

---

# VUE D'ENSEMBLE

---



## Le commerce en 2006

Jean-Yves Fournier, Christophe Michel, Vincent Vicaire\*

**En 2006, sur fond de croissance économique modérée, les secteurs du commerce affichent des résultats mitigés. Dans le commerce de gros, l'activité ralentit après deux années de croissance relativement soutenue. Cette contre-performance provient en partie de la baisse sensible des ventes du commerce de produits agricoles bruts. Elle découle aussi du ralentissement des autres secteurs, même des plus dynamiques comme les biens d'équipement professionnel et les biens de consommation non alimentaires. Dans le commerce de détail et l'artisanat commercial, la croissance se maintient en 2006 comme en 2005, à un rythme légèrement inférieur à celui des années 2002 à 2004. Ce sont toujours les commerces non alimentaires spécialisés et les pharmacies qui progressent le plus. L'activité du commerce et de la réparation automobile stagne également en 2006.**

**L'emploi salarié progresse peu en 2006 dans l'ensemble du commerce. Sa progression est presque exclusivement portée par le commerce de détail.**

**De même, l'augmentation du nombre d'entreprises commerciales en 2006 est seulement imputable au commerce de détail.**

En 2006, seul le commerce de détail maintient sa croissance. De fait, la consommation des ménages dite commercialisable, acquise pour l'essentiel auprès des entreprises du commerce de détail, progresse de 1,6 % en volume. C'est plus d'un demi-point en dessous du taux moyen observé sur la période 1999-2005. C'est dans l'ensemble du commerce de détail et de l'artisanat commercial (boulangeries, pâtisseries, charcuteries) que la progression des ventes est la plus forte (+ 2,1 % en volume). Après deux années de hausse soutenue, les ventes du commerce de gros et des intermédiaires du commerce ont fortement ralenti en volume en 2006 (+ 1,6 % après + 3,9 % en 2005). Ce ralentissement est à l'œuvre dans tous les secteurs. Dans le commerce et réparation automobile, le volume des ventes stagne en 2006. Seul le secteur commerce et réparation de motocycles confirme sa progression.

### Fort ralentissement des ventes du commerce de gros

Les ventes de marchandises du commerce de gros (hors intermédiaires) progressent assez faiblement en volume en 2006 (+ 1,3 %) après deux années de croissance relativement soutenue (+ 4,2 % en 2004 et + 4,1 % en 2005). Depuis 2000, seule l'année 2003 avait connu une progression plus faible, à + 0,5 % (figure 1).

Le commerce de gros de produits agricoles bruts est le principal responsable de la baisse de ses ventes en volume, baisse de presque 9 %, en raison du retour à un niveau moyen des récoltes de céréales en 2005. Ce niveau, ainsi qu'une nouvelle campagne céréalière 2006 moyenne et la résorption du stock de report, sont à l'origine d'une augmentation soutenue des prix. La situation est aussi morose pour d'autres grossistes : ceux qui commercialisent des produits alimentaires (+ 0,4 % en volume) et ceux qui vendent des produits intermédiaires (+ 0,7 %).

---

\* Jean-Yves Fournier, Christophe Michel et Vincent Vicaire appartiennent à la division Commerce de l'Insee.

Toutefois, même parmi ceux-ci, des exceptions demeurent : les ventes des grossistes en boissons ont fortement augmenté en volume, et les grossistes en matériaux de construction continuent de profiter du dynamisme du bâtiment et des travaux publics. De surcroît, dans certains secteurs (minerais et métaux, carburants), les prix augmentent fortement et font plus que compenser la baisse des volumes. Les autres secteurs portant la croissance en volume sont traditionnellement les biens d'équipement professionnel (+ 4,9 %) et les biens de consommation non alimentaires (+ 3,1 %), mais leurs taux de progression sont malgré tout bien en deçà des tendances passées.

## 1. Ventes de marchandises du commerce de gros

	Évolution en volume au prix de l'année précédente (en %)							Contribution à la croissance du commerce de gros 2006 (en %)	Valeur 2006 (milliards €)
	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006		
<b>Commerce de gros de :</b>									
biens d'équipement professionnel	9,1	10,4	3,7	3,6	10,7	7,0	4,9	1,1	110,0
biens de consommation non alimentaires	8,6	7,3	7,2	5,4	2,8	6,1	3,1	0,7	103,3
biens intermédiaires non agricoles	3,2	2,5	2,9	-3,0	2,3	-0,1	0,7	0,3	120,8
produits alimentaires	1,9	0,4	-3,1	-2,3	3,3	2,5	0,4	0,1	105,3
produits agricoles bruts	1,8	-4,6	2,8	-1,8	-2,2	6,7	-8,8	-0,8	44,8
<b>Commerce de gros (hors intermédiaires du commerce)</b>	<b>5,2</b>	<b>4,1</b>	<b>2,6</b>	<b>0,5</b>	<b>4,2</b>	<b>4,1</b>	<b>1,3</b>	<b>1,3</b>	<b>490,1</b>
Intermédiaires du commerce	11,6	8,3	0,4	2,3	5,4	2,9	2,8	///	101,4
<b>Commerce de gros et intermédiaires</b>	<b>6,2</b>	<b>4,7</b>	<b>2,3</b>	<b>0,8</b>	<b>4,4</b>	<b>3,9</b>	<b>1,6</b>	<b>///</b>	<b>591,5</b>

Source : Insee, comptes du commerce.

## Croissance modérée du commerce de détail

Les ventes de l'ensemble du commerce de détail et de l'artisanat à caractère commercial progressent de 2,1 % en volume en 2006, après 2,0 % en 2005, toutes taxes comprises (figure 2). La croissance de ces deux dernières années est en léger retrait par rapport à la période précédente. Les ventes des pharmacies et commerces d'articles médicaux progressent de 7,8 %, conformément à leur tendance, mais ils constituent un secteur atypique relevant davantage du secteur administré par l'État que de l'économie libre.

Hors pharmacies, la croissance en volume des ventes des détaillants se réduit à 1,6 %. Les ventes du commerce non alimentaire spécialisé continuent à prospérer, avec une progression de 4,3 % en 2006 ; il réalise environ un tiers des ventes au détail, mais assure la totalité de leur croissance. Les spécialistes de l'équipement du foyer sont particulièrement dynamiques. Ils sont portés notamment par l'essor des produits numériques et par la baisse des prix. Les magasins spécialisés dans l'aménagement de l'habitat et la culture, les sports et les loisirs ralentissent quelque peu, tout en conservant une croissance importante.

En volume, les ventes des secteurs alimentaires sont à peu près stables et ne contribuent donc pas à la croissance de l'ensemble. Celles des grandes surfaces d'alimentation générale stagnent en 2006 comme en 2005, malgré l'accroissement de la surface du parc. Selon les données provisoires, la surface de vente des hypermarchés s'est accrue de 131 500 mètres carrés en 2006, surface proche de la moyenne observée depuis 1997. Pour la

deuxième année consécutive, les ouvertures de magasins, par opposition aux agrandissements et transformations, contribuent de façon significative à cet accroissement. Les ventes des magasins d'alimentation spécialisée et d'artisanat commercial progressent très légèrement en 2006, ce qui constitue un redressement après trois années de repli. À l'inverse, les ventes des petites surfaces d'alimentation générale diminuent un peu en 2006 après avoir ralenti en 2005 et 2004.

La vente à distance (commerce hors magasin) progresse modérément, trop peu pour contribuer positivement à la croissance de l'ensemble du commerce de détail : le commerce électronique connaît une forte expansion, mais ne représente qu'une partie de la vente à distance ; celle-ci est encore dominée par les grandes sociétés de vente par correspondance, qui régressent en 2006.

## 2. Activité des formes de vente<sup>1</sup> du commerce de détail

Forme de vente	Évolution en volume au prix de l'année précédente (en %)							Contribution <sup>2</sup> (en %)	Valeur 2006 (milliards €)
	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006		
<b>Ensemble commerce de détail et artisanat commercial, dont :</b>	<b>4,4</b>	<b>2,9</b>	<b>2,5</b>	<b>2,3</b>	<b>2,6</b>	<b>2,0</b>	<b>2,1</b>	<b>///</b>	<b>431,8</b>
Pharmacies et commerce d'articles médicaux et orthopédiques	8,0	7,3	6,9	6,4	7,6	5,5	7,8	///	36,3
<b>Commerce de détail et artisanat commercial<sup>3</sup></b>	<b>4,1</b>	<b>2,5</b>	<b>2,1</b>	<b>2,0</b>	<b>2,2</b>	<b>1,7</b>	<b>1,6</b>	<b>1,6</b>	<b>395,5</b>
Alimentation spécialisée et artisanat commercial <sup>4</sup>	3,1	-1,9	0,6	-2,4	-2,0	-0,6	0,5	0,0	34,0
Petites surfaces d'alimentation générale et magasins de produits surgelés	-0,7	2,0	0,8	1,7	1,3	0,3	-0,5	0,0	15,9
Grandes surfaces d'alimentation générale	2,7	1,1	1,4	1,9	0,6	-0,1	-0,1	-0,1	168,2
Grands magasins et autres magasins non alimentaires non spécialisés	8,2	1,0	0,7	1,1	5,1	0,7	1,8	0,0	6,8
Magasins non alimentaires spécialisés	6,8	5,8	4,1	3,2	4,7	4,3	4,3	1,6	147,8
Commerce hors magasin	1,8	1,0	0,3	3,0	5,9	2,9	0,4	0,0	20,6
<b>Ensemble commerce et réparation automobile</b>	<b>1,8</b>	<b>5,6</b>	<b>0,8</b>	<b>-1,3</b>	<b>2,0</b>	<b>2,5</b>	<b>0,0</b>	<b>///</b>	<b>133,5</b>

1. L'activité de certaines grandes entreprises relève de deux ou plusieurs formes de vente ; ainsi, les ventes d'une entreprise peuvent être réparties entre les formes de vente d'hypermarchés, de supermarchés et de petites surfaces d'alimentation.

2. Contribution à la croissance en 2006, des ventes de l'ensemble du commerce de détail et de l'artisanat commercial, hors pharmacies et hors commerce d'articles médicaux et orthopédiques (en volume).

3. Hors pharmacies et commerces d'articles médicaux et orthopédiques.

4. Boulangeries, pâtisseries, charcuteries.

Source : Insee, comptes du commerce.

## Stagnation dans l'automobile, croissance dans le motocycle

En 2006, les ventes au détail de l'ensemble des secteurs du commerce et de la réparation automobile stagnent en volume (0,0 %) et progressent de 2,3 % en valeur (*sources*). Leur taux de croissance est en retrait sensible de deux points par rapport à 2004 et 2005. Le secteur du commerce de véhicules fournit la principale contribution positive à cette croissance (0,3 point) du fait de son poids prépondérant, malgré une progression très modeste (0,4 %). Le nombre d'immatriculations de véhicules particuliers neufs recule nettement en 2006. Les marques étrangères progressent à peine en nombre de véhicules tandis que les marques françaises reculent fortement (-6,1 %). Le secteur commerce et réparation de motocycles poursuit sa belle croissance (+2,9 % en volume), mais contribue peu à celle de l'ensemble. Les ventes du secteur de l'entretien et réparation stagnent en volume

en 2006, en partie grâce à une nouvelle diminution du nombre des accidents de la route. Le commerce de détail de carburants fournit une contribution négative plus importante (- 0,4 point), à cause de la nouvelle hausse du prix des carburants (+ 6,0 %) qui a pesé sur le volume des ventes.

## L'alimentaire perd des parts de marché

En 2006, l'ensemble du commerce de détail et de l'artisanat à caractère commercial assure 83,6 % des ventes de produits commercialisables hors ventes de véhicules automobiles (*définitions*). Les secteurs du commerce et de la réparation automobile réalisent 10,2 % de ces ventes (pièces détachées et carburant). Les autres secteurs (grossistes, producteurs et prestataires de services) réalisent le complément lors de ventes directes aux particuliers, soit 6,2 % du total des ventes au détail de marchandises. Le partage de ce marché, qui atteint 517 milliards d'euros en 2006, évolue peu au cours du temps entre les trois grandes formes de vente (*figure 3*). On peut discerner sur le moyen terme (1999-2006) les tendances suivantes : léger recul de la part des grandes surfaces alimentaires à 32,6 % (effritement de 1,8 point), recul de 0,8 point de la part des commerces alimentaires spécialisés, progression de 1,4 point des commerces non alimentaires spécialisés, et enfin développement de la part des pharmacies (0,9 point). Ces modifications sont cohérentes avec la lente évolution des parts de budget que les ménages consacrent aux divers postes de dépenses.

### 3. Parts de marché de l'ensemble des produits commercialisables<sup>1</sup>

en %

Forme de vente	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006
Alimentation spécialisée, artisanat commercial et petites surfaces d'alimentation générale	10,4	10,2	10,1	10,2	10,1	10,0	9,7	9,7
Grandes surfaces d'alimentation générale	34,4	34,4	34,2	34,1	34,1	33,5	33,0	32,6
Grands magasins et autres magasins non alimentaires non spécialisés	1,4	1,4	1,4	1,4	1,4	1,4	1,3	1,3
Pharmacies et commerce d'articles médicaux et orthopédiques	6,1	6,2	6,3	6,5	6,6	6,8	6,9	7,0
Magasins non alimentaires spécialisés (y compris réparation, hors pharmacies)	27,6	27,9	28,3	28,6	28,4	28,6	28,7	29,0
Commerce hors magasin	4,3	4,1	4,1	4,0	4,0	4,1	4,1	4,0
<b>Ensemble commerce de détail et artisanat à caractère commercial</b>	<b>84,1</b>	<b>84,3</b>	<b>84,5</b>	<b>84,7</b>	<b>84,5</b>	<b>84,3</b>	<b>83,7</b>	<b>83,6</b>
Ventes au détail du commerce automobile <sup>2</sup>	9,2	9,2	9,1	9,1	9,2	9,4	10,0	10,2
Autres ventes au détail <sup>3</sup>	6,7	6,5	6,4	6,3	6,3	6,2	6,2	6,2
<b>Ensemble des ventes au détail et réparations</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>
<b>Ensemble des ventes au détail et réparations (milliards €)</b>	<b>397</b>	<b>421</b>	<b>441</b>	<b>456</b>	<b>473</b>	<b>489</b>	<b>503</b>	<b>517</b>

1. Hors véhicules automobiles.

2. À l'exclusion des ventes et réparations de véhicules automobiles, y compris les ventes et réparations de motocycles.

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

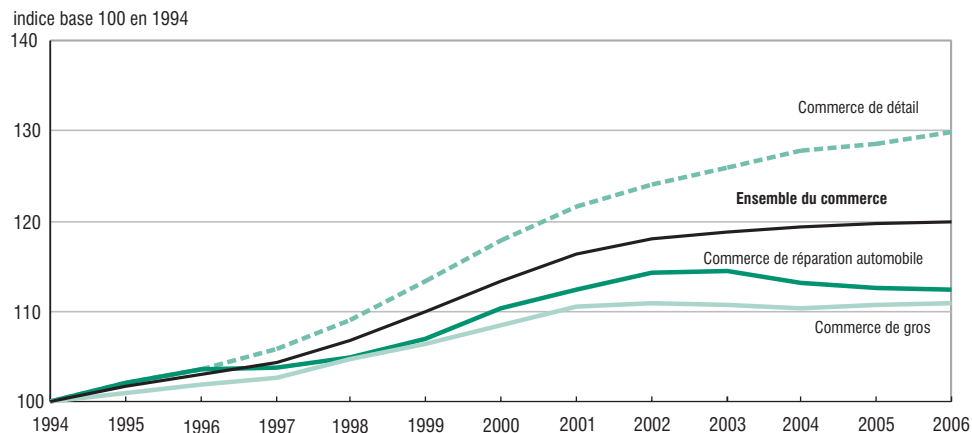
Source : Insee, *comptes du commerce*.

## Faible croissance de l'emploi salarié

Fin 2006, plus de trois millions de salariés travaillent dans le commerce, soit 19 % des salariés de l'ensemble des secteurs principalement marchands. En moyenne annuelle en 2006, les secteurs commerciaux emploient 19 100 salariés de plus qu'en 2005, soit une

hausse de 0,6 %. Cette hausse provient essentiellement du commerce de détail (+ 1,1 %). L'emploi salarié stagne dans le commerce de gros (+ 0,1 %) et dans le commerce et la réparation automobile (- 0,1 %) (figure 4).

#### 4. Évolution des effectifs salariés dans le commerce en moyenne annuelle

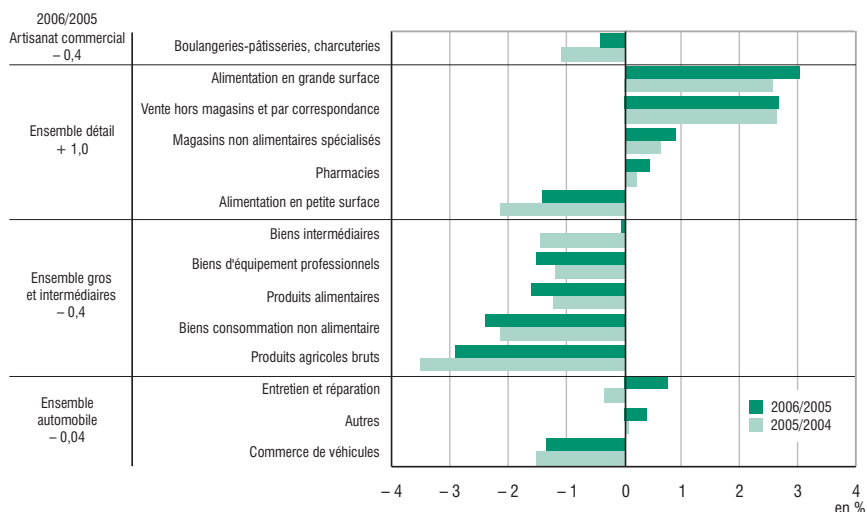


Source : Insee, comptes du commerce.

#### Légère hausse du nombre d'entreprises

Après avoir ralenti en 2005, le nombre d'entreprises du commerce et de l'artisanat commercial augmente de 0,4 % en 2006 (figure 5). Cette phase de croissance amorcée en 2003 fait suite à cinq années de stagnation. Mais la hausse en 2006 n'est portée que par le commerce de détail avec + 1 % (hors artisanat commercial). Dans l'artisanat commercial, le nombre

#### 5. Évolution du nombre d'entreprises par grands secteurs commerciaux



Source : Insee, Sirene.

d'entreprises continue de se réduire, mais à un rythme ralenti : -0,4 % après -1,1 % en 2005. Cette hausse globale dans le commerce de détail compense en partie le nouveau recul du commerce de gros (-0,4 %) ; comme en 2005, tous les secteurs sont touchés, à l'exception des grossistes non spécialisés, et même les secteurs dont les ventes affichent des croissances positives, comme les biens d'équipement professionnel ou les biens de consommation non alimentaires. Dans le commerce et la réparation automobile, le nombre d'entreprises se stabilise en 2006, après plusieurs années de baisse, même si dans la vente de véhicules automobiles, leur nombre diminue encore en 2006. ■

---

## Sources

Les comptes du commerce s'insèrent dans le cadre des comptes nationaux et sont publiés en « base 2000 ». Ils sont établis selon les concepts et définitions du système européen des comptes (SEC 1995). Les ventes sont issues du compte spécialisé du commerce présenté deux fois par an à la Commission des comptes commerciaux de la Nation en juin et décembre (CCCN). À la commission de juin 2007 ont été présentées les premières estimations détaillées de l'année 2006 ; ces données sont dites provisoires. Les évaluations des ventes de 2005 sont celles d'un compte dit semi-définitif ; elles seront révisées en décembre 2007. Les ventes de 2004 et celles des années antérieures sont au compte définitif.

## Définitions

**Évolution des ventes « en volume » ou aux prix de l'année précédente** : pour une année donnée, elle s'obtient en déflant l'évolution des ventes en valeur par un indice mesurant l'évolution des prix par rapport à l'année précédente. Pour les commerces de détail et automobile, cet indice de prix est obtenu à partir de l'évolution des prix de la consommation des ménages, issue des comptes nationaux et de la structure des ventes du secteur de l'année. Pour le commerce de gros, les prix de vente des produits sont élaborés à partir de différents indicateurs disponibles : prix de vente des industriels, prix des producteurs agricoles, prix sur le marché de gros à Rungis, prix du commerce extérieur...

Les ventes présentées ici diffèrent du chiffre d'affaires réalisé par les secteurs commerciaux pour différentes raisons. Elles ne comprennent pas les ventes de services facturées aux clients ou aux fournisseurs, ni celle des biens produits. Dans le commerce de détail, certains commerçants travaillent « à la commission » et par conséquent n'incluent dans leur chiffre d'affaires que les commissions perçues (débitants de tabac, marchands de journaux...) ; les ventes correspondantes sont alors estimées pour se rapprocher de la consommation des ménages en valeur.

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

## Pour en savoir plus

« La situation du commerce en 2006 », présenté à la Commission des comptes commerciaux de la Nation en juin 2007 en ligne dans la rubrique « Document de travail » sur [www.insee.fr](http://www.insee.fr)

« Le commerce en 2005 », *Collection comptes nationaux*, Insee.

« Le commerce en France », *Insee Références*, édition 2006.

---