bricolage** (grandes surfaces et petites quincailleries), les ventes restent globalement stables avec un léger recul en volume et en valeur pour les petites surfaces (respectivement - 1,4 % et - 2,9 %). Ce secteur évolue sous l'influence de nouvelles pratiques comme celles de la consommation collaborative, la location ou le troc.

L'activité continue de décroître dans le commerce de **textiles** (- 1,0 % en volume après - 6,8 %) et, dans une moindre mesure, dans les commerces spécialisés dans les **revêtements de sols et murs** (- 1,6 % en volume après - 10,3 %).

En 2014, le secteur du commerce de **meubles** est atone. Les ventes se sont stabilisées à - 0,2 % en volume et à - 0,4 % en valeur. Les consommateurs privilégient la modification de l'existant ou investissent dans la décoration. L'achat de nouveaux meubles n'est plus une priorité et l'économie circulaire représente une véritable tendance de fond. La redistribution avec la brocante, les sites de ventes et d'enchères en lignes, la réparation, le don à travers l'économie sociale et solidaire, le recyclage sont autant de nouveaux modes de consommation dans ce secteur, d'après la presse spécialisée⁴⁴. Comme en 2012 et 2013, seule la literie a enregistré une croissance de ses ventes⁴⁵.

- **Les ventes de biens culturels et de loisirs augmentent**

L'activité des **magasins dans le secteur culturel et récréatif** progresse avec des ventes de + 0,8 % en volume et de + 2,2 % en valeur en 2014. L'activité est néanmoins pénalisée par la moindre performance du commerce de détail de journaux et papeterie.

Depuis une dizaine d'années, les ventes des **commerces de journaux et papeterie** ont tendance à diminuer sous l'effet de la concurrence d'internet et de la presse quotidienne gratuite. La baisse des ventes est cependant moins forte avec - 1,9 % en volume alors que ce repli atteignait - 4,6 % en volume en 2013.

La situation s'améliore pour le **commerce de livres en magasin spécialisé**. Ses ventes augmentent de 1,5 % en volume alors qu'elles avaient diminué de 4,1 % l'année précédente. Les librairies doivent toujours faire face à la concurrence croissante de la vente de livres sur internet. Le développement du marché du livre numérique s'est poursuivi en 2014. Les catégories souffrant le plus de la baisse des ventes sur le marché « physique » seraient les dictionnaires et encyclopédies, les méthodes de langues, les cartes et

⁴³ GIFAM « Groupement Interprofessionnel des Fabricants d'Appareils d'Équipement Ménager »

⁴⁴ Eco-mobilier

⁴⁵ FNAEM « Fédération française du Négoce, de l'Ameublement et de l'Équipement de la Maison »

atlas. Sur le segment des livres pratiques, le succès des ouvrages de coloriage anti-stress pour adultes a stimulé le marché en 2014⁴⁶.

La vente **d'articles de sport** est en hausse (+ 3,1 % en volume et + 2,5 % en valeur). Le marché est porté par la chaussure de sport. En terme de disciplines pratiquées, le running, le basketball et les activités pratiquées en clubs de gym seraient les moteurs de l'activité⁴⁷.

La vente **de jeux et jouets** se stabilise en 2014 (+ 0,4 % en volume et en valeur). L'année a été marquée par la Coupe du Monde de football avec l'explosion des ventes de vignettes Panini, les bracelets Loom et les jouets interactifs. Les ventes se sont également concentrées sur les produits dérivés des derniers films à succès tels que Lego, Cars, la Reine des Neiges, par exemple⁴⁸.

▪ **Croissance des ventes des autres commerces de détail en magasin spécialisé**

En 2014, l'activité des **autres commerces de détail en magasin spécialisé** augmente en volume mais ralentit (+ 1,9 % après 2,7 %).

Les ventes des magasins **d'habillement-chaussures** augmentent un peu (+ 0,7 % en volume et + 0,6 % en valeur).

Pour les détaillants de l'**habillement** (grandes enseignes d'habillement et boutiques indépendantes), la croissance de l'activité est assez faible en volume (+ 1,1 %). Les ventes en magasin spécialisé sont concurrencées par les ventes de vêtements en ligne sur des sites internet spécialisés, qui continuent d'avoir le vent en poupe, notamment en période de soldes et par les ventes des magasins d'occasion qui concernent, depuis la crise, une large partie des consommateurs (succès des boutiques de vêtements vintage).

Les ventes du secteur de la **chaussure** diminuent en volume (- 1,6 %) et en valeur (- 0,8 %) car les prix augmentent peu.

Les ventes des magasins consacrés aux **autres équipements de la personne** accélèrent (+ 2,8 % en volume et + 1,6 % en valeur).

En 2014, les ventes du commerce de détail de la **maroquinerie et des articles de voyage** se replient (- 2,6 % en volume et - 2,2 % en valeur). Depuis 2012, le secteur ne parvient pas à retrouver le fort dynamisme des années précédentes.

Le commerce d'**horlogerie et de bijouterie** bénéficie d'une embellie avec une augmentation des ventes de + 6,0 % en volume et de + 4,1 % en valeur. Les bijoux en or tous titres constitueraient la plus grande part des ventes devant les montres puis les bijoux en argent⁴⁹.

Le secteur de la **parfumerie et des produits de beauté** est très dynamique en 2014. Les ventes progressent de 3,9 % en volume et de 2,7 % en valeur.

L'activité de l'**optique** progresse de 1,7 % en volume et de 0,4 % en valeur en 2014. L'activité continuerait d'être portée par les bonnes ventes des verres de correction, situés dans une gamme de prix élevés avec une montée en gammes des verres vendus : traitements anti-UV, antireflets de dernière génération qui protègent de la lumière bleue⁵⁰, lumière la plus éblouissante.

Comme en 2013, les ventes des **commerces de produits pharmaceutiques et d'articles médicaux et orthopédiques** progressent à nouveau à un rythme soutenu en volume. En valeur, les ventes restent stables (+ 0,4 %), du fait notamment de la généralisation des médicaments génériques qui entraîne une baisse des prix. Le développement des grands conditionnements pour les traitements de longue durée tire également les prix à la baisse.

⁴⁶ GFK « Bilan du marché du livre en 2014 – mars 2015 »

⁴⁷ Magazine « Filière Sport »

⁴⁸ LSA : magazine de la grande distribution – Marché du jouet 2014 – janvier 2015

⁴⁹ Comité Francéclat

⁵⁰ GFK « Dépenses d'optique en 2014 – mars 2014 »

5 - Commerce hors magasin en légère reprise

Le commerce hors magasin comprend le commerce de détail sur éventaires ou marchés, la vente à distance (par correspondance ou par internet), et aussi la vente à domicile et la vente par automate. L'activité du commerce hors magasin amorce une légère reprise avec une croissance de 2,0 % en volume. En valeur, les ventes restent stables.

En 2014, l'activité du **commerce sur éventaire ou marché** augmente de 2,5 % en volume alors qu'en valeur, les ventes restent relativement stables (+ 0,9 %).

En 2014, la **vente à distance et les autres formes de commerce** augmentent légèrement en volume et stagnent en valeur. Les ventes à distance sur catalogue spécialisé progressent de 4,3 % en volume alors que celles sur catalogue général se stabilisent à 0,9 %. En valeur, les ventes varient respectivement de + 2,4 % et - 1,0 %.

La progression du e-commerce (sur catalogue général ou spécialisé) est compensée par le déclin des formes traditionnelles de vente à distance.

Les résultats sectoriels présentés ici ne mesurent pas le développement du e-commerce en général. De nombreux établissements du commerce traditionnel développent en effet la vente par internet comme activité secondaire, sans l'isoler nécessairement dans leurs ventes.

Comme en 2013, les ventes sur internet continuent de progresser. Le rythme de création de sites reste toujours dynamique avec 157 300 sites marchands actifs en 2014 selon la Fevad, soit une progression de 14 % en un an. La demande est tirée par l'arrivée de nouveaux acheteurs en ligne et par l'augmentation de la fréquence d'achats même si le panier moyen reste orienté à la baisse⁵¹.

Pour les autres formes de vente à distance, les résultats sont contrastés (+ 2,7 % pour les ventes à domicile et - 2,7 % pour les ventes par automate et autres formes de vente, en volume).

⁵¹ FEVAD « Fédération e-commerce et vente à distance – bilan 2014 »

Encadré 1 : Passage de la consommation commercialisable des ménages au chiffre d'affaires du commerce de détail et du commerce et réparation automobile en 2014 (milliards d'euros TTC)

SECTEUR	a	b	c	d	e	i = a+b+c+d+e	g	h	i = f+g+h	j	k=i - j
	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
ACTIVITÉS											
Ventes au détail de marchandises (hors auto)											
Produits alimentaires	55,8	121,6	0,3	9,4	11,0	198,1	0,0	7,0	205,1	14,0	191,1
Produits non alimentaires	2,3	37,0	8,3	189,8	17,3	254,7	0,3	26,1	281,1	43,4	237,7
Produits liés à l'automobile	0,5	22,3	0,0	16,4	0,1	39,4	30,8	2,4	72,6	10,5	62,1
Total des ventes au détail (hors auto)	58,6	181,0	8,6	215,6	28,4	492,1	31,1	35,5	558,7	67,9	490,9
Vente et réparation automobile	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	73,8	2,5	76,4	28,5	47,9
Total des ventes au détail et des ventes et réparation automobile en forme de vente (4)	58,6	181,0	8,6	215,6	28,4	492,2	104,9	38,0	635,1	96,4	538,7
Valorisation des commissions en ventes - ventes des activités secondaires (restauration, réparation hors automobile, commerce de gros ...) (5)	11,0	-20,7	-1,7	-17,6	0,0	-29,0	-80,4				
Chiffre d'affaires en secteur d'entreprise (6)	47,6	201,7	10,2	233,2	28,4	521,2	185,3				

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 521,2 milliards d'euros. Pour obtenir les ventes, on a ajouté au chiffre d'affaires la valorisation des ventes de produits sur lesquelles les professionnels du commerce ne perçoivent que des commissions et on déduit les ventes qui ne relèvent pas du commerce de détail (commerce de gros, ventes de services, ventes de biens). 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 104,9 milliards des *ventes et réparations du secteur du commerce et réparation automobile* et les 38,0 milliards de *ventes au détail des autres secteurs* sont ajoutés aux 492,2 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 635,1 milliards.

c) L'ensemble de la **consommation commercialisable**, de 538,7 milliards, s'obtient en retranchant à la totalité des 635,1 milliards d'euros de *ventes au détail réalisées par l'ensemble des secteurs de l'économie*, 96,4 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 révision des ventes au détail

Le calcul des ventes au détail par forme de vente s'appuie sur la réconciliation de deux sources : la consommation commercialisable des ménages et les chiffres d'affaires des secteurs commerciaux. Celles-ci sont donc sensibles aux révisions de la consommation commercialisable d'une part, et aux changements de secteur des entreprises d'une année à l'autre, notamment lors des restructurations.

L'évolution des ventes au détail présentée sur l'année 2014 est **provisoire** (p). Elle est issue de la version provisoire de la consommation commercialisable et des évolutions d'indices de chiffres d'affaires mensuels par secteur d'activité calculés par l'Insee à partir des déclarations des entreprises pour le paiement de la TVA. 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 2013 sont **définitives**. Elles se fondent sur la version définitive de la consommation commercialisable, et les chiffres d'affaires calculés par l'Insee à partir des déclarations fiscales des entreprises et de leur réponse à l'enquête structurelle annuelle (ESA).

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

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

Rapport de décembre 2013 (base 2005)	en valeur	+ 2,8	+ 2,9 (def)	+ 2,0 (p)
	en volume	+ 1,7	+ 1,0 (def)	+ 0,1 (p)
Rapport de juin 2013 (base 2005)	en valeur	+ 2,8	+ 3,2 (sd)	+ 2,0 (p)
	en volume	+ 1,7	+ 1,2 (sd)	+ 0,1 (p)
Rapport de déc.2012 (base 2005)	en valeur	+ 2,8 (def)	+ 3,1 (p)	
	en volume	+ 1,7 (def)	+ 1,9 (p)	
Rapport de juin 2012 (base 2005)	en valeur	+ 2,4 (r)	+ 3,1 (p)	
	en volume	+ 1,4 (p)	+ 1,3 (p)	

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

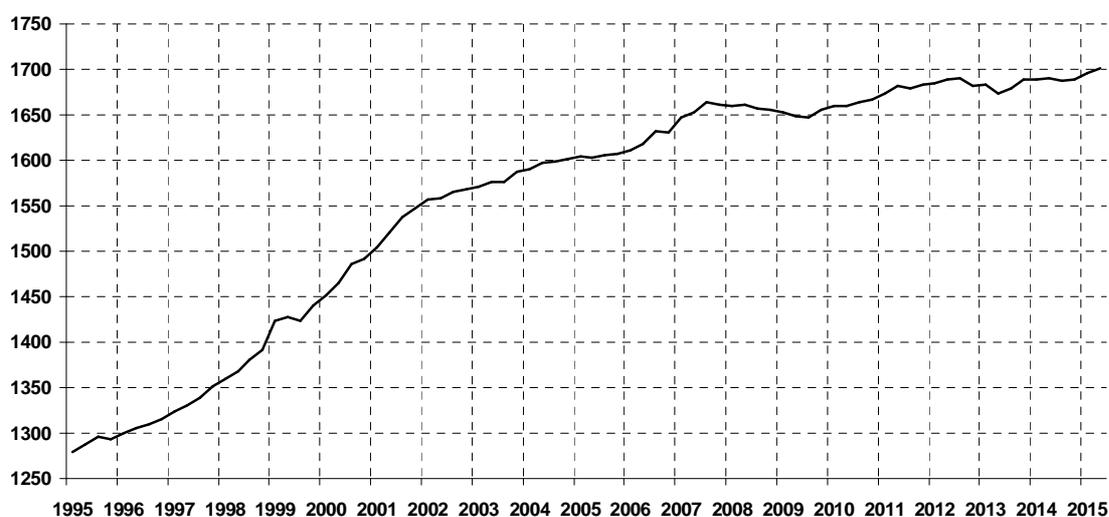
6 - Stabilité des effectifs salariés dans le commerce de détail

Au 31 décembre 2014, le commerce de détail (hors artisanat commercial) emploie 1 689 000 salariés, soit plus de la moitié (56 %) des effectifs salariés du commerce. 46 % des actifs occupés du commerce de détail sont des employés, 43 % sont des artisans, commerçants et chefs d'entreprise et 11 % sont des ouvriers.

6.1 - En 2014, l'emploi salarié reste stable

Le commerce de détail (hors artisanat commercial) ne perd que 300 salariés en 2014. L'emploi salarié est donc stable en 2014 (- 0,02 %) après avoir augmenté en 2013 (+ 0,4 %). Sur les 20 dernières années, l'emploi du commerce de détail n'a cessé de progresser, à l'exception d'une légère baisse en 2008. Sa croissance se poursuit début 2015 avec un gain de 12 200 salariés sur les 2 premiers trimestres de l'année.

Graphique 1 : Emploi salarié trimestriel dans le commerce de détail hors artisanat commercial (en milliers)



Source : Insee - Estimations d'emploi
Champ : France métropolitaine

6.2 - Un secteur jeune et féminisé, et une part élevée de temps partiel

Le commerce de détail et l'artisanat commercial sont des secteurs particulièrement jeunes (en 2014, respectivement 13,1 % et 22,8 % des actifs occupés de ces secteurs ont moins de 25 ans). Le commerce de détail est également très féminisé (59,9 % de femmes parmi les actifs occupés). Près de la moitié des actifs occupés du commerce de détail sont des employés, proportion élevée par rapport à l'ensemble de l'économie (28,4 %)⁵².

L'emploi à temps partiel est environ trois fois plus répandu parmi les salariés du commerce de détail (35,6 % de l'emploi en 2013) que dans le commerce de gros et le commerce et la réparation automobile où il représente respectivement 12,9 % et 11,1 % de l'emploi total. Dans le commerce de détail, le volume d'emploi salarié effectué à temps partiel⁵³ représente 26,9 % du volume d'emploi salarié, contre seulement 8,3 % dans le commerce de gros et 6,5 % dans le commerce et la réparation automobile.

En 2013, la durée moyenne des emplois à temps partiel (ou équivalent temps plein du temps partiel) a représenté 66,4 % d'un temps plein dans le commerce de détail⁵⁴.

L'emploi salarié à temps partiel concerne essentiellement les femmes : elles sont 43,4 % à travailler à temps partiel en 2013 dans le commerce de détail, contre seulement 22,5 % des hommes. En particulier, dans les grandes surfaces à prédominance alimentaire, 53,2 % des femmes travaillent à temps partiel tandis que 25,6 % des hommes sont dans ce cas.

⁵² Cf. tableau I-2 en annexe

⁵³ Cf. annexe méthodologique n° V : Méthodes et sources sur l'emploi

⁵⁴ Cf. tableau I-3 en annexe

CHAPITRE III : LE « GRAND COMMERCE » NON ALIMENTAIRE SPÉCIALISÉ

Avertissement :

Contrairement au chapitre précédent sur le commerce de détail, les données et analyses présentées ici 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 vente⁵⁵). Les évolutions ne sont donc pas parfaitement comparables.

Définition :

Le grand commerce non alimentaire spécialisé est défini⁵⁶ comme l'ensemble des entreprises⁵⁷ 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.

En 2014, l'activité du grand commerce non alimentaire spécialisé accélère. Avec un chiffre d'affaires de 70,4 milliards d'euros hors taxe, le grand commerce représente un peu plus de la moitié de l'activité du commerce non alimentaire en magasin spécialisé.

1 – Le grand commerce non alimentaire spécialisé gagne des parts de marché

En 2014, l'activité du grand commerce non alimentaire en magasin spécialisé croît à un rythme plus élevé que l'année précédente aussi bien en valeur (+ 1,3 % en 2014 après + 1,1 %) qu'en volume (+ 3,3 % en 2014 après + 2,3 %).

Les ventes de l'ensemble du commerce non alimentaire spécialisé progressent également mais plus modérément que celles du grand commerce non alimentaire spécialisé (+ 0,7 % en valeur et + 2,6 % en volume). La part du grand commerce s'élève à 51 % du chiffre d'affaires de l'ensemble du commerce non alimentaire en magasin spécialisé.

⁵⁵ 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.

⁵⁶ Définition arrêtée par la Commission des comptes commerciaux de la nation en 1987, révisée en 1998

⁵⁷ Le terme d'« entreprise » utilisé ici recouvre les sociétés et les entreprises individuelles. Il désigne toute unité légale déclarée au répertoire Sirene.

Tableau 1 : Grand commerce non alimentaire en magasin spécialisé* - Évolution du chiffre d'affaires Hors Taxes en %

Secteurs	2010	2011	2012	2013	2014p	Mds d'euros 2014p
En valeur						
TIC	-3,3	-2,5	-1,7	3,4	0,7	4,5
Équipement du foyer	4,6	2,3	2,7	0,8	2,0	29,0
Culture et loisirs	2,6	2,7	1,8	-0,4	0,9	7,6
Habillement-Chaussures	4,0	4,7	5,1	1,2	0,2	19,4
Équipement de la personne	8,8	8,8	7,2	3,7	2,5	7,2
Autres (4776Z et 4778C)	2,9	5,3	5,6	-1,9	2,3	2,7
Ensemble du commerce non alimentaire en magasin spécialisé	3,9	3,4	3,5	1,1	1,3	70,4
En volume						
TIC	5,8	8,3	5,3	14,0	11,2	
Équipement du foyer	4,4	1,5	1,6	0,6	2,5	
Culture et loisirs	2,4	1,9	1,1	-0,4	1,7	
Habillement-Chaussures	3,6	4,7	2,6	0,4	0,7	
Équipements de la personne	5,9	4,6	3,7	2,8	3,7	
Autres (4776Z et 4778C)	12,1	15,5	13,6	7,5	10,9	
Ensemble du commerce non alimentaire en magasin spécialisé	4,8	4,2	3,1	2,3	3,3	

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

(p) : provisoire

Source : Insee - É sane et Comptes du Commerce

Tableau 2 : Ensemble du commerce non alimentaire en magasin spécialisé* - Évolution du chiffre d'affaires HT en %

Secteurs	2010	2011	2012	2013	2014p	Mds d'euros 2014p
En valeur						
TIC	-7,1	4,1	-3,6	-1,5	-1,3	7,2
Équipement du foyer	2,7	-1,7	1,0	-2,2	0,2	47,6
Culture et loisirs	5,2	3,6	-3,5	1,2	2,0	16,6
Habillement-Chaussures	5,6	2,1	2,8	2,8	0,4	34,8
Équipement de la personne	8,4	6,1	5,1	0,2	1,7	17,5
Autres (4776Z et 4778C)	5,0	3,0	1,8	0,7	0,8	14,3
Ensemble du commerce non alimentaire en magasin spécialisé	3,9	1,5	1,2	0,1	0,7	138,0
En volume						
TIC	1,6	15,8	3,3	8,6	9,0	
Équipement du foyer	2,5	-2,5	-0,2	-2,4	0,7	
Culture et loisirs	5,0	2,8	-4,2	1,2	2,8	
Habillement-Chaussures	5,2	2,1	0,3	2,0	0,9	
Équipement de la personne	5,5	2,0	1,7	-0,7	2,9	
Autres (4776Z et 4778C)	14,3	13,0	9,5	10,4	9,4	
Ensemble du commerce non alimentaire en magasin spécialisé	4,9	2,3	0,8	1,2	2,6	

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

(p) : provisoire

Source : Insee - Esane et Comptes du Commerce

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

Le grand commerce du secteur des TIC regroupe les magasins spécialisés dans la vente d'ordinateurs, d'équipements périphériques, d'équipements de télécommunication et de produits électroniques grand public.

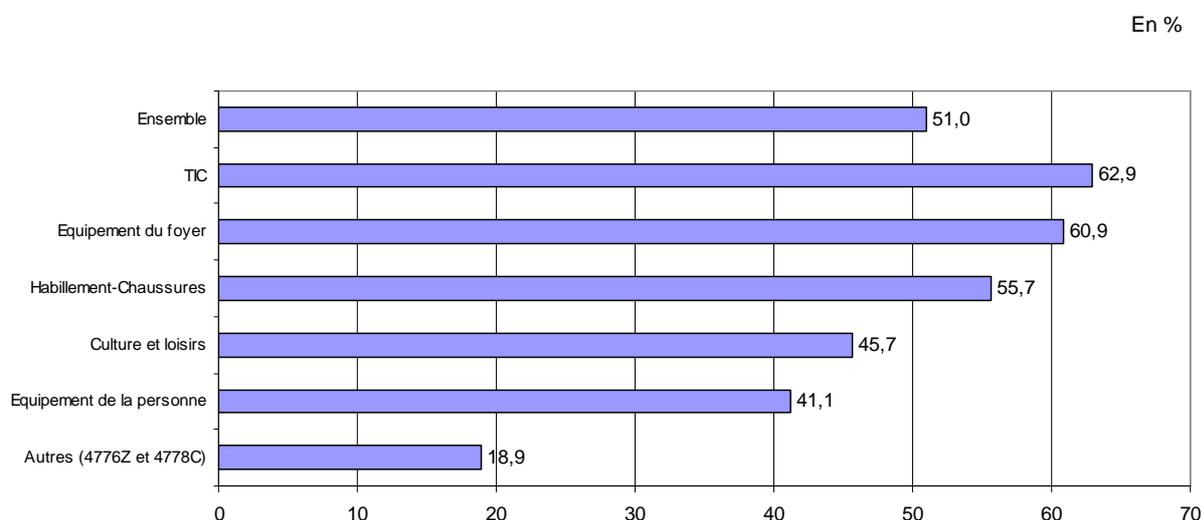
Le chiffre d'affaires grand commerce croît de 11,2 % en volume. Cette forte croissance s'accompagne d'une chute des prix sur le marché de l'électronique grand public. Ce phénomène n'est pas nouveau mais il est particulièrement marqué en 2014. En valeur, la hausse est faible (+ 0,7 %).

Plus largement, au sein des entreprises du commerce de détail des TIC, le chiffre d'affaires augmente en volume (+ 9 %) mais baisse en valeur (- 1,3 %).

En 2014, la croissance du marché de la téléphonie se confirme. Une amélioration des ventes se dessine dans l'électronique grand public avec notamment la bonne tenue des ventes de téléviseurs en 2014, année de coupe du monde de football.

Les entreprises du grand commerce des TIC réalisent 62,9 % du chiffre d'affaires de l'ensemble du secteur. Dans le commerce non alimentaire en magasin spécialisé, le secteur des TIC est celui où le grand commerce a le poids le plus important.

Graphique 1 : Part du chiffre d'affaires Hors Taxes du grand commerce dans le commerce non alimentaire en magasin spécialisé en 2014



Source : Insee - Esane et Comptes du Commerce

▪ Équipement du foyer

Le commerce spécialisé dans l'équipement du foyer est représenté essentiellement par les grandes surfaces de bricolage, d'ameublement et d'appareils électroménagers.

En 2014, les ventes du grand commerce de l'équipement du foyer augmentent (+ 2 % en valeur et + 2,5 % en volume). Pour l'équipement du foyer dans son ensemble, la hausse est plus mesurée (+ 0,2 % en valeur et + 0,7 % en volume).

Le marché de l'électroménager est dynamique. Les produits en forte croissance font partie des appareils de préparation culinaire (robots culinaires) de la santé et du bien-être (appareils pour coiffure, épilateurs à lumière pulsée) qui ont été adoptés par un nombre grandissant de foyers⁵⁸.

Le marché du meuble continue de baisser en raison notamment de l'atonie du marché de l'immobilier (baisse du nombre de transactions de logements anciens et de mises en chantier).

La part du chiffre d'affaires des entreprises du grand commerce s'élève à 60,9 % de l'ensemble du secteur de l'équipement du foyer.

⁵⁸ GIFAM : « Bilan 2014 »

▪ **Culture-loisirs**

Ce secteur regroupe les magasins de sport, les librairies-papeteries-journaux, les magasins de jeux et jouets et les magasins spécialisés dans les enregistrements musicaux et vidéos.

En 2014, le chiffre d'affaires du grand commerce dans ce secteur est en hausse (+ 0,9 % en valeur et + 1,7 % en volume) après avoir baissé en 2013 (- 0,4 % en valeur et en volume).

La croissance est soutenue par les enseignes spécialisées dans le sport. Le running, le basket-ball, le football ainsi que les activités sportives pratiquées en club de gym (yoga, fitness) ont tiré les ventes. La situation des petites entreprises du secteur est plus favorable que celles du grand commerce puisque la croissance du secteur dans son ensemble est plus importante (+ 2,0 % en valeur et + 2,8 % en volume) que celle du grand commerce.

La part du chiffre d'affaires des entreprises du grand commerce s'élève à 45,7 % de l'ensemble du secteur.

▪ **Habillement-chaussure**

En 2014, le chiffre d'affaires du grand commerce dans l'habillement-chaussure augmente légèrement (+ 0,2 % en valeur et + 0,7 % en volume). Dans le secteur dans son ensemble, la croissance se situe dans les mêmes proportions (+ 0,4 % en valeur et 0,9 % en volume).

Les grandes enseignes de l'habillement-chaussure réalisent en 2014 55,7 % du chiffre d'affaires du secteur.

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

En 2014, les ventes du grand commerce spécialisé dans les secteurs des autres équipements de la personne (parfumerie et produits de beauté, optique, maroquinerie et articles de voyage, horlogerie et bijouterie) augmentent aussi bien en valeur (+ 2,5 %) qu'en volume (+ 3,7 %). Dans le secteur dans son ensemble, les ventes sont légèrement moins dynamique (+ 1,7 % en valeur et + 2,9 % en volume). Les ventes dans ce secteur sont en expansion ces dernières années.

Le marché de l'horlogerie bijouterie est porté par la croissance des exportations.⁵⁹

Le marché de la parfumerie croît grâce à la bonne tenue des ventes des parfums très haut de gamme (parfum à plus de 100 euros le flacon).

Le poids du chiffre d'affaires des entreprises du grand commerce s'élève à 41,1 % de l'ensemble du secteur.

2 - Une définition élargie du grand commerce ?

En adoptant une définition élargie du grand commerce deux secteurs sont présentés ici :

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

⁵⁹ Comité Francéclat : comité professionnel de développement de l'horlogerie, de la bijouterie, de la joaillerie, de l'orfèvrerie et des arts de la table

2.1 - Commerce de détail hors magasin, éventaires ou marchés⁶⁰

Le commerce de détail hors magasins, éventaires ou marchés regroupe la vente à distance, par démarcheurs et par distributeurs automatiques. La vente à distance est constituée du commerce de détail par correspondance et par internet.

En 2014, l'évolution du chiffre d'affaires du grand commerce spécialisé dans le commerce de détail hors magasin, éventaires ou marchés est en baisse (- 2,0 % en volume et - 2,8 % en valeur).

Tableau 3 : Évolution du chiffre d'affaires HT en % du commerce de détail hors magasin, éventaires ou marchés.

Commerce de détail hors magasin, éventaires ou marchés	2010	2011	2012	2013	2014p
En valeur					
Grand commerce (50 salariés ou plus)	3,9	2,0	1,8	0,3	-2,8
Ensemble	1,9	2,2	n.s	n.s	-0,1
En volume					
Grand commerce (50 salariés ou plus)	3,8	1,4	0,4	0,1	-2,0
Ensemble	1,8	1,6	n.s	n.s	0,8

Source : Insee - Esane Comptes du Commerce
n.s : non significatif
(p) : provisoire

2.2 - Grands magasins et autres commerces de détail en magasin non spécialisé

Les ventes du grand commerce des grands magasins croissent en 2014 aussi bien en valeur (+ 1,3 %) qu'en volume (+ 1,6 %).

Depuis deux ans, la croissance du secteur des grands magasins de type Galeries Lafayette ou Printemps est ralentie du fait de la faiblesse de la consommation française et de la concurrence de plus en plus importante des achats sur internet dans l'habillement. En outre, les dépenses des touristes chinois sont orientées à la baisse.

Tableau 4 : Évolution du chiffre d'affaires HT en % du grand commerce des secteurs grands magasins et autres commerces de détail en magasin non spécialisé.

Grands magasins et autres commerce de détail en magasin non spécialisé	2010	2011	2012	2013	2014p
En valeur					
Grand commerce	5,4	6,0	6,6	1,6	1,3
Ensemble	3,8	4,9	5,8	3,1	1,1
En volume					
Grand commerce	5,0	5,2	4,9	0,8	1,6
Ensemble	3,4	4,1	4,1	2,3	1,4

(p) : provisoire
 Source : Insee - Esane Comptes du Commerce

⁶⁰ 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.

3 - L'emploi dans le grand commerce en 2013⁶¹

Au 31 décembre 2013, 325 400 personnes travaillent dans le grand commerce tel que défini par la commission des comptes commerciaux de la Nation, ce qui représente la moitié (49,9 %) de l'ensemble des salariés des secteurs du commerce de détail non alimentaire en magasin spécialisé.

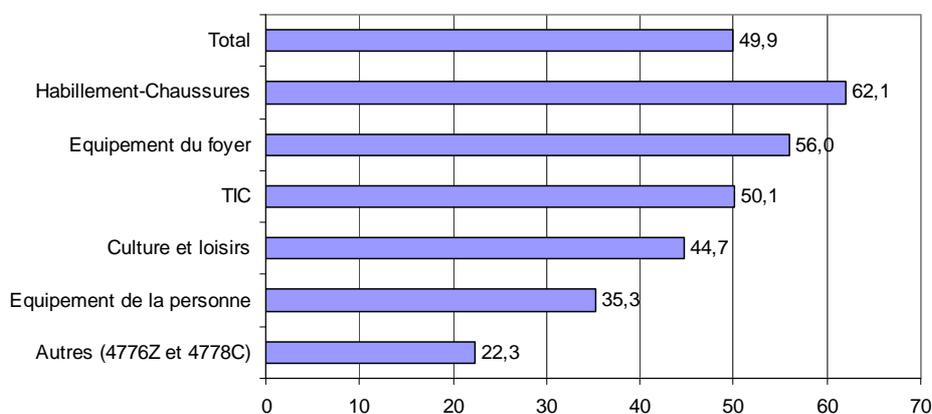
Le secteur de l'habillement-chaussures est celui où la part de salariés dans le grand commerce est la plus élevée (62,1 %) avec 110 600 personnes.

Dans le secteur de l'équipement du foyer, les grandes enseignes emploient plus de la moitié des salariés du secteur (56 %). Le secteur des TIC emploie 10 800 personnes dans le grand commerce, ce qui représente la moitié (50,1 %) des effectifs du secteur.

Moins de la moitié des salariés travaillent dans le grand commerce dans les secteurs de la culture et des loisirs et le secteur de l'équipement de la personne.

Enfin le secteur « autres » (4776Z et 4778C) est celui où la part des salariés travaillant dans le grand commerce est la plus faible avec 22,3 % ce qui correspond à 16 000 personnes.

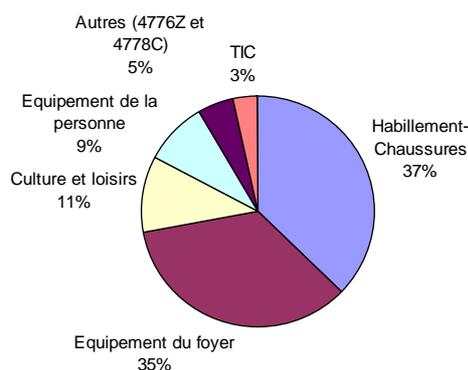
Graphique 2 : Part des salariés* des secteurs du commerce non alimentaire spécialisé travaillant dans le grand commerce en 2013



Source : Insee - Comptes du Commerce (année 2013)

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

Graphique 3 : Répartition des salariés du grand commerce selon le secteur d'activité au 31/12/2013



Source : Insee - Comptes du Commerce (année 2013)

⁶¹ Les données d'emploi du grand commerce sont tirées de l'enquête sectorielle annuelle d'entreprise. Les données les plus récentes sont disponibles pour l'année 2013.

CHAPITRE IV : L'ÉQUIPEMENT COMMERCIAL

1 - L'équipement commercial du commerce de détail : 9 entreprises sur 10 n'ont qu'un seul magasin⁶²

Fin 2013 dans le commerce de détail alimentaire (y compris artisanat commercial) et non-alimentaire, les magasins de moins de 400 m² sont très majoritaires (respectivement 92 % et 90 % du parc). Les magasins de plus de 2 500 m² sont pour l'essentiel des hypermarchés ou des magasins d'équipement du foyer.

En 2013, 92 % des entreprises du **commerce de détail à prédominance alimentaire** ne comptent qu'un seul magasin. Ces entreprises réalisent plus de la moitié du chiffre d'affaires du secteur (58 %). Même si les entreprises possédant dix magasins ou plus sont très peu nombreuses (0,2 %), elles génèrent 36 % du chiffre d'affaires du secteur. Dans le commerce alimentaire en grandes surfaces, les entreprises ayant seulement un ou deux magasins correspondent généralement aux supermarchés et aux hypermarchés des réseaux d'indépendants (principalement les enseignes Leclerc, Intermarché, Système U). Elles représentent 97 % des entreprises et réalisent 56 % du chiffre d'affaires du secteur. À l'opposé, les grandes entreprises succursalistes possédant au moins dix magasins, peu nombreuses (1 %), réalisent 46 % du chiffre d'affaires.

Dans le **commerce de détail non alimentaire en magasin (hors carburants)**, 93 % des entreprises ne possèdent qu'un seul magasin et réalisent 52 % du chiffre d'affaires du secteur. Les entreprises du secteur habillement-chaussures ayant 10 magasins ou plus (c'est à dire 1,5 % des entreprises) réalisent 62 % du chiffre d'affaires et celles qui possèdent un ou deux magasins (c'est-à-dire 96 % des entreprises) réalisent 31 % du chiffre d'affaires du secteur. Dans le domaine des biens culturels et de loisirs, les entreprises possédant 10 magasins ou plus sont peu nombreuses (0,3 % des entreprises) mais génèrent à elles seules près de la moitié du chiffre d'affaires du secteur (47 %). Dans le commerce de détail d'équipements de l'information et de la communication, les entreprises qui possèdent un seul magasin (c'est à dire 98 % des entreprises) réalisent 51 % du chiffre d'affaires du secteur. Enfin, dans le commerce de détail des autres équipements de la personne, la part des entreprises ayant un ou deux magasins s'élève à 97 % et représente la moitié du chiffre d'affaires.

Tableau 1 : Le nombre de magasins des entreprises⁶³ du commerce de détail et de l'artisanat commercial en 2013

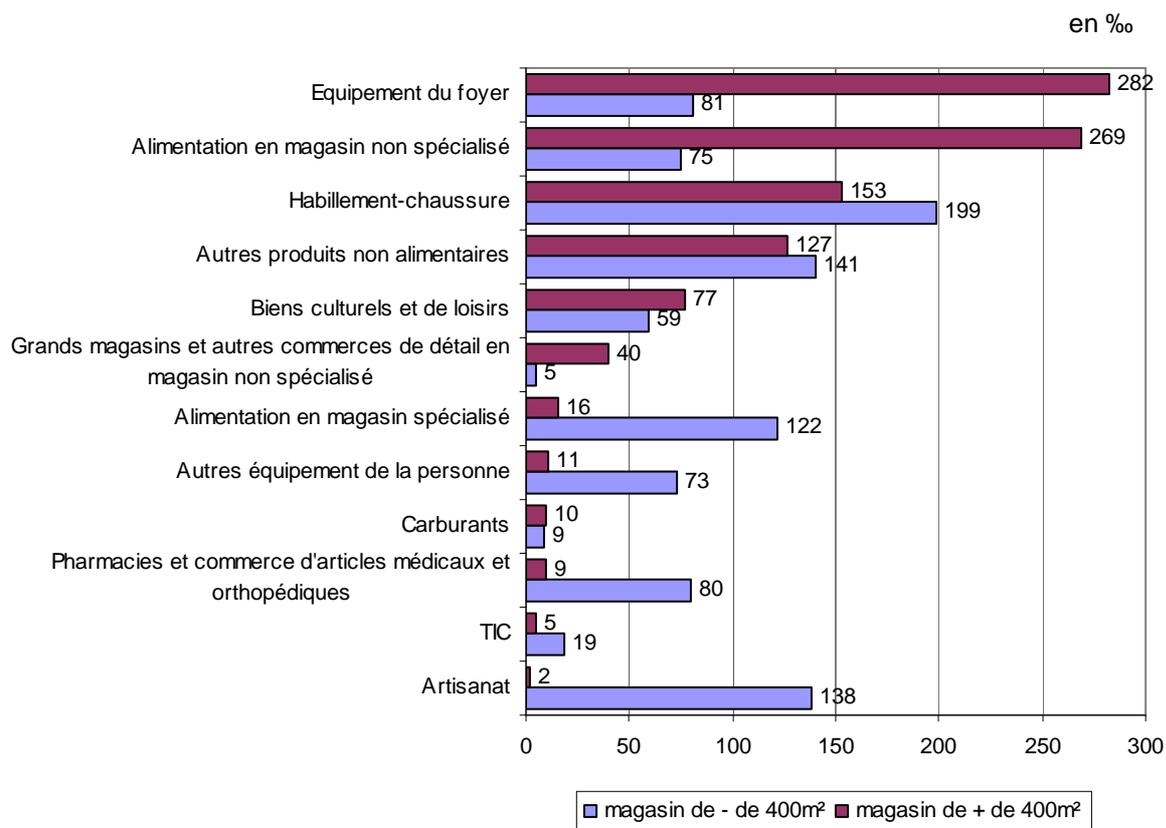
Secteurs d'activité	nombre de magasins 2013
Prédominance alimentaire en magasins	129 500
Moins de 120 m ²	103 800
de 120 m ² à moins de 400 m ²	15 100
De 400 m ² à moins de 2500 m ²	8 500
2500 m ² et plus	2 100
Non alimentaire en magasins hors carburants	258 700
Moins de 120 m ²	188 000
de 120 m ² à moins de 400 m ²	44 600
De 400 m ² à moins de 2500 m ²	22 900
2500 m ² et plus	3 200
Carburants	3 500
Moins de 120 m ²	2 600
Plus de 120 m ²	900

Source : Insee - Enquête sectorielle annuelle sur le commerce en 2013

⁶² Pour le commerce de détail, l'enquête sectorielle annuelle d'entreprise dans le commerce donne la situation du parc fin 2013. S'agissant d'une enquête par sondage, la précision des résultats ne doit pas être considérée à l'unité près.

⁶³ Le terme d' « entreprise » utilisé ici recouvre les sociétés et les entreprises individuelles. Il désigne toute unité légale déclarée au répertoire Sirene.

Graphique 1 : Répartition du nombre de magasins par secteur d'activité en 2013



Notes de lecture : sur 1 000 magasins de plus de 400 m², 282 sont des magasins de l'équipement du foyer
sur 1 000 magasins de moins de 400 m², 81 sont des magasins de l'équipement du foyer

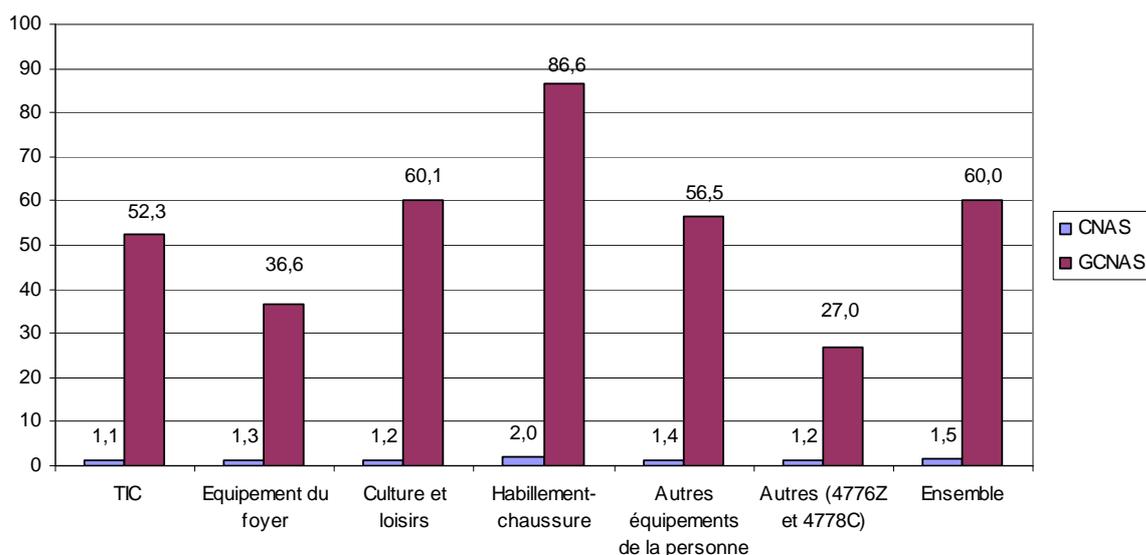
Source : Insee - Enquête sectorielle annuelle sur le commerce en 2013

2 - L'équipement commercial dans le grand commerce non alimentaire spécialisé⁶⁴

En 2013, les entreprises du grand commerce non alimentaire spécialisé possèdent en moyenne 60 magasins. Par secteur, ce nombre n'est pas forcément corrélé à la part des ventes du grand commerce dans l'ensemble du secteur.

Par exemple le nombre moyen de magasins par entreprise dans le secteur de l'équipement du foyer pour le grand commerce est nettement inférieur à la moyenne. Cependant, ces magasins peu nombreux mais de grande taille génèrent à eux seuls plus de la moitié du chiffre d'affaires de l'ensemble du secteur. En comparaison, les grandes enseignes de l'habillement-chaussure qui ont en moyenne 86,6 magasins ne réalisent qu'un peu plus de la moitié du chiffre d'affaires. Ce nombre moyen élevé de magasins par entreprise s'explique par la présence de très grosses enseignes succursalistes faisant partie du grand commerce. Mais hors du grand commerce, ce secteur comprend aussi de nombreuses entreprises de petite taille, souvent adhérentes à un réseau d'enseigne (notamment en franchise) et qui réalisent une part importante du chiffre d'affaires du secteur.

Graphique 2 : Nombre moyen de magasins par entreprises⁶⁵ pour le grand commerce en 2013



Source : Insee - *États Comptes du Commerce*
 CNAS : commerce non alimentaire spécialisé
 GCNAS : grand commerce non alimentaire spécialisé

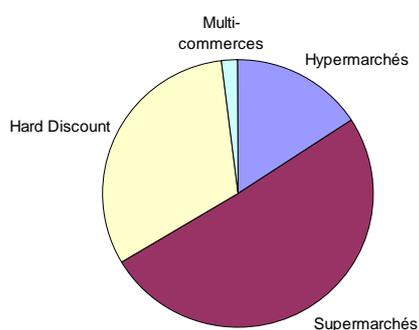
⁶⁴ On s'en tient ici à la définition traditionnelle du grand commerce non alimentaire spécialisé.

⁶⁵ Le terme d'« entreprise » utilisé ici recouvre les sociétés et les entreprises individuelles. Il désigne toute unité légale déclarée au répertoire Sirene.

3 - La répartition des grandes surfaces en 2014

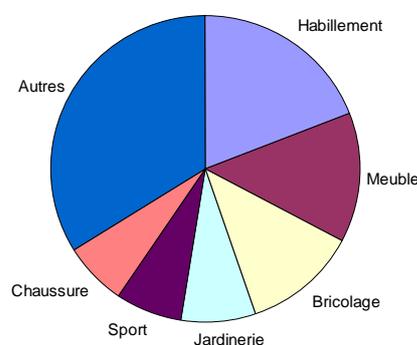
Les grandes surfaces sont les magasins dont la surface de vente est supérieure ou égale à 400 m². Les grandes surfaces alimentaires sont classées en 4 catégories, en fonction de leur surface de vente et de la part de leurs ventes en produits alimentaires (cf. annexe XI) : hypermarchés, supermarchés « classiques », hard discount et « magasins multicommerces ». Les grandes surfaces non alimentaires sont réparties en fonction de quelques secteurs d'activité spécialisés.

Graphique 3 : Répartition des grandes surfaces alimentaires



Source : Insee - DGFip

Graphique 4 : Répartition des grandes surfaces non alimentaires



Source : Insee - DGFip

Les supermarchés "classiques" constituent environ la moitié de cet équipement commercial, les magasins "hard discount" représentent un tiers de l'ensemble, les hypermarchés, un sixième et reste 2 % de ce parc qui sont des "magasins multi-commerces". Ce sont néanmoins les hypermarchés qui détiennent plus de la moitié de l'ensemble de la superficie de vente des grandes surfaces alimentaires.

Un quart des grands magasins non alimentaires sont spécialisés dans l'habillement et la chaussure. Les grandes surfaces de meubles représentent 14 % de l'ensemble et 12 % sont spécialisées en bricolage. Les jardinerie constituent 8 % de l'équipement commercial spécialisé de plus de 400 m². 7 % des grandes surfaces non alimentaires sont consacrées au sport.

Encadré 1 : estimation du nombre de grandes surfaces

Le nombre de ces grandes surfaces alimentaires et non alimentaires est estimé pour 85 % à partir du fichier issu de la taxe sur les surfaces commerciales (Tascom) qui donnent une photographie du parc début 2014. Comme ce 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 2010 et les "contours de réseaux" constitués à la division Commerce de l'Insee.

CHAPITRE V : LE COMMERCE ET LA RÉPARATION D'AUTOMOBILES

En 2014, les ventes de l'ensemble **du commerce et de la réparation d'automobiles**⁶⁶ se stabilisent en volume après deux années de repli. Du fait de l'augmentation des prix, elles progressent en valeur de 1,4 %, **pour atteindre 104,9 milliards d'euros** (tableau 1).

Le commerce de véhicules automobiles repart légèrement à la hausse en 2014, après deux années très difficiles. L'activité du secteur progresse de 0,5 % en volume et de 2,1 % en valeur. Le commerce et réparation de motocycles renoue également avec la croissance (tableau 2).

A l'inverse le secteur de l'entretien et réparation automobile reste orienté à la baisse. En outre, l'activité du commerce de détail d'équipements automobiles se contracte pour la première fois depuis 2010.

Dans l'ensemble du commerce et de la réparation d'automobile, cette stagnation de l'activité ne permet pas d'enrayer la diminution de l'emploi salarié. Les effectifs salariés du secteur sont en repli de 1,3 % en 2014 après une baisse encore plus marquée en 2013 (- 1,8 %).

Tableau 1 : Évolution des ventes du commerce et réparation d'automobiles (en %) en valeur T.T.C.

Activités	2010	2011	2012	2013	2014p	Mds d'euros 2014p
Commerce de véhicules automobiles	3,6	5,0	-6,0	-3,3	2,1	72,9
Entretien et réparation de véhicules automobiles	-8,7	-0,3	-1,1	0,7	-0,3	20,2
Commerce de gros d'équipements automobiles	13,3	11,6	3,7	-1,9	1,1	1,2
Commerce de détail d'équipements automobiles	-3,0	9,6	6,4	4,2	-0,8	7,7
Commerce et réparation de motocycles	4,5	1,7	-7,4	-3,9	3,0	2,8
ENSEMBLE COMMERCE ET RÉPARATION AUTOMOBILE	0,7	4,2	-4,3	-2,0	1,4	104,9

Source : Insee - Comptes du commerce

Tableau 2 : Évolution des ventes au détail du commerce et réparation d'automobiles (en %) en volume T.T.C.

Activités	2010	2011	2012	2013	2014p
Commerce de véhicules automobiles	2,7	2,6	-8,0	-4,7	0,5
Entretien et réparation de véhicules automobiles	-11,5	-3,2	-3,5	-0,8	-1,8
Commerce de gros d'équipements automobiles	12,1	11,6	1,8	-3,0	0,2
Commerce de détail d'équipements automobiles	-4,5	9,0	4,5	3,2	-1,8
Commerce et réparation de motocycles	4,6	0,8	-7,8	-5,1	1,9
ENSEMBLE COMMERCE ET RÉPARATION AUTOMOBILE	-0,6	1,9	-6,3	-3,4	-0,1

Source : Insee - Comptes du commerce

⁶⁶ Rappel : le commerce de carburant qui se trouvait dans le secteur du commerce et réparation automobile en ancienne nomenclature se trouve désormais avec le commerce de détail.

1 - Le commerce de véhicules automobiles redémarre en douceur

En 2014, le secteur du **commerce de véhicules automobiles** connaît un léger regain de son activité. Les années 2012 et 2013 avaient été singulièrement difficiles pour le marché des voitures neuves, dans un contexte d'atonie du pouvoir d'achat des ménages et de fin des mesures de soutien aux achats de voitures neuves. Les ventes en volume du secteur s'étaient contractées de 11,8 % en deux ans après avoir progressé de 7,3 % entre 2008 et 2011.

▪ Légère hausse des immatriculations de véhicules particuliers neufs

Le nombre d'immatriculations de voitures particulières neuves augmente de 0,5 % en moyenne annuelle malgré une baisse au second semestre⁶⁷.

Les ventes de voitures neuves des groupes français se redressent en 2014 contrairement à celles des groupes étrangers (respectivement + 3,9 % contre - 3,8 %). Les marques de groupes français sont majoritaires dans les immatriculations neuves de voitures particulières : leur part s'élève à 55,3 % en 2014. Si l'on exclut les voitures de constructeurs étrangers appartenant à des groupes français, la part des marques françaises s'établit à 48,3 % en 2014⁶⁸.

Les berlines conserveraient leur suprématie mais perdent des parts de marché. L'appétence des consommateurs pour les véhicules tous terrains tous chemins se développe nettement. Ces modèles représentent désormais 23,1 % des immatriculations de voitures particulières neuves. Ils n'en représentaient que 5 % en 2008.

Le succès des modèles économiques et inférieurs ne se dément pas. La part des modèles d'entrée de gamme s'accroît de 1,2 points pour atteindre 53,9 % des immatriculations. A contrario, les modèles de moyenne gamme perdent des parts de marché. La part des catégories supérieures et de luxe se maintient (4,7 % du marché).

La part des véhicules diesel dans les immatriculations de voitures particulières neuves se replie à nouveau. La part des voitures à motorisation alternative atteint 3,5 % des immatriculations. Les immatriculations de voitures électriques neuves progressent fortement (10,6 milliers d'unités après 8,8) mais celles des véhicules hybrides, qui représentent une part plus importante des immatriculations, reculent de 46,7 milliers d'unités à 43,1 milliers.

Les voitures particulières neuves sont de moins en moins polluantes : leurs émissions moyennes de CO₂ s'élèvent à 114 g/km en 2014 contre 117 g/km en 2013. En 2007, année précédant la mise en place du bonus malus, elles s'élevaient à 149 g/km.

▪ Voitures d'occasion : des transactions en hausse

Le nombre de transactions de voitures d'occasion est nettement plus élevé que le nombre de voitures particulières neuves vendues : 5,5 millions de voitures particulières d'occasions sont immatriculées en 2014 contre 1,8 millions de voitures neuves. Néanmoins, la majorité des transactions n'est pas réalisée par des professionnels du secteur mais directement par des particuliers. La demande en véhicules d'occasion repart à la hausse en 2014 (+ 2,4 %, après deux années de baisse).

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

Les ventes du secteur de **l'entretien et réparation** de véhicules automobiles continuent de diminuer en volume (- 1,8 % après - 0,8 %).

Depuis 2008, ce secteur subit chaque année une érosion de son activité. La fiabilité croissante des véhicules et l'évolution des comportements des automobilistes (éco-conduite et moindre usage du

⁶⁷ Selon les données du Soes (service de l'observation et des statistiques du ministère du développement durable).

⁶⁸ Chiffres et statistiques n° 609, février 2015 – Commissariat général au développement durable

véhicule) ainsi que le mouvement de baisse tendanciel du nombre d'accidents corporels de la route⁶⁹ (à l'exception de 2014) engendrent une diminution structurelle des ventes de réparation et d'entretien.

La diminution des interventions s'accompagne toutefois d'un coût unitaire plus élevé et l'activité du secteur se maintient en valeur (- 0,3 % en 2014).

S'agissant du commerce d'**équipements automobiles**, les ventes sont stables en volume dans les secteurs du commerce de gros (+ 0,2 %) alors qu'elles diminuent dans le commerce de détail (- 1,8 %).

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 selon l'observatoire de l'Association Nationale pour la Formation Automobile.

3 - La situation s'améliore dans le commerce et réparation de motocycles

L'activité du commerce et réparation de motocycles (motos et scooters de plus de 50 C) est à nouveau orientée à la hausse : + 1,9 % en volume et de 3,0 % en valeur. C'est le secteur le plus dynamique du commerce et de la réparation d'automobiles.

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 sur l'année 2014 sont **provisoires**. Elles sont issues de la version provisoire de la consommation commercialisable et des évolutions d'indices de chiffres d'affaires mensuels par secteur d'activité calculés par l'Insee à partir des déclarations des entreprises pour le paiement de la TVA. 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 2013 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)

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

Rapport de décembre 2013 (base 2005)	en valeur	+ 1,0	+ 5,0 (def)	- 3,8 (p)
	en volume	- 0,6	+ 2,5 (def)	- 5,7 (p)
Rapport de juin 2013 (base 2005)	en valeur	+ 1,0	+ 4,1 (sd)	- 3,9 (p)
	en volume	- 0,6	+ 1,7 (sd)	- 5,8 (p)
Rapport de déc.2012 (base 2005)	en valeur	+ 1,0 (def)	+ 3,8 (p)	
	en volume	- 0,6 (def)	+ 1,2 (p)	
Rapport de juin 2012 (base 2005)	en valeur	+ 2,7 (r)	+ 3,7 (p)	
	en volume	+ 0,9 (r)	+ 1,0 (p)	

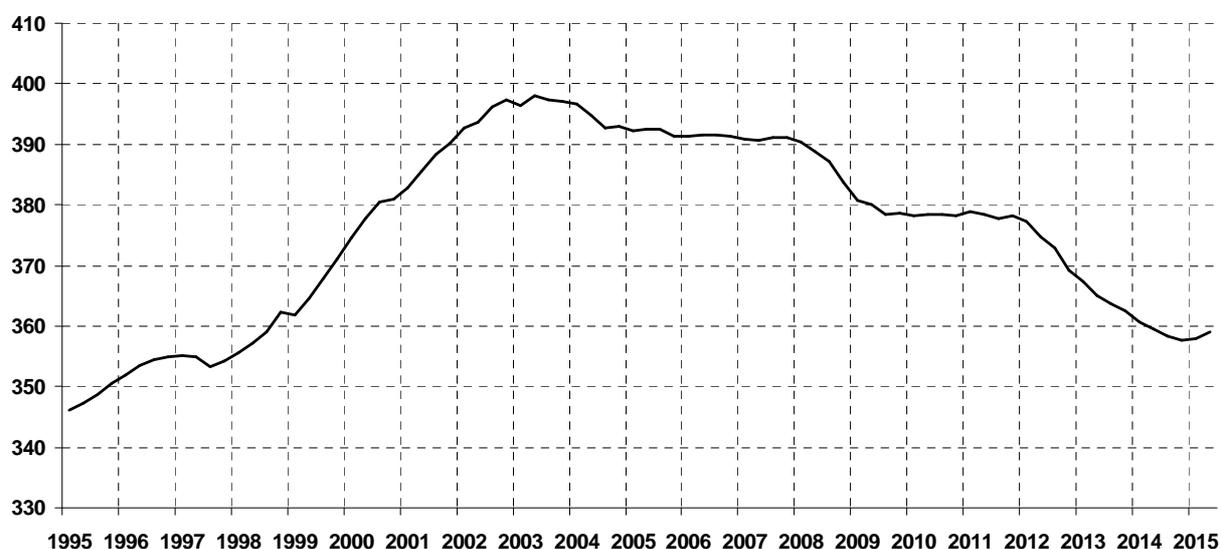
(def) données définitives (sd) données semi-définitives (p) données provisoires

⁶⁹ Observatoire national interministériel de la sécurité routière, bilans annuels

4 - La baisse de l'emploi salarié dans le commerce et la réparation d'automobiles continue en 2014

Au 31 décembre 2014, 357 700 salariés travaillent dans le commerce et la réparation d'automobiles. Ils représentent 12 % des salariés du commerce et 2 % des secteurs principalement marchands. En 2014, le commerce automobile perd 4 700 salariés (- 1,3 %) après s'être déjà replié en 2013 (- 1,8 %) et en 2012 (- 2,4 %). En 12 années de recul ininterrompu, entre décembre 2002 et décembre 2014, le secteur a ainsi perdu 39 700 salariés. Les premières estimations pour 2015 font cependant état d'une légère hausse de l'emploi sur deux trimestres consécutifs, pour la première fois depuis 2002, et le secteur gagne 1 400 salariés sur les 2 premiers trimestres de 2015.

Graphique 1 : Emploi salarié trimestriel dans le commerce et la réparation d'automobiles (en milliers)



Source : Insee - Estimations d'emploi
Champ : France métropolitaine

Avec 82 % d'hommes parmi les actifs occupés en 2014, le commerce et la réparation d'automobiles est un secteur très masculin. Selon l'enquête emploi de 2014, une part importante des actifs occupés sont des ouvriers (37 %), et parmi eux, la majorité (74 %) sont des ouvriers qualifiés. Parmi les seuls salariés, la part d'ouvriers est plus importante (57 %).

Le temps partiel est peu répandu dans le commerce et la réparation d'automobiles : il concerne 11,1 % des salariés en 2013. Comme dans les autres secteurs, il touche plus les femmes (26 %) que les hommes (7,7 %). Ce sont des temps partiels relativement courts : en moyenne, le nombre d'heures d'un salarié à temps partiel représente 56,1 % d'un temps plein. Le volume d'emploi salarié effectué à temps partiel⁷⁰ ne représente donc que 6,5 % du volume d'emploi salarié total. Si l'emploi était réparti uniformément sur l'ensemble des emplois salariés, il reviendrait à ce que chaque emploi salarié représente en moyenne 95,1 % d'un emploi à temps plein (équivalent temps plein de l'emploi salarié).

⁷⁰ Cf. Annexe méthodologique n° V : Méthodes et sources sur l'emploi.

CHAPITRE VI : LES OPERATIONS INTERNATIONALES

1 - Les échanges internationaux de marchandises des sociétés commerciales

1.1 - Perte de vitesse des échanges du commerce en 2014

Après une croissance amoindrie en 2012 et 2013, les exportations des entreprises du commerce stagnent en 2014, tout en continuant à afficher des performances supérieures au reste de l'économie. En cumul sur l'année, elles atteignent 116 milliards d'euros. Le recul des exportations de produits agricoles, imputable en grande partie à la chute des cours du blé dans un contexte d'abondance de la production mondiale, est contrebalancé par la hausse des exportations de produits chimiques, de véhicules automobiles et de machines à destination des pays de l'Union européenne, notamment l'Espagne, le Royaume Uni et l'Allemagne où l'activité est plus ferme.

De leur côté, les importations des entreprises du commerce, d'un montant de 239 milliards, progressent de nouveau (+1,7 %), creusant un peu plus le déficit commercial du secteur. En 2014, ce déficit atteint 123 milliards d'euros après 118 milliards en 2013 et 115 en 2014.

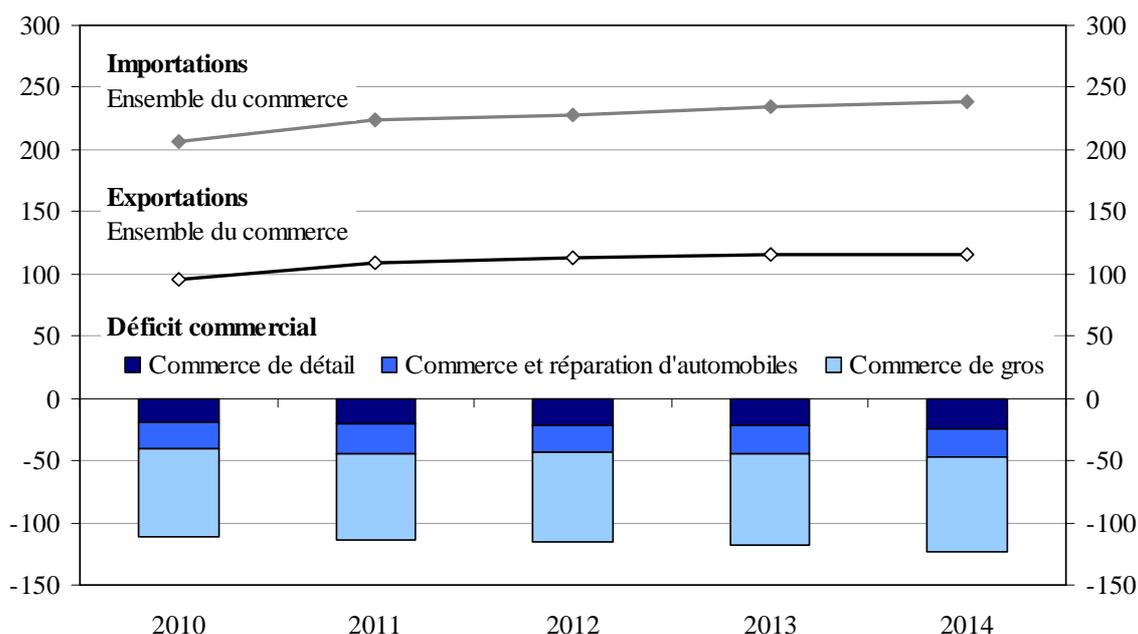
Tableau 1 : Évolution des échanges de la France et du secteur du commerce (en %)

	2010	2011	2012	2013 sd	2014 p	Valeur 2014 (en milliards d'euros)
Exportations						
Ensemble du commerce extérieur	13,6	8,6	3,2	-1,3	0,1	427,8
dont : secteur commerce	21,6	14,8	3,6	2,4	0,2	115,8
Importations						
Ensemble du commerce extérieur	13,9	12,6	1,3	-1,8	-1,1	503,1
dont : secteur commerce	14,6	9,4	2,2	3,0	1,7	238,8

sd : données semi définitives ; p : données provisoires

Source : Douanes

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



Source : Douanes

De façon structurelle, l'évolution des échanges du commerce est dictée par le commerce de gros, qui représente 90 % des ventes et 75 % des achats. En 2014, le net ralentissement des échanges du commerce de gros pèse sur les performances d'ensemble : les exportations des entreprises du commerce de gros stagnent (+0,2 %) tandis que celles du commerce et de la réparation automobile rebondissent sensiblement (+5,5 %) et que celles du commerce de détail connaissent une progression de moindre ampleur (+2,3 % après +15,6 % en 2013). Quant aux importations, leur hausse est plus forte en 2014 dans le commerce de détail (+6,9 %) et, dans une moindre mesure, dans le commerce et la réparation automobiles (+2,6 %) que dans le commerce de gros (+0,7 %).

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

	2010	2011	2012	2013 sd	2014 p	Valeur 2014 (en milliards d'euros)
Exportations						
Ensemble du secteur du commerce	21,6	14,8	3,6	2,4	0,2	115,8
dont : commerce et réparation d'automobiles	9,9	19,1	-1,6	-1,5	5,5	5,7
dont : commerce de gros	24,8	14,4	3,7	1,6	-0,2	102,2
dont : commerce de détail	-8,2	16,6	6,9	15,6	2,3	7,7
Importations						
Ensemble du secteur du commerce	14,6	9,4	2,2	3,0	1,7	238,8
dont : commerce et réparation d'automobiles	11,3	10,5	-7,7	0,2	2,6	28,3
dont : commerce de gros	17,5	8,8	3,4	2,8	0,7	178,7
dont : commerce de détail	1,9	11,5	5,6	7,4	6,9	31,9

sd : données semi définitives ; p : données provisoires

Source : Douanes

1.2 - Moindre dynamisme des échanges du commerce de gros

En 2014, le ralentissement des échanges du commerce de gros se poursuit. Les exportations se maintiennent difficilement au niveau de l'an passé, limitées par le fort recul des exportations de produits agricoles, notamment celles de blé du fait de la baisse des cours et des quantités vendues. Les ventes de produits agroalimentaires se replient également, en particulier celles de boissons, pénalisées par une chute des ventes de vins et spiritueux au Royaume-Uni et à la Chine. À l'inverse, les exportations de produits chimiques se redressent, notamment celles de produits agro-chimiques qui bénéficient d'un regain de compétitivité en lien avec la détente des prix pétroliers. De leur côté, les importations du commerce de gros sont dans l'ensemble moins dynamiques que l'an passé (+0,7 % après +2,8 % en 2013). En 2014, Les achats de produits agricoles et agroalimentaires, les achats énergétiques ainsi que les achats d'automobiles et ceux de produits informatiques stagnent ou reculent par rapport à 2013. Certains achats progressent néanmoins ; c'est le cas des produits pharmaceutiques, notamment depuis la Belgique et l'Autriche, ainsi que des textiles, habillement, cuirs et chaussures.

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

	2010	2011	2012	2013 sd	2014 p	Valeur 2014 (en milliards d'euros)
Exportations						
Ensemble du secteur du commerce de gros	24,8	14,4	3,7	1,6	-0,2	102,2
dont : Union européenne	21,4	12,6	4,8	2,5	0,1	68,0
dont : Pays tiers (hors UE)	32,2	17,9	1,6	-0,2	-0,9	34,2
Importations						
Ensemble du secteur du commerce de gros	17,5	8,8	3,4	2,8	0,7	178,7
dont : Union européenne	17,0	8,8	4,2	1,1	-0,5	99,6
dont : Pays tiers (hors UE)	18,1	8,8	2,3	5,0	2,3	79,1

sd : données semi définitives ; p : données provisoires

Source : Douanes

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

	2010	2011	2012	2013 sd	2014 p	Valeur 2014 (en milliards d'euros)
Exportations						
Ensemble du secteur du commerce de gros	24,8	14,4	3,7	1,6	-0,2	102,2
Produits agricoles	19,1	26,0	-6,7	8,0	-13,4	11,3
Produits des industries agroalimentaires	13,3	19,7	7,0	3,7	-3,4	14,5
Hydrocarbures naturels	78,9	18,7	-11,7	-13,3	-1,1	1,3
Produits pétroliers raffinés	36,8	2,3	7,8	-11,7	-5,0	2,5
Equipements mécaniques, matériel électrique, électronique et informatique	39,4	9,6	2,1	1,8	3,5	20,3
Matériel de transport	21,9	-9,0	13,8	34,3	-0,5	3,1
Autres produits industriels	22,7	14,1	6,0	-1,0	3,3	48,5
<i>Textiles, habillement, cuir et chaussures</i>	<i>44,1</i>	<i>17,3</i>	<i>5,3</i>	<i>0,4</i>	<i>3,1</i>	<i>9,3</i>
<i>Bois, papier et imprimerie</i>	<i>5,0</i>	<i>26,1</i>	<i>-3,3</i>	<i>8,1</i>	<i>7,5</i>	<i>1,5</i>
<i>Produits chimiques, parfums et cosmétiques</i>	<i>32,4</i>	<i>13,3</i>	<i>4,4</i>	<i>-1,5</i>	<i>5,2</i>	<i>16,1</i>
<i>Produits pharmaceutiques</i>	<i>-0,3</i>	<i>-5,2</i>	<i>17,9</i>	<i>0,3</i>	<i>3,0</i>	<i>9,5</i>
<i>Produits en caoutchouc et plastiques</i>	<i>12,9</i>	<i>8,5</i>	<i>-3,8</i>	<i>3,5</i>	<i>4,1</i>	<i>2,0</i>
<i>Produits métallurgiques et métalliques</i>	<i>32,3</i>	<i>50,0</i>	<i>2,2</i>	<i>-16,2</i>	<i>-3,3</i>	<i>4,8</i>
<i>Produits manufacturés divers</i>	<i>19,4</i>	<i>15,1</i>	<i>3,4</i>	<i>11,1</i>	<i>3,4</i>	<i>5,2</i>
Importations						
Ensemble du secteur du commerce de gros	17,5	8,8	3,4	2,8	0,7	178,7
Produits agricoles	9,2	1,4	3,1	9,9	0,0	7,1
Produits des industries agroalimentaires	4,7	9,1	2,9	7,3	-0,4	18,9
Hydrocarbures naturels	-18,0	-5,5	-16,2	46,2	-3,0	3,8
Produits pétroliers raffinés	53,2	30,7	32,9	4,0	0,1	13,8
Equipements mécaniques, matériel électrique, électronique et informatique	17,2	6,0	-2,7	2,8	-0,8	48,3
Matériel de transport	7,7	11,6	11,1	39,9	-2,2	5,0
Autres produits industriels	22,2	9,5	4,2	-2,1	2,7	80,7
<i>Textiles, habillement, cuir et chaussures</i>	<i>24,8</i>	<i>13,8</i>	<i>-2,8</i>	<i>-1,6</i>	<i>6,0</i>	<i>13,3</i>
<i>Bois, papier et imprimerie</i>	<i>7,5</i>	<i>5,9</i>	<i>0,2</i>	<i>1,0</i>	<i>4,0</i>	<i>5,2</i>
<i>Produits chimiques, parfums et cosmétiques</i>	<i>21,1</i>	<i>13,9</i>	<i>6,1</i>	<i>-8,0</i>	<i>-3,6</i>	<i>16,2</i>
<i>Produits pharmaceutiques</i>	<i>43,7</i>	<i>-1,6</i>	<i>26,6</i>	<i>-1,0</i>	<i>7,8</i>	<i>15,9</i>
<i>Produits en caoutchouc et plastiques</i>	<i>7,9</i>	<i>3,8</i>	<i>2,1</i>	<i>0,4</i>	<i>2,0</i>	<i>8,1</i>
<i>Produits métallurgiques et métalliques</i>	<i>22,9</i>	<i>15,7</i>	<i>-6,3</i>	<i>-2,6</i>	<i>-1,3</i>	<i>10,7</i>
<i>Produits manufacturés divers</i>	<i>18,4</i>	<i>10,7</i>	<i>0,0</i>	<i>2,7</i>	<i>5,2</i>	<i>11,4</i>

sd : données semi définitives ; p : données provisoires

Source : Douanes

1.3 - Rebond des échanges du commerce et de la réparation automobiles

En 2014, les échanges du commerce et de la réparation automobiles se redressent après une année 2013 marquée par la chute des exportations de produits en caoutchouc et plastiques liée à la cessation d'activité d'une grosse entreprise du secteur. En 2014, les exportations de véhicules automobiles s'inscrivent en forte hausse (+14,3 %) après deux années plus en retrait. Elles augmentent sensiblement à destination de l'Union Européenne, en particulier vers le Royaume-Uni, l'Espagne, l'Allemagne et l'Italie sur fond d'amélioration de la consommation des ménages dans ces pays. À l'inverse, les ventes d'équipements pour automobiles diminuent (-3,4 %), notamment vers le Royaume-Uni, de même que celles de produits en caoutchouc et plastiques.

En 2014, les importations du commerce et de la réparation automobiles sont également plus dynamiques (+ 2,6 % après + 0,2 % en 2013) sous l'effet d'une hausse des importations de véhicules automobiles, principalement depuis l'Italie, le Royaume-Uni et l'Allemagne.

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

	2010	2011	2012	2013 sd	2014 p	Valeur 2014 (en milliards d'euros)
Exportations						
Ensemble du secteur commerce et réparation d'automobiles	9,9	19,1	-1,6	-1,5	5,5	5,7
dont : matériel de transport	8,5	19,5	-5,1	3,4	9,1	3,7
dont : automobiles	13,9	14,1	-6,4	1,8	14,3	2,5
dont : équipements pour automobile	5,0	42,4	-2,9	7,4	-3,4	1,1
dont : produits en caoutchouc et plastiques	17,1	19,5	4,2	-14,0	-5,1	1,1
Importations						
Ensemble du secteur commerce et réparation d'automobiles	11,3	10,5	-7,7	0,2	2,6	28,3
dont : matériel de transport	10,2	10,5	-8,9	-0,5	3,1	24,1
dont : automobiles	11,4	12,7	-9,4	-1,4	2,8	20,5
dont : équipements pour automobile	8,4	-2,2	-1,9	8,2	1,5	2,5
dont : produits en caoutchouc et plastiques	21,4	13,6	-3,6	1,7	-4,0	1,7

sd : données semi définitives ; p : données provisoires

Source : Douanes

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

	2010	2011	2012	2013 sd	2014 p	Valeur 2014 (en milliards d'euros)
Exportations						
Ensemble du secteur commerce et réparation d'automobiles	9,9	19,1	-1,6	-1,5	5,5	5,7
dont : Union européenne	7,0	21,4	-8,9	3,2	6,7	4,1
dont : Pays tiers (hors UE)	18,2	13,4	18,4	-11,3	2,6	1,6
Importations						
Ensemble du secteur commerce et réparation d'automobiles	11,3	10,5	-7,7	0,2	2,6	28,3
dont : Union européenne	12,0	10,9	-7,3	0,3	2,3	23,6
dont : Pays tiers (hors UE)	7,9	8,7	-9,4	-0,2	3,7	4,7

sd : données semi définitives ; p : données provisoires

Source : Douanes

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

En 2014, les importations du commerce de détail poursuivent leur forte progression (+ 6,9 % après + 7,4 % en 2013 et + 5,6 % en 2012). Les achats de produits textiles, habillement, cuirs et chaussures et de produits d'équipement mécaniques, matériel électrique, électronique et informatique, bien que moins soutenus que l'an passé, augmentent sensiblement en 2014, de même que les achats d'autres produits manufacturés, notamment ceux de meubles (+ 12 %). Dans le même temps, les exportations des entreprises du commerce de détail continuent de progresser mais dans des proportions bien moindres (+ 2,3 % en 2014 après + 15,6 % en 2013). La baisse des ventes vers les pays tiers, notamment celles des équipements de communication vers le Proche et Moyen-Orient et vers Hong-Kong, atténue la croissance soutenue des ventes vers l'Union européenne.

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

	2010	2011	2012	2013 sd	2014 p	Valeur 2014 (en milliardS d'euros)
Exportations						
Ensemble du secteur du commerce de détail	-8,2	16,6	6,9	15,6	2,3	7,7
dont : produits d'équipements mécaniques, matériel électrique, électronique et informatique	14,1	20,4	4,5	61,8	-14,8	1,5
dont : produits textiles, habillement, cuir et chaussures	-18,9	2,2	9,3	16,4	2,7	2,5
Importations						
Ensemble du secteur du commerce de détail	1,9	11,5	5,6	7,4	6,9	31,9
dont : produits d'équipements mécaniques, matériel électrique, électronique et informatique	9,5	21,8	7,3	11,9	9,1	4,8
dont : produits textiles, habillement, cuir et chaussures	0,3	5,9	3,8	13,2	6,5	12,0

sd : données semi définitives ; p : données provisoires

Source : Douanes

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

	2010	2011	2012	2013 sd	2014 p	Valeur 2014 (en milliards d'euros)
Exportations						
Ensemble du secteur du commerce de détail	-8,2	16,6	6,9	15,6	2,3	7,7
dont : Union européenne	-14,3	17,3	4,7	10,5	10,2	5,4
dont : Pays tiers (hors UE)	8,8	14,9	11,6	26,2	-12,2	2,3
Importations						
Ensemble du secteur du commerce de détail	1,9	11,5	5,6	7,4	6,9	31,9
dont : Union européenne	0,6	10,0	2,9	4,6	4,6	16,3
dont : Pays tiers (hors UE)	3,6	13,3	8,9	10,6	9,6	15,6

sd : données semi définitives ; p : données provisoires

Source : Douanes

1.5 - Stabilité du nombre d'exportateurs du commerce

Le nombre d'exportateurs dont l'activité principale est le commerce est quasi stable en 2014 (-0,2 %, après +2,7 % en 2012 et 2013), la légère hausse du nombre d'exportateurs dans le commerce de détail compensant la baisse dans le commerce et la réparation d'automobiles. Environ 53 500 entreprises du commerce sont engagées à l'exportation, dont 36 000 dans le commerce de gros, soient respectivement 44 % et 30 % de l'ensemble des exportateurs français.

Tableau 9 : Évolution du nombre d'exportateurs du secteur du commerce (en %)

	Evolution du nombre d'exportateurs					Nombre d'exportateurs 2014
	2010	2011	2012	2013 sd	2014 p	
Ensemble du secteur du commerce	4,1	-0,5	2,7	2,7	-0,2	53 535
dont : commerce et réparation d'automobiles et motocycles	3,5	-0,4	6,6	2,8	-2,8	5 907
dont : commerce de gros	3,4	-0,2	1,2	1,7	-0,2	35 847
dont : commerce de détail	6,8	-1,6	5,8	4,9	1,4	11 702

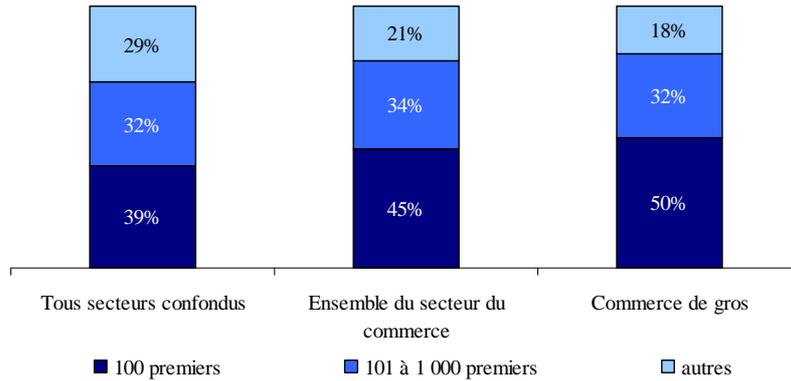
sd : données semi définitives ; p : données

Source : Douanes

Encadré 1 : le commerce, un secteur relativement concentré à l'international

En 2014, parmi les 53 500 opérateurs du commerce qui ont exporté des marchandises, près de 36 000 relèvent du commerce de gros, 6 000 du commerce et réparation d'automobiles et 11 500 du commerce de détail. Le commerce de gros représente ainsi les deux tiers de l'ensemble des exportateurs du commerce et 90% des montants exportés. Dans le secteur du commerce, la concentration des exportateurs est relativement importante. Les 500 plus gros exportateurs réalisent 70% des exportations ; les 100 plus gros près de 45% contre 39% tous secteurs confondus. Dans le commerce de gros, les 1% des plus gros exportateurs effectuent 69% des exportations pour un montant annuel moyen d'environ 39 millions d'euros en 2014. La part des exportations du dernier centile monte à 71% dans le commerce de détail et à 75% dans le commerce et la réparation d'automobiles mais pour des montants d'exportations annuels moyen moins élevés, respectivement 9,5 et 13 millions d'euros. La majorité des très gros exportateurs relèvent du secteur du commerce de gros. Ainsi, en 2014, parmi les 100 plus gros exportateurs du commerce, 90 sont des grossistes.

Graphique 2 : Concentration de l'appareil exportateur en 2014 selon le secteur d'activité (en %)

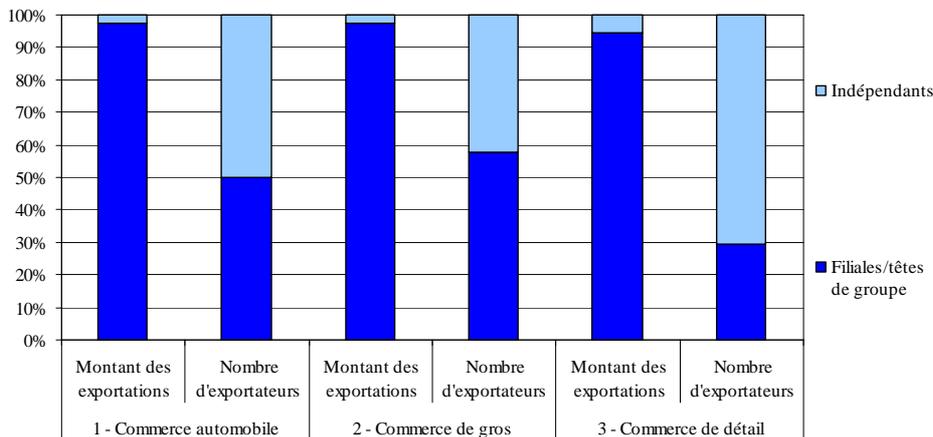


Note de lecture : En 2014, les 100 premiers exportateurs du commerce de gros réalisent 50% des exportations.

Source : Douanes

Cette forte concentration des exportations des opérateurs du commerce reflète la complexité des échanges et des circuits de distribution, tout comme la plus grande technicité des produits échangés. Autant de caractéristiques qui conduisent certaines PME ne disposant pas de ressources en propre à externaliser leurs ventes. Ce phénomène traduit aussi une filialisation importante : plutôt que de recourir à des négociants, certains groupes industriels préfèrent compter sur leurs filiales spécialisées dans le commerce pour assurer la distribution de leurs produits au niveau mondial.

Graphique 3 : Répartition des opérateurs du commerce entre filiales/têtes de groupes et indépendants (en %)



Source : Douanes

En 2014, dans le secteur du commerce, les filiales et têtes de groupes représentent environ la moitié des exportateurs et réalisent la quasi-totalité des exportations en valeur. Les indépendants n'assurent que 3 % seulement des ventes à l'international. La situation varie néanmoins selon les secteurs du commerce. Dans le commerce de détail, les indépendants occupent une part plus importante, soit 70% des exportateurs et 6% des ventes. Dans le commerce et la réparation d'automobiles, les filiales étrangères opérant sur le sol français, bien que peu nombreuses, 6% des exportateurs du secteur, réalisent 60% des ventes. Dans le commerce de gros, la répartition des ventes à l'international est également équilibrée entre les filiales étrangères d'un côté et les filiales et têtes de groupes français de l'autre.

2 - Les stocks d'investissements directs des entreprises commerciales

2.1 - La position créditrice nette en investissements directs des entreprises appartenant aux secteurs du commerce s'accroît de 1 milliard d'euros en 2014

Fin 2014, la France détenait en investissements directs étrangers (IDE) une position créditrice nette⁷¹ en valeur mixte de 453 milliards d'euros, en hausse par rapport à la fin d'année précédente (tableau 10). Le secteur industriel est celui dont la position créditrice nette était la plus élevée, à 298 milliards, devant le secteur des activités financières et d'assurance (106 milliards). En revanche, les investissements immobiliers et dans les activités liées à l'immobilier présentaient une position débitrice (- 69 milliards). Pour leur part, les stocks d'investissements directs du secteur du commerce affichaient une position créditrice de 25 milliards, en hausse de 1 milliard par rapport à la fin d'année précédente.

Tableau 10 : Position nette de la France en investissements directs par secteur d'activité de l'investisseur (en valeur mixte)⁷²

	Ensemble des secteurs										
	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
	<i>(en milliards d'euros)</i>										
Agriculture, sylviculture et pêche (A)	-0,3	-0,3	-0,3	-0,1	0,0	-0,1	-0,1	-0,2	-0,2	-0,1	-0,1
Industries (B à E)	96,7	140,7	162,4	166,7	169,7	208,2	228,6	262,0	267,5	261,4	298,2
Construction (F)	1,1	1,5	-0,8	0,6	9,7	14,7	17,9	20,0	18,3	14,2	15,6
Commerce, réparation d'automobiles (G)	9,9	9,6	5,5	8,4	19,8	27,9	32,2	23,3	27,4	24,4	25,3
Transports et entreposage (H)	1,3	2,8	0,6	1,7	0,1	0,7	2,3	1,5	-1,9	-1,9	1,1
Hébergement et restauration (I)	5,1	2,9	2,8	1,1	0,7	-0,4	1,0	2,8	4,4	4,1	5,2
Information et communication (J)	4,4	61,8	45,5	44,5	48,0	45,6	53,3	61,3	60,4	53,0	55,4
Activités financières et d'assurance (K)	70,1	63,4	106,3	102,0	87,6	98,5	116,1	110,2	120,5	114,4	106,1
Activités immobilières (L)	-41,3	-45,3	-54,2	-51,3	-61,6	-53,9	-51,6	-58,3	-65,2	-68,2	-68,5
Autres services (M à S)	4,0	-17,9	-15,6	-4,6	-2,5	-11,6	4,1	6,5	18,0	7,3	8,2
Non ventilé	3,3	-3,7	-1,8	-10,3	-4,9	-1,6	1,9	-4,8	-1,6	0,1	6,6
Total tous secteurs	154,2	215,4	250,4	258,7	266,7	328,0	405,8	424,4	447,5	408,8	453,0

Source et réalisation : Banque de France - Direction des Enquêtes et Statistiques Sectorielles (Mise à jour : 20 octobre 2015)

⁷¹ Égale à la différence entre investissements directs sortants et investissements directs entrants, la position nette en IDE d'un pays est positive (créditrice) lorsque le pays est investisseur net à l'étranger et négative (débitrice) quand le pays accueille plus d'IDE qu'il n'en effectue lui-même à l'étranger. Elle évolue d'une année sur l'autre en fonction des flux nets d'IDE enregistrés au cours de l'année, des fluctuations de change (se traduisant par la variation de la contre-valeur en euro des encours libellés en devises) et d'autres ajustements statistiques.

⁷² Données agrégées conformes à celles de l'édition 2014 du *Rapport annuel de la balance des paiements et de la position extérieure*, disponible à l'adresse suivante :

https://www.banque-france.fr/fileadmin/user_upload/banque_de_france/Economie_et_Statistiques/BDP2014-rapport-annuel.pdf

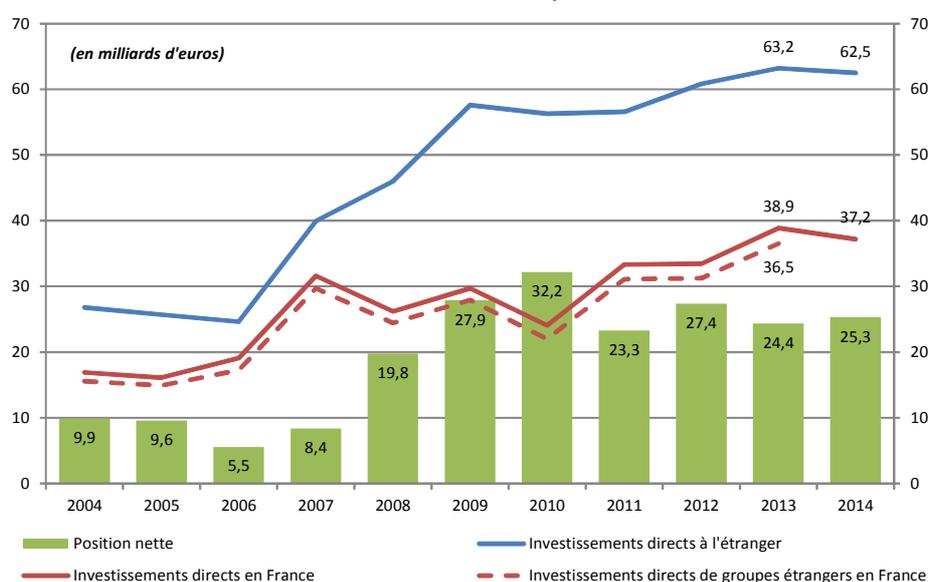
La ventilation par activité économique est effectuée sur la base de la naf rev2. La classification sectorielle est effectuée en fonction du secteur d'appartenance des investisseurs directs résidents pour les investissements directs français à l'étranger et du secteur d'appartenance des entreprises investies pour les investissements directs étrangers en France. Les sociétés holdings appartenant à un groupe coté sont classées en fonction de l'activité principale de leur groupe. Par rapport à la ventilation sectorielle publiée dans le rapport annuel 2014 de la balance des paiements, quelques sociétés ont fait l'objet de reclassements ce qui explique les écarts constatés.

Après avoir significativement progressé de 2006 à 2010 (pour dépasser alors 32 milliards), la position créditrice nette du secteur du commerce a nettement reflué en 2011, avant de se stabiliser depuis trois ans autour de 25 milliards d'euros. Le décrochage de 2011 est dû à l'effet combiné d'une stabilité des investissements directs à l'étranger et d'une progression des investissements étrangers en France (graphique 4).

- Depuis 2011, les stocks d'investissements directs français à l'étranger des entreprises commerciales progressent jusqu'en 2013 (63 milliards à la fin de 2013) avant de fléchir légèrement en 2014 ; les stocks d'investissements étrangers en France dans le secteur du commerce suivent la même tendance et se tassent en 2014, à 37 milliards d'euros ;

- Entre 2006 et 2010, les stocks d'ID à l'étranger des entreprises commerciales résidentes progressent alors que les stocks d'ID étrangers en France stagnent (graphique 4).

Graphique 4 : Évolution des stocks d'investissements directs français des secteurs du commerce depuis 2004

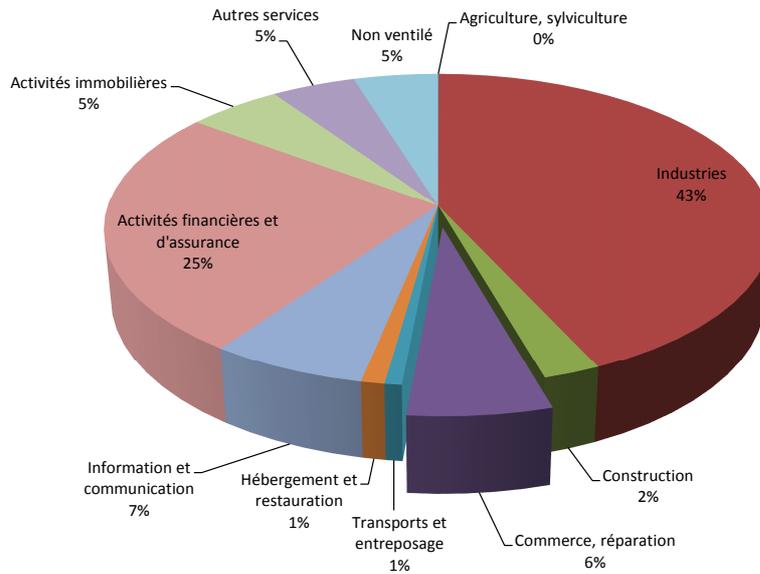


Source : Banque de France

2.2 - Les stocks d'investissements français à l'étranger dans le commerce marquent le pas en 2014

Fin 2014, les stocks d'investissements directs à l'étranger des entreprises commerciales résidentes s'établissent à 63 milliards, en très léger recul par rapport à fin 2013 (tableau 11, page 71). Le commerce est le quatrième secteur résident investisseur à l'étranger, derrière l'industrie (454 milliards), les activités financières et d'assurance (269 milliards) et le secteur de l'information et de la communication (69 milliards).

Graphique 5 : Répartition du stock d'investissement direct français à l'étranger fin 2014 par activité économique de l'investisseur



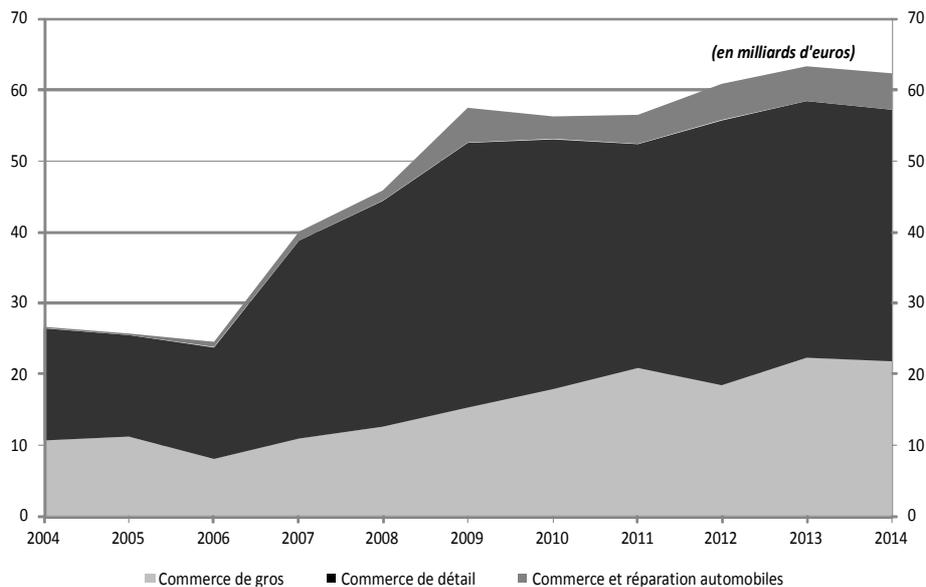
Source : Banque de France

Au sein des secteurs du commerce, le commerce de détail demeure le premier secteur investisseur à l'étranger (35 milliards en 2014). Sa part oscille entre 55 % et 60 % depuis 2011, après avoir culminé à 70 % fin 2007 (graphique 6 et tableau 12).

La part du commerce de gros se stabilise en 2014, avec un encours de 22 milliards. Son poids s'est régulièrement accru entre 2009 et 2011, notamment pour ce qui concerne le commerce de gros en biens domestiques (tableau 12).

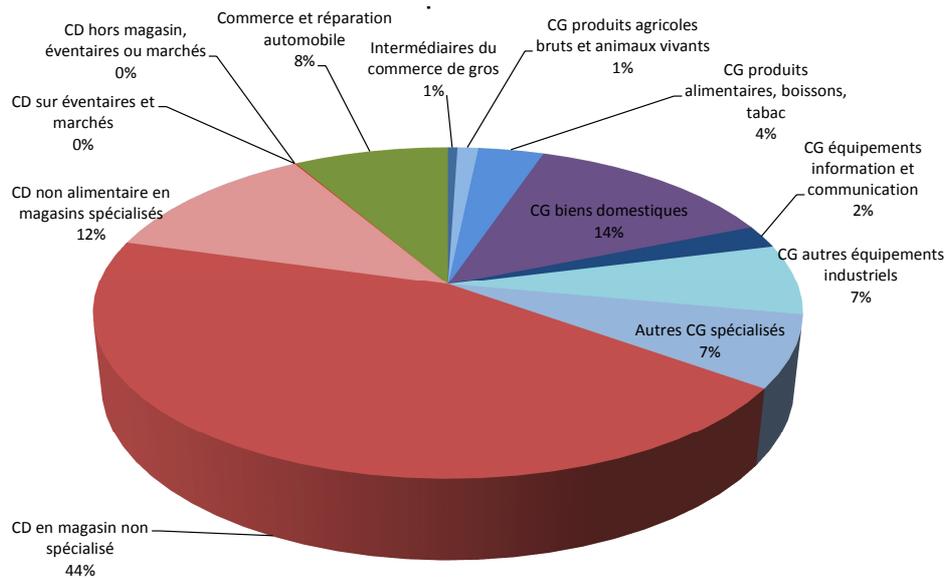
Le **commerce de détail en magasins non spécialisés** représente à lui seul 44 % du total des investissements directs des entreprises commerciales résidentes à fin 2014, mais cette part s'est amenuisée ces dernières années (59 % en 2007). Le **commerce de gros de biens domestiques** est le deuxième secteur investisseur (avec un encours de 8,5 milliards fin 2014), suivi du **commerce de détail non alimentaire en magasins spécialisés** (7,6 milliards) et des **autres commerces de gros spécialisés** (4,3 milliards).

Graphique 6 : Évolution de la composition sectorielle du stock d'investissements directs français à l'étranger des entreprises commerciales



Source : Banque de France

Graphique 7 : Répartition du stock d'investissement direct français à l'étranger des entreprises commerciales fin 2014 par activité économique de l'investisseur

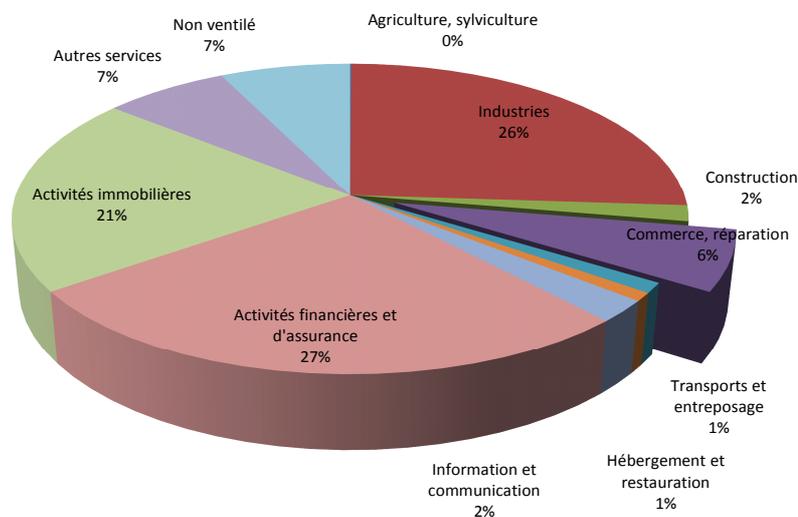


Source : Banque de France

2.3 - Les investissements étrangers en France dans les secteurs du commerce reculent après trois années de hausse

Les stocks d'investissements directs étrangers dans les entreprises commerciales résidentes baissent de 4 %, s'élevant à 37 milliards fin 2014 (tableau 13). Le secteur du commerce se situe ainsi à la cinquième place des secteurs les plus investis par des non-résidents derrière les activités financières et d'assurance (163 milliards), l'industrie (156 milliards), l'immobilier (124 milliards) et les « autres services » (41 milliards).

Graphique 8 : Répartition du stock d'investissement direct français étranger en France fin 2014 par activité économique de la filiale investie

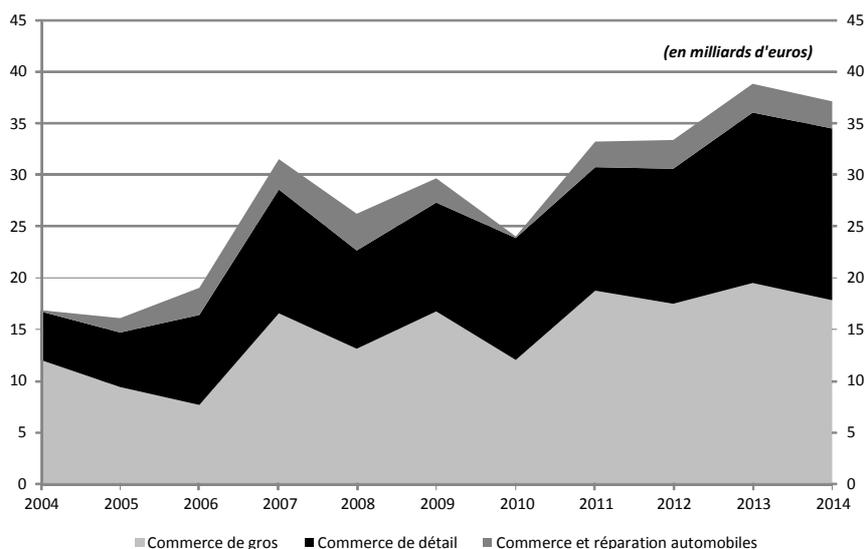


Source : Banque de France

Le commerce de détail recueille 45 % du total des investissements directs étrangers dans les entreprises commerciales résidentes. Au premier rang figure le **commerce de détail non alimentaire en magasins spécialisés** (11 milliards), suivi du **commerce de détail en magasins non spécialisés** (5 milliards).

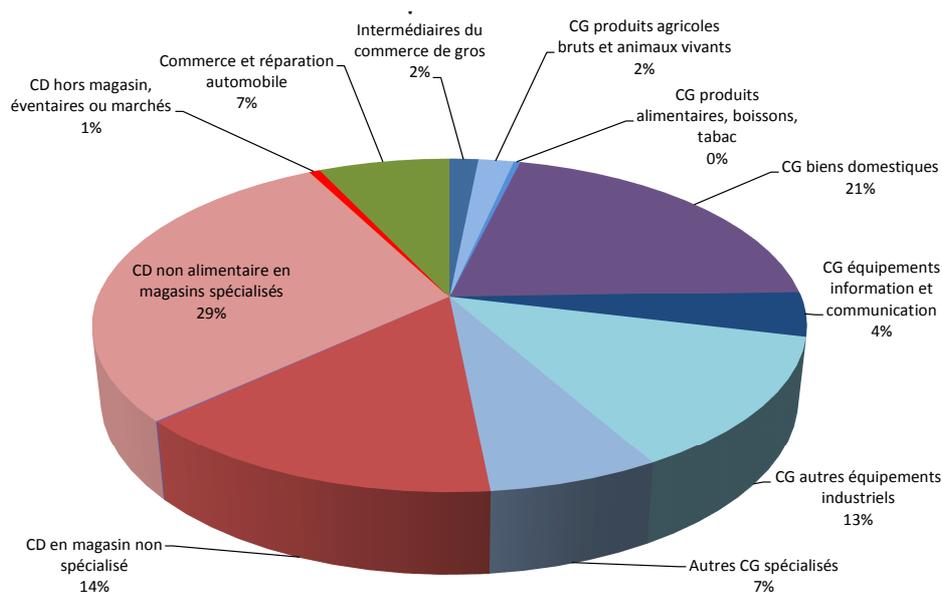
Le **commerce de gros de biens domestiques** (8 milliards), le **commerce de gros des autres équipements industriels** (5 milliards), les **autres commerces de gros spécialisés** (2,5 milliards) accueillent également des montants significatifs d'investissements de la part de non-résidents (tableau 14 et graphique 10).

Graphique 9 : Évolution de la composition sectorielle du stock des investissements directs étrangers dans des entreprises commerciales résidentes



Source : Banque de France

Graphique 10 : Répartition du stock d'investissement direct étranger en France fin 2014 dans les entreprises commerciales par activité économique de la filiale investie



Source : Banque de France

2.4 - L'orientation géographique⁷³ : une prédominance de l'Union européenne

L'Union européenne est la principale destination immédiate des investissements directs français à l'étranger (tableau 15). Avec 48 milliards d'euros fin 2014, elle compte pour 86 % du total des investissements directs effectués par des entreprises commerciales résidentes à l'étranger. Les principaux pays d'accueil, qui sont pour partie des pays de transit, sont les **Pays-Bas**, avec 16 milliards d'investissements, suivis par le **Royaume-Uni** (8 milliards) et la **Belgique** (8 milliards également).

La Belgique a regagné une partie du terrain perdu lors des trois dernières années (5 milliards d'euros d'encours fin 2012 contre plus de 11 milliards en 2009). Cette baisse résultait pour l'essentiel d'opérations effectuées par la centrale de trésorerie d'un grand groupe français implanté en Belgique. Les excédents de trésorerie de cette filiale belge ont fait l'objet de prêts à la maison mère, dont les montants avaient fortement augmenté à partir de 2010. Ces opérations ont été enregistrées en investissements directs français à l'étranger, qu'il s'agisse de prêts ou d'emprunts. En l'occurrence, il s'agissait des emprunts auprès de la filiale belge, réduisant d'autant les encours d'investissements directs⁷⁴.

Les stocks d'investissements directs français dans les **autres pays industrialisés** baissent depuis 2011, pour s'établir à 5 milliards en 2014. Cette évolution résulte principalement de la contraction du stock des investissements directs aux **États-Unis** (1 milliard de moins entre 2011 et 2014).

La part du **reste du monde** repart à la hausse (16 % à fin 2014), avec un stock de 10 milliards fin 2014.

Établie sur la base du pays de provenance immédiate des capitaux (tableau 16), la ventilation géographique des stocks d'investissements directs étrangers dans le commerce en France souligne là-aussi le poids prépondérant des pays de **l'Union européenne** : 31 milliards fin 2014, soit 84 % du total. Les premiers pays de provenance immédiate sont le **Luxembourg** (10 milliards), l'**Allemagne** (7 milliards), et les **Pays-Bas** (6,5 milliards).

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

Grâce à l'enquête sur les liens financiers (Lifi) conduite par la direction des statistiques d'entreprise de l'INSEE, il est possible d'établir également une ventilation des stocks d'investissements directs étrangers en France selon le pays de résidence de l'investisseur ultime. Cette ventilation géographique supplémentaire, recommandée par l'OCDE, permet de présenter une analyse plus précise et plus exacte de l'origine géographique réelle des fonds investis dans les entreprises résidentes⁷⁵. Cette approche de l'investisseur ultime est calculée jusqu'en 2013, les informations nécessaires n'étant pas encore disponibles pour 2014.

L'identification des pays d'origine des investissements directs étrangers en France (définis comme les pays de résidence de la tête de groupe des entités recevant des investissements), montre que la France avec un encours de 2,4 milliards à la fin de 2013) est proche de l'Italie ou des Pays-Bas. Ce résultat s'explique par le fait que plusieurs groupes multinationaux français, tels que Carrefour, Auchan ou Casino, disposent de réseaux internationaux de filiales susceptibles de détenir des participations financières (enregistrées dans les stocks d'IDE) pour le compte du groupe. Ainsi, un groupe français peut décider de détenir ses filiales en France via un réseau complexe de sociétés holdings localisées à l'étranger (notamment aux Pays-Bas, au Luxembourg ou en Belgique). La création de ces holdings est enregistrée en investissements français à l'étranger alors que la détention par les holdings étrangères de sociétés résidentes figure en investissements étrangers en France. L'existence de telles opérations explique que l'on puisse constater des investissements étrangers en France significatifs, alors même qu'ils sont le fait de groupes français⁷⁶.

⁷³ La ventilation géographique des investissements directs français à l'étranger ou étrangers en France est faite en fonction du pays immédiat de destination ou de provenance des fonds, sans tenir compte de la localisation du destinataire final ou de l'investisseur ultime. Ainsi, lorsqu'une entreprise non résidente investit en France via le Luxembourg, l'investissement sera attribué au Luxembourg et non au pays qui est à l'origine de l'investissement.

⁷⁴ Les encours négatifs correspondent aux cas de groupes résidents puisant davantage de fonds dans la trésorerie de leurs filiales étrangères que ce qu'ils y ont investi.

⁷⁵ A l'inverse, il n'est pas possible pour l'instant d'établir de ventilation géographique des investissements directs français à l'étranger selon les pays de destination ultime, compte tenu de l'absence des données nécessaires.

⁷⁶ Ce résultat n'est pas propre au secteur du commerce et peut être généralisé à l'ensemble des secteurs investis.

Outre l'influence des groupes français parmi les principaux investisseurs étrangers en France, l'attribution des investissements directs au pays de la tête de groupe modifie la hiérarchie des principaux pays investisseurs en France par rapport au classement établi sur la base du pays de provenance immédiate des fonds investis (tableau 17). Si l'on exclut les investissements directs originaires de France, les premiers pays investisseurs en France dans le secteur du commerce sont le Royaume-Uni (8 milliards fin 2013) et l'Allemagne (6 milliards), suivis du Luxembourg (5 milliards) et des États-Unis (3 milliards). Les Pays-Bas et le Luxembourg voient leurs encours divisés par plus de deux par rapport à la ventilation géographique établie selon le pays de provenance immédiate.

Tableau 11 : Stocks d'investissements directs français à l'étranger par secteur d'activité de l'investisseur (en valeur mixte)

Ensemble des secteurs

en milliards d'euros

	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Agriculture, sylviculture et pêche (A)	0,1	0,1	0,0	0,2	0,3	0,2	0,3	0,1	0,3	0,2	0,3
Industries (B à E)	186,1	220,7	270,5	287,1	276,3	312,2	347,2	396,2	414,0	412,0	454,2
Construction (F)	1,5	1,9	2,1	3,4	10,4	21,7	24,0	25,2	25,8	23,4	25,4
Commerce, réparation d'automobiles (G)	26,8	25,7	24,6	40,0	46,0	57,6	56,3	56,6	60,8	63,2	62,5
Transports et entreposage (H)	2,8	4,9	5,3	6,6	5,2	4,6	8,2	8,4	6,3	7,3	7,6
Hébergement et restauration (I)	6,4	7,0	6,8	5,7	6,3	7,9	7,7	8,5	9,1	8,8	10,4
Information et communication (J)	14,7	72,8	69,6	64,3	71,7	70,9	77,3	76,6	73,2	66,5	69,2
Activités financières et d'assurance (K)	176,7	163,8	213,8	217,4	203,5	220,1	249,0	252,0	256,3	258,0	268,7
Activités immobilières (L)	13,3	18,8	25,1	38,3	26,4	37,8	47,9	46,1	48,2	50,7	55,7
Autres services (M à S)	18,6	6,1	7,8	23,0	26,5	43,9	56,3	45,4	55,7	49,7	49,6
Non ventilé	3,4	8,4	-0,2	0,0	-1,3	0,8	3,9	49,4	41,4	46,6	50,0
Total tous secteurs	450,4	530,3	625,3	685,9	671,3	777,8	877,9	964,5	991,2	986,4	1053,5

Source et réalisation : Banque de France - Direction des Enquêtes et Statistiques Sectorielles (Mise à jour : 20 octobre 2015)

Tableau 12 : Stocks d'investissements directs à l'étranger des entreprises commerciales résidentes, par secteur d'activité de l'investisseur (en valeur mixte)

Secteurs du commerce

en milliards d'euros

	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Commerce de gros (y compris intermédiaires)	10,6	11,2	8,2	11,0	12,8	15,3	17,9	21,0	18,5	22,4	21,8
Intermédiaires du commerce de gros	0,3	0,4	0,2	0,4	1,0	0,9	1,2	1,0	0,9	0,4	0,3
CG produits agricoles bruts et animaux vivants	0,1	-0,1	0,0	0,0	0,0	0,2	0,4	0,6	0,7	0,8	0,7
CG produits alimentaires, boissons, tabac	1,8	1,1	1,3	1,4	1,5	2,4	2,5	1,9	2,3	2,6	2,2
CG biens domestiques	5,6	6,6	2,8	4,1	4,4	4,1	5,3	7,8	7,3	8,4	8,5
CG équipements information et communication	0,1	0,1	0,2	0,5	0,6	0,6	0,4	0,9	0,8	1,3	1,4
CG autres équipements industriels	0,9	1,2	1,0	1,3	1,1	2,8	2,5	2,2	2,0	5,0	4,3
Autres CG spécialisés	1,7	1,8	2,6	3,3	4,2	4,2	4,4	4,1	4,5	3,9	4,3
CG non spécialisé	0,1	0,1	0,1	0,1	0,0	0,0	1,2	2,6	0,1	0,0	0,0
Commerce de détail	16,0	14,4	15,6	27,9	31,7	37,4	35,3	31,3	37,3	36,1	35,4
CD en magasin non spécialisé	11,6	13,1	14,0	23,6	26,0	30,3	28,7	23,6	30,3	28,9	27,8
CD alimentaire en magasin spécialisé	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
CD non alimentaire en magasins spécialisés	4,3	1,2	1,3	4,0	5,3	7,0	6,4	7,6	6,9	7,1	7,6
CD sur éventaires et marchés	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
CD hors magasin, éventaires ou marchés	0,0	0,1	0,3	0,4	0,3	0,2	0,1	0,1	0,1	0,0	0,0
Commerce et réparation automobile	0,2	0,1	0,9	1,0	1,5	4,9	3,1	4,2	5,0	4,8	5,2
Total commerce	26,8	25,7	24,6	40,0	46,0	57,6	56,3	56,6	60,8	63,2	62,5

Source et réalisation : Banque de France - Direction des Enquêtes et Statistiques Sectorielles (Mise à jour : 20 octobre 2015)

Tableau 13 : Stocks d'investissements directs étrangers en France par secteur d'activité de la société investie (en valeur mixte)

Ensemble des secteurs

en milliards d'euros

	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Agriculture, sylviculture et pêche (A)	0,4	0,3	0,3	0,3	0,3	0,3	0,3	0,3	0,4	0,4	0,4
Industries (B à E)	89,4	80,0	108,1	120,5	106,6	104,0	118,6	134,2	146,6	150,5	156,1
Construction (F)	0,4	0,5	2,9	2,9	0,7	7,0	6,1	5,1	7,5	9,2	9,8
Commerce, réparation d'automobiles (G)	16,9	16,1	19,1	31,6	26,2	29,7	24,1	33,3	33,5	38,9	37,2
Transports et entreposage (H)	1,6	2,1	4,8	4,9	5,1	3,9	5,9	6,9	8,3	9,2	6,4
Hébergement et restauration (I)	1,3	4,1	4,0	4,6	5,6	8,4	6,7	5,7	4,7	4,7	5,2
Information et communication (J)	10,2	10,9	24,1	19,7	23,6	25,3	23,9	15,3	12,8	13,5	13,8
Activités financières et d'assurance (K)	106,6	100,5	107,5	115,3	115,9	121,6	132,9	141,9	135,8	143,5	162,6
Activités immobilières (L)	54,6	64,1	79,2	89,6	88,0	91,7	99,5	104,3	113,4	118,9	124,2
Autres services (M à S)	14,6	24,1	23,4	27,6	28,9	55,5	52,2	38,8	37,8	42,4	41,4
Non ventilé	0,1	12,2	1,6	10,3	3,6	2,5	2,0	54,2	43,1	46,5	43,4
Total tous secteurs	296,2	314,9	374,9	427,2	404,5	449,8	472,0	540,1	543,7	577,5	600,5

Source et réalisation : Banque de France - Direction des Enquêtes et Statistiques Sectorielles (Mise à jour : 20 octobre 2015)

Tableau 14 : Investissements directs étrangers dans des entreprises commerciales résidentes, par secteur d'activité de la société investie (en valeur mixte)

Secteurs du commerce

en milliards d'euros

	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Commerce de gros (y compris intermédiaires)	12,0	9,4	7,7	16,6	13,1	16,8	12,1	18,7	17,5	19,5	17,9
Intermédiaires du commerce de gros	0,4	0,1	1,0	0,9	1,2	1,7	2,3	3,1	2,5	0,2	0,6
CG produits agricoles bruts et animaux vivants	0,2	0,1	0,4	0,3	0,4	0,5	0,3	0,4	0,5	0,8	0,7
CG produits alimentaires, boissons, tabac	3,4	3,2	3,1	2,8	0,5	0,6	0,9	1,0	0,8	-0,2	-0,1
CG biens domestiques	3,8	1,2	-1,2	1,6	1,0	1,4	0,9	3,8	3,5	6,6	7,8
CG équipements information et communication	0,8	0,2	-0,5	0,1	0,7	2,2	0,6	2,7	2,0	2,7	1,6
CG autres équipements industriels	1,1	1,4	0,8	2,8	2,8	3,6	2,9	3,3	4,2	5,7	4,9
Autres CG spécialisés	2,1	3,0	3,9	7,8	6,2	6,3	4,2	4,0	3,8	3,7	2,5
CG non spécialisé	0,1	0,2	0,1	0,2	0,2	0,3	-0,1	0,3	0,1	-0,1	-0,2
Commerce de détail	4,8	5,2	8,8	11,9	9,6	10,6	11,8	12,1	13,0	16,5	16,6
CD en magasin non spécialisé	1,7	2,7	4,2	6,4	4,2	5,4	5,4	3,7	4,7	5,4	5,3
CD alimentaire en magasin spécialisé	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
CD non alimentaire en magasins spécialisés	2,9	2,4	4,4	5,2	5,1	5,0	6,1	8,1	8,2	10,8	11,0
CD sur éventaires et marchés	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
CD hors magasin, éventaires ou marchés	0,1	0,1	0,1	0,3	0,3	0,2	0,3	0,3	0,0	0,3	0,2
Commerce et réparation automobile	0,2	1,5	2,7	3,1	3,5	2,3	0,2	2,5	2,9	2,8	2,7
Total commerce	16,9	16,1	19,1	31,6	26,2	29,7	24,1	33,3	33,5	38,9	37,2

Source et réalisation : Banque de France - Direction des Enquêtes et Statistiques Sectorielles (Mise à jour : 20 octobre 2015)

Tableau 15 : Stocks d'investissements directs à l'étranger des entreprises commerciales résidentes (en valeur mixte), par pays de destination (premier pays de contrepartie)

Secteurs du commerce

	en milliards d'euros										
	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Union européenne (à 28)	21,2	20,0	19,0	33,5	38,6	51,0	46,7	42,9	44,6	47,9	47,8
Union économique et monétaire à 19	16,7	15,5	16,6	28,1	31,4	42,2	38,1	33,9	35,2	37,3	37,0
Allemagne	0,5	0,7	0,6	3,9	3,1	4,9	4,9	5,0	4,9	5,1	4,3
Belgique	-1,8	-1,5	-3,0	5,1	6,0	11,2	6,9	5,9	5,4	7,4	7,7
Espagne	1,3	1,0	1,2	1,2	1,2	7,6	8,5	6,1	5,8	5,8	6,0
Irlande	0,4	0,0	0,0	-0,3	-0,2	0,3	-0,1	0,0	0,1	0,2	0,2
Italie	2,7	2,7	3,6	4,2	4,6	3,8	3,1	1,6	1,5	1,4	1,8
Luxembourg	0,0	-0,1	0,0	0,0	0,1	0,4	0,4	0,4	0,3	0,3	0,2
Pays-Bas	13,3	12,5	13,8	13,5	16,1	13,5	14,2	14,6	16,4	16,0	15,8
Autres pays de l'Union européenne	4,4	4,5	2,5	5,4	7,2	8,8	8,6	9,0	9,5	10,6	10,8
Pologne	0,5	0,2	0,2	0,8	0,8	0,9	1,0	1,0	1,4	1,5	1,5
République tchèque	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,5	0,5	0,4	0,4	0,4	0,3
Roumanie	0,0	0,0	0,0	0,1	0,2	0,2	0,3	0,1	0,3	0,4	0,4
Royaume-Uni	3,4	4,0	2,0	4,3	5,9	7,1	6,6	7,3	7,1	7,6	8,0
Suède	0,1	0,0	0,0	0,1	0,0	0,0	0,0	0,1	0,1	0,2	0,2
Autres pays industrialisés	3,7	3,5	3,3	3,9	3,9	2,2	3,3	6,3	5,6	5,6	4,9
États-Unis	2,6	2,6	2,8	3,0	2,2	0,4	0,8	3,8	3,5	3,4	2,8
Japon	0,4	0,1	0,2	0,4	0,5	0,6	0,7	1,2	0,6	0,4	0,4
Suisse	0,2	0,5	0,2	0,3	0,6	0,5	0,3	0,1	0,7	1,0	1,0
Reste du monde	2,0	2,2	2,3	2,5	3,4	4,4	6,2	7,3	10,6	9,7	9,8
Brésil	0,1	0,2	0,1	0,2	0,4	0,7	1,2	1,3	2,8	2,7	3,2
Chine	0,2	0,3	0,3	0,1	0,2	0,3	0,8	0,5	0,5	0,6	0,5
Inde	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,2	0,0	0,2	0,1	0,1
Russie	0,2	0,2	0,1	0,2	0,1	0,4	0,3	0,4	0,7	0,6	0,5
Turquie	0,1	0,2	0,2	0,3	0,3	0,3	0,3	0,3	0,5	0,5	0,5
Total	26,8	25,7	24,6	40,0	46,0	57,6	56,3	56,6	60,8	63,2	62,5

Source et réalisation : Banque de France - Direction des Enquêtes et Statistiques Sectorielles (Mise à jour : 20 octobre 2015)

Tableau 16 : Stocks d'investissements directs étrangers dans des entreprises commerciales résidentes (en valeur mixte), par pays d'origine (premier pays de contrepartie)

	en milliards d'euros											
	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	
Union européenne (à 28)	14,0	12,1	14,2	24,9	20,0	22,5	19,0	27,8	28,4	33,4	31,3	
Union économique et monétaire à 19	9,4	7,7	9,8	20,6	17,5	19,3	16,9	22,9	23,8	29,4	28,6	
Allemagne	0,0	-1,0	-1,4	4,4	5,3	5,7	5,7	5,6	6,3	6,5	6,8	
Belgique	1,3	0,6	0,2	0,6	0,1	1,6	-0,2	1,7	0,9	2,7	2,1	
Espagne	1,0	1,4	1,9	2,1	1,9	1,9	1,9	2,3	1,4	0,9	0,9	
Irlande	0,2	0,1	-0,6	-0,2	-0,3	-0,3	-0,3	0,1	0,2	0,1	0,2	
Italie	0,1	0,1	0,1	0,8	0,7	0,9	0,9	1,6	1,1	1,9	1,9	
Luxembourg	2,3	2,1	3,3	3,5	4,9	5,9	4,9	5,1	5,9	11,1	9,7	
Pays-Bas	4,2	4,3	6,3	9,0	4,5	3,0	3,4	5,3	6,9	5,1	6,5	
Autres pays de l'Union européenne	4,6	4,5	4,4	4,3	2,5	3,2	2,1	4,9	4,6	4,0	2,7	
Pologne	0,0	-0,1	-0,1	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	
République tchèque	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	
Roumanie	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	
Royaume-Uni	4,4	4,5	4,4	4,0	2,1	2,3	0,5	3,0	3,2	3,3	2,1	
Suède	0,1	0,1	0,1	0,2	0,3	0,3	0,2	0,4	0,2	0,3	0,2	
Autres pays industrialisés	2,6	3,4	3,8	4,9	4,8	6,2	4,6	3,4	3,3	3,8	4,3	
États-Unis	1,6	1,0	1,1	1,7	1,6	2,5	2,1	1,2	1,0	1,5	1,7	
Japon	0,9	2,5	2,6	2,4	2,6	2,8	1,1	1,3	1,6	1,4	1,4	
Suisse	0,0	-0,3	-0,1	0,7	0,5	0,8	1,4	0,9	0,7	0,8	1,1	
Reste du monde	0,3	0,6	1,1	1,7	1,4	1,0	0,5	2,1	1,8	1,7	1,6	
Brésil	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	-0,1	-0,1	-0,1	-0,1	
Chine	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,5	0,5	0,6	0,5	
Inde	0,0	0,0	0,0	0,2	0,1	0,1	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	
Russie	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	
Turquie	0,0	-0,1	-0,1	0,0	-0,1	-0,1	-0,1	0,0	0,0	0,0	-0,1	
Total	16,9	16,1	19,1	31,6	26,2	29,7	24,1	33,3	33,5	38,9	37,2	

Source et réalisation : Banque de France - Direction des Enquêtes et Statistiques Sectorielles (Mise à jour : 20 octobre 2015)

Tableau 17 : Stocks d'investissements directs étrangers dans des entreprises commerciales résidentes
(en valeur mixte), par pays d'origine (pays de l'investisseur ultime)

Secteurs du commerce

	en milliards d'euros										
	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
France	1,4	1,2	1,8	1,9	1,8	1,8	2,1	2,2	2,2	2,4	nd
Union européenne (à 27)	12,4	11,3	12,6	24,0	18,6	19,6	20,0	23,8	23,1	27,7	nd
Union économique et monétaire à 18	4,5	6,3	6,1	15,8	13,2	14,5	15,0	16,2	15,8	19,2	nd
Allemagne	1,0	1,4	-0,6	5,4	5,3	5,7	5,3	6,1	6,1	6,2	nd
Belgique	1,2	2,7	2,4	2,5	2,3	0,2	1,7	1,4	1,2	1,7	nd
Espagne	-0,2	-0,2	0,2	0,6	0,6	0,8	0,8	0,6	0,7	1,1	nd
Irlande	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,6	0,5	0,2	0,2	0,4	nd
Italie	0,4	0,4	0,9	1,7	1,5	1,8	1,2	3,1	3,2	2,1	nd
Luxembourg	0,0	0,0	0,3	0,4	2,6	3,9	3,3	2,1	2,5	5,1	nd
Pays-Bas	1,7	1,6	2,6	4,9	0,7	1,2	1,7	1,5	1,5	2,1	nd
Autres pays de l'Union européenne	7,8	5,0	6,6	8,2	5,3	5,1	5,1	7,6	7,3	8,5	nd
Pologne	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	nd
République tchèque	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	nd
Roumanie	0,0	-0,1	-0,1	-0,1	-0,1	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	nd
Royaume-Uni	7,6	5,2	6,8	7,7	5,0	4,4	3,8	5,9	6,1	7,7	nd
Suède	0,1	0,2	0,3	0,4	0,4	0,4	0,3	0,5	0,5	0,5	nd
Autres pays industrialisés	3,0	3,4	3,8	4,8	5,1	6,7	0,6	5,5	5,9	6,7	nd
États-Unis	0,9	0,3	0,5	0,4	0,7	2,7	-2,1	1,3	2,0	2,9	nd
Japon	1,3	2,3	2,7	3,0	2,7	3,0	1,4	1,8	2,2	1,6	nd
Suisse	0,6	0,6	0,5	1,2	1,4	0,9	1,2	2,1	1,6	2,0	nd
Reste du monde	0,2	0,2	0,8	0,9	0,8	1,7	1,3	1,8	2,3	2,1	nd
Brésil	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	-0,1	-0,1	nd
Chine	0,0	0,0	0,1	0,0	0,1	0,0	0,0	0,1	0,2	0,1	nd
Inde	0,0	0,0	0,2	0,2	0,1	0,1	0,0	0,0	0,0	0,0	nd
Russie	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	nd
Turquie	-0,1	-0,1	-0,2	0,0	0,0	-0,1	-0,1	-0,1	0,0	-0,1	nd
Total	16,9	16,1	19,1	31,6	26,2	29,7	24,1	33,3	33,5	38,9	37,2
Total hors France	15,6	14,9	17,2	29,7	24,4	27,9	22,0	31,1	31,2	36,5	nd

Source et réalisation : Banque de France - Direction des Enquêtes et Statistiques Sectorielles (Mise à jour : 20 octobre 2015)
nd : non disponible

Encadré 2 :

Les statistiques d'investissements directs étrangers (IDE), produites par la Banque de France, sont établies conformément à la méthodologie dite « du principe directionnel étendu », recommandée par le 6^{ème} manuel de balance des paiements du FMI (2008). Celle-ci constitue la norme officielle dans l'Union européenne. Pour des raisons d'homogénéité des séries statistiques, les données géographiques et sectorielles des années 2004 à 2013 ont été retraitées selon la même méthodologie. Par ailleurs, ces séries sont établies en « valeur mixte » à partir de 2006⁷⁷ : les investissements en capitaux propres dans des sociétés cotées sur les marchés financiers sont comptabilisés en valeur de marché, tandis que les investissements dans des sociétés non cotées sont mesurés en valeur comptable.

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

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

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

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

[HTTP://WWW.BANQUE-FRANCE.FR/FILEADMIN/USER_UPLOAD/BANQUE_DE_FRANCE/ARCHIPEL/PUBLICATIONS/BDF_BMETUDES_BDF_BM/BDF_BM_177_ETU_5.PDF](http://www.banque-france.fr/fileadmin/user_upload/banque_de_france/archipel/publications/bdf_bmetudes_bdf_bm/bdf_bm_177_etu_5.pdf)

[HTTP://WWW.BANQUE-FRANCE.FR/FILEADMIN/USER_UPLOAD/BANQUE_DE_FRANCE/ARCHIPEL/PUBLICATIONS/BDF_BDP/BDF_BDP_RA_2009.PDF](http://www.banque-france.fr/fileadmin/user_upload/banque_de_france/archipel/publications/bdf_bdp/bdf_bdp_ra_2009.pdf)

⁷⁷ En valeur comptable de 2003 à 2005.

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

En 2012, les filiales commerciales résidentes contrôlées par des groupes étrangers ont réalisé un chiffre d'affaires de 327 milliards d'euros (tableau 18), soit environ 23 % du chiffre d'affaires de l'ensemble des opérateurs commerciaux intervenant sur le territoire français.

Dans le commerce de gros (hors intermédiaires), les filiales résidentes de groupes étrangers réalisent 35 % du chiffre d'affaires de l'ensemble du secteur en 2012. C'est dans le commerce de gros que la part des filiales de groupes étrangers est la plus importante. En effet, ce secteur inclut, outre les filiales commerciales de sociétés commerciales étrangères, les filiales de commercialisation des opérateurs industriels distribuant leurs produits en France. Pour les mêmes raisons, les filiales de sociétés étrangères détiennent une place importante dans le commerce et la réparation automobile (24 %). À l'inverse, la part des filiales de sociétés étrangères est faible dans les secteurs du commerce de détail (12 %).

Tableau 18 : Chiffre d'affaires des filiales françaises de groupes étrangers en 2012 selon le secteur d'activité et part dans le chiffre d'affaires de l'ensemble des sociétés commerciales résidant en France en 2012

En milliards d'euros

Secteur d'activité	CA des filiales françaises de groupes étrangers	CA de l'ensemble des entreprises résidentes du secteur	Part du CA des filiales de groupes étrangers dans le secteur
Produits agricoles bruts et animaux vivants	4,3	67,7	6%
Produits alimentaires, boissons, tabac	38,2	129,5	30%
Biens domestiques	66,5	148,5	45%
Équipement de l'information et de la communication	29,7	47,2	63%
Autres équipements industriels	28,7	90,5	32%
Autres commerces de gros	59,3	172,4	34%
Commerce de gros	226,8	655,8	35%
Centrales d'achats	0,7	111,3	1%
Hors centrales d'achats	9,1	23,4	39%
Intermédiaires du commerce	9,8	134,6	7%
Alimentaire non spécialisé	16,8	194,5	9%
Alimentaire spécialisé	0,3	8,3	3%
Non alimentaire non spécialisé	s.	18,6	s.
Carburant	s.	16,3	s.
Non alimentaire spécialisé	28,6	185,3	15%
Hors magasin	4,3	27,9	15%
Commerce de détail	52,0	450,8	12%
Commerce et réparation automobile	38,3	157,8	24%
Total commerce	326,9	1 399,1	23%

Source : Insee-Lifi, Comptes du commerce

s : secret statistique

Au sein du commerce de gros, c'est dans le secteur de l'équipement de l'information et de la communication que la part des filiales sous contrôle étranger est la plus importante (63 %). À l'inverse, dans le secteur des produits agricoles bruts et d'animaux vivants, la part est faible (6 %).

Parmi les intermédiaires du commerce, la présence étrangère est contrastée. Elle est très faible dans le secteur des centrales d'achats (1 %), mais importante parmi les autres intermédiaires du commerce (39 %).

Dans les secteurs du commerce et de la réparation automobile, la part des unités détenues par l'étranger semble importante au regard des autres secteurs du commerce, même si elle ne saurait

refléter complètement le poids des constructeurs automobiles étrangers dans la distribution d'automobile en France. En effet, les concessionnaires automobiles en France distribuant des marques étrangères sont liés par contrat et non par des liens financiers avec les constructeurs automobiles étrangers ou leur filiale de commercialisation établie en France.

Dans les secteurs du commerce de détail, le contrôle étranger est modeste.

Les filiales commerciales résidentes sont contrôlées pour l'essentiel par des groupes européens (73,7 % du chiffre d'affaires total des filiales de groupes étrangers de toutes nationalités), faisant partie de la zone euro (44,0 %) ou non (20,4 %) ou même ressortissant à un pays extérieur à l'union européenne tel que la Suisse (tableau 19).

Les filiales de groupes non européens (26,3 % du chiffre d'affaires total) sont majoritairement contrôlées par des groupes situés aux États-Unis (16,3 %) et en Asie (8,4 %).

Tableau 19 : Chiffre d'affaires des filiales résidentes de groupes étrangers en 2012

	CA en milliards d'euros	Répartition en %
EUROPE	241,0	73,7
UNION EUROPÉENNE	210,7	64,4
<i>ZONE EURO</i>	<i>144,0</i>	<i>44,0</i>
dont ALLEMAGNE	62,9	19,2
dont PAYS-BAS	21,9	6,7
dont BELGIQUE	17,2	5,3
dont ITALIE	16,8	5,1
dont ESPAGNE	12,9	4,0
dont LUXEMBOURG	8,2	2,5
dont AUTRICHE	1,7	0,5
dont FINLANDE	0,9	0,3
dont IRLANDE	0,8	0,2
dont PORTUGAL	0,4	0,1
dont MALTE	0,2	0,1
<i>UE HORS ZONE EURO</i>	<i>66,9</i>	<i>20,4</i>
dont ROYAUME-UNI	56,5	17,3
dont SUEDE	6,2	1,9
dont DANEMARK	3,7	1,1
dont LITUANIE	0,1	0,0
dont POLOGNE	0,1	0,0
AUTRES PAYS D'EUROPE	30,4	9,3
dont SUISSE	26,3	8,0
dont JERSEY	2,5	0,8
dont NORVEGE	0,7	0,2
dont RUSSIE	0,4	0,1
AFRIQUE	3,2	1,0
dont AFRIQUE DU SUD	2,5	0,8
dont MAROC	0,5	0,1
AMÉRIQUE	55,0	16,8
dont USA	53,4	16,3
dont Canada	0,6	0,2
ASIE	27,3	8,4
dont JAPON	13,8	4,2
dont COREE	5,7	1,7
dont ISRAEL	2,0	0,6
dont HONG-KONG	1,9	0,6
OCÉANIE	0,3	0,1
dont AUSTRALIE	0,2	0,1
ENSEMBLE	326,9	100,0

Source : Insee-Lifi

ANNEXE I - Les comptes du commerce en base 2010

Les comptes du commerce s'insèrent dans le dispositif d'ensemble des comptes nationaux français dont ils reprennent les concepts et définitions. Les comptes nationaux sont publiés en « base 2010 » depuis mai 2014. Les séries du commerce reflètent les modifications induites par ce changement de base.

Le passage à la base 2010 des comptes nationaux se caractérise par des changements conceptuels avec l'adoption des règles du système européen des comptes (SEC) 2010 ainsi que par des changements de méthodes.

Le PIB est révisé à la hausse en base 2010 car un certains nombre de dépenses qui étaient comptabilisées en consommation intermédiaire (dépenses de recherche et développement, achat ou production de bases de données, acquisitions de matériel d'armement) ne viennent plus en déduction dans le calcul de la Valeur ajoutée et sont désormais classées en investissements.

La plupart de ces changements conceptuels n'affectent pas le commerce. Néanmoins en base 2010, le négoce international est isolé dans les transactions commerciales. En outre, les méthodes de chiffrage de la consommation commercialisable ont été révisées, grâce à un examen détaillé, produit par produit, des sources d'écart entre les données de consommation et les données de ventes des entreprises.

Le changement de base 2010 a été également l'occasion d'expertiser la méthode d'estimation des évolutions sectorielles au niveau le plus fin de la nomenclature. En base 2005, les chiffres d'affaires et ventes de marchandises sectoriels provenaient des estimateurs issus d'Esane, qui s'appuient sur une mise en cohérence des données de l'enquête structurelle annuelle (ESA) et des données fiscales exhaustives. La méthode combinant des données d'enquêtes fournissant une information fiable sur l'activité économique, et des données fiscales exhaustives, permet d'obtenir des estimations tirant parti de l'information contenue dans ces dernières, tout en corrigeant le biais lié à l'évolution dans le temps de l'activité des entreprises, laquelle est imparfaitement retracée dans les données administratives. En revanche, cette méthode peut induire une fragilité de l'estimation des évolutions dans les secteurs pour lesquels la taille des échantillons des enquêtes est relativement faible. L'expertise menée a conduit à affiner la méthode d'estimation des évolutions des ventes (en tout état de cause, ces estimations font ensuite toujours l'objet de retraitements propres aux comptes nationaux).

En base 2010, la méthode retenue consiste à conserver les estimateurs Esane au niveau des groupes de la NAF (3 positions), où cette méthode d'estimation produit des résultats globalement robustes. Au niveau le plus fin des sous-classes, en revanche, la méthode retenue ventile les agrégats estimés au niveau des groupes entre les sous-classes qui les constituent, à partir des données fiscales individuelles exhaustives (y compris pour les unités qui n'ont pas répondu à l'enquête) plutôt qu'en privilégiant les données des entreprises participant à l'enquête structurelle annuelle⁷⁸. Ces estimations sectorielles en niveau par sous-classe sont ensuite utilisées pour calculer des évolutions. Dit autrement, l'indice d'évolution des ventes au niveau des sous-classes est calculé à partir de l'indice d'évolution des données fiscales exhaustives, en corrigeant celui-ci d'un terme qui tient compte du biais d'évolution au niveau du groupe entre les évolutions individuelles issues des données fiscales et celles d'Esane (lesquelles prennent mieux en compte les changements d'APE)⁷⁹.

Les niveaux des années 2009, 2010 et 2011 ont été recalculés conformément à ces principes et les séries ont été rétopolées, en conservant l'évolution d'ensemble de la base 2005 pour le commerce de détail, le commerce de gros et le commerce et la réparation d'automobiles et en conservant les contributions sectorielles.

Un nouvel indice de prix a été calculé dans le commerce de gros, en se fondant sur les nouvelles séries sur les prix par produits et une ventilation actualisée des ventes de produits par secteur fin.

⁷⁸ En réalité cette méthode ne s'éloigne pas beaucoup de la méthode retenue actuellement par Esane pour la diffusion au niveau des sous-classe : En effet, Esane retient une clé de répartition infra-groupe et non les agrégats composites directement. Le changement repose ici sur l'utilisation d'une clé qui repose sur les données exhaustives plutôt que sur les données pondérées.

⁷⁹ Soit le rapport au niveau du groupe entre l'indice d'évolution ESANE et l'indice d'évolution issu du FARE (données fiscales exhaustives)

ANNEXE II - Champ du commerce et des activités artisanales à caractère commercial

La définition est donnée par référence à la nomenclature d'activité NAF Rév.2 (nouvelle nomenclature) Les intitulés des différents postes de la nomenclature présentés ici sont synthétiques ; la formulation précise et officielle se trouve sur le site de l'Insee, à l'adresse suivante :

<http://www.insee.fr/fr/methodes/default.asp?page=nomenclatures/naf2008/naf2008.htm>

ENSEMBLE DU COMMERCE (NAF 45, 46, 47)

NAF rév. 2 Intitulés

45 Commerce et réparation d'automobiles et de motocycles

45.1 Commerce de véhicules automobiles

45.11Z Commerce de voitures et véhicules automobiles légers

45.19Z Commerce d'autres véhicules automobiles

45.2 Entretien et réparation de véhicules automobiles

45.20A Entretien et réparation de véhicules automobiles légers

45.20B Entretien et réparation d'autres véhicules automobiles

45.3 Commerce d'équipements automobiles

45.31Z Commerce de gros d'équipements automobiles

45.32Z Commerce de détail d'équipements automobiles

45.4 Commerce et réparation de motocycles

45.40Z Commerce et réparation de motocycles

46 Commerce de gros, à l'exception des automobiles et des motocycles

46.1 Intermédiaires du commerce de gros

46.11Z Matières premières agricoles, animaux vivants, textiles et produits semi-finis

46.12A Centrales d'achat de carburant

46.12B Combustibles, métaux, minéraux et produits chimiques

46.13Z Bois et matériaux de construction

46.14Z Machines, équipements industriels, navires et avions

46.15Z Meubles, articles de ménage et quincaillerie

46.16Z Textiles, habillement, fourrures, chaussures et articles en cuir

46.17A Centrales d'achat alimentaires

46.17B Denrées, boissons et tabac

46.18Z Spécialisés dans le commerce d'autres produits spécifiques

46.19A Centrales d'achat non alimentaires

46.19B Autres intermédiaires du commerce en produits divers

46.2 Commerce de gros de produits agricoles bruts et d'animaux vivants

46.21Z Céréales, tabac non manufacturé, semences, aliments pour le bétail

46.22Z Fleurs et plantes

46.23Z Animaux vivants

46.24Z Cuir et peaux

46.3 Commerce de gros de produits alimentaires, de boissons et de tabac

46.31Z Fruits et légumes

46.32A Viandes de boucherie

46.32B Produits à base de viande

46.32C Volailles et gibier

46.33Z Produits laitiers, œufs, huiles et matières grasses comestibles

46.34Z Boissons

46.35Z Produits à base de tabac

46.36Z Sucre, chocolat et confiserie

46.37Z Café, thé, cacao et épices

46.38A Poissons, crustacés et mollusques

- 46.38B Alimentaire spécialisé divers
- 46.39A Produits surgelés
- 46.39B Alimentaire non spécialisé
- 46.4 Commerce de gros de biens domestiques**
- 46.41Z Textiles
- 46.42Z Habillement et chaussures
- 46.43Z Appareils électroménagers
- 46.44Z Vaisselle, verrerie et produits d'entretien
- 46.45Z Parfumerie et produits de beauté
- 46.46Z Produits pharmaceutiques
- 46.47Z Meubles, tapis et appareils d'éclairage
- 46.48Z Articles d'horlogerie et bijouterie
- 46.49Z Autres biens domestiques
- 46.5 Commerce de gros d'équipements de l'information et de la communication**
- 46.51Z Ordinateurs, équipements informatiques périphériques et logiciels
- 46.52Z Composants et équipements électroniques et télécommunication
- 46.6 Commerce de gros d'autres équipements industriels**
- 46.61Z Matériel agricole
- 46.62Z Machines-outils
- 46.63Z Machines pour l'extraction, la construction et le génie civil
- 46.64Z Machines pour l'industrie textile et l'habillement
- 46.65Z Mobilier de bureau
- 46.66Z Autres machines et équipements de bureau
- 46.69A Matériel électrique
- 46.69B Fournitures et équipements industriels divers
- 46.69C Fournitures et équipements divers pour le commerce et les services
- 46.7 Autres commerces de gros spécialisés**
- 46.71Z Combustibles et produits annexes
- 46.72Z Minerais et métaux
- 46.73A Bois, matériaux de construction
- 46.73B Appareils sanitaires, produits de décoration
- 46.74A Quincaillerie
- 46.74B Fournitures pour la plomberie et le chauffage
- 46.75Z Produits chimiques
- 46.76Z Autres produits intermédiaires
- 46.77Z Déchets et débris
- 46.9 Commerce de gros non spécialisé**
- 46.90Z Commerce de gros non spécialisé

47 Commerce de détail, à l'exception des automobiles et des motocycles

- 47.1 Commerce de détail en magasin non spécialisé**
- 47.11A Produits surgelés
- 47.11B Alimentation générale
- 47.11C Supérettes
- 47.11D Supermarchés
- 47.11E Magasins multi-commerces
- 47.11F Hypermarchés
- 47.19A Grands magasins
- 47.19B Autres commerces de détail
- 47.2 Commerce de détail alimentaire en magasin spécialisé**
- 47.21Z Fruits et légumes
- 47.22Z Viandes et produits à base de viande
- 47.23Z Poissons, crustacés et mollusques
- 47.24Z Pain, pâtisserie et confiserie
- 47.25Z Boissons
- 47.26Z Produits à base de tabac
- 47.29Z Autres commerces de détail alimentaires

47.3 Commerce de détail de carburants en magasin spécialisé

47.30Z Commerce de détail de carburants

47.4 Commerce de détail d'équipements de l'information et de la communication en magasin spécialisé

47.41Z Ordinateurs, unités périphériques et logiciels

47.42Z Matériels de télécommunication

47.43Z Matériels audio et vidéo

47.5 Commerce de détail d'autres équipements du foyer en magasin spécialisé

47.51Z Textiles

47.52A Quincaillerie, peintures et verres en petites surfaces (moins de 400 m²)47.52B Quincaillerie, peintures et verres en grandes surfaces (400 m² ou plus)

47.53Z Tapis, moquettes et revêtements de murs et de sols

47.54Z Appareils électroménagers

47.59A Meubles

47.59B Autres équipements du foyer

47.6 Commerce de détail de biens culturels et de loisirs en magasin spécialisé

47.61Z Livres

47.62Z Journaux et papeterie

47.63Z Enregistrements musicaux et vidéo

47.64Z Articles de sport

47.65Z Jeux et jouets

47.7 Autres commerces de détail en magasin spécialisé

47.71Z Habillement

47.72A Chaussure

47.72B Maroquinerie et articles de voyage

47.73Z Produits pharmaceutiques

47.74Z Articles médicaux et orthopédiques

47.75Z Parfumerie et produits de beauté

47.76Z Fleurs, plantes, graines, engrais, animaux de compagnie et aliments pour animaux

47.77Z Articles d'horlogerie et bijouterie

47.78A Optique

47.78B Charbons et combustibles

47.78C Autres commerces de détail spécialisés divers

47.79Z Biens d'occasion en magasin

47.8 Commerce de détail sur éventaires et marchés

47.81Z Alimentaire

47.82Z Textiles, habillement et chaussures

47.89Z Autres commerces de détail

47.9 Commerce de détail hors magasin, éventaires ou marchés

47.91A Vente à distance sur catalogue général

47.91B Vente à distance sur catalogue spécialisé

47.99A Vente à domicile

47.99B Vente par automates et autres commerces hors magasin, éventaires ou marchés n.c.a.

ACTIVITÉS ARTISANALES A CARACTERE COMMERCIAL

10.13B Charcuterie

10.71B Cuisson de produits de boulangerie

10.71C Boulangerie et boulangerie-pâtisserie

10.71D Pâtisserie

ANNEXE III - Réconciliation des ventes au détail et de la consommation commercialisable des ménages

Méthodologie du Passage Produits-Secteurs (PPS) sur les ventes

Les données sur les ventes du commerce de détail figurant dans le présent rapport sont issues du « Passage Produits Secteurs » (PPS) sur les ventes. Il s'agit du tableau ventilant les ventes des secteurs d'établissements entre les différents produits.

Principes généraux

Le PPS vise à réconcilier deux grandeurs économiques relevant de deux approches différentes :

- la consommation commercialisable des ménages (41 produits)
- l'activité des 61 secteurs commerciaux, mesurée par leurs chiffres d'affaires

La notion de consommation commercialisable

La consommation commercialisable représente une partie de la consommation effective des ménages (35,5 % en 2014). Elle comprend les produits susceptibles d'être vendus aux ménages par le commerce. Sont exclus de la consommation commercialisable les dépenses d'eau, de gaz et d'électricité et également les services consommés par les ménages tels que les transports, la location immobilière, les services financiers, la santé, l'éducation...

La réconciliation s'effectue sur un concept intermédiaire entre ces deux approches : celui des ventes, qui sont naturellement des achats du point de vue des ménages. La mise en cohérence des deux approches (consommation et chiffres d'affaires) consiste à établir une matrice répartissant les ventes de chaque secteur entre les différents produits (ou les achats des ménages entre les différents secteurs commerciaux, ce qui est une autre façon de dire la même chose). Cette répartition est obtenue par une procédure mathématique de « calage sur marges » déterminant la répartition la plus proche de celle de l'année précédente, respectant les nouvelles marges (ventes issues de la consommation et ventes issues des chiffres d'affaires) qui sont connues.

Détails des opérations

Une double séquence d'opérations est d'abord nécessaire pour passer de la consommation aux ventes, et des chiffres d'affaires des secteurs aux ventes. La somme des ventes issues des chiffres d'affaires des secteurs est ensuite rendue égale à la somme des ventes issues de la consommation par simple recalage.

Première séquence : la consommation est « retraitée » pour tenir compte des produits achetés par des utilisateurs professionnels (artisan achetant des fournitures dans un magasin de bricolage...) ainsi que des produits acquis par les ménages ayant la nature d'un investissement et non d'une consommation (biens destinés au gros entretien du logement notamment). La consommation des biens d'occasion, qui ne prend en compte que la marge des intermédiaires professionnels, est également redressée de façon à reconstituer les ventes correspondantes.

Deuxième séquence : le traitement des chiffres d'affaires comporte deux étapes.

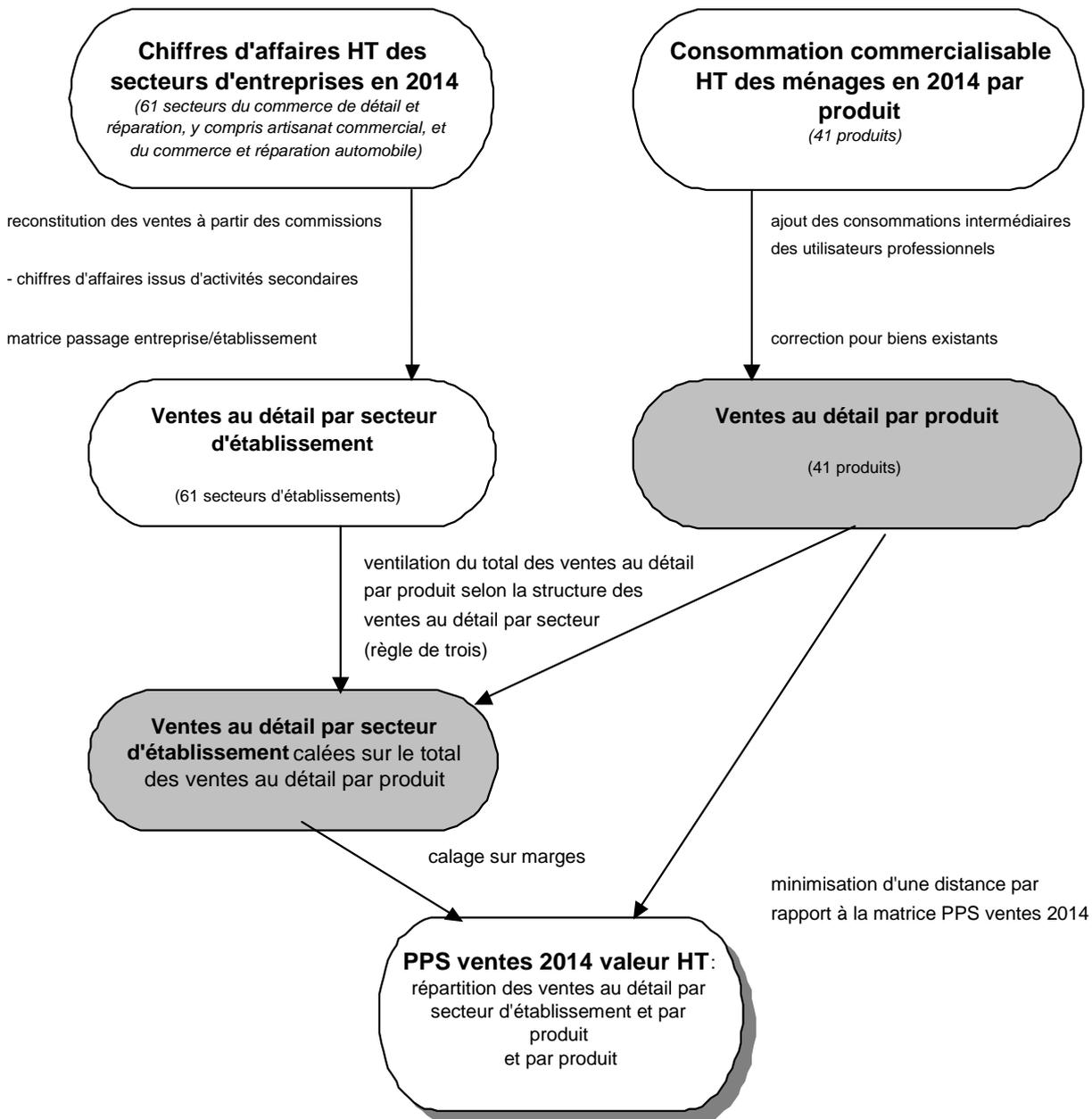
La première étape consiste à effectuer un *passage secteur d'entreprise* → *forme de vente*, c'est-à-dire à estimer les chiffres d'affaires des formes de ventes à partir des chiffres d'affaires des secteurs d'entreprises.

Ce passage est nécessaire car les chiffres d'affaires sont naturellement disponibles au niveau des entreprises alors que la structure par produits des ventes est plus directement liée à l'activité principale des établissements (ou formes de vente⁸⁰) qu'à celle de l'entreprise ; ainsi, la part des produits alimentaires est prépondérante pour les supermarchés alors qu'elle est voisine de la moitié pour les hypermarchés. Or, certaines entreprises du secteur de l'alimentation générale gèrent plusieurs formes de vente (par exemple, des entreprises gérant principalement des hypermarchés peuvent également gérer des supermarchés ou des supérettes). Par conséquent, la ventilation par produits des ventes est plus précise si elle s'appuie sur les CA des secteurs d'établissements.

Pour les secteurs du commerce de détail, la matrice retraçant le passage secteur d'entreprise → forme de vente peut être obtenue en exploitant le volet *forme de vente* de l'ÉSA. Pour les secteurs du commerce et réparation automobile, ce volet n'existe pas. La zone de la matrice correspondant aux entreprises et établissements de l'automobile est donc diagonale, ce qui signifie que les secteurs d'entreprises et les secteurs d'établissements sont identiques. Il en est de même pour les secteurs de l'artisanat commercial.

La deuxième étape consiste à défalquer les fractions de chiffres d'affaires correspondant à des *activités ne relevant pas du commerce de détail*, et à redresser les « *commissions* » pour calculer les ventes correspondantes.

⁸⁰ La notion de forme de vente est proche de celle d'établissement ou de magasin. La locution "forme de vente" est plus générale car elle convient mieux au commerce hors magasin (vente à distance, marchés sur éventaires etc..).



La mesure en volume de l'activité des formes de vente

Le passage produits-secteurs, c'est-à-dire le tableau ventilant les ventes des secteurs d'établissement entre les différents produits, est établi sur des données en valeur HT. Pour obtenir un tableau équivalent en volume, on déflate les données en valeur par des indices de prix.

Il n'existe pas d'indices de prix détaillés par forme de vente

A défaut d'indices de prix très détaillés reflétant l'évolution spécifique du prix de chaque produit dans chaque forme de vente, on retient des indices de prix France entière et toutes formes de ventes confondues. Ces indices, disponibles pour 41 produits, sont utilisés pour déflater les données en valeur et en déduire les ventes en volume. Ainsi, pour un produit donné, le même indice de prix est appliqué aux ventes de toutes les formes de ventes commercialisant ce produit.

Les ventes en volume sont agrégées, ce qui permet de calculer des indices de prix par forme de vente. Ceux-ci tiennent compte de la structure des ventes de chaque forme de vente par produit mais ne reflètent pas le comportement spécifique de prix de la forme de vente. On fait ainsi l'hypothèse, non pas que les prix sont égaux d'une forme de vente à l'autre, mais que leurs évolutions sont égales.

Considérons, par exemple, la situation schématique où les ventes des hypermarchés seraient constituées pour 50 % de produits alimentaires et pour 50 % de produits manufacturés, alors que celles des supermarchés seraient constituées pour 80 % de produits alimentaires et pour 20 % de produits manufacturés. Notre méthode consiste, pour chaque produit, à appliquer le même indice élémentaire aux deux formes de ventes (par exemple + 2 % pour l'alimentaire et - 2 % pour les produits manufacturés). L'indice de prix d'ensemble des hypermarchés serait stable et celui des supermarchés augmenterait de 1,2 %.

Les indices de prix agrégés dans la grande distribution calculés par l'INSEE ne sont pas utilisables dans le PPS

Pour calculer l'indice des prix à la consommation, l'INSEE collecte les prix dans différentes formes de vente et différentes agglomérations puis les agrège pour obtenir l'indice national. L'échantillon de l'indice est optimisé de façon à ce que, pour un produit donné, l'indice national toutes formes de ventes et agglomérations confondues présente une précision acceptable. Il serait matériellement possible de calculer des indices par forme de vente mais leur précision ne serait pas suffisante. En effet, la variable « forme de vente » est utilisée pour le tirage de l'échantillon, mais n'intervient pas dans le calcul de l'indice, c'est-à-dire que l'agrégat le plus élémentaire regroupe les différentes formes de vente.

Depuis quelques années, l'INSEE calcule des indices de prix dans la grande distribution. Ces indices concernent quatre formes de vente : *hypermarchés*, *supermarchés*, *grande distribution étendue* (c'est-à-dire hypermarchés + supermarchés + supérettes, hors hard discount) et *autres formes de ventes*. Toutefois ces indices ne sont pas utilisables dans le PPS car, pour conserver une bonne précision, ils ne portent pas sur les produits élémentaires mais sur des regroupements de produits (viandes, boissons, autres produits alimentaires, produits d'entretien-hygiène-beauté). Ils ont en effet été conçus non comme des *déflateurs* mais comme des *comparateurs* de l'évolution des prix dans la grande distribution et dans le reste de l'appareil commercial. Par construction, ils mesurent donc l'évolution des prix d'un panier commun de consommation, sans tenir compte de la composition des ventes par produits, différente selon la forme de vente.

ANNEXE IV - Les indicateurs de la démographie des entreprises

Avertissement

Le terme « d'entreprise » utilisé ici recouvre les sociétés et les entreprises individuelles. Il désigne toute unité légale déclarée au répertoire Sirene, notion qui ne coïncide pas nécessairement avec celle d'entreprise « acteur économique » définie au sens de la LME et du décret n° 2008-1354 du 18 décembre 2008. Par ailleurs, le classement des entreprises dans les secteurs d'activité venant de Sirene peut différer de celui qui est tiré de l'enquête statistique annuelle (ESA) et qui figure sur le site insee.fr. La source Sirene a été préférée ici car elle permet la publication de séries plus longues.

1. Les stocks d'entreprises :

Les bases de stock d'entreprises et d'établissements regroupent les entreprises et les établissements actifs au 1er janvier du secteur marchand non agricole : champ économique retenu depuis le 1er janvier 2007 pour la démographie des entreprises et des établissements. Ce champ couvre l'ensemble des unités légales locales réunissant trois conditions :

- avoir une réalité économique, c'est-à-dire être exploitant dans le langage SIRENE
- exercer une activité marchande
- exercer son activité principale dans l'industrie, la construction, le commerce ou les services, à l'exclusion de l'agriculture.

Les évolutions de stocks d'entreprises résultent du solde des créations et des cessations. Les mouvements démographiques sont nombreux, et concernent particulièrement les entreprises de petite taille.

Les bases de stock d'entreprises et d'établissements intègrent le statut d'auto-entrepreneur à partir du 1er janvier 2010. Ce nouveau régime explique l'augmentation importante, entre les stocks d'entreprises au 1er janvier 2009 et au 1er janvier 2010.

2. Les créations

La définition des créations d'entreprises dénombrées par l'Insee s'appuie sur les concepts harmonisés au niveau européen. Les créations d'entreprises correspondent aux nouvelles immatriculations dans le répertoire Sirene, qui enregistrent un début d'activité relevant de l'un des cas suivants :

- création de nouveaux moyens de production ;
- cas où l'entrepreneur redémarre une activité après une interruption de plus d'un an ;
- cas où l'entrepreneur redémarre une activité après une interruption de moins d'un an, mais avec changement d'activité ;
- reprise, par une entreprise nouvelle, des activités d'une autre entreprise s'il n'y a pas continuité entre la situation du cédant et celle du repreneur, en termes d'activité et de localisation.

Toutefois, dans le cas des auto-entreprises, on ne peut dénombrer les créations au sens du concept européen. Il y a bien immatriculation dans le répertoire Sirene mais on ne sait pas s'il y aura ou pas un début d'activité. On comptabilise donc des « **demandes de création** » ; environ la moitié se traduiront par une vraie création d'activité, d'autres par un démarrage différé, voire jamais réalisé. Une partie de ces demandes, enfin, seront invalidées par l'Acoss : les personnes relevant de la mutualité sociale agricole ou de diverses professions réglementées n'ont en effet pas le droit d'être auto-entrepreneurs, ce qui entraîne finalement le rejet de leur affiliation.

Le régime de l'auto-entrepreneur :

Le régime de l'auto-entrepreneur a été créé par la **loi de modernisation de l'économie (LME)** d'août 2008. Il s'applique depuis le 1er janvier 2009 aux personnes physiques qui créent ou possèdent déjà une entreprise individuelle pour exercer une activité commerciale, artisanale ou libérale (hormis certaines activités), à titre principal ou complémentaire. L'entreprise individuelle doit remplir les conditions du régime fiscal de la microentreprise (réaliser moins de 80 000 euros de chiffre d'affaires pour une activité commerciale ou moins de 32 000 euros pour les prestations de services et les activités libérales). La personne physique doit opter pour exercer en franchise de TVA. Le régime de l'auto-entrepreneur offre des formalités de création d'entreprises allégées ainsi qu'un mode de calcul et de paiement simplifié des cotisations sociales et de l'impôt sur le revenu.

L'auto-entrepreneur bénéficie ainsi :

- d'un régime microsocial simplifié ;

- d'une dispense d'immatriculation au registre du commerce et des sociétés (RCS) pour les commerçants, ou au répertoire des métiers (RM) pour les artisans ;
- d'une exonération de TVA ;
- et sur option, d'un régime microfiscal simplifié (versement libératoire de l'impôt sur le revenu) et d'une exonération de taxe professionnelle pendant trois ans à compter de la date de création.

3. Les défaillances

Il ne faut pas confondre la notion de défaillance avec la notion de cessation. Une entreprise est en situation de défaillance à partir du moment où une procédure de redressement judiciaire est ouverte à son encontre. Une telle procédure doit être déclenchée dès que l'entreprise est en état de cessation de paiement. L'entreprise est alors tenue de déposer son bilan au greffe du tribunal compétent. Les deux termes de **dépôt de bilan** ou de défaillance désignent de façon équivalente la situation de l'entreprise à la suite du jugement prononçant l'ouverture du redressement judiciaire qui est publié au B.O.D.A.C.C. (Bulletin Officiel d'Annonces Civiles et Commerciales). La publication d'un jugement au B.O.D.A.C.C. intervient, en général, dans un délai de plusieurs semaines après le prononcé de ce jugement (près de 98 % des jugements sont publiés dans le délai de trois mois). On distingue ainsi les statistiques de défaillance en date de jugement et en date de publication.

4. Les cessations

La cessation d'une entreprise signifie l'arrêt total de son activité. Une cessation peut être la conséquence d'une liquidation judiciaire faisant suite à une défaillance. Sinon, il s'agit d'une « mort naturelle » de l'entreprise, son chef prenant lui-même l'initiative de cesser toute activité. Par exemple, du fait de son âge ou parce qu'à la tête d'une petite entreprise récemment créée, il veut éviter de se trouver confronté à des difficultés économiques ou financières graves, il décide de cesser son activité. Environ 20 % des cessations résultent d'une défaillance de l'entreprise.

Les différentes formes juridiques des entreprises

Au sein des entreprises, on distingue :

- les entreprises individuelles (personnes physiques)
- les sociétés (personnes morales).

Les sociétés sont généralement classées selon trois catégories :

- les « sociétés de personnes », qui regroupent les sociétés en nom collectif et les sociétés en commandite simple,
- les sociétés à responsabilité limitée (S.A.R.L.),
- les « sociétés de capitaux », qui regroupent les sociétés anonymes et les sociétés en commandite par action.

L'entreprise unipersonnelle à responsabilité limitée (E.U.R.L.) est une forme particulière de société à responsabilité limitée ne comprenant qu'un seul associé. Cette forme d'entreprise, instituée par la loi du 11 juillet 1985, permet à une seule personne de doter son entreprise de la personnalité morale.

Depuis la loi pour l'initiative économique d'août 2003, le montant du capital social pour les S.A.R.L. est fixé librement, sans montant minimum.

Les autres types de sociétés comprennent notamment les groupements de droit privé non dotés de la personnalité morale.

ANNEXE V - Méthodes et sources sur l'emploi

Méthodologie des estimations d'évolution de l'emploi de l'Insee

Pour l'emploi salarié :

Le département de l'emploi et des revenus d'activité de l'Insee réalise des **estimations trimestrielles**.

Une estimation provisoire à 45 jours dite « estimation Flash » est publiée au deuxième mois suivant la fin du trimestre (T+45 jours). Elle s'appuie sur la seule source disponible à ce moment-là, à savoir l'enquête Acemo de la Dares (Ministère du travail) qui ne couvre que les établissements de 10 salariés et plus. Pour pallier cette limite, le recours à la modélisation permet d'extrapoler à l'ensemble des entreprises des secteurs marchands les résultats d'Acemo.

Au troisième mois suivant la fin du trimestre (T+70 jours), une nouvelle estimation est réalisée à partir d'une exploitation des données administratives issues des Urssaf (Epure). Contrairement à Acemo, cette source est quasi-exhaustive et couvre aussi les établissements de moins de 10 salariés. Les données issues de la source Urssaf sont utilisées par l'Insee depuis le 4^{ème} trimestre 1999 pour les estimations d'emploi. Pour réaliser l'estimation à T+70 jours, l'Insee interroge également directement certaines grandes entreprises nationales sur l'évolution de leurs effectifs : La Poste, France Télécom, EDF, GDF, SNCF, RATP. Pour l'intérim, c'est la source Pôle emploi qui est utilisée : il s'agit des fichiers mensuels des missions recensées par les entreprises de travail temporaire exploités par Pôle emploi et la Dares.

Pour les trimestres de l'année en cours, les estimations trimestrielles sont fondées sur les évolutions de l'emploi dans les sources décrites ci-dessus. Les estimations au niveau détaillé (A38) sont calées sur le total agrégé correspondant (A17). Les séries sont corrigées des variations saisonnières. Les coefficients de correction des variations saisonnières sont révisés chaque trimestre pour la publication à T+70 jours.

Pour les années écoulées, les séries trimestrielles sont calées sur les estimations annuelles : on s'assure que le niveau d'emploi au 31 décembre est bien égal à celui de ces estimations annuelles. Ces dernières sont en effet par nature plus fiables puisqu'elles couvrent un champ plus large, bénéficiant d'un temps de traitement des données plus long, et font l'objet d'une expertise locale approfondie dans les directions régionales de l'Insee.

L'emploi salarié de l'artisanat commercial est estimé par la division Commerce depuis décembre 2013. Le nombre d'emplois salariés de l'artisanat commercial est calculé en multipliant l'estimation annuelle Insee de l'emploi salarié de la division « Industries alimentaires » de la NAF rév. 2 par le rapport entre le nombre d'emploi salarié de l'artisanat commercial estimé à partir des DADS et le nombre d'emploi salarié de la division « Industries alimentaires » estimé à partir des DADS. Ces deux dernières estimations se font selon la logique des estimations d'emploi annuelles de l'Insee. Ces dernières sont calculées à partir du dispositif Estel (Estimations d'emploi localisées) qui prend en compte la multi-activité et mesure l'emploi selon un concept « BIT répertorié » : l'emploi est mesuré sur la dernière semaine de l'année et tout emploi déclaré est comptabilisé. Nota bene : la DADS (Déclaration Annuelle de Données Sociales) est une formalité administrative obligatoire que doit accomplir toute entreprise employant des salariés. Les employeurs - y compris les administrations publiques - sont tenus de communiquer la masse des traitements qu'ils ont versés au cours de l'année, les effectifs employés et une liste nominative de leurs salariés en indiquant pour chacun le montant des rémunérations salariales perçues.

Pour l'emploi non salarié :

La périodicité de l'évaluation de l'emploi non salarié est annuelle (situation au 31 décembre).

L'évolution de l'emploi non salarié est estimée par l'Insee à l'aide de fichiers transmis par l'Acoss (Agence Centrale des Organismes de Sécurité sociale), qui enregistre les cotisations des employeurs et des travailleurs indépendants.

Les indicateurs de mesure de l'emploi salarié à temps partiel

Le pourcentage du temps partiel est obtenu en rapportant le nombre de postes à temps partiel au nombre total de postes (temps partiel + temps complet). C'est donc la proportion de salariés travaillant à temps partiel.

Le volume d'emploi à temps partiel est le nombre d'heures à temps partiel rapporté au nombre total d'heures. En proportion, il mesure la part des heures travaillées par des salariés à temps partiel.

L'équivalent temps plein de l'emploi salarié « (ETP emploi total salarié) » est calculé par : (équivalent temps plein du temps partiel x pourcentage du temps partiel) + pourcentage du temps complet. En proportion, il mesure le nombre de postes à temps plein répartis pour cent salariés.

Source : exploitation du fichier « postes » des Déclarations annuelles de données sociales (DADS), sondage au douzième.

Données sur les salaires

Les salaires publiés sont les **salaires bruts horaires moyens**. Le salaire brut correspond à l'intégralité des sommes perçues par le salarié au titre de son contrat de travail, avant toute déduction de cotisations obligatoires.

Source : Déclarations annuelles de données sociales (DADS)

Données sur les formes particulières d'emploi et le sous-emploi

Les données sont tirées de l'Enquête Emploi en continu. Cette enquête vise à observer à la fois de manière structurelle et conjoncturelle la situation des personnes sur le marché du travail. Elle s'inscrit dans le cadre des enquêtes "Forces de travail" défini par l'Union européenne ("Labour Force Survey"). C'est la seule source fournissant une mesure des concepts d'activité, chômage, emploi et inactivité tels qu'ils sont définis par le Bureau international du travail (BIT).

Les formes particulières d'emploi sont des emplois salariés dont la durée est soit limitée (contrats de durée déterminée, stages, emplois aidés comme les emplois d'avenir, les contrats d'accès à l'emploi dans les départements d'outre-mer, les contrats d'accompagnement dans l'emploi, les contrats initiative emploi), soit incertaine (intérim).

Le sous-emploi comprend les personnes actives occupées au sens du BIT qui remplissent l'une des conditions suivantes :

- elles travaillent à temps partiel, souhaitent travailler davantage pendant la période de référence utilisée pour définir l'emploi, et sont disponibles pour le faire, qu'elles recherchent activement un emploi ou non ;
- elles travaillent à temps partiel (et sont dans une situation autre que celle décrite ci-dessus) ou à temps complet, mais ont travaillé moins que d'habitude pendant une semaine de référence en raison de chômage partiel, ralentissement des affaires, réduction saisonnière d'activité ou mauvais temps.

La part de temps partiel subi représente quant à elle le nombre de personnes en situation de sous-emploi rapporté au nombre de personnes travaillant à temps partiel.

ANNEXE VI - Les comptes du grand commerce non alimentaire

L'établissement des comptes du grand commerce non alimentaire spécialisé pour les comptes définitifs et semi-définitifs

Le grand commerce non alimentaire spécialisé étant défini comme un ensemble d'entreprises, ses résultats sont chiffrés à partir des données comptables d'entreprises. Les deux sources utilisées sont leurs déclarations fiscales au titre des bénéfices industriels et commerciaux (BIC) et leurs réponses à l'enquête sectorielle annuelle dans le commerce qui, outre les données comptables, comportent des informations sur les effectifs salariés, le nombre de magasins et leur surface de vente, ainsi que la répartition des ventes par produits.

Parmi la population des entreprises dont l'activité principale relève du commerce non alimentaire spécialisé, on repère les entreprises répondant à l'un des trois critères définissant le grand commerce. Pour assurer une bonne cohérence temporelle de la sélection opérée, le champ du grand commerce est dorénavant restreint aux entreprises ayant au moins 50 salariés. Ces entreprises sont enquêtées chaque année.

Le travail s'effectue en deux étapes : on commence tout d'abord par vérifier l'exhaustivité de la population relevant du champ du « grand commerce ». On s'assure ainsi de la présence permanente des plus grandes entreprises. Celles-ci ne devraient disparaître de notre champ d'étude qu'en cas de cessation d'activité. Ensuite, on mobilise les données correspondant aux comptes de ces entreprises.

Pour une comparaison stricte de notre compte du grand commerce avec les comptes de secteur portant sur l'ensemble des entreprises commerciales relevant des mêmes activités, les montants comptables des entreprises du grand commerce sont redressés pour fraude et évasion fiscale, selon les mêmes règles que les comptes de secteur. De même, si la déclaration d'une entreprise sélectionnée correspond à un exercice supérieur à douze mois, il est procédé à une correction. Cette méthode par référence aux comptes de secteur permet de s'affranchir des aléas d'échantillonnage qui entachent les résultats globaux issus des enquêtes annuelles.

ANNEXE VII - Les indices de prix utilisés dans le commerce de gros

Pour obtenir les évolutions en volume des ventes des grossistes, on déflate l'évolution de leurs ventes de marchandises en valeur par un indice de prix de ces ventes. Les prix de ventes pratiqués par les grossistes ne sont pas observés directement comme ils pourraient l'être avec des enquêtes adressées spécifiquement aux grossistes pour chaque secteur de gros et chaque produit vendu.

Les prix utilisés pour l'indice de prix des grossistes

Un indice de prix est donc estimé pour déflater les ventes de marchandises de chaque secteur du commerce de gros (au niveau des classes de la NAF). Cet indice est une moyenne d'indices de prix élémentaires déjà existants dans le système statistique. Pour chaque produit déclaré dans les ventes de l'enquête statistique annuelle (ÉSA) d'un secteur grossiste, on attache un indice de prix élémentaire. Par exemple pour les ventes du secteur des grossistes en produits laitiers, on va utiliser pour le produit "Lait de consommation", l'indice de prix de la production française commercialisée sur le marché français du lait liquide. Pour les autres produits commercialisés par ces grossistes (lait en poudre, œufs, fromages, yaourt, beurre) on attache un autre indice de prix élémentaire à chacun de ces autres produits.

Les pondérations utilisées et la prise en compte du commerce extérieur

Ces différents indices de prix élémentaires sont ensuite "moyennés" une première fois en utilisant comme pondération la ventilation des ventes déclarées dans l'ÉSA-Commerce, ce qui produit un indice de prix des ventes intérieures pour chaque secteur. Ensuite, on calcule sur le même principe un indice de prix des ventes à l'export à partir des indices de prix de vente à l'exportation.

Enfin l'indice de prix du marché total de chaque secteur grossiste peut être calculé en faisant la moyenne pondérée de l'indice de prix de ventes intérieures et de celui des ventes à l'export en utilisant pour pondération le poids des ventes à l'export dans les ventes totales déclarées dans l'ÉSA-Commerce.

La variété des indices de prix élémentaires utilisés

Au total, près de 150 indices de prix élémentaires sont utilisés pour les ventes intérieures des différents grossistes, et une centaine d'indices de prix de production de l'industrie française pour les marchés extérieurs. Les indices de prix élémentaires pour les ventes intérieures peuvent être des indices de prix à la consommation ou à la production.

ANNEXE VIII - Le prix du service commercial ou de la marge commerciale

Prestataire de service, le commerce a une production de marge commerciale prélevée en rétribution d'un « service commercial ». Pour décomposer l'évolution de la production de marge commerciale en une évolution en volume et une évolution en prix, on se heurte à une double difficulté : ni le volume, ni le prix du service commercial ne sont observables directement.

L'évolution en valeur de la production de marge commerciale est le produit d'une évolution en volume par une évolution en prix : la définition de l'indice de prix de la production de marge commerciale (service commercial) en découle.

- Au niveau de chaque activité élémentaire, l'évolution en valeur de la production de service commercial est mesurée par définition par :

$$a) \frac{\text{marge}_1}{\text{marge}_0} = \frac{r_1 \times \text{CA}_1}{r_0 \times \text{CA}_0} = \frac{r_1}{r_0} \times \frac{\text{CA}_1}{\text{CA}_0}$$

où r_i est le taux de marge de la période i (ici 0 ou 1) et CA_i le chiffre d'affaires sur les ventes de marchandises.

On cherche à décomposer cette évolution en une évolution en prix et une évolution en volume :

$$\frac{\text{marge}_1}{\text{marge}_0} = \frac{r_1 \times \text{CA}_1}{r_0 \times \text{CA}_0} = \frac{s_1}{s_0} \times \frac{Q_1}{Q_0} \quad \text{où } s \text{ désigne le prix du service commercial et } Q \text{ le volume de la production}$$

de service commercial.

Or l'évolution du chiffre d'affaires s'analyse elle-même comme le produit d'une évolution en volume par une évolution en prix.

$$b) \frac{\text{CA}_1}{\text{CA}_0} = \frac{P_1 \times V_1}{P_0 \times V_0} \quad \text{où } P \text{ désigne le prix de vente des marchandises, } V \text{ le volume du chiffre d'affaires en}$$

vente de marchandises.

En reportant b) dans a), on obtient :

$$c) \frac{\text{marge}_1}{\text{marge}_0} = \frac{r_1}{r_0} \times \frac{P_1}{P_0} \times \frac{V_1}{V_0}$$

On fait l'hypothèse forte et conventionnelle pour chaque activité élémentaire que le volume de la production de la marge commerciale Q évolue comme le volume du chiffre d'affaires V ($Q_1/Q_0 = V_1/V_0$) et on peut transformer c) en :

$$d) \frac{\text{marge}_1}{\text{marge}_0} = \frac{r_1}{r_0} \times \frac{P_1}{P_0} \times \frac{Q_1}{Q_0}$$

d'où l'indice du prix de la marge commerciale :

$$\frac{s_1}{s_0} = \frac{r_1}{r_0} \times \frac{P_1}{P_0}$$

C'est-à-dire le produit de l'évolution du taux de marge commerciale et de l'indice du prix du chiffre d'affaires sur les ventes de marchandises.

ANNEXE IX - Les formes du commerce par taille

Grand commerce / petit et moyen commerce

Le grand commerce est défini par différents critères selon le secteur d'activité :

Le grand commerce alimentaire

Ensemble des entreprises ayant pour activité principale la gestion de supermarchés, magasins populaires et hypermarchés. Ces entreprises peuvent également gérer à titre secondaire d'autres formes de vente en particulier des supérettes.

Les grands magasins

Entreprises du commerce de détail non spécialisé sans prédominance alimentaire dont les magasins ont une surface de vente égale ou supérieure à 2500 m² (NAF 4719A) et qui réalisent moins d'un tiers de leurs chiffres d'affaires en produits alimentaires.

Les grandes entreprises de vente par correspondance

Ensemble des entreprises de vente par correspondance à catalogue général ou spécialisé ayant au moins 100 salariés (NAF 4791A et 4791B).

Grand commerce non alimentaire en magasin spécialisé

Ensemble des entreprises du commerce de détail non alimentaire en magasin spécialisé (NAF 474, 475, 476, 477 hors commerces de produits pharmaceutiques, de combustibles et de biens d'occasion) satisfaisant à 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 de 2 500 m² et plus de surface de vente.

(définition arrêtée par la Commission des comptes commerciaux de la nation en 1987, révisée en 1998).

Cette distinction vise à suivre l'évolution du commerce concentré constitué des entreprises de grande taille. Cette approche ne tient pas compte de la concentration réalisée par la constitution de réseaux de petits détaillants (franchise, groupements d'achats).

Le petit et moyen commerce sont définis de la façon suivante :

Le petit commerce alimentaire

Ensemble des entreprises ayant pour activité principale le commerce de produits surgelés, l'alimentation générale de petite surface, la gestion de supérettes et le commerce alimentaire spécialisé (4711A, 4711B, 4711C et 472).

Le petit et moyen commerce non alimentaire

Il comprend le petit et moyen commerce non alimentaire en magasin spécialisé, les entreprises de vente par correspondance ne faisant pas partie du grand commerce, l'ensemble des entreprises vendant hors magasins (hormis la vente par correspondance) et les entreprises ayant pour activité la réparation d'articles personnels ou domestiques. Au sein de cette catégorie se trouvent en particulier classées des entreprises franchisées ou adhérentes à des groupements d'achats.

ANNEXE X - Définition de l'artisanat commercial retenue pour les comptes du commerce

L'artisanat commercial correspond à l'activité des entreprises et établissements des industries alimentaires qui assurent à la fois une fabrication à caractère artisanal de leurs produits et la vente au détail de ceux-ci.

La nomenclature d'activité a prévu de faire la distinction entre fabrication artisanale et production industrielle dans deux cas :

10.13.1.1	Préparation de produits à base de viande :
10.13A	Préparation industrielle de produits à base de viande
10.13B	Charcuterie
10.71	Fabrication de pain et de pâtisserie fraîche :
10.71A	Fabrication industrielle de pain et de pâtisserie fraîche
10.71B	Cuisson de produits de boulangerie
10.71C	Boulangerie et boulangerie - pâtisserie
10.71D	Pâtisserie

L'artisanat commercial regroupe donc uniquement les unités des NAF 10.13B, 10.71B, 10.71C, 10.71D.

Les entreprises classées dans d'autres NAF et dont l'activité répondrait à la définition ci-dessus sont classées le plus souvent en industrie agro-alimentaires. Il en est ainsi des glaciers et confiseurs.

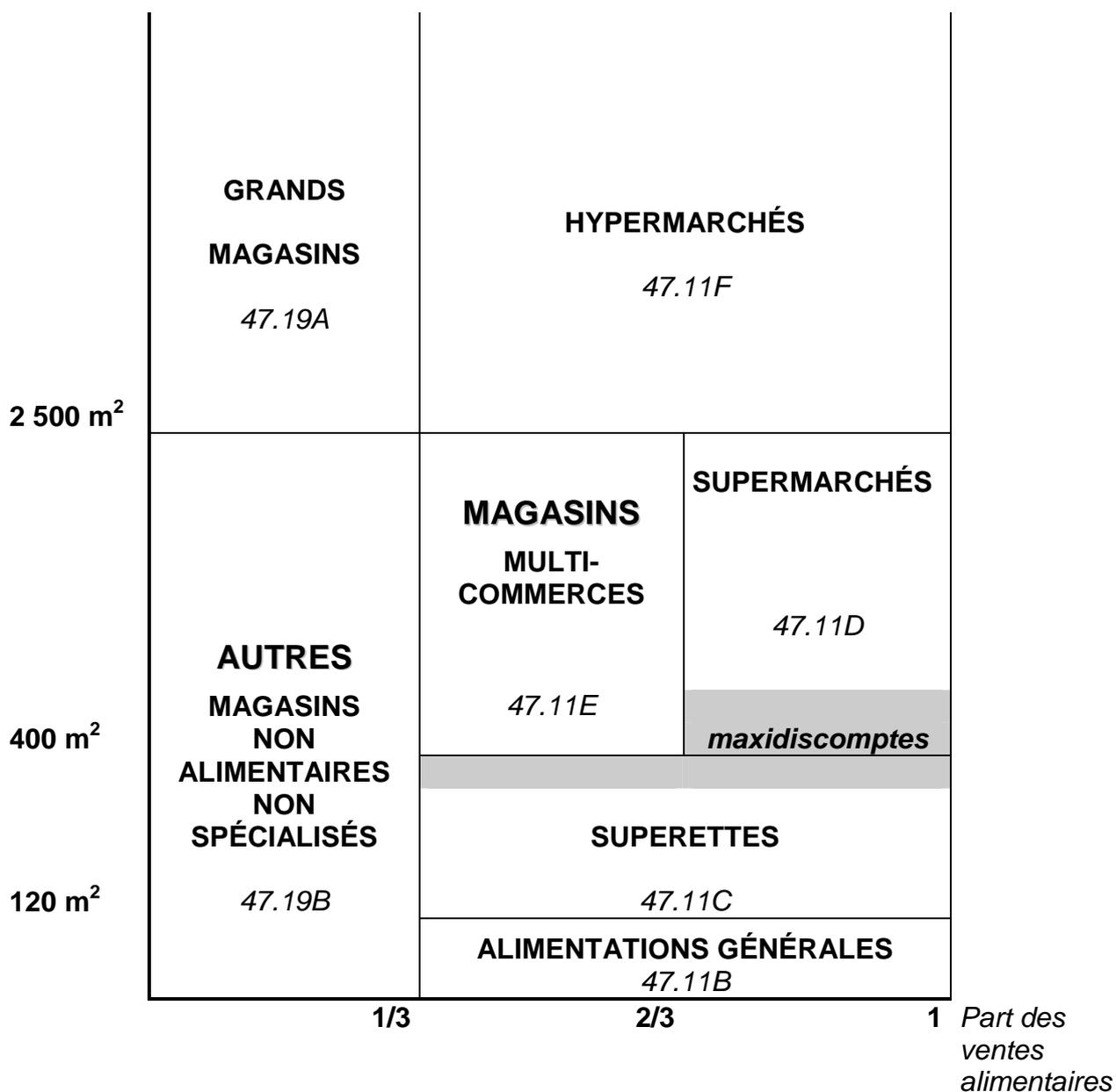
Le poste 10.52Z de la nomenclature est intitulé « Fabrication de glaces et sorbets ». Il n'est pas possible de distinguer la fabrication artisanale de la fabrication industrielle. Les entreprises classées dans ce poste font donc partie des industries agro-alimentaires.

ANNEXE XI - Typologie des magasins non spécialisés

LES MAGASINS NON SPÉCIALISÉS

selon la taille et la part des ventes en produits alimentaires

Surfaces
des magasins



Le schéma ci-contre ne concerne que les magasins non spécialisés.

Ceux-ci sont classés selon deux critères : la surface des magasins et la part des ventes en produits alimentaires.

Dans le commerce non alimentaire (magasins réalisant moins d'un tiers de leur chiffre d'affaires en produits alimentaires), on distingue :

- les « grands magasins » (Printemps, Galeries Lafayette, Samaritaine...), dont la surface de vente est d'au moins 2 500 m² ;
- les autres magasins non alimentaires non spécialisés (bazars...), dont la surface de vente est inférieure à 2 500 m².

Les magasins à prédominance alimentaire sont ceux qui réalisent plus d'un tiers de leur chiffre d'affaires en produits alimentaires. On distingue :

- **les grandes surfaces :**

- * les « hypermarchés », dont la surface de vente est d'au moins 2 500 m² ;
- * les « supermarchés », dont la surface est comprise entre 400 m² et 2 500 m² et qui réalisent plus des deux tiers de leur chiffre d'affaires dans la vente de produits alimentaires ;
- * les « magasins multi-commerces » (Monoprix, essentiellement), de même taille que les supermarchés, mais qui réalisent entre un tiers et deux tiers de leur chiffre d'affaires en alimentaire ;

- **les petites surfaces :**

- * les « supérettes », dont la surface de vente est comprise entre 120 m² et 400 m² ;
- * les « alimentations générales », dont la surface de vente est inférieure à 120 m².

Par ailleurs, parmi les magasins alimentaires, les magasins dits de maxidiscount ne constituent pas une catégorie particulière dans les nomenclatures. Ils sont repérés dans ce rapport par leurs enseignes et sont classés suivant leur superficie en supérettes (moins d'un tiers d'entre eux) ou en supermarchés.

ANNEXE XII - La réglementation du commerce

Proclamée pendant la Révolution notamment par la loi des 2-17 mars 1791, la liberté d'entreprendre pour le commerce et l'industrie, est un principe général de valeur constitutionnelle constamment réaffirmé par la jurisprudence du Conseil constitutionnel et par celle du Conseil d'État.

Ce principe s'impose aux pouvoirs publics, néanmoins, la liberté du commerce et de l'industrie n'est pas illimitée : « il est loisible au législateur d'apporter des limitations exigées par l'intérêt général à la liberté d'entreprendre... ». Ces motifs d'intérêt général peuvent concerner la protection de l'ordre public ou la défense des intérêts du consommateur (santé publique, sécurité en interdisant par exemple la commercialisation d'un produit dangereux, qualité du service rendu...) ou la réglementation de certaines professions : celle du commerçant lui-même en évitant une concurrence sauvage (ventes en liquidation, ventes à pertes...) ou encore celles de ses salariés (ouverture et fermeture hebdomadaire des commerces).

Professions réglementées

Le législateur peut réglementer une profession en la soumettant à un régime de déclaration préalable (par exemple pour l'ouverture de débits de boissons) ou à un régime d'autorisation préalable sous forme d'accord, d'agrément, de carte professionnelle, de licence, de permis, etc.

À ce titre, certaines professions artisanales sont encadrées afin d'en limiter l'exercice à des personnes dotées de la qualification professionnelle requise sur le fondement de la loi du 5 juillet 1996 et du décret du 2 avril 1998 qui dressent la liste de ces activités. Il s'agit principalement des métiers de la construction, d'entretien et de réparation du bâtiment et des soins esthétiques à la personne.

Activités réglementées

Parmi les principales, on relève le régime des autorisations préalables d'exploitation commerciale. La mise en œuvre de la loi d'orientation du commerce et de l'artisanat du 27 décembre 1973 dite loi Royer, modifiée par la loi n° 96-603 du 5 juillet 1996 dite loi Raffarin, a instauré une procédure spécifique d'autorisation préalable d'exploitation commerciale, indépendante de la délivrance du permis de construire. Cette procédure s'appliquait notamment à tous les projets de création ou d'extension de commerce de détail et d'ensemble commercial d'une surface de vente supérieure à 300 m².

La loi n° 2008-776 du 4 août 2008 de modernisation de l'économie, publiée au Journal Officiel du 5 août 2008, modifie, à compter du 26 novembre 2008, le dispositif de l'autorisation d'exploitation commerciale tel qu'il avait été prévu par les lois précitées.

Ce nouveau dispositif vise à instaurer une procédure simplifiée qui soit compatible avec la règle communautaire et permette un aménagement équilibré du territoire tout en répondant à des objectifs de développement durable.

Ainsi les projets soumis à une demande d'autorisation d'exploitation commerciale devront tenir compte de trois critères rénovés qui concernent :

- l'aménagement du territoire, ceux-ci devant contribuer à l'animation de la vie urbaine, rurale et de montagne, laquelle animation passe notamment par le maintien des activités dans les zones rurales et par le rééquilibrage des agglomérations grâce au développement des activités en centre-ville ;
- des critères induits par la loi du 12 décembre 2000, dite loi « SRU ». Sont ainsi examinés les effets des projets sur les flux de transport (flux de voitures particulières et de véhicules de livraison), mais aussi l'insertion des projets dans les réseaux de transport collectif ;
- et des critères relatifs au développement durable : intégration paysagère, la prise en compte des coûts collectifs, de l'efficacité énergétique, de la gestion des déchets, de l'utilisation des énergies renouvelables, du traitement adapté des effluents et des eaux pluviales, etc. en sont les différents aspects

Par ailleurs, le seuil du déclenchement de la procédure d'autorisation d'exploitation commerciale est relevé de 300 m² à 1 000 m². Ainsi, ce nouveau dispositif vise à assurer un développement équilibré de toutes les formes de commerce en prévenant les risques de dévitalisation des centres-villes et de désertification des zones rurales tout en répondant à des objectifs d'aménagement équilibré du territoire et de développement durable.

.../...

Interdiction de la revente à perte

L'interdiction de la revente à perte constitue un grand principe du droit commercial français. Elle a été définie par la loi du 1^{er} juillet 1996 relative à la loyauté et à l'équilibre des relations commerciales, dite loi Galland qui a été modifiée successivement par la loi en faveur des PME du 2 août 2005, par la loi du 3 janvier 2008 dite loi Chatel et par la loi de modernisation de l'Économie du 4 août 2008 : il s'agit de se prémunir contre les dérives d'une concurrence par les prix bas mais également de lutter contre le phénomène dit des « marges arrières », c'est à dire le déplacement de la négociation commerciale du prix de vente facturé vers les réductions de prix hors facture et la coopération commerciale. L'objectif est de faciliter la négociation commerciale entre fournisseurs et détaillants en la rendant plus transparente. Les modalités de calcul du seuil de revente à perte (SRP) ont été revues à cet effet : le SRP est devenu un prix unitaire, trois fois net, intégrant non seulement toutes les réductions de prix sur facture ou hors facture mais aussi tous les avantages financiers et également tous les services de coopération commerciale. Dans un souci de simplification et de transparence l'ensemble de la relation commerciale entre fournisseurs et distributeurs est désormais défini dans une convention unique. Enfin, la loi de modernisation de l'Économie met en œuvre la dernière étape de la réforme des relations commerciales en autorisant la négociabilité des conditions générales de vente qui peuvent être différenciées selon les catégories d'acheteurs et de produits ou de demandeurs de prestations de services. Il doit résulter de ces réformes la disparition progressive des marges arrières en intégrant dans le prix des produits les différentes contreparties au contrat de vente dès lors que celles-ci ont été clairement identifiées ; une concurrence plus saine entre les entreprises résultant de la liberté de négocier et de choisir ; des baisses de prix et des gains de pouvoir d'achat pour les consommateurs. Demeurent prohibées les offres de prix ou pratiques de prix de vente aux consommateurs abusivement bas par rapport aux coûts de production, de transformation, de commercialisation, dès lors que ces offres ou pratiques ont pour objet, ou peuvent avoir pour effet, d'éliminer d'un marché ou d'empêcher d'accéder à un marché, une entreprise ou l'un de ses produits.

Ventes au déballage

Le code de commerce soumet à encadrement les ventes au déballage. Elles sont soumises à un régime de déclaration (d'autorisation avant la loi de modernisation de l'économie du 4 août 2008) afin de contrôler les pratiques de vente qui peuvent porter atteinte au principe de la loyauté de la concurrence.

Ventes en liquidation

Les ventes en liquidation sont également encadrées par le code de commerce : elles sont également soumises à un régime de déclaration.

Soldes

Les soldes sont définis par le code du commerce comme des ventes, accompagnées ou précédées de publicité, tendant par une réduction de prix, à l'écoulement accéléré de marchandises en stock pendant des périodes strictement réglementées.

Ouverture et fermeture des commerces

Il n'y a de réglementation de l'ouverture des commerces qu'en incidence de la réglementation d'emploi des salariés du commerce. Dans le souci de protéger ces salariés, la réglementation de la législation sociale (Code du travail) interdit d'occuper un même salarié plus de six jours par semaine et le jour de repos est, en principe, le dimanche. Toutefois, ce régime comporte de nombreuses dérogations permanentes et de plein droit nécessaires à la vie économique et sociale.

.../...

Commissions départementales d'aménagement commercial (CDAC)

La loi de modernisation de l'économie modifie à compter du 1^{er} janvier 2009 la composition des commissions départementales chargées de délivrer les autorisations d'exploitation commerciale et modifie leur dénomination. Les commissions départementales d'équipement commercial (CDEC) deviennent les commissions départementales d'aménagement commercial (CDAC).

Les CDAC sont composées de huit membres (cinq élus locaux et trois personnalités qualifiées en matière de consommation, de développement durable et d'aménagement du territoire). Le rôle de ces commissions est de garantir le respect de la liberté d'entreprendre et le développement maîtrisé des activités commerciales tout en permettant un aménagement équilibré du territoire, avec la prise en compte de critères rénovés tels que l'aménagement du territoire et le respect de la protection de l'environnement. Enfin, ces autorisations d'exploitation commerciale doivent être compatibles avec les schémas de cohérence territoriale, documents d'urbanisme organisant les aires urbaines. Au cours des dernières années, les commissions d'équipement commercial ont vu leur activité augmenter régulièrement. Les commissions départementales examinent environ 3 700 dossiers par an pour environ 4,7 millions de m² de surface de vente, soit une évolution de près de 27 % en 5 ans. Moins de 10 % de ces demandes font l'objet d'un recours devant la Commission nationale. Au total, toutes commissions confondues, plus de 80 % des demandes sont autorisées. Les décisions des commissions sont susceptibles de recours pour excès de pouvoir devant le juge administratif.

Pour en savoir plus :

Loi des 2-17 mars 1791 sur la liberté d'entreprendre pour le commerce et l'industrie.

Loi n° 96-603 du 5 juillet 1996, réglementant certaines professions artisanales.

Loi du 27 décembre 1973, modifiée par la loi du 5 juillet 1996, dite Raffarin.

Loi n° 2008-776 du 4 août 2008 de modernisation de l'économie.

Articles L. 750-1 à L-752-24 du code de commerce.

Titre quatrième du code de commerce relatif à la transparence, et aux pratiques restrictives de concurrence (dont l'article L 442-2).

Article L.3132-1 et suivants du code du travail.

Direction Générale de la compétitivité, de l'industrie et des services (DGCIS), sous-direction du commerce, de l'artisanat et des professions libérales et sous-direction des affaires juridiques et du droit des entreprises.

ANNEXE XIII - Définitions pour l'analyse du commerce de détail

ACTIVITÉS ARTISANALES A CARACTERE COMMERCIAL

Regroupe les unités (entreprises ou établissements) des industries alimentaires qui assurent à la fois une fabrication à caractère artisanal de leurs produits et la vente au détail de ceux-ci (NAF 10.13B, 10.71B, 10.71C, 10.71D).

COMMERCE

Regroupe les unités (entreprises ou établissements) dont l'activité principale est l'achat pour la revente en l'état (NAF 45, 46 et 47). Les regroupements d'entreprises sont désignés sous le nom de secteurs d'activité, ceux d'établissements sous le nom de formes de ventes.

COMMERCE ET RÉPARATION D'AUTOMOBILES

Le commerce et réparation d'automobiles (NAF 45) comprend notamment les activités de commerce de gros et de détail en produits liés à l'automobile sauf le carburant (véhicules, motocycles, équipements), ainsi que l'entretien et la réparation automobile.

COMMERCE DE GROS ET INTERMÉDIAIRES DU COMMERCE

Le commerce de gros et intermédiaires du commerce (NAF 46) comprend notamment la vente pour compte propre de biens à des détaillants ou à des entreprises, ainsi que l'activité des intermédiaires du commerce de gros qui agissent pour compte de tiers.

COMMERCE DE DÉTAIL

Le commerce de détail (NAF 47) comprend notamment la vente de biens neufs ou d'occasion à des particuliers.

COMMERCE DE DÉTAIL A PRÉDOMINANCE ALIMENTAIRE

Regroupe les unités (entreprises ou établissements) qui réalisent plus d'un tiers de leur chiffre d'affaires de détail en produits alimentaires.

COMMERCE DE DÉTAIL A PRÉDOMINANCE ALIMENTAIRE, EN MAGASIN NON SPECIALISÉ

Regroupe les unités (entreprises ou établissements) du commerce de détail alimentaire qui offrent plusieurs gammes de produits alimentaires sans qu'aucune de ces huit gammes ne couvre plus de la moitié du chiffre d'affaires.

Les différentes gammes de produits alimentaires sont :

- fruits et légumes frais ; • viandes et produits à base de viande ;
- poissons, crustacés et mollusques ; • boissons ; • pain, pâtisserie et confiserie ;
- produits laitiers ; • tabac et cigarettes ; • épicerie et divers .

Ces unités se ventilent en :

- grandes surfaces (au moins 400 m²) :
 - * hypermarchés (NAF 47.11F) : au moins 2 500 m² ;
 - * supermarchés (NAF 47.11D) : de 400 à 2 500 m², réalisant plus de 2/3 du chiffre d'affaires en alimentaire ;
 - * magasins multi-commerces (NAF 47.11E) : de 400 à 2 500 m², réalisant entre 1/3 et 2/3 du chiffre d'affaires en alimentaire ;
- produits surgelés et petites surfaces (moins de 400 m²) :
 - * commerces de produits surgelés, en magasin ou par livraison à domicile (NAF 47.11A) ;
 - * alimentations générales (NAF 47.11B) : moins de 120 m² ;
 - * supérettes (NAF 47.11C) : entre 120 et 400 m².

COMMERCE DE DÉTAIL ALIMENTAIRE, EN MAGASIN SPÉCIALISÉ

Regroupe les unités faisant plus de la moitié de leur chiffre d'affaires dans l'une des huit gammes de produits alimentaires (cf ci-dessus magasin non spécialisé) (NAF 47.2). Aucun critère de taille ou de nombre de magasins n'est introduit.

COMMERCE DE DÉTAIL NON ALIMENTAIRE

Regroupe les unités (entreprises ou établissements) qui réalisent au moins deux tiers de leur chiffre d'affaires de détail en produits non alimentaires.

COMMERCE DE DÉTAIL NON ALIMENTAIRE, EN MAGASIN NON SPÉCIALISÉ

Regroupe les unités (entreprises ou établissements) du commerce de détail non alimentaire qui offrent plusieurs gammes de produits non alimentaires sans qu'aucune de ces onze gammes ne couvre plus de la moitié du chiffre d'affaires.

Les différentes gammes de produits non alimentaires sont :

- produits pharmaceutiques ; • articles médicaux et orthopédiques ;
- parfums et produits de beauté ; • textiles ; • habillement ;
- chaussures et articles en cuir ; • meubles et équipement du foyer ;
- électroménager et radiotélévision ; • quincaillerie, peintures et verre ;
- livres, journaux et papeterie ; • produits divers non alimentaires.

On distingue les grands magasins (NAF 47.19A), dont la surface de vente est supérieure à 2 500 m², et les autres commerces de détail en magasin non spécialisé (NAF 47.19B), dont la surface de vente est inférieure à 2 500 m².

COMMERCE DE DÉTAIL NON ALIMENTAIRE, EN MAGASIN SPÉCIALISÉ

Regroupe les unités faisant plus de la moitié de leur chiffre d'affaires dans l'une des onze gammes de produits alimentaires (cf ci-dessus magasin non spécialisé) (NAF 47.3 à 47.7). Aucun critère de taille ou de nombre de magasins n'est introduit.

COMMERCE DE DÉTAIL HORS MAGASIN

Regroupe les unités qui réalisent leurs ventes hors magasin (NAF 47.8 et 47.9) : vente à distance sur catalogue général et spécialisée, éventaires et marchés, vente à domicile ou par automate.

CONSOMMATION COMMERCIALISABLE DES MÉNAGES

C'est la consommation effective de produits commercialisables (susceptibles d'être vendus par le commerce et les services de réparation associés au commerce), hors autoconsommation, par les ménages (résidents ou non résidents) sur le territoire économique. Elle correspond ainsi d'une part à la consommation des ménages en biens (y compris automobiles), à l'exclusion des consommations d'eau, de gaz et d'électricité, et d'autre part à la consommation des ménages en services de réparation de biens domestiques et personnels et d'entretien et réparation automobile. Elle ne couvre pas les autres services.

CORRECTION POUR BIENS EXISTANTS

Dans l'évaluation de la consommation commercialisable des ménages, les achats d'occasion ne sont comptabilisés que par la marge prise par le commerçant ; en effet dans la consommation des ménages, la valeur du bien d'occasion vendu par un ménage et racheté par un autre ne doit être comptée qu'une seule fois, augmentée de la marge de l'intermédiaire.

DÉMARQUE INCONNUE

Partie de la consommation commercialisable des ménages qui n'a pas fait l'objet d'une vente commerciale. On y trouve principalement les vols et pertes de marchandises, on y classe également les prélèvements ou dons faits par le commerçant.

GRAND COMMERCE

La définition du grand commerce a été arrêtée en 1987 par la commission des comptes commerciaux de la nation, et réactualisée en 1998. Le grand commerce est défini par différents critères selon le secteur d'activité :

- Le grand commerce alimentaire : ensemble des entreprises ayant pour activité principale la gestion de supermarchés, magasins multicommerces et hypermarchés (NAF 47.11D, 47.11E et 47.11F). Ces entreprises peuvent également gérer à titre secondaire d'autres formes de vente, en particulier des supérettes.
- Les grands magasins : entreprises gérant principalement des «grands magasins» (NAF 47.17A),
- Les grandes entreprises de vente par correspondance : ensemble des entreprises de vente par correspondance à catalogue général ou spécialisé ayant au moins 50 salariés (NAF 47.91A et 47.91B).
- Grand commerce non alimentaire en magasin spécialisé : ensemble des entreprises du commerce de détail en magasin spécialisé (NAF 474,475,476,477 hors produits pharmaceutiques, combustibles et biens d'occasion) satisfaisant à une des conditions suivantes :
 - employer 100 salariés ou plus ;
 - employer 50 salariés et plus, et :
 - soit exploiter 10 magasins ou plus ;
 - soit exploiter au moins un magasin de 2 500 m² et plus de surface de vente.

PART DE MARCHÉ

Proportion des ventes d'un produit assurée par un secteur d'établissement donné. Les parts de marché sont calculées sur les ventes et non sur les chiffres d'affaires, c'est-à-dire après élimination des autres activités, commissions et démarques.

PRODUIT COMMERCIALISABLE

Produit susceptible d'être vendu par le commerce et les activités de réparation associées au commerce. Les produits commercialisables sont d'une part les biens (y compris automobiles), à l'exclusion de l'eau, du gaz et de l'électricité, et d'autre part les services de réparation de biens domestiques et personnels et d'entretien et réparation automobile.

SURFACE DE VENTE

Surface accessible au public dans l'enceinte des caisses, c'est-à-dire après exclusion des réserves, cours, parkings et surfaces d'exposition exceptionnelle en plein air (le plein air permanent est pris en compte pour les jardineries, matériaux de construction et combustibles).

VENTES AU DÉTAIL DU COMMERCE

Ventes de produits commercialisables aux ménages et à quelques artisans-commerçants-prestataires de services par les entreprises du commerce.

VENTES AU DÉTAIL HORS COMMERCE

Ventes de produits commercialisables aux ménages et à quelques artisans-commerçants-prestataires de services par les entreprises hors commerce et artisanat à caractère commercial.

Les ménages peuvent s'adresser directement à des producteurs ou à des prestataires de service. C'est notamment le cas de leurs achats de tabac, qui sont répartis entre le commerce spécialisé de tabac, le commerce de journaux et les débits de boissons (cafés-tabac), classés dans les services.

ANNEXE XIV - Lexique des définitions statistiques et comptables

CHIFFRE D'AFFAIRES DU COMMERCE (CA)

Produit de toutes les activités y compris non commerciales exercées par les secteurs (entreprises ou établissements) du commerce.

Soit, à partir des postes comptables : CA = Ventes de marchandises + production vendue de biens et services.

VALEUR (ÉVOLUTION EN VALEUR)

Évaluation établie aux prix courants de l'année. L'indice de valeur d'une grandeur pour l'année n est le rapport du niveau de cette grandeur aux prix courants de l'année n à son niveau aux prix courants de l'année précédente.

VOLUME (ÉVOLUTION EN VOLUME)

Évaluation établie à prix constants, ici aux prix de l'année précédente, afin d'éliminer l'effet des variations de prix. L'indice de volume s'obtient par le rapport de l'indice de valeur à l'indice de prix approprié. L'évaluation en volume n'est pas une évaluation en quantités physiques.

ÉVOLUTION EN GLISSEMENT ANNUEL

Évolution d'une variable entre une période déterminée (mois ou trimestre) d'une année et la même période de l'année précédente.

ÉVOLUTION EN MOYENNE ANNUELLE

Évolution d'une variable entre l'ensemble des mois (ou trimestres) d'une année et l'ensemble des mois (ou trimestres) de l'année précédente.

INDICE DU PRIX DU CHIFFRE D'AFFAIRES D'UN SECTEUR DU COMMERCE DE DÉTAIL

Indice calculé, pour chaque secteur du commerce de détail, en pondérant les indices de prix à la consommation des ménages par produit, par les ventes en ces produits du secteur considéré. Il est "calculé ou implicite", dans la mesure où il ne résulte pas d'une observation directe des prix de vente dans chaque secteur.

INDICE DU PRIX DU CHIFFRE D'AFFAIRES D'UN SECTEUR DU COMMERCE DE GROS

Indice calculé pour chaque secteur en fonction :

- des indices de prix des produits achetés par ce secteur, en tenant compte du poids des importations dans les achats ;
- des indices de prix des produits vendus par ce secteur à destination des consommations intermédiaires ou des ménages, de l'investissement ou de l'exportation.

INDUSTRIE MANUFACTURIERE

Les industries manufacturières sont des industries de transformation des biens, c'est-à-dire principalement des industries de fabrication pour compte propre, mais elles concernent aussi la réparation et l'installation d'équipements industriels, ainsi que des opérations en sous-traitance pour un tiers donneur d'ordre.

ANNEXE I - Emploi

Tableau I-1 : Effectifs salariés du commerce entre 2002 et 2015 (en milliers)

	Commerce et réparation d'automobiles	Commerce de gros	Commerce de détail	Ensemble du commerce
31/03/2002	392,7	1 001,2	1 557,0	2 950,9
30/06/2002	393,7	997,3	1 557,7	2 948,7
30/09/2002	396,1	999,7	1 564,9	2 960,7
31/12/2002	397,4	998,9	1 567,7	2 964,0
31/03/2003	396,5	997,5	1 570,5	2 964,5
30/06/2003	398,1	995,8	1 576,8	2 970,7
30/09/2003	397,4	995,8	1 577,0	2 970,2
31/12/2003	397,1	996,5	1 587,2	2 980,8
31/03/2004	396,7	996,1	1 590,2	2 982,9
30/06/2004	394,7	993,7	1 596,9	2 985,3
30/09/2004	392,8	990,9	1 598,0	2 981,7
31/12/2004	393,0	990,7	1 601,5	2 985,3
31/03/2005	392,3	992,2	1 604,2	2 988,7
30/06/2005	392,4	998,4	1 602,6	2 993,4
30/09/2005	392,4	998,1	1 605,4	2 995,8
31/12/2005	391,4	997,9	1 607,4	2 996,7
31/03/2006	391,4	996,3	1 610,9	2 998,6
30/06/2006	391,6	994,9	1 617,4	3 004,0
30/09/2006	391,5	994,7	1 631,6	3 017,7
31/12/2006	391,3	993,9	1 630,0	3 015,2
31/03/2007	390,9	994,2	1 647,1	3 032,2
30/06/2007	390,7	996,2	1 652,5	3 039,4
30/09/2007	391,0	997,4	1 663,3	3 051,7
31/12/2007	391,1	1 001,8	1 661,8	3 054,7
31/03/2008	390,4	1 002,8	1 659,4	3 052,6
30/06/2008	388,7	1 002,6	1 661,7	3 053,0
30/09/2008	387,2	1 002,2	1 656,6	3 046,0
31/12/2008	383,8	996,6	1 656,0	3 036,4
31/03/2009	380,8	988,6	1 653,3	3 022,7
30/06/2009	380,1	979,7	1 648,3	3 008,1
30/09/2009	378,4	970,9	1 647,9	2 997,2
31/12/2009	378,6	966,5	1 655,7	3 000,8
31/03/2010	378,2	964,3	1 659,7	3 002,2
30/06/2010	378,3	962,8	1 660,3	3 001,4
30/09/2010	378,3	963,0	1 663,9	3 005,3
31/12/2010	378,2	962,6	1 666,0	3 006,8
31/03/2011	378,8	965,3	1 673,0	3 017,1
30/06/2011	378,5	967,5	1 681,8	3 027,8
30/09/2011	377,8	966,9	1 679,5	3 024,2
31/12/2011	378,1	968,5	1 683,2	3 029,9
31/03/2012	377,2	968,1	1 684,1	3 029,3
30/06/2012	374,7	967,6	1 688,5	3 030,8
30/09/2012	372,8	966,9	1 689,7	3 029,4
31/12/2012	369,2	962,9	1 682,4	3 014,6
31/03/2013	367,4	960,2	1 683,0	3 010,6
30/06/2013	365,1	956,1	1 673,3	2 994,6
30/09/2013	363,6	954,6	1 679,6	2 997,8
31/12/2013	362,4	953,3	1 689,3	3 005,0
31/03/2014	360,7	952,8	1 689,1	3 002,6
30/06/2014	359,6	952,3	1 689,8	3 001,7
30/09/2014	358,3	950,4	1 687,6	2 996,3
31/12/2014	357,7	949,3	1 689,0	2 996,0
31/03/2015	358,0	947,4	1 695,3	3 000,7
30/06/2015	359,1	947,9	1 701,2	3 008,2

Source : INSEE, estimations d'emploi

Tableau I-2 : Actifs occupés du commerce en 2014 (en %)

SECTEURS D'ACTIVITE	Hommes	Femmes	Ouvriers	Employés	Autres	15-24 ans	25-49 ans	50 ans et +
Commerce de détail	40,1	59,9	11,0	45,8	43,2	13,1	63,7	23,3
Commerce et réparation d'automobiles	81,7	18,3	37,2	13,8	49,0	12,5	60,9	26,7
Commerce de gros	66,0	34,0	24,1	17,7	58,2	4,4	67,4	28,3
Artisanat commercial	51,0	49,0	40,6	35,0	24,4	22,8	54,2	23,1
Commerce (hors artisanat)	52,9	47,2	18,1	33,5	48,4	10,4	64,4	25,2
Ensemble de l'économie	52,0	48,0	21,8	28,4	49,9	8,0	62,3	29,7

(*) cadres, professions intermédiaires, chefs d'entreprises

Source : INSEE - enquête emploi en 2014

Tableau I-3 : Équivalent temps plein des emplois salariés à temps partiel et des emplois salariés totaux dans les DADS en 2013

Secteurs d'activité	ETP* du temps partiel (1) en %	Proportion de salariés travaillant à temps partiel	Volume d'emploi (1) réalisé à temps partiel (en %)	ETP* de l'emploi salarié (1) en %
Intermédiaires du commerce de gros	58,5	16,5	10,4	93,2
CG de produits agricoles bruts et d'animaux vivants	60,5	13,0	8,3	94,9
CG de produits alimentaires, de boissons et de tabac	61,9	14,1	9,2	94,6
CG de biens domestiques	61,7	17,9	11,9	93,1
CG d'équipements de l'information et de la communication	65,3	11,1	7,5	96,1
CG d'autres équipements industriels	61,5	9,7	6,2	96,3
Autres CG spécialisés	61,1	9,2	5,9	96,4
CG non spécialisé	57,1	18,4	11,4	92,1
Commerce de gros	61,2	12,9	8,3	95,0
CD petites surfaces à prédominance alimentaire	63,2	39,5	29,2	85,5
CD grandes surfaces à prédominance alimentaire	72,3	42,9	35,2	88,1
CD alimentaire en magasin spécialisé	69,8	33,3	25,8	89,9
CD non alimentaire en magasin non spécialisé	57,8	29,6	19,6	87,5
Pharmacies et commerces d'articles médicaux et orthopédiques	62,4	39,3	28,8	85,2
CD d'habillement et de chaussures	66,7	44,6	35,0	85,1
CD d'autres équipements de la personne	63,2	19,2	13,1	92,9
CD de biens culturels et de loisirs en magasin spécialisé	63,0	22,3	15,3	91,7
CD de l'équipement du foyer et de l'aménagement de l'habitat	61,0	31,5	21,9	87,7
CD d'équipements de l'information et de la communication en magasin spécialisé	61,9	24,0	16,3	90,9
CD de carburants en magasin spécialisé	56,3	24,1	15,2	89,5
Autres CD en magasin spécialisé	53,8	49,9	34,9	76,9
CD sur éventaires ou marchés	52,6	26,6	16,0	87,4
CD hors magasin, éventaires ou marchés	61,5	31,1	21,7	88,0
Commerce de détail	66,4	35,6	26,9	88,0
Commerce de véhicules automobiles	56,7	9,8	5,8	95,8
Entretien et réparation de véhicules automobiles	54,9	13,9	8,2	93,7
Commerce d'équipements automobiles	58,5	8,5	5,2	96,5
Commerce et réparation de motocycles	54,1	11,8	6,8	94,6
Commerce et réparation d'automobiles et de motocycles	56,1	11,1	6,5	95,1
Ensemble du commerce	64,8	26,0	18,6	90,8
Charcuterie	58,9	25,1	16,5	89,7
Boulangerie-Pâtisserie	55,1	23,0	14,1	89,7
Artisanat Commercial	58,7	25,0	16,3	89,7

Résultats obtenus sur l'échantillon au 1/12 du fichier DADS

(*) : ETP est l'équivalent temps plein.

(1) : voir encadré "Les indicateurs de mesure de l'emploi salarié à temps partiel".

Source : Insee - DADS 2013 sd (1/12)

Tableau I-4 : Équivalent temps plein des emplois salariés à temps partiel et des emplois salariés masculins dans les DADS en 2013

Secteurs d'activité	ETP* du temps partiel (1) en %	Proportion de salariés travaillant à temps partiel	Volume d'emploi (1) réalisé à temps partiel (en %)	ETP* de l'emploi salarié (1) en %
Intermédiaires du commerce de gros	54,5	11,7	6,8	94,7
CG de produits agricoles bruts et d'animaux vivants	58,9	9,5	5,8	96,1
CG de produits alimentaires, de boissons et de tabac	59,2	10,5	6,5	95,7
CG de biens domestiques	57,9	13,2	8,1	94,4
CG d'équipements de l'information et de la communication	65,0	7,7	5,1	97,3
CG d'autres équipements industriels	60,1	6,9	4,3	97,2
Autres CG spécialisés	58,1	6,0	3,6	97,5
CG non spécialisé	53,5	15,2	8,8	92,9
Commerce de gros	58,6	8,9	5,4	96,3
CD petites surfaces à prédominance alimentaire	59,7	31,3	21,4	87,4
CD grandes surfaces à prédominance alimentaire	70,4	25,6	19,5	92,4
CD alimentaire en magasin spécialisé	66,2	22,3	15,9	92,5
CD non alimentaire en magasin non spécialisé	53,7	20,2	12,0	90,6
Pharmacies et commerces d'articles médicaux et orthopédiques	56,4	26,1	16,6	88,6
CD d'habillement et de chaussures	62,5	32,6	23,3	87,8
CD d'autres équipements de la personne	61,9	15,6	10,3	94,1
CD de biens culturels et de loisirs en magasin spécialisé	59,3	13,4	8,4	94,5
CD de l'équipement du foyer et de l'aménagement de l'habitat	59,5	24,5	16,2	90,1
CD d'équipements de l'information et de la communication en magasin spécialisé	52,8	12,8	7,2	94,0
CD de carburants en magasin spécialisé	53,5	17,0	9,9	92,1
Autres CD en magasin spécialisé	51,9	43,7	28,7	79,0
CD sur éventaires ou marchés	54,1	18,7	11,1	91,4
CD hors magasin, éventaires ou marchés	59,6	28,9	19,5	88,3
Commerce de détail	62,8	22,5	15,4	91,6
Commerce de véhicules automobiles	55,0	7,3	4,2	96,7
Entretien et réparation de véhicules automobiles	52,9	9,0	5,0	95,8
Commerce d'équipements automobiles	55,3	5,9	3,3	97,4
Commerce et réparation de motocycles	53,5	8,0	4,4	96,3
Commerce et réparation d'automobiles et de motocycles	54,1	7,7	4,3	96,5
Ensemble du commerce	60,8	14,5	9,4	94,3
Charcuterie	53,4	12,3	7,0	94,3
Boulangerie-Pâtisserie	52,5	13,0	7,3	93,8
Artisanat Commercial	53,3	12,4	7,0	94,2

Résultats obtenus sur l'échantillon au 1/12 du fichier DADS

(*) : ETP est l'équivalent temps plein.

(1) : voir encadré " Les indicateurs de mesure de l'emploi salarié à temps partiel ".

Source : Insee - DADS 2013 sd (1/12)

Tableau I-5 : Équivalent temps plein des emplois salariés à temps partiel et des emplois salariés féminins dans les DADS en 2013

Secteurs d'activité	ETP* du temps partiel (1) en %	Proportion de salariés travaillant à temps partiel	Volume d'emploi (1) réalisé à temps partiel (en %)	ETP* de l'emploi salarié (1) en %
Intermédiaires du commerce de gros	61,8	23,1	15,6	91,2
CG de produits agricoles bruts et d'animaux vivants	63,1	22,0	15,1	91,9
CG de produits alimentaires, de boissons et de tabac	65,0	20,8	14,6	92,7
CG de biens domestiques	64,0	22,3	15,5	92,0
CG d'équipements de l'information et de la communication	66,2	18,1	12,8	93,9
CG d'autres équipements industriels	63,9	17,6	12,0	93,6
Autres CG spécialisés	64,5	17,9	12,3	93,6
CG non spécialisé	61,2	23,5	15,8	90,9
Commerce de gros	64,0	20,4	14,1	92,7
CD petites surfaces à prédominance alimentaire	65,3	46,6	36,2	83,8
CD grandes surfaces à prédominance alimentaire	73,4	53,2	45,5	85,8
CD alimentaire en magasin spécialisé	71,0	38,3	30,6	88,9
CD non alimentaire en magasin non spécialisé	60,7	39,3	28,2	84,6
Pharmacies et commerces d'articles médicaux et orthopédiques	63,3	41,8	31,2	84,7
CD d'habillement et de chaussures	67,5	47,3	37,7	84,6
CD d'autres équipements de la personne	64,7	25,2	17,8	91,1
CD de biens culturels et de loisirs en magasin spécialisé	65,0	31,4	22,9	89,0
CD de l'équipement du foyer et de l'aménagement de l'habitat	62,2	37,2	26,9	85,9
CD d'équipements de l'information et de la communication en magasin spécialisé	63,6	27,3	19,3	90,1
CD de carburants en magasin spécialisé	59,6	36,1	25,2	85,4
Autres CD en magasin spécialisé	55,8	56,8	42,3	74,9
CD sur éventaires ou marchés	51,9	34,1	21,2	83,6
CD hors magasin, éventaires ou marchés	63,4	33,8	24,5	87,6
Commerce de détail	68,0	43,4	34,3	86,1
Commerce de véhicules automobiles	59,7	19,9	12,9	92,0
Entretien et réparation de véhicules automobiles	58,1	39,0	27,1	83,7
Commerce d'équipements automobiles	63,3	20,0	13,7	92,7
Commerce et réparation de motocycles	55,6	28,7	18,3	87,3
Commerce et réparation d'automobiles et de motocycles	59,2	26,0	17,3	89,4
Ensemble du commerce	67,1	37,9	29,0	87,5
Charcuterie	61,9	37,4	27,0	85,8
Boulangerie-Pâtisserie	57,2	35,5	23,9	84,8
Artisanat Commercial	61,6	37,3	26,8	85,7

Résultats obtenus sur l'échantillon au 1/12 du fichier DADS

(*) : ETP est l'équivalent temps plein.

(1) : voir encadré " Les indicateurs de mesure de l'emploi salarié à temps partiel ".

Source : Insee - DADS 2013 sd (1/12)

ANNEXE II - Comptes des secteurs commerciaux

Commerce de réparation d'automobiles et de motocycles

en millions d'euros courants

	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
COMPTE DE PRODUCTION										
Chiffre d'affaires hors TVA	140 867	150 529	155 722	162 842	163 239	149 667	155 149	163 907	157 813	154 478
Ventes de marchandises	122 317	131 284	135 556	141 810	147 925	134 540	139 857	148 047	142 588	138 281
- Coût d'achat des marchandises	105 377	113 455	117 312	123 015	127 476	115 352	119 531	126 967	122 460	119 847
= Marge commerciale (au prix de base)	16 940	17 829	18 244	18 795	20 449	19 188	20 326	21 080	20 128	18 434
+ Production vendue de biens et services	18 550	19 245	20 166	21 032	15 314	15 127	15 292	15 860	15 225	16 198
+ Production stockée et immobilisée	54	67	70	70	70	82	75	56	105	102
= Production totale au prix de base	35 544	37 141	38 480	39 897	35 834	34 397	35 693	36 996	35 458	34 734
- Consommations intermédiaires	16 398	17 399	18 277	18 730	15 235	15 427	15 510	16 036	16 110	15 149
= Valeur ajoutée au prix de base	19 146	19 741	20 204	21 167	20 599	18 970	20 182	20 960	19 348	19 585
COMPTE D'EXPLOITATION										
Valeur ajoutée	19 146	19 741	20 204	21 167	20 599	18 970	20 182	20 960	19 348	19 585
+ Subventions d'exploitation	109	104	100	97	152	117	144	130	130	130
- Frais de personnel	13 088	13 402	13 893	14 268	15 416	14 735	15 113	15 597	15 575	15 355
- Impôts et taxes sur la production	1 143	1 226	1 368	1 428	1 495	1 441	1 326	1 397	1 394	1 391
= Excédent brut d'exploitation	5 023	5 217	5 043	5 567	3 841	2 911	3 887	4 096	2 509	2 969
ELEMENTS DU COMPTE DE RESULTAT										
Excédent brut d'exploitation	5 023	5 217	5 043	5 567	3 841	2 911	3 887	4 096	2 509	2 969
+ Autres produits d'exploitation et financiers	866	893	886	1 090	1 501	1 003	882	1 087	706	464
- Autres charges d'exploitation et financières	1 176	1 304	1 517	1 607	1 956	1 241	1 155	1 178	803	747
= Profit brut courant avant impôt	4 713	4 806	4 411	5 051	3 387	2 674	3 614	4 006	2 412	2 685

Champ : Entreprises individuelles + sociétés et quasi-sociétés

Source : Insee - Comptes du commerce

Commerce de gros

en millions d'euros courants

	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
COMPTE DE PRODUCTION										
Chiffre d'affaires hors TVA	646 335	679 829	706 782	740 389	782 575	681 881	707 749	768 872	790 462	789 039
Ventes de marchandises	594 712	626 024	650 385	681 368	732 328	638 690	664 722	724 966	742 728	738 241
- Coût d'achat des marchandises	482 555	509 079	527 254	551 485	601 439	510 055	532 200	587 626	603 088	596 713
= Marge commerciale (au prix de base)	112 157	116 945	123 131	129 883	130 888	128 635	132 522	137 340	139 640	141 528
+ Production vendue de biens et services	51 623	53 805	56 397	59 021	50 247	43 192	43 027	43 906	47 733	50 798
+ Production stockée et immobilisée	116	412	653	660	707	421	847	605	164	329
= Production totale au prix de base	163 896	171 162	180 182	189 564	181 843	172 247	176 397	181 851	187 537	192 655
- Consommations intermédiaires	87 587	92 151	96 146	101 196	90 371	92 628	97 007	100 852	106 420	111 186
= Valeur ajoutée au prix de base	76 309	79 010	84 036	88 368	91 471	79 619	79 390	80 998	81 117	81 469
COMPTE D'EXPLOITATION										
Valeur ajoutée	76 309	79 010	84 036	88 368	91 471	79 619	79 390	80 998	81 117	81 469
+ Subventions d'exploitation	404	366	374	385	409	334	391	286	286	286
- Frais de personnel	49 000	50 972	53 443	55 377	53 351	52 320	52 913	55 287	55 454	55 718
- Impôts et taxes sur la production	5 327	5 897	6 673	6 884	6 772	6 535	7 543	7 762	6 418	6 523
= Excédent brut d'exploitation	22 385	22 508	24 294	26 492	31 757	21 098	19 325	18 235	19 530	19 514
ELEMENTS DU COMPTE DE RESULTAT										
Excédent brut d'exploitation	22 385	22 508	24 294	26 492	31 757	21 098	19 325	18 235	19 530	19 514
+ Autres produits d'exploitation et financiers	8 411	8 667	9 508	11 813	11 244	14 570	16 604	15 965	16 225	16 157
- Autres charges d'exploitation et financières	7 711	8 173	8 868	9 796	11 307	9 975	7 969	8 772	8 411	8 022
= Profit brut courant avant impôt	23 085	23 002	24 934	28 510	31 693	25 693	27 960	25 428	27 344	27 649

Champ : Entreprises individuelles + sociétés et quasi-sociétés

Source : Insee - Comptes du commerce

Commerce de détail

en millions d'euros courants

	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
COMPTE DE PRODUCTION										
Chiffre d'affaires hors TVA	375 154	388 555	401 500	414 560	427 680	408 928	425 563	440 140	450 807	450 704
Ventes de marchandises	350 178	361 864	373 698	385 815	411 377	389 559	408 234	421 690	432 946	430 480
- Coût d'achat des marchandises	254 786	264 444	273 084	281 444	297 139	276 233	289 123	299 848	308 040	306 649
= Marge commerciale (au prix de base)	95 392	97 420	100 614	104 371	114 238	113 326	119 112	121 842	124 906	123 831
+ Production vendue de biens et services	24 976	26 691	27 802	28 746	16 303	19 369	17 328	18 450	17 862	20 224
+ Production stockée et immobilisée	153	235	243	256	263	211	243	276	247	175
= Production totale au prix de base	120 522	124 346	128 659	133 372	130 804	132 906	136 683	140 569	143 015	144 230
- Consommations intermédiaires	49 244	51 923	53 601	55 322	48 848	54 327	55 002	57 510	59 638	59 453
= Valeur ajoutée au prix de base	71 278	72 423	75 058	78 049	81 956	78 579	81 680	83 059	83 377	84 777
COMPTE D'EXPLOITATION										
Valeur ajoutée	71 278	72 423	75 058	78 049	81 956	78 579	81 680	83 059	83 377	84 777
+ Subventions d'exploitation	266	282	317	291	286	293	349	257	257	257
- Frais de personnel	42 075	44 049	46 198	47 918	51 130	49 148	50 688	51 566	53 802	53 777
- Impôts et taxes sur la production	4 578	4 916	5 215	5 437	5 810	5 641	5 515	5 944	5 962	6 209
= Excédent brut d'exploitation	24 891	23 741	23 962	24 985	25 301	24 083	25 826	25 805	23 870	25 048
ELEMENTS DU COMPTE DE RESULTAT										
Excédent brut d'exploitation	24 891	23 741	23 962	24 985	25 301	24 083	25 826	25 805	23 870	25 048
+ Autres produits d'exploitation et financiers	3 341	3 634	3 981	4 072	4 500	4 037	3 846	3 875	4 144	3 727
- Autres charges d'exploitation et financières	3 711	3 884	4 023	4 496	4 846	4 146	4 049	4 292	4 168	3 895
= Profit brut courant avant impôt	24 521	23 491	23 920	24 561	24 955	23 974	25 623	25 387	23 846	24 881

Champ : Entreprises individuelles + sociétés et quasi-sociétés

Source : Insee - Comptes du commerce

Commerce de véhicules automobiles

en millions d'euros courants

	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
COMPTE DE PRODUCTION										
Chiffre d'affaires hors TVA	101 800	109 632	113 059	118 664	118 391	106 798	111 878	118 345	111 656	108 447
Ventes de marchandises	92 973	100 498	103 592	108 728	112 434	100 919	105 556	112 028	105 452	102 095
- Coût d'achat des marchandises	83 180	89 940	92 853	97 649	101 016	90 467	94 155	100 098	94 448	91 467
= Marge commerciale (au prix de base)	9 793	10 557	10 739	11 079	11 418	10 452	11 401	11 930	11 003	10 628
+ Production vendue de biens et services	8 828	9 134	9 467	9 936	5 957	5 879	6 322	6 317	6 204	6 351
+ Production stockée et immobilisée	38	46	46	47	55	59	41	7	58	63
= Production totale au prix de base	18 658	19 738	20 252	21 062	17 430	16 391	17 764	18 254	17 265	17 042
- Consommations intermédiaires	8 866	9 551	9 943	10 094	7 307	7 959	8 123	8 433	8 489	8 501
= Valeur ajoutée au prix de base	9 792	10 187	10 309	10 968	10 122	8 431	9 641	9 821	8 776	8 542
COMPTE D'EXPLOITATION										
Valeur ajoutée	9 792	10 187	10 309	10 968	10 122	8 431	9 641	9 821	8 776	8 542
+ Subventions d'exploitation	55	50	48	48	97	56	79	78	78	78
- Frais de personnel	6 841	7 007	7 241	7 376	7 666	7 159	7 535	7 655	7 372	7 194
- Impôts et taxes sur la production	674	722	809	841	868	799	794	847	837	826
= Excédent brut d'exploitation	2 333	2 508	2 307	2 800	1 685	529	1 391	1 397	645	599
ELEMENTS DU COMPTE DE RESULTAT										
Excédent brut d'exploitation	2 333	2 508	2 307	2 800	1 685	529	1 391	1 397	645	599
+ Autres produits d'exploitation et financiers	604	585	568	654	1 127	595	549	860	693	401
- Autres charges d'exploitation et financières	756	849	1 073	1 100	1 442	806	734	782	748	684
= Profit brut courant avant impôt	2 181	2 244	1 802	2 354	1 370	319	1 206	1 474	590	316

Champ : Entreprises individuelles + sociétés et quasi-sociétés

Source : Insee - Comptes du commerce

Commerce de gros de produits agricoles bruts et d'animaux vivants

en millions d'euros courants

	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
COMPTE DE PRODUCTION										
Chiffre d'affaires hors TVA	44 028	44 419	43 983	46 026	57 792	52 479	48 011	61 604	67 665	69 960
Ventes de marchandises	41 361	41 715	41 553	43 471	55 097	51 839	46 769	59 962	65 287	67 664
- Coût d'achat des marchandises	36 518	36 951	36 640	38 328	48 828	45 313	41 438	52 976	57 065	59 200
= Marge commerciale (au prix de base)	4 842	4 764	4 913	5 144	6 269	6 525	5 330	6 985	8 222	8 464
+ Production vendue de biens et services	2 667	2 704	2 431	2 555	2 695	641	1 243	1 642	2 378	2 296
+ Production stockée et immobilisée	-51	10	9	9	38	21	18	14	22	38
= Production totale au prix de base	7 458	7 478	7 353	7 708	9 003	7 187	6 590	8 642	10 622	10 798
- Consommations intermédiaires	4 428	4 527	4 422	4 541	5 434	3 005	4 035	5 571	6 536	6 856
= Valeur ajoutée au prix de base	3 030	2 951	2 931	3 166	3 568	4 182	2 556	3 070	4 086	3 942
COMPTE D'EXPLOITATION										
Valeur ajoutée	3 030	2 951	2 931	3 166	3 568	4 182	2 556	3 070	4 086	3 942
+ Subventions d'exploitation	128	94	84	66	61	47	43	31	31	31
- Frais de personnel	1 909	1 947	1 942	2 010	1 849	1 788	1 806	1 860	2 104	2 001
- Impôts et taxes sur la production	224	238	249	255	251	242	229	251	280	268
= Excédent brut d'exploitation	1 025	860	825	967	1 530	2 199	563	990	1 733	1 703
ELEMENTS DU COMPTE DE RESULTAT										
Excédent brut d'exploitation	1 025	860	825	967	1 530	2 199	563	990	1 733	1 703
+ Autres produits d'exploitation et financiers	478	441	495	542	447	471	398	591	516	510
- Autres charges d'exploitation et financières	576	432	428	546	683	478	354	634	557	663
= Profit brut courant avant impôt	927	870	891	963	1 294	2 191	607	947	1 692	1 550

Champ : Entreprises individuelles + sociétés et quasi-sociétés

Source : Insee - Comptes du commerce

Commerce de gros de produits alimentaires, de boissons et de tabac

en millions d'euros courants

	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
COMPTE DE PRODUCTION										
Chiffre d'affaires hors TVA	107 608	111 831	115 987	120 514	125 829	111 170	117 287	124 702	129 505	130 099
Ventes de marchandises	101 369	105 016	108 424	112 609	121 003	106 820	112 346	121 239	124 560	124 692
- Coût d'achat des marchandises	79 831	82 385	84 851	88 080	97 698	83 972	87 017	97 507	98 988	99 096
= Marge commerciale (au prix de base)	21 538	22 631	23 573	24 530	23 305	22 848	25 329	23 733	25 572	25 596
+ Production vendue de biens et services	6 240	6 815	7 563	7 905	4 826	4 350	4 941	3 462	4 945	5 407
+ Production stockée et immobilisée	24	32	37	39	81	72	58	48	-146	-14
= Production totale au prix de base	27 801	29 478	31 173	32 473	28 212	27 269	30 328	27 243	30 371	30 989
- Consommations intermédiaires	16 837	18 344	19 516	20 582	15 986	16 778	18 699	15 738	20 128	20 638
= Valeur ajoutée au prix de base	10 964	11 133	11 657	11 892	12 227	10 491	11 629	11 505	10 243	10 351
COMPTE D'EXPLOITATION										
Valeur ajoutée	10 964	11 133	11 657	11 892	12 227	10 491	11 629	11 505	10 243	10 351
+ Subventions d'exploitation	107	98	93	120	125	90	108	91	91	91
- Frais de personnel	6 795	7 036	7 224	7 378	7 012	6 399	6 670	6 676	6 940	6 756
- Impôts et taxes sur la production	1 373	1 422	1 532	1 546	1 290	1 207	1 319	2 088	494	216
= Excédent brut d'exploitation	2 904	2 773	2 994	3 089	4 050	2 976	3 748	2 832	2 900	3 468
ELEMENTS DU COMPTE DE RESULTAT										
Excédent brut d'exploitation	2 904	2 773	2 994	3 089	4 050	2 976	3 748	2 832	2 900	3 468
+ Autres produits d'exploitation et financiers	1 080	1 158	1 210	1 415	1 823	1 144	1 901	1 132	1 665	1 044
- Autres charges d'exploitation et financières	1 008	1 111	1 083	1 264	1 441	1 225	1 284	1 324	1 527	1 440
= Profit brut courant avant impôt	2 975	2 821	3 121	3 239	4 432	2 896	4 365	2 640	3 038	3 072

Champ : Entreprises individuelles + sociétés et quasi-sociétés

Source : Insee - Comptes du commerce

Commerce de gros de biens domestiques

en millions d'euros courants

	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
COMPTE DE PRODUCTION										
Chiffre d'affaires hors TVA	124 218	135 388	142 508	146 868	148 642	137 610	140 987	149 072	148 507	146 694
Ventes de marchandises	115 849	125 764	132 481	136 569	143 335	131 886	135 606	142 575	141 125	137 936
- Coût d'achat des marchandises	83 061	89 444	94 691	97 534	99 497	90 655	93 062	98 060	96 105	93 462
= Marge commerciale (au prix de base)	32 788	36 320	37 790	39 035	43 838	41 230	42 544	44 515	45 020	44 474
+ Production vendue de biens et services	8 368	9 624	10 027	10 299	5 307	5 724	5 380	6 497	7 381	8 758
+ Production stockée et immobilisée	71	55	138	140	244	22	159	189	116	140
= Production totale au prix de base	41 228	45 999	47 955	49 474	49 389	46 977	48 084	51 201	52 518	53 372
- Consommations intermédiaires	22 382	24 940	25 489	26 525	23 152	25 671	26 302	28 010	28 127	29 372
= Valeur ajoutée au prix de base	18 846	21 059	22 466	22 949	26 237	21 306	21 782	23 191	24 391	24 000
COMPTE D'EXPLOITATION										
Valeur ajoutée	18 846	21 059	22 466	22 949	26 237	21 306	21 782	23 191	24 391	24 000
+ Subventions d'exploitation	41	41	53	51	76	45	67	46	46	46
- Frais de personnel	11 394	12 281	13 161	13 440	13 315	13 423	13 728	14 413	14 095	14 225
- Impôts et taxes sur la production	1 348	1 649	2 022	2 071	1 971	2 007	2 076	2 170	2 367	2 416
= Excédent brut d'exploitation	6 145	7 171	7 336	7 490	11 027	5 921	6 045	6 655	7 975	7 405
ELEMENTS DU COMPTE DE RESULTAT										
Excédent brut d'exploitation	6 145	7 171	7 336	7 490	11 027	5 921	6 045	6 655	7 975	7 405
+ Autres produits d'exploitation et financiers	2 354	2 429	2 381	2 664	3 032	5 702	6 614	6 896	7 567	7 197
- Autres charges d'exploitation et financières	2 443	2 674	2 897	3 382	4 460	3 619	2 637	2 669	2 632	2 550
= Profit brut courant avant impôt	6 056	6 925	6 820	6 772	9 598	8 003	10 022	10 882	12 910	12 052

Champ : Entreprises individuelles + sociétés et quasi-sociétés

Source : Insee - Comptes du commerce

Commerce de gros d'équipements de l'information et de la communication

en millions d'euros courants

	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
COMPTE DE PRODUCTION										
Chiffre d'affaires hors TVA	42 946	45 039	48 363	50 173	48 447	41 257	42 351	43 605	47 215	44 149
Ventes de marchandises	37 413	40 055	43 080	44 719	45 054	38 176	39 774	39 933	43 808	40 622
- Coût d'achat des marchandises	30 839	33 419	36 033	37 492	37 920	31 788	33 417	33 772	36 829	33 782
= Marge commerciale (au prix de base)	6 575	6 637	7 048	7 227	7 134	6 387	6 357	6 162	6 979	6 841
+ Production vendue de biens et services	5 533	4 984	5 282	5 454	3 393	3 081	2 576	3 672	3 407	3 526
+ Production stockée et immobilisée	-2	1	147	147	44	34	80	20	19	20
= Production totale au prix de base	12 105	11 622	12 477	12 828	10 571	9 502	9 013	9 853	10 404	10 387
- Consommations intermédiaires	6 225	5 713	5 929	6 039	5 122	5 147	4 831	5 494	6 191	6 424
= Valeur ajoutée au prix de base	5 880	5 909	6 547	6 788	5 449	4 355	4 182	4 359	4 213	3 963
COMPTE D'EXPLOITATION										
Valeur ajoutée	5 880	5 909	6 547	6 788	5 449	4 355	4 182	4 359	4 213	3 963
+ Subventions d'exploitation	18	21	27	33	3	17	14	5	5	5
- Frais de personnel	4 454	4 512	4 746	4 870	3 704	3 310	3 120	3 441	3 558	3 400
- Impôts et taxes sur la production	285	310	348	360	284	255	240	263	274	240
= Excédent brut d'exploitation	1 160	1 108	1 481	1 592	1 464	807	836	660	387	329
ELEMENTS DU COMPTE DE RESULTAT										
Excédent brut d'exploitation	1 160	1 108	1 481	1 592	1 464	807	836	660	387	329
+ Autres produits d'exploitation et financiers	474	523	534	556	874	537	382	329	360	312
- Autres charges d'exploitation et financières	679	627	807	689	699	557	658	547	575	532
= Profit brut courant avant impôt	955	1 004	1 208	1 459	1 638	786	560	442	172	108

Champ : Entreprises individuelles + sociétés et quasi-sociétés

Source : Insee - Comptes du commerce

Commerce de gros d'autres équipements industriels

en millions d'euros courants

	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
COMPTE DE PRODUCTION										
Chiffre d'affaires hors TVA	80 999	85 726	82 778	89 122	91 428	79 246	80 219	87 755	90 547	90 701
Ventes de marchandises	71 569	75 553	72 675	78 277	86 029	72 609	74 818	81 970	84 730	85 306
- Coût d'achat des marchandises	55 216	59 105	55 131	59 432	65 073	53 420	54 936	60 777	63 453	63 288
= Marge commerciale (au prix de base)	16 353	16 448	17 544	18 845	20 956	19 189	19 882	21 193	21 277	22 018
+ Production vendue de biens et services	9 429	10 173	10 104	10 845	5 399	6 637	5 401	5 785	5 817	5 396
+ Production stockée et immobilisée	45	52	291	292	136	67	398	199	218	138
= Production totale au prix de base	25 827	26 673	27 939	29 982	26 491	25 893	25 681	27 176	27 312	27 551
- Consommations intermédiaires	12 130	12 558	12 778	13 427	9 918	12 453	12 348	12 750	12 602	13 066
= Valeur ajoutée au prix de base	13 697	14 115	15 161	16 555	16 573	13 439	13 333	14 426	14 710	14 486
COMPTE D'EXPLOITATION										
Valeur ajoutée	13 697	14 115	15 161	16 555	16 573	13 439	13 333	14 426	14 710	14 486
+ Subventions d'exploitation	27	31	33	32	52	64	62	60	60	60
- Frais de personnel	9 862	10 151	10 572	11 088	11 019	10 592	10 513	11 012	11 347	11 310
- Impôts et taxes sur la production	676	731	828	877	866	833	771	807	854	857
= Excédent brut d'exploitation	3 186	3 264	3 795	4 622	4 739	2 078	2 111	2 668	2 569	2 378
ELEMENTS DU COMPTE DE RESULTAT										
Excédent brut d'exploitation	3 186	3 264	3 795	4 622	4 739	2 078	2 111	2 668	2 569	2 378
+ Autres produits d'exploitation et financiers	891	938	914	1 293	1 139	3 161	3 728	3 674	3 203	3 306
- Autres charges d'exploitation et financières	973	959	922	1 015	1 063	1 075	935	1 249	998	905
= Profit brut courant avant impôt	3 105	3 243	3 786	4 900	4 816	4 164	4 903	5 093	4 774	4 779

Champ : Entreprises individuelles + sociétés et quasi-sociétés

Source : Insee - Comptes du commerce

Autres commerces de gros spécialisés

en millions d'euros courants

	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
COMPTE DE PRODUCTION										
Chiffre d'affaires hors TVA	126 296	131 335	140 972	148 721	161 526	125 549	135 967	148 850	152 161	145 228
Ventes de marchandises	119 912	124 528	133 964	141 292	157 595	122 165	132 627	144 372	147 808	140 834
- Coût d'achat des marchandises	96 153	100 882	108 123	113 675	131 240	96 864	106 381	117 062	122 284	115 377
= Marge commerciale (au prix de base)	23 759	23 646	25 841	27 617	26 354	25 301	26 246	27 310	25 524	25 457
+ Production vendue de biens et services	6 384	6 807	7 009	7 429	3 932	3 384	3 340	4 478	4 353	4 394
+ Production stockée et immobilisée	36	105	34	35	120	137	71	60	-96	-24
= Production totale au prix de base	30 179	30 558	32 883	35 081	30 406	28 822	29 656	31 848	29 781	29 827
- Consommations intermédiaires	14 258	14 485	15 681	16 720	12 880	14 142	14 209	18 226	17 046	16 780
= Valeur ajoutée au prix de base	15 921	16 073	17 203	18 361	17 526	14 681	15 447	13 622	12 735	13 047
COMPTE D'EXPLOITATION										
Valeur ajoutée	15 921	16 073	17 203	18 361	17 526	14 681	15 447	13 622	12 735	13 047
+ Subventions d'exploitation	24	24	25	26	23	-3	24	23	23	23
- Frais de personnel	9 597	9 871	10 362	10 810	10 463	10 224	10 320	10 638	10 391	10 598
- Impôts et taxes sur la production	920	1 026	1 106	1 157	1 242	1 075	2 046	1 272	1 320	1 287
= Excédent brut d'exploitation	5 428	5 201	5 760	6 420	5 844	3 378	3 105	1 735	1 046	1 185
ELEMENTS DU COMPTE DE RESULTAT										
Excédent brut d'exploitation	5 428	5 201	5 760	6 420	5 844	3 378	3 105	1 735	1 046	1 185
+ Autres produits d'exploitation et financiers	1 958	1 968	2 608	3 771	2 259	2 044	1 589	2 064	1 787	2 438
- Autres charges d'exploitation et financières	1 184	1 275	1 535	1 675	1 830	2 103	1 166	1 362	1 161	1 134
= Profit brut courant avant impôt	6 203	5 894	6 833	8 516	6 273	3 319	3 528	2 437	1 672	2 489

Champ : Entreprises individuelles + sociétés et quasi-sociétés

Source : Insee - Comptes du commerce

Commerce de détail en magasin non spécialisé

en millions d'euros courants

	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
COMPTE DE PRODUCTION										
Chiffre d'affaires hors TVA	175 088	177 937	181 187	186 237	193 089	184 246	191 204	199 487	202 786	204 598
Ventes de marchandises	164 477	167 018	170 259	175 005	186 368	176 753	184 600	192 459	194 964	196 343
- Coût d'achat des marchandises	136 082	138 928	141 547	145 516	150 667	140 871	146 782	153 960	155 729	156 285
= Marge commerciale (au prix de base)	28 395	28 090	28 711	29 489	35 701	35 882	37 818	38 499	39 235	40 058
+ Production vendue de biens et services	10 610	10 919	10 929	11 233	6 722	7 493	6 604	7 028	7 823	8 255
+ Production stockée et immobilisée	11	26	23	23	34	31	34	43	6	4
= Production totale au prix de base	39 016	39 035	39 663	40 744	42 456	43 406	44 456	45 570	47 063	48 317
- Consommations intermédiaires	14 667	15 157	14 867	15 112	16 272	17 667	17 744	18 805	20 340	20 265
= Valeur ajoutée au prix de base	24 350	23 878	24 796	25 632	26 184	25 739	26 713	26 765	26 724	28 052
COMPTE D'EXPLOITATION										
Valeur ajoutée	24 350	23 878	24 796	25 632	26 184	25 739	26 713	26 765	26 724	28 052
+ Subventions d'exploitation	59	63	76	67	80	95	99	75	75	75
- Frais de personnel	14 705	15 209	15 929	16 230	17 643	17 952	18 451	19 331	19 825	20 025
- Impôts et taxes sur la production	1 997	2 076	2 137	2 236	2 405	2 489	2 483	2 573	2 697	2 693
= Excédent brut d'exploitation	7 707	6 656	6 805	7 233	6 215	5 393	5 878	4 937	4 277	5 409
ELEMENTS DU COMPTE DE RESULTAT										
Excédent brut d'exploitation	7 707	6 656	6 805	7 233	6 215	5 393	5 878	4 937	4 277	5 409
+ Autres produits d'exploitation et financiers	1 254	1 309	1 604	1 376	1 630	1 657	1 434	1 687	1 731	1 560
- Autres charges d'exploitation et financières	864	928	910	1 070	1 274	1 077	1 041	1 195	1 110	1 015
= Profit brut courant avant impôt	8 097	7 037	7 500	7 538	6 572	5 972	6 272	5 429	4 897	5 955

Champ : Entreprises individuelles + sociétés et quasi-sociétés

Source : Insee - Comptes du commerce

Commerce de détail alimentaire en magasin spécialisé

en millions d'euros courants

	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
COMPTE DE PRODUCTION										
Chiffre d'affaires hors TVA	16 817	17 079	17 528	18 067	18 595	16 894	17 485	18 372	18 555	18 575
Ventes de marchandises	15 232	15 429	15 772	16 254	17 179	15 508	15 733	16 825	17 105	16 974
- Coût d'achat des marchandises	9 906	10 012	10 226	10 575	10 855	10 057	9 747	10 381	10 637	10 507
= Marge commerciale (au prix de base)	5 327	5 417	5 546	5 679	6 324	5 451	5 986	6 443	6 468	6 467
+ Production vendue de biens et services	1 585	1 650	1 756	1 813	1 416	1 386	1 752	1 548	1 450	1 601
+ Production stockée et immobilisée	4	16	20	22	27	4	17	20	16	14
= Production totale au prix de base	6 915	7 083	7 322	7 514	7 767	6 841	7 755	8 011	7 934	8 082
- Consommations intermédiaires	2 536	2 664	2 794	2 901	2 194	1 834	1 935	1 787	1 642	1 676
= Valeur ajoutée au prix de base	4 380	4 419	4 528	4 613	5 573	5 007	5 819	6 224	6 292	6 406
COMPTE D'EXPLOITATION										
Valeur ajoutée	4 380	4 419	4 528	4 613	5 573	5 007	5 819	6 224	6 292	6 406
+ Subventions d'exploitation	26	24	27	29	31	22	31	21	21	21
- Frais de personnel	2 198	2 283	2 376	2 495	2 670	2 004	2 282	2 424	2 550	2 493
- Impôts et taxes sur la production	248	261	277	288	280	243	206	211	207	201
= Excédent brut d'exploitation	1 960	1 900	1 902	1 859	2 654	2 783	3 361	3 610	3 557	3 733
ELEMENTS DU COMPTE DE RESULTAT										
Excédent brut d'exploitation	1 960	1 900	1 902	1 859	2 654	2 783	3 361	3 610	3 557	3 733
+ Autres produits d'exploitation et financiers	106	129	121	135	169	73	84	65	58	55
- Autres charges d'exploitation et financières	174	192	194	234	277	150	149	199	222	144
= Profit brut courant avant impôt	1 891	1 837	1 829	1 760	2 547	2 705	3 296	3 476	3 392	3 644

Champ : Entreprises individuelles + sociétés et quasi-sociétés

Source : Insee - Comptes du commerce

Commerce de détail de carburants en magasin spécialisé

en millions d'euros courants

	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
COMPTE DE PRODUCTION										
Chiffre d'affaires hors TVA	9 851	11 186	11 809	11 909	13 757	10 764	12 910	14 493	16 260	16 455
Ventes de marchandises	8 716	10 079	10 661	10 751	13 456	10 534	12 680	14 432	16 111	16 362
- Coût d'achat des marchandises	7 540	8 828	9 377	9 457	11 971	9 652	11 489	12 902	14 738	14 926
= Marge commerciale (au prix de base)	1 177	1 252	1 285	1 295	1 485	882	1 191	1 530	1 373	1 436
+ Production vendue de biens et services	1 134	1 106	1 148	1 157	301	231	230	61	149	93
+ Production stockée et immobilisée	0	2	0	1	10	8	-1	0	1	1
= Production totale au prix de base	2 311	2 359	2 432	2 453	1 796	1 121	1 420	1 592	1 522	1 530
- Consommations intermédiaires	999	1 012	1 064	1 081	826	454	510	486	483	521
= Valeur ajoutée au prix de base	1 313	1 347	1 368	1 372	971	666	910	1 106	1 039	1 008
COMPTE D'EXPLOITATION										
Valeur ajoutée	1 313	1 347	1 368	1 372	971	666	910	1 106	1 039	1 008
+ Subventions d'exploitation	59	64	73	61	24	19	19	19	19	19
- Frais de personnel	969	1 000	1 031	1 034	506	449	463	420	398	434
- Impôts et taxes sur la production	93	101	116	120	280	61	147	404	467	433
= Excédent brut d'exploitation	310	310	294	280	209	176	319	300	194	160
ELEMENTS DU COMPTE DE RESULTAT										
Excédent brut d'exploitation	310	310	294	280	209	176	319	300	194	160
+ Autres produits d'exploitation et financiers	71	68	71	86	59	32	31	33	32	21
- Autres charges d'exploitation et financières	80	84	92	99	52	24	45	49	13	70
= Profit brut courant avant impôt	301	294	274	268	215	184	305	285	213	111

Champ : Entreprises individuelles + sociétés et quasi-sociétés

Source : Insee - Comptes du commerce

Commerce de détail d'équipements de l'information et de la communication en magasin spécialisé

en millions d'euros courants

	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
COMPTE DE PRODUCTION										
Chiffre d'affaires hors TVA	6 840	7 354	7 706	8 159	8 277	7 885	7 326	7 630	7 355	7 242
Ventes de marchandises	5 966	6 346	6 547	6 933	7 502	7 088	6 783	6 853	6 751	6 894
- Coût d'achat des marchandises	4 035	4 340	4 520	4 789	5 603	5 433	5 090	5 375	5 396	5 646
= Marge commerciale (au prix de base)	1 931	2 005	2 027	2 145	1 900	1 655	1 693	1 479	1 354	1 247
+ Production vendue de biens et services	875	1 009	1 159	1 225	775	797	544	777	604	349
+ Production stockée et immobilisée	14	27	18	18	6	9	6	6	8	-7
= Production totale au prix de base	2 820	3 040	3 204	3 388	2 680	2 461	2 242	2 261	1 966	1 589
- Consommations intermédiaires	1 300	1 423	1 526	1 623	1 205	1 124	986	1 019	931	727
= Valeur ajoutée au prix de base	1 520	1 618	1 677	1 765	1 476	1 337	1 257	1 243	1 035	862
COMPTE D'EXPLOITATION										
Valeur ajoutée	1 520	1 618	1 677	1 765	1 476	1 337	1 257	1 243	1 035	862
+ Subventions d'exploitation	7	8	9	10	3	4	5	4	4	4
- Frais de personnel	731	794	847	914	1 012	934	895	970	888	762
- Impôts et taxes sur la production	84	96	107	115	84	81	68	72	75	68
= Excédent brut d'exploitation	713	736	732	746	382	326	299	204	76	36
ELEMENTS DU COMPTE DE RESULTAT										
Excédent brut d'exploitation	713	736	732	746	382	326	299	204	76	36
+ Autres produits d'exploitation et financiers	79	87	90	109	56	56	52	81	35	31
- Autres charges d'exploitation et financières	109	117	121	134	69	44	56	58	48	30
= Profit brut courant avant impôt	683	706	700	721	369	338	295	228	63	37

Champ : Entreprises individuelles + sociétés et quasi-sociétés

Source : Insee - Comptes du commerce

Commerce de détail d'autres équipements du foyer en magasin spécialisé

en millions d'euros courants

	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
COMPTE DE PRODUCTION										
Chiffre d'affaires hors TVA	40 297	42 315	44 559	47 277	48 310	47 670	48 961	48 112	48 583	47 520
Ventes de marchandises	37 569	38 967	40 826	43 321	46 595	45 033	46 671	45 565	46 207	44 800
- Coût d'achat des marchandises	23 909	25 037	26 377	27 899	30 416	28 676	29 620	28 115	28 872	27 882
= Marge commerciale (au prix de base)	13 660	13 930	14 449	15 422	16 179	16 357	17 051	17 450	17 334	16 917
+ Production vendue de biens et services	2 729	3 348	3 732	3 956	1 715	2 638	2 290	2 547	2 376	2 720
+ Production stockée et immobilisée	61	47	64	66	46	40	47	71	83	53
= Production totale au prix de base	16 450	17 325	18 245	19 443	17 940	19 034	19 388	20 068	19 793	19 690
- Consommations intermédiaires	6 981	7 519	8 079	8 698	6 859	8 843	8 860	9 411	9 556	9 425
= Valeur ajoutée au prix de base	9 469	9 806	10 166	10 745	11 081	10 192	10 529	10 657	10 237	10 265
COMPTE D'EXPLOITATION										
Valeur ajoutée	9 469	9 806	10 166	10 745	11 081	10 192	10 529	10 657	10 237	10 265
+ Subventions d'exploitation	24	25	31	27	26	37	44	25	25	25
- Frais de personnel	6 401	6 704	7 015	7 384	7 593	7 277	7 632	7 655	7 600	7 434
- Impôts et taxes sur la production	598	663	705	755	766	777	756	778	799	816
= Excédent brut d'exploitation	2 493	2 464	2 476	2 634	2 748	2 174	2 186	2 250	1 862	2 040
ELEMENTS DU COMPTE DE RESULTAT										
Excédent brut d'exploitation	2 493	2 464	2 476	2 634	2 748	2 174	2 186	2 250	1 862	2 040
+ Autres produits d'exploitation et financiers	402	417	478	591	685	766	685	575	704	585
- Autres charges d'exploitation et financières	492	495	605	639	626	622	553	606	594	508
= Profit brut courant avant impôt	2 403	2 386	2 350	2 586	2 806	2 318	2 317	2 218	1 973	2 118

Champ : Entreprises individuelles + sociétés et quasi-sociétés

Source : Insee - Comptes du commerce

Commerce de détail de biens culturels et de loisirs en magasin spécialisé

en millions d'euros courants

	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
COMPTE DE PRODUCTION										
Chiffre d'affaires hors TVA	14 367	15 192	15 856	16 548	16 225	15 320	16 124	16 701	16 111	16 312
Ventes de marchandises	12 734	13 487	14 109	14 742	14 385	13 424	13 970	14 677	14 327	14 456
- Coût d'achat des marchandises	8 844	9 428	9 959	10 405	9 615	8 696	8 971	9 143	8 930	8 926
= Marge commerciale (au prix de base)	3 890	4 059	4 150	4 337	4 771	4 729	4 999	5 534	5 397	5 530
+ Production vendue de biens et services	1 633	1 705	1 747	1 806	1 839	1 896	2 154	2 024	1 784	1 857
+ Production stockée et immobilisée	10	15	15	15	9	7	7	-43	6	5
= Production totale au prix de base	5 533	5 779	5 912	6 158	6 619	6 631	7 160	7 515	7 187	7 392
- Consommations intermédiaires	2 254	2 440	2 587	2 736	3 395	3 467	3 634	3 635	3 616	3 786
= Valeur ajoutée au prix de base	3 279	3 339	3 325	3 422	3 224	3 164	3 525	3 880	3 571	3 606
COMPTE D'EXPLOITATION										
Valeur ajoutée	3 279	3 339	3 325	3 422	3 224	3 164	3 525	3 880	3 571	3 606
+ Subventions d'exploitation	13	13	16	16	15	13	32	19	19	19
- Frais de personnel	1 859	1 958	2 037	2 146	2 196	2 158	2 209	2 310	2 286	2 324
- Impôts et taxes sur la production	190	209	228	241	243	246	237	254	249	250
= Excédent brut d'exploitation	1 242	1 186	1 076	1 051	800	772	1 112	1 335	1 056	1 051
ELEMENTS DU COMPTE DE RESULTAT										
Excédent brut d'exploitation	1 242	1 186	1 076	1 051	800	772	1 112	1 335	1 056	1 051
+ Autres produits d'exploitation et financiers	223	265	282	354	428	85	153	102	94	97
- Autres charges d'exploitation et financières	176	174	190	221	281	157	195	195	185	200
= Profit brut courant avant impôt	1 289	1 276	1 169	1 184	947	700	1 070	1 243	964	948

Champ : Entreprises individuelles + sociétés et quasi-sociétés

Source : Insee - Comptes du commerce

Autres commerces de détail en magasin spécialisé

en millions d'euros courants

	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
COMPTE DE PRODUCTION										
Chiffre d'affaires hors TVA	87 255	92 686	97 376	100 555	103 632	101 516	107 290	110 863	113 236	115 161
Ventes de marchandises	83 211	88 179	92 549	95 533	101 402	98 015	104 899	107 579	110 695	111 363
- Coût d'achat des marchandises	52 674	55 903	58 731	60 328	64 284	59 617	64 356	66 245	68 074	68 954
= Marge commerciale (au prix de base)	30 537	32 276	33 818	35 205	37 118	38 397	40 543	41 333	42 621	42 409
+ Production vendue de biens et services	4 044	4 507	4 827	5 022	2 230	3 501	2 390	3 284	2 542	3 798
+ Production stockée et immobilisée	37	79	80	83	57	42	58	78	40	52
= Production totale au prix de base	34 618	36 862	38 725	40 310	39 405	41 941	42 991	44 695	45 202	46 258
- Consommations intermédiaires	12 379	13 492	14 394	15 018	11 592	14 840	15 186	16 539	16 749	17 036
= Valeur ajoutée au prix de base	22 239	23 370	24 330	25 293	27 813	27 101	27 805	28 156	28 454	29 222
COMPTE D'EXPLOITATION										
Valeur ajoutée	22 239	23 370	24 330	25 293	27 813	27 101	27 805	28 156	28 454	29 222
+ Subventions d'exploitation	68	73	75	72	97	86	94	81	81	81
- Frais de personnel	12 309	13 137	13 951	14 630	16 239	15 417	15 823	15 402	16 855	17 311
- Impôts et taxes sur la production	1 066	1 187	1 301	1 336	1 398	1 429	1 324	1 345	1 125	1 470
= Excédent brut d'exploitation	8 932	9 120	9 153	9 399	10 273	10 341	10 752	11 489	10 555	10 522
ELEMENTS DU COMPTE DE RESULTAT										
Excédent brut d'exploitation	8 932	9 120	9 153	9 399	10 273	10 341	10 752	11 489	10 555	10 522
+ Autres produits d'exploitation et financiers	649	789	829	923	957	1 034	1 083	1 008	1 154	1 145
- Autres charges d'exploitation et financières	1 432	1 515	1 540	1 698	1 853	1 761	1 719	1 687	1 728	1 687
= Profit brut courant avant impôt	8 150	8 394	8 442	8 625	9 377	9 614	10 115	10 811	9 981	9 980

Champ : Entreprises individuelles + sociétés et quasi-sociétés

Source : Insee - Comptes du commerce

TEXTES OFFICIELS RELATIFS A LA COMMISSION DES COMPTES COMMERCIAUX DE LA NATION

Décret n° 77-292 du 25 mars 1977 portant réforme de la commission des comptes commerciaux de la Nation.

Le Premier ministre, ministre de l'Économie et des Finances, sur le rapport du ministre délégué auprès du Premier ministre chargé de l'Économie et des Finances et du ministre du Commerce et de l'Artisanat.

Vu le décret n° 63-160 du 8 février 1963 portant création d'une commission des comptes commerciaux de la nation.

Décrète :

Article 1 - La commission des comptes commerciaux de la Nation, instituée par le décret précité du 8 février 1963 auprès du Ministre de l'Économie et des Finances, a pour objet, dans le cadre des comptes de la nation, de déterminer la valeur ajoutée par le commerce à la production nationale et d'en analyser les éléments constitutifs.

Article 2 - Le ministre de l'Économie et des Finances préside la commission des comptes commerciaux de la nation. Il en nomme le vice-président en accord avec le ministre du Commerce et de l'Artisanat.

Article 3 - Sont membres de droit de la commission des comptes commerciaux :

Le commissaire du plan d'équipement et de la productivité

Le directeur général des impôts au ministère de l'Économie et des Finances

Le directeur général de la concurrence et des prix au ministère de l'Économie et des Finances

Le directeur général de l'INSEE

Le directeur de la prévision au ministère de l'Économie et des Finances

Le chef du service central de la pharmacie et des médicaments au ministère de la santé

Le directeur de la technologie, de l'environnement industriel et des mines au ministère de l'Industrie et de la Recherche

Le directeur du commerce intérieur au ministère du Commerce et de l'Artisanat

Le directeur de l'artisanat au ministère du Commerce et de l'Artisanat

Article 4 - La commission des comptes commerciaux comprend des représentants des organisations professionnelles du commerce et des personnalités spécialement qualifiées par leur compétence ou leurs travaux en matière économique et commerciale. Ces membres sont nommés conjointement par le ministre de l'Économie et des Finances et le ministre du Commerce et de l'Artisanat.

Article 5 - La commission des comptes commerciaux se réunit sur la convocation du ministre de l'Économie et des Finances.

Article 6 - Le rapport sur les comptes commerciaux de la nation est présenté par l'institut national de la statistique et des études économiques.

Article 7 - Le secrétariat de la commission est assuré par la direction du commerce intérieur au ministère du Commerce et de l'Artisanat.

Article 8 - Le ministre délégué auprès du Premier ministre chargé de l'Économie et des Finances et le ministre du Commerce et de l'Artisanat sont chargés, chacun en ce qui le concerne, de l'exécution du présent décret, qui sera publié au Journal Officiel de la République Française.

Fait à Paris, le 25 mars 1977

Par le Premier ministre,
Raymond BARRE
ministre de l'Économie et des Finances

Le ministre délégué auprès du Premier ministre
chargé de l'Économie et des Finances
Michel DURAFOUR

Le ministre du Commerce
Pierre BROUSSE

RÉPUBLIQUE FRANÇAISE

Ministère de l'Economie,
du Redressement productif
et du Numérique

Arrêté du 27 juin 2014 portant nomination à la Commission des Comptes Commerciaux de la Nation

Le ministre de l'Economie, du Redressement productif et du Numérique,

La Secrétaire d'Etat chargée du commerce, de l'artisanat, de la consommation et de l'économie sociale et solidaire

Vu le décret n° 77-297 du 25 mars 1977 modifiant le décret n° 63-160 du 8 février 1963 portant création d'une commission des comptes commerciaux de la nation ;

Vu l'arrêté du 7 juin 2011 portant nomination à la commission des comptes commerciaux de la nation ;

ARRETE

Article 1^{er}

Sont nommés membres de la commission des comptes commerciaux de la nation pour une durée de trois ans, à compter du 1^{er} janvier 2014 :

En qualité de représentants des organisations professionnelles du commerce :

- Le président national du conseil national des professions de l'automobile ou son représentant;
- Le président de la commission économie de la Fédération des syndicats pharmaceutiques de France ou son représentant;
- Le président de la confédération générale des petites et moyennes entreprises ou son représentant;
- Le président de l'union du grand commerce de centre-ville ou son représentant;
- Le président de la fédération des enseignes du commerce associé ou son représentant;
- Le président de la fédération de la vente directe ou son représentant;
- Le président de la fédération nationale des détaillants en chaussures de France ou son représentant;
- Le président de l'assemblée des chambres françaises de commerce et d'industrie ou son représentant
- Le président de la confédération générale de l'alimentation de détail ou son représentant;
- Le président de la fédération des enseignes de l'habillement ou son représentant ;

Le président de la fédération professionnelle des entreprises du sport et des loisirs ou son représentant;

Le président de la fédération des magasins de bricolage ou son représentant;

Le président de la fédération des entreprises de vente à distance ou son représentant;

Le président du conseil du commerce de France ou son représentant;

Le président de la confédération générale du commerce interentreprises (commerce de gros-commerce international) ou son représentant;

Le président de la fédération des entreprises et de la distribution ou son représentant;

Le président de la fédération française du négoce de l'ameublement et de l'équipement de la maison ou son représentant;

Le président de la fédération française de la franchise ou son représentant.

Article 2

En qualité de personnalités spécialement qualifiées par leurs compétences et leurs travaux en matière économique et commerciale :

Mme Allam (Delila), maître de conférences à l'Université Paris I ;

M. Badot (Olivier), professeur à l'Université Rennes I ;

M. Bénavent (Christophe), professeur à l'Université Paris-Ouest ;

M. Biacabe (Jean-Luc), directeur de la prospective économique et sectorielle de la chambre de commerce et d'industrie de Paris ;

M. Bonneau (Jacques), directeur d'études, TMO Régions ;

M. Bresson (Bernard), secrétaire général de l'Association française de recherches et études statistiques et commerciales ;

Mme Chastenet de Géry (Catherine), enseignant-chercheur à Advancia-Négocia ;

M. Choukroun (Michel), conseil d'entreprises ;

M. Cliquet (Gérard), professeur à l'Université Rennes I ;

M. Dietsch (Michel), professeur à l'Institut d'Etudes Politiques de Strasbourg, Université Robert Schuman ;

M. Ducrocq (Cédric), directeur de Diamart ;

M. Dupuis (Marc), professeur à l'Ecole supérieure de commerce de Paris ;

M. Gallouj (Camal), professeur à l'Université Paris XIII ;

M. Ladoux (Gérard), secrétaire général de l'association pour le commerce et les services en ligne ;

Mme Lemarchand (Nathalie), professeure à l'Université Paris VIII-Vincennes-Saint-Denis ;

M. Merlière (Yvon), directeur général du centre de recherche pour l'étude et l'observation des conditions de vie ;

M. Moati (Philippe), professeur à l'Université Paris-Diderot ;

M. Volle (Pierre), professeur en sciences de gestion à l'Université Paris-Dauphine.

Article 3

Sont nommés :

Vice-président de la commission : M. Merlière (Yvon) ;

Rapporteur général de la commission: le chef de la division commerce de l'INSEE ;

Secrétaire général de la commission : le chef du bureau des activités artisanales et commerciales à la direction générale de la compétitivité, de l'industrie et des services.

Article 4

Le directeur général de la compétitivité, de l'industrie et des services est chargé de l'exécution du présent arrêté, qui sera publié au Bulletin officiel du ministère de l'Economie, du Redressement productif et du Numérique et du ministère des Finances et des Comptes Publics.

Fait à Paris, le **27 JUIN 2014**

Le ministre de l'économie, du redressement
productif et du numérique


Arnaud MONTEBOURG

La Secrétaire d'Etat chargée du
commerce, de l'artisanat, de la
consommation
et de l'économie sociale et solidaire


Carole DELGA

REPUBLIQUE FRANCAISE

MINISTERE DE L'ECONOMIE, DE L'INDUSTRIE ET DU NUMERIQUE

SECRETARIAT D'ETAT CHARGÉ DU COMMERCE, DE L'ARTISANAT, DE LA CONSOMMATION ET DE
L'ECONOMIE SOCIALE ET SOLIDAIRE

ARRETE 19 MAI 2015

portant nomination à la Commission des comptes commerciaux de la nation

NOR :

Le ministre de l'économie, de l'industrie et du numérique et la secrétaire d'état chargée du commerce, de l'artisanat, de la consommation et de l'économie sociale et solidaire

VU le décret n° 63-160 du 8 février 1963 portant création d'une commission des comptes commerciaux de la nation ;
VU le décret n° 77-297 du 25 mars 1977 portant réforme de la commission des comptes commerciaux de la nation ;
VU les arrêtés des 16 avril 2002, 28 juillet 2003 et 7 septembre 2004 portant nominations à la Commission des comptes commerciaux de la nation ;
VU l'arrêté du 22 novembre 2005 portant nominations à la Commission des comptes commerciaux de la nation ;
VU l'arrêté du 9 juin 2008 portant nominations à la Commission des comptes commerciaux de la nation, notamment ses articles 2 et 3.
VU l'arrêté du 27 juin 2014 portant nominations à la Commission des comptes commerciaux de la nation ;

ARRETEMENT :

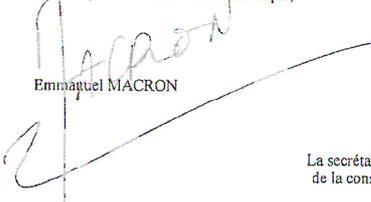
Article 1^{er} – M. Régis Bigot, directeur général du centre de recherche pour l'étude et l'observation des conditions de vie est nommé en remplacement de M. Yvon Merlière en qualité de personnalité spécialement qualifiée pour sa compétence et ses travaux en matière économique ou commerciale.

Article 2 – M. Bigot Régis est désigné comme vice-président de la Commission des comptes commerciaux de la Nation.

Article 3 – Le directeur général des entreprises est chargé de l'exécution du présent arrêté qui sera publié au Bulletin officiel de l'administration centrale des ministères économiques et financiers.

Fait le 19 MAI 2015

Le ministre de l'économie, de l'industrie et du numérique,


Emmanuel MACRON

La secrétaire d'État chargée du commerce, de l'artisanat,
de la consommation et de l'économie sociale et solidaire,


Carole DELGA

BIBLIOGRAPHIE

1. LES COMPTES DU COMMERCE (publication annuelle)

Collection « **Comptes nationaux** » :

Le commerce en 2014, Rapport sur la situation du commerce - Insee (www.insee.fr)
Le commerce en 2013, Rapport sur la situation du commerce - Insee (www.insee.fr)
Le commerce en 2012, Rapport sur la situation du commerce - Insee (www.insee.fr)
Le commerce en 2011, Rapport sur la situation du commerce - Insee (www.insee.fr)
Le commerce en 2010, Rapport sur la situation du commerce - Insee (www.insee.fr)
Le commerce en 2009, Rapport sur la situation du commerce - Insee (www.insee.fr).

Collection « **Synthèses** » :

N° 80 Le commerce en 2002 (Août 2004)
N° 69 Le commerce en 2001 (avril 2003)
N° 60 Le commerce en 2000 (mars 2002)
N° 53-54 Le commerce en 1999 (août 2001)

Collection « **Insee-résultats (Économie générale)** » :

N° 160-161 Les comptes du commerce en 1996 (janvier 1998)
N° 138-139 Les comptes du commerce en 1995 (janvier 1997)

Collection « **Insee première** » :

N°1556 « Le commerce en 2014. L'activité redémarre timidement », juin 2015
N°1504 « Le commerce en 2013. L'activité reste freinée par la faiblesse de la demande intérieure », juin 2014
N°1457 « Le commerce en 2012. Le secteur n'échappe pas à la crise », juillet 2013
N°1407 « Le commerce en 2011. Les ventes ont continué de se redresser », juillet 2012
N°1363 « Le commerce en 2010, retour contrasté à la croissance », août 2011
N°1322 « Le commerce en 2009, baisses de l'activité et de l'emploi », novembre 2010
N°1244 « Le commerce en 2008, ralentissement de l'activité », juin 2009
N°1198 « Le commerce en 2007, une année dynamique », juin 2008
N°1138 « Le commerce en 2006, seul le commerce de détail maintient sa croissance », juin 2007
N°1079 « Le commerce en 2005, une activité qui ralentit », mai 2006
N°1023 « Le commerce en 2004 », juin 2005
N° 965 « Le commerce en 2003 », mai 2004

2. RÉSULTATS D'ENQUÊTES

- **L'Enquête Annuelle d'Entreprise (EAE) et l'enquête sectorielle annuelle (ÉSA)**

www.insee.fr

- Principales caractéristiques des entreprises en 2008, 2009, 2010, 2011 et 2012
- l'Enquête annuelle d'entreprises dans le commerce de gros 2007
- l'Enquête annuelle d'entreprises dans le commerce de détail et le commerce automobile 2006

- **Les Enquêtes Thématiques**

Insee Résultats - Enquête sur les réseaux du commerce de détail en 2009

Insee Résultats - Enquête sur les technologies de l'information et de la communication et le commerce électronique en 2014

Insee Résultats - Enquête sur les réseaux du commerce de détail en 2006

Insee Résultats - Enquête sur les points de vente du commerce de détail en 2004

3. INDICES MENSUELS DE CHIFFRES D'AFFAIRES ET RÉSULTATS DES ENQUÊTES DE CONJONCTURE DANS LE COMMERCE

Collection Informations rapides, thème « **Activité dans le commerce et les services** », Insee
Bulletin mensuel de statistique de l'Insee

4. ANALYSES DIVERSES SUR LE COMMERCE

Collection Insee première :

- N°1576 « Le commerce de détail d'optique depuis 2003, une croissance en trompe-l'œil », novembre 2015
N°1547 « Les acteurs de la vente en ligne en 2014, vers une meilleure articulation avec les points de vente physiques », mai 2015
N°1533 « Le temps des courses depuis 1974 : de moins en moins fréquentes et toujours plus longues le samedi », janvier 2015
N°1525 « Les pharmacies depuis 2000. Mutations d'un secteur très réglementé », décembre 2014
N°1517 « Le commerce de biens culturels à l'heure d'Internet et de la dématérialisation », octobre 2014
N°1489 « Le commerce électronique en 2012 : Les pure-players dominent les ventes web du commerce de détail », fév. 2014
N°1459 « Le commerce spécialisé d'habillement-chaussures : des petites entreprises dynamiques dans un secteur qui se concentre », juillet 2013
N° 1453 « En 2012, plus d'une personne sur deux a déjà acheté sur Internet », juin 2013
N° 1404 « Grandes surfaces et réseaux d'enseignes dominent le commerce de détail », juin 2012
N° 1386 « Le commerce de bricolage : sur un marché dynamique, des acteurs toujours plus costauds », janvier 2012
N° 1373 « Le commerce d'articles de sport et loisir : avant la crise, un secteur en forte expansion », octobre 2011
N°1359 « Le commerce alimentaire spécialisé : déclin enrayé ? », juin 2011
N°1358 « Travailler dans le commerce de détail ou l'artisanat commercial », juin 2011
N°1310 « Les relations contractuelles au sein des réseaux du commerce », août 2010
N°1298 « Les réseaux d'enseignes dans l'habillement », juin 2010
N°1292 « Le commerce de proximité », mai 2010
N°1269 « Les réseaux dans le commerce - groupements dans l'alimentaire, succursales dans l'habillement », décembre 2009
N°1268 « Le commerce de détail en Europe - diversité et convergence des tissus commerciaux », décembre 2009
N°1267 « L'activité des pharmacies de 2000 à 2006 - Dynamisme du chiffre d'affaires, fléchissement de la marge commerciale », novembre 2009
N°1245 « A la campagne, comme à la ville, des commerces traditionnels proches de la population », juin 2009
N°1200 « Les déchets des grands établissements commerciaux en 2006 », juillet 2008
N°1140 « Les réseaux d'enseignes, très présents dans le commerce », juin 2007
N°1115 « Les groupes dans le commerce: une présence croissante », janvier 2007
N°1095 « Les points de vente en 2004, les grandes surfaces grignotent aussi le non-alimentaire », août 2006
N°1040 « Le commerce électronique, une demande en expansion, une offre qui s'adapte », septembre 2005
N°999 « Les acteurs du commerce électronique », janvier 2005
N° 992 « Le partenariat inter-entreprises dans le grand commerce et les services aux entreprises », déc.2004
N° 955 « Activité des pharmacies et revenus des pharmaciens », avril 2004
N° 936 « Les filiales commerciales des groupes industriels : un rôle majeur », décembre 2003
N° 935 « Le commerce de gros s'adapte aux pressions du marché », décembre 2003
N° 891 « Hypermarchés et grand commerce spécialisé : séduire et fidéliser sa clientèle par l'innovation », avril 2003
N° 874 « L'innovation : une stratégie dans le tertiaire lié aux entreprises », décembre 2002
N° 842 « Le commerce de détail sous enseigne : centenaire, il s'informatise », avril 2002
N° 831 « Les petites entreprises du commerce depuis 30 ans : beaucoup moins d'épicerie, un peu plus de fleuristes », février 2002
N° 771 « Le commerce de détail s'initie à la vente par Internet », avril 2001
N° 686 « Grandes surfaces alimentaires : vers le modèle américain en matière de services ? », décembre 1999
N° 638 « Commerce du bricolage : l'informatique fédère les entreprises dans les réseaux », mars 1999
N° 636 « De la grande surface au marché : à chacun ses habitudes », mars 1999
N° 634 « Électronique domestique : les nouveaux lieux d'achat », février 1999
N° 609 « Fidélité aux enseignes, fidélité aux marques : les choix des consommateurs », septembre 1998
N° 597 « Le commerce du sport : un secteur en forme », juillet 1998
N° 567 « Marché de l'habillement : les enseignes développent leurs marques », janvier 1998
N° 485 « Mondialisation industrielle, le rôle des filiales de commerce de gros des groupes étrangers », sept. 1996
N° 465 « Le commerce de gros non alimentaire : ouverture internationale », juin 1996

Collection Insee-Focus :

- N°45 « Des marges commerciales variées selon les produits, mais proches entre grandes surfaces », novembre 2015.
N°28 « En 2013, l'emploi dans le commerce de gros n'a pas retrouvé son niveau d'avant la crise », mai 2015.

Collection Insee-Analyses :

- N°16 « Les réformes des relations commerciales des années 2000 ont-elles restauré la concurrence par les prix ? », fév. 2014.

Collection Références :

- Les entreprises en France – Insee Références édition 2013 (dossier « La productivité dans le commerce : l'impact du renouvellement des entreprises, de l'innovation et de l'appartenance à un réseau »)
Le commerce en France - Insee Références édition 2011 .

Collection Économie et Statistique :

- « Le grand commerce spécialisé s'affirme face aux hypermarchés » - n°344, 2001
- « Relations producteurs-distributeurs : les enseignements du secteur de l'habillement » - n°303, 1997
- « Le commerce de détail en Europe : nouveaux marchés et spécialisation » - n°267, 1993

Collection Insee-Résultats :

- N°141 soc - Les salaires dans l'industrie, le commerce et les services en 2010
- N°60 éco - Enquête sur les points de vente du commerce de détail en 2009, sept 2012
- N° 57 éco - Créations et créateurs d'entreprises sous le régime de l'auto-entrepreneur - Enquête auto-entrepreneurs 2010
- N° 43 éco - Les déchets non dangereux des grands établissements commerciaux en 2006, juillet 2009
- N°32 éco - Enquête sur les réseaux du commerce de détail en 2006, sept. 2007
- N°29 éco - Enquête sur les points de vente du commerce de détail en 2004, mai 2007
- N° 131 - Les réseaux de commercialisation de l'habillement , août 1997
- N° 86 - Les points de vente du commerce de détail : enquête établissement de 1992 (mai 1995)

Collection Documents de travail de l'Insee :

- La concurrence du hard discount : quels effets sur les prix et l'emploi ?, N°E2015/01
- Réglementer ou libéraliser : les relations commerciales en France des années 1990 aux années 2000, N°E2014/02
- L'activité des officines pharmaceutiques et les revenus de leurs titulaires - situation en 2006 et évolutions depuis 2001, N°E2009/04
- Rapport du groupe de travail sur le commerce électronique, N°E2008/09
- Caractérisation d'environnement local des magasins, N° E2008/08