

## Le commerce en 2008 : ralentissement de l'activité

Christophe Michel, Sophie O'Prey et Vincent Vicaire\*

**En 2008, l'activité décélère dans les trois grands secteurs du commerce. Dans le commerce de détail et l'artisanat commercial, les ventes sont toujours tirées par les commerces non alimentaires spécialisés et les pharmacies, mais ralentissent malgré tout par rapport à 2007 ; elles baissent en volume dans le commerce alimentaire, notamment les grandes surfaces. Dans le commerce de gros, les ventes décélèrent y compris dans les activités habituellement les plus dynamiques, comme le commerce de biens d'équipement professionnel et le commerce de biens de consommation non alimentaires ; elles reculent dans les autres secteurs, hormis le commerce de gros en produits agricoles bruts qui fait exception grâce au dynamisme des marchés céréaliers. Dans les secteurs du commerce et de la réparation automobiles, l'activité est en recul.**

**Dans l'ensemble du commerce, l'emploi salarié progresse faiblement en moyenne annuelle ; en revanche, il baisse en glissement au dernier trimestre 2008, c'est-à-dire par rapport au même trimestre de l'année précédente.**

**Le nombre d'entreprises progresse légèrement et les créations sont moins nombreuses ; elles représentent toujours un quart des créations de l'économie.**

En 2008, l'activité dans le commerce décélère, après une année 2007 dynamique dans l'ensemble des secteurs. C'est dans le commerce et la réparation automobiles que le coup de frein est le plus important puisque les ventes y diminuent de 2,8 % en volume, après une croissance de 2,4 % en 2007. Le ralentissement est également très net dans le commerce de détail et l'artisanat commercial (boulangeries, pâtisseries, charcuteries), dont les ventes stagnent en volume (+ 0,2 %) après une belle performance en 2007 (+ 3,4 %). Ces divers ralentissements ou baisses d'activité se manifestent dans le repli de 0,4 % en volume de la consommation dite commercialisable des ménages (*définitions*), acquise pour l'essentiel auprès des entreprises du commerce de détail. Elle avait augmenté de 2,4 % en moyenne sur la période 1999-2007.

### Le commerce de détail marque le pas

En 2008, dans le commerce de détail et l'artisanat commercial, les ventes au détail atteignent 463 milliards d'euros, toutes taxes comprises (*figure 1*). Elles marquent le pas (+ 0,2 % en volume) après une croissance soutenue de + 2,9 % par an sur la période 1999-2007. Les ventes des pharmacies et des commerces d'articles médicaux et orthopédiques progressent en volume de 4,0 % en 2008, ce qui est inférieur à la croissance des années antérieures. Hors pharmacies, les ventes des détaillants se replient légèrement (- 0,2 %).

Le commerce non alimentaire spécialisé représente un peu plus du tiers des ventes de l'ensemble du commerce de détail. Dans ce secteur, les ventes contribuaient fortement à la dynamique d'ensemble ces dernières années, mais elles sont désormais touchées par la crise : elles ne progressent ainsi que de 1,5 % en volume en 2008, contre 5,5 % par an de 2005 à 2007. Si l'équipement du foyer (électroménager, TV, meubles, etc.) conserve la meilleure

\* Christophe Michel, Sophie O'Prey et Vincent Vicaire, Insee.

croissance en volume, celle-ci est cependant très en retrait par rapport aux années précédentes. Ce sont les ventes des commerces d'appareils électroménagers et de radiotélévision qui progressent le plus en 2008. Leur croissance reste dynamique mais ralentit ; elle est cependant soutenue par une baisse tendancielle des prix (de près de 7 % par an depuis 2002) et par le renouvellement rapide de l'offre. Les ventes des magasins spécialisés ne progressent en revanche que modérément dans l'aménagement de l'habitat (bricolage, revêtement de sols, etc.), ainsi que dans la culture, les sports et les loisirs.

Dans le commerce alimentaire, tous les secteurs reculent : dans les grandes surfaces d'alimentation générale, les ventes diminuent pour la première fois (- 1,2 % en volume). Les ventes des magasins d'alimentation spécialisée et d'artisanat commercial diminuent en volume en 2008 (- 2,6 %). Cette baisse est en partie due à la forte chute des ventes en volume des débitants de tabac (- 8,3 % après + 0,2 % en 2007) ; cette chute fait elle-même suite au renforcement de l'interdiction de fumer dans les lieux à usage collectif ainsi qu'aux hausses de prix successives du tabac.

Enfin, au sein du commerce hors magasin, les ventes à distance (ventes par correspondance traditionnelle et e-commerce) stagnent en volume. La vente à distance spécialisée, toujours plus dynamique que celle sur catalogue général, croît de 4,3 % en volume en 2008 après 3,7 % en 2007. Cette progression reste cependant inférieure au rythme moyen de la période 1999-2007 (+ 6,9 % par an). À l'inverse, la vente à distance généraliste connaît des difficultés en 2008 : les ventes sont en repli de 4,5 % après une modeste progression de 1,1 % en 2007.

## 1. Activité des formes de vente du commerce de détail

en %

Formes de vente	Évolution en volume au prix de l'année précédente										Valeur 2008 (Md€)	Contribution à la croissance <sup>1</sup>
	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008			
<b>Ensemble commerce de détail et artisanat commercial</b>	<b>4,4</b>	<b>2,9</b>	<b>2,5</b>	<b>2,3</b>	<b>2,6</b>	<b>2,4</b>	<b>2,8</b>	<b>3,4</b>	<b>0,2</b>	<b>462,7</b>	<b>0,2</b>	
<b>Pharmacies et commerce d'articles médicaux et orthopédiques</b>	<b>8,0</b>	<b>7,3</b>	<b>6,9</b>	<b>6,4</b>	<b>7,6</b>	<b>6,2</b>	<b>7,9</b>	<b>5,2</b>	<b>4,0</b>	<b>38,5</b>	<b>0,4</b>	
<b>Commerce de détail et artisanat commercial<sup>2</sup></b>	<b>4,1</b>	<b>2,5</b>	<b>2,1</b>	<b>2,0</b>	<b>2,2</b>	<b>2,1</b>	<b>2,4</b>	<b>3,2</b>	<b>-0,2</b>	<b>424,2</b>	<b>-0,2</b>	
Alimentation spécialisée et artisanat commercial <sup>3</sup>	3,1	-1,9	0,6	-2,4	-2,0	-0,2	0,7	0,4	-2,6	35,5	-0,2	
Petites surfaces d'alimentation générale et magasins de produits surgelés	-0,7	2,0	0,8	1,7	1,3	-1,4	-2,3	0,5	-0,7	16,2	0,0	
Grandes surfaces d'alimentation générale	2,7	1,1	1,4	1,9	0,6	0,1	0,5	2,2	-1,2	180,6	-0,5	
Grands magasins et autres magasins non alimentaires non spécialisés	8,2	1,0	0,7	1,1	5,1	2,6	0,5	4,6	0,0	7,2	0,0	
Magasins non alimentaires spécialisés	6,8	5,8	4,1	3,2	4,7	5,5	5,5	5,6	1,5	161,4	0,5	
Commerce hors magasin	1,8	1,0	0,3	3,0	5,9	1,4	1,8	1,6	-0,4	21,1	0,0	

1. Contribution à la croissance des ventes en volume de l'ensemble du commerce de détail et de l'artisanat commercial en 2008 des différentes formes de vente.

2. Hors pharmacies et commerce d'articles médicaux et orthopédiques.

3. Boulangeries, pâtisseries, charcuteries.

Note : 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.

Champ : France métropolitaine.

Source : Insee, comptes du commerce.

## Les magasins alimentaires ont perdu des parts de marché sur dix ans

Sur le marché des produits commercialisables (*définitions*) qui atteint 557 milliards d'euros en 2008, hors véhicules automobiles, le partage entre les grandes formes de vente évolue peu au cours du temps (*figures 2 et 3*). Les grandes surfaces d'alimentation générale réalisent le tiers des ventes. En 2008, leur part de marché a très légèrement augmenté mais elle

## 2. Parts de marché de l'ensemble des produits commercialisables hors véhicules automobiles

en % de la valeur TTC

Formes de vente	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
<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>83,6</b>	<b>83,4</b>	<b>83,5</b>	<b>83,1</b>
Alimentation spécialisée, artisanat commercial et petites surfaces d'alimentation générale	10,4	10,2	10,1	10,2	10,1	10,0	9,7	9,5	9,4	9,3
Grandes surfaces d'alimentation générale	34,4	34,4	34,2	34,1	34,1	33,5	32,8	32,4	32,3	32,4
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	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	7,0	6,9
Magasins non alimentaires spécialisés (y compris réparation, hors pharmacies)	27,6	27,9	28,3	28,6	28,4	28,6	28,9	29,3	29,7	29,4
Commerce hors magasin	4,3	4,1	4,1	4,0	4,0	4,1	4,0	3,9	3,9	3,8
<b>Ventes au détail du commerce automobile<sup>1</sup></b>	<b>9,2</b>	<b>9,2</b>	<b>9,1</b>	<b>9,1</b>	<b>9,2</b>	<b>9,4</b>	<b>10,1</b>	<b>10,3</b>	<b>10,3</b>	<b>10,6</b>
<b>Autres ventes au détail<sup>2</sup></b>	<b>6,7</b>	<b>6,5</b>	<b>6,4</b>	<b>6,3</b>	<b>6,3</b>	<b>6,2</b>	<b>6,3</b>	<b>6,3</b>	<b>6,3</b>	<b>6,3</b>
<b>Ensemble des ventes au détail et réparations</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>
<b>Ensemble des ventes au détail et réparations (milliards d'euros)</b>	<b>397</b>	<b>421</b>	<b>441</b>	<b>456</b>	<b>472</b>	<b>489</b>	<b>506</b>	<b>523</b>	<b>541</b>	<b>557</b>

1. Pièces détachées automobiles, carburants, lubrifiants, pneumatiques, ventes et réparations de motocycles (les ventes et réparations de véhicules automobiles sont exclues).

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

Champ : France métropolitaine.

Source : Insee, comptes du commerce.

## 3. Parts de marché des formes de vente en 1999, 2006, 2007 et 2008

en %

Formes de vente	Produits alimentaires (hors tabac)				Produits non alimentaires <sup>1</sup>				Ensemble des produits 2008
	1999	2006	2007	2008	1999	2006	2007	2008	
<b>Ensemble commerce de détail et artisanat</b>	<b>97,9</b>	<b>97,0</b>	<b>96,9</b>	<b>96,7</b>	<b>79,0</b>	<b>78,5</b>	<b>78,5</b>	<b>78,0</b>	<b>83,1</b>
Alimentation spécialisée, artisanat commercial et petites surfaces d'alimentation générale, dont :	26,4	25,3	25,1	24,9	1,1	0,9	0,9	0,8	9,3
<i>boulangeries, pâtisseries</i>	6,7	6,5	6,5	6,3	...	...	...	...	...
<i>boucheries, charcuteries</i>	6,3	5,3	5,2	5,1	...	...	...	...	...
<i>petites surfaces d'alimentation générale et magasins de produits surgelés</i>	8,6	8,4	8,3	8,4	...	...	...	...	...
Grandes surfaces d'alimentation générale, dont :	67,1	67,3	67,5	67,3	19,9	17,9	17,7	17,7	32,4
<i>supermarchés</i>	30,8	33,0	33,1	33,0	6,1	3,7	3,7	3,9	12,7
<i>hypermarchés</i>	35,4	33,0	33,0	32,7	13,4	13,9	13,7	13,5	19,1
Grands magasins et autres magasins non alimentaires non spécialisés	0,7	0,9	0,9	1,1	2,2	1,9	1,9	1,9	1,3
Pharmacies et commerces d'articles médicaux					9,4	10,4	10,3	10,3	6,9
Magasins non alimentaires spécialisés					41,1	42,5	43,0	42,8	29,0
Vente par correspondance					3,2	3,2	3,1	3,0	2,1
Autres hors magasin (marchés, réparation domestique...)	3,7	3,4	3,4	3,4	2,2	1,6	1,6	1,5	2,1
<b>Ventes au détail du commerce automobile</b>	<b>0,2</b>	<b>0,6</b>	<b>0,6</b>	<b>0,8</b>	<b>14,1</b>	<b>15,1</b>	<b>15,1</b>	<b>15,7</b>	<b>10,6</b>
<b>Autres ventes au détail<sup>2</sup></b>	<b>1,9</b>	<b>2,4</b>	<b>2,5</b>	<b>2,6</b>	<b>6,9</b>	<b>6,4</b>	<b>6,4</b>	<b>6,4</b>	<b>6,3</b>
<b>Ensemble des ventes au détail</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

1. Y compris les ventes et réparations de motocycles, les produits liés à l'automobile, à l'exclusion des ventes et réparations de véhicules automobiles.

2. Ventes au détail d'autres secteurs : cafés-tabacs, grossistes, ventes directes de producteurs.

Note : 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.

Champ : France métropolitaine.

Source : Insee, comptes du commerce.

s'effrite sur le moyen terme : - 2,0 points entre 1999 et 2008. Cet effritement s'explique par la plus faible progression en volume des produits alimentaires par rapport au non-alimentaire dans la consommation des ménages, et par le fléchissement des parts de marché des grandes surfaces alimentaires en produits non alimentaires. Au cours de la même période, la part de marché des commerces alimentaires spécialisés recule de 1,1 point, celle des commerces non alimentaires spécialisés augmente de 1,8 point et celle des pharmacies de 0,8 point. L'ensemble du commerce de détail et de l'artisanat à caractère commercial représente 83,1 % des ventes de produits commercialisables.

Les secteurs du commerce automobile (pièces détachées, carburants, lubrifiants, pneumatiques hors vente, entretien et commerce de véhicules) et motocycle (ventes et réparations) réalisent 10,6 % de ces ventes. Les autres secteurs (grossistes, producteurs et prestataires de services) réalisent le complément lors de ventes directes aux particuliers, soit 6,3 % du total des ventes au détail de marchandises.

## Décélération des ventes dans le commerce de gros

Les ventes de marchandises du commerce de gros (hors intermédiaires du commerce) décélèrent en volume en 2008 : + 1,2 % après + 2,1 % en 2007. Elles s'élèvent à 539 milliards d'euros courants en 2008 (figure 4). Habituellement, les moteurs du commerce de gros sont les biens de consommation non alimentaires et les biens d'équipement professionnel ; les ventes de ces grossistes continuent à progresser mais beaucoup moins rapidement qu'au début des années 2000.

Dans le commerce de gros de biens de consommation non alimentaires, les ventes ralentissent en volume : + 1,9 % après + 4,2 %. Dans ce secteur, les ventes de produits pharmaceutiques progressent à un rythme comparable à celui des autres produits.

Le ralentissement est encore plus marqué dans le commerce de gros de biens d'équipement professionnel : les ventes croissent de 1,7 % en volume contre 6,2 % en 2007. Pourtant, ce secteur a bénéficié de la forte demande adressée par le secteur agricole aux grossistes en matériel agricole et de la demande soutenue en matériel informatique.

Les ventes du commerce de gros de produits alimentaires reculent de 1,5 % en volume, les prix ayant toutefois soutenu la croissance en valeur. Même dans le sous-secteur des boissons, les ventes diminuent en volume, du fait de la contraction de la demande étrangère. La baisse

## 4. Ventes de marchandises du commerce de gros et des intermédiaires du commerce

	Évolution en volume au prix de l'année précédente									Valeur 2008 (Md€)	Contribution à la croissance en 2008 en %
	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008		
<b>Commerce de gros de :</b>											
biens d'équipement professionnel	9,1	10,4	3,7	3,6	10,7	7,7	1,3	6,2	1,7	113,4	0,4
biens de consommation non alimentaires	8,6	7,3	7,2	5,4	2,8	10,5	5,2	4,2	1,9	115,5	0,4
biens intermédiaires non agricoles <sup>1</sup>	3,2	2,5	2,9	-3,0	2,3	-4,7	0,5	1,5	-1,8	129,7	-0,3
produits alimentaires	1,9	0,4	-3,1	-2,3	3,3	4,5	0,6	1,6	-1,5	115,2	-0,3
produits agricoles bruts	1,8	-4,6	2,8	-1,8	-2,2	8,7	-10,3	-11,0	11,9	56,5	1,0
<b>Commerce de gros (hors intermédiaires)</b>	<b>5,2</b>	<b>4,0</b>	<b>2,6</b>	<b>0,5</b>	<b>4,1</b>	<b>5,0</b>	<b>0,9</b>	<b>2,1</b>	<b>1,2</b>	<b>538,6</b>	<b>1,2</b>
<b>Intermédiaires du commerce</b>	<b>11,6</b>	<b>8,3</b>	<b>0,4</b>	<b>2,3</b>	<b>5,4</b>	<b>4,1</b>	<b>1,1</b>	<b>3,9</b>	<b>4,0</b>	<b>114,3</b>	<b>0,5</b>
<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>4,9</b>	<b>0,9</b>	<b>2,4</b>	<b>1,7</b>	<b>652,9</b>	<b>1,7</b>

1. Ce total intègre les 8,3 milliards de ventes de marchandises des autres grossistes spécialisés et non spécialisés (519.A et B). L'impact de leur évolution a été intégré à celle du secteur des biens intermédiaires pour que le total des contributions coïncide avec la croissance de l'ensemble des grossistes.

Champ : France métropolitaine.

Source : Insee, comptes du commerce.

des ventes des grossistes en biens intermédiaires non agricoles est aussi marquée (- 1,8 %) ; les prix augmentent fortement en 2008, sans que l'appréciation de l'euro n'ait pu compenser les cours mondiaux, ni que le repli d'activité en fin d'année ne parvienne à stabiliser complètement les prix.

Seul le commerce de gros de produits agricoles bruts rebondit en 2008 (+ 11,9 %), après deux années de baisse. Dans ce secteur, les cycles d'activité et de prix sont très marqués. Il se compose d'entreprises qui commercialisent des céréales ou des animaux sur pied. Ces entreprises sont tributaires de la demande de l'industrie agroalimentaire. En 2008, les grossistes en céréales bénéficient de très bonnes récoltes et d'une demande que l'envolée des prix a peu freinée.

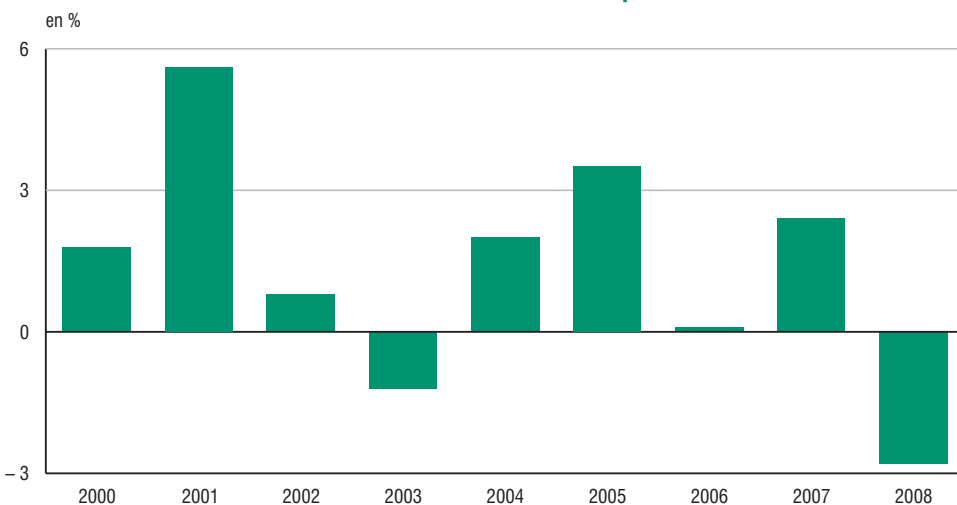
## Baisse des ventes dans le commerce et la réparation automobiles

En 2008, les ventes au détail de l'ensemble des secteurs du commerce et de la réparation automobiles s'élèvent à 144 milliards d'euros. Elles régressent de 2,8 % en volume, après un redémarrage en 2007 (*figure 5*). Le principal secteur, celui du commerce de véhicules automobiles, recule de 3,0 % en volume après une année 2007 dynamique (+ 3,7 %). Les immatriculations de véhicules particuliers neufs se replient légèrement en 2008 ; le dispositif du bonus-malus a probablement permis de limiter l'ampleur de ce recul. Sous l'effet de ce dispositif et de l'augmentation du prix du carburant, la gamme économique et inférieure progresse. Le nombre d'immatriculations de voitures d'occasion diminue davantage que celui des voitures neuves.

## Faible progression de l'emploi salarié en moyenne annuelle

Fin 2008, plus de trois millions de salariés et 360 000 non-salariés travaillent dans le commerce. Le commerce occupe 19 % de l'ensemble des salariés des secteurs principalement marchands. En moyenne annuelle en 2008, les secteurs commerciaux emploient 16 000 salariés

### 5. Évolution en volume des ventes du commerce et de la réparation automobiles



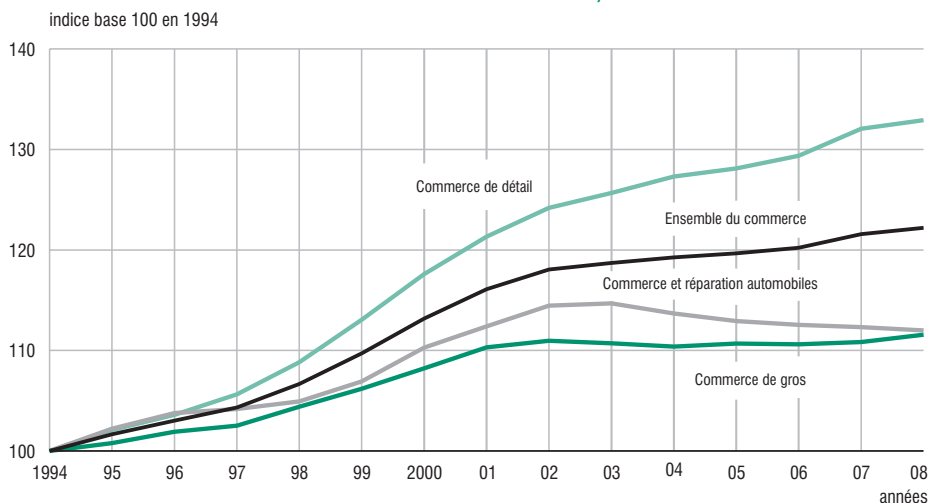
Champ : France métropolitaine.

Source : Insee, comptes du commerce.

de plus qu'en 2007, soit une hausse de 0,5 %. Cette hausse provient essentiellement du commerce de détail (+ 0,7 %) et dans une moindre mesure du commerce de gros (+ 0,6 %). L'emploi salarié diminue légèrement dans le commerce et la réparation automobiles (- 0,3 %) (figure 6).

En revanche, au dernier trimestre 2008, le nombre de salariés travaillant dans le commerce baisse de 12 900 par rapport au même trimestre de 2007, soit un recul de 0,4 %. C'est la conséquence de la dégradation de la situation économique au deuxième semestre.

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



Champ : France métropolitaine.

Source : Insee, comptes du commerce.

## Baisse des créations d'entreprises commerciales

En 2008, les créations d'entreprises baissent dans le commerce (- 1,0 % après + 14,6 % en 2007) et ralentissent dans l'ensemble de l'économie (+ 1,8 % après + 12,5 % en 2007) (figures 7 et 8). Avec 77 700 entreprises commerciales créées en France en 2008, le commerce représente plus d'un quart des créations de l'économie. En 2008, parmi les entreprises créées dans le commerce, 63 % appartiennent au commerce de détail, 28 % au commerce de gros (y compris les intermédiaires) et 9 % au commerce et à la réparation automobiles. ■

## 7. Créations d'entreprises dans le commerce entre 2005 et 2008

	Nombre d'entreprises créées				Évolution		
	(en milliers)				(en %)		
	2005	2006	2007	2008	2006/2005	2007/2006	2008/2007
<b>Total commerce</b>	<b>67,0</b>	<b>68,5</b>	<b>78,5</b>	<b>77,7</b>	<b>2,2</b>	<b>14,6</b>	<b>- 1,0</b>
Commerce de gros	18,0	18,2	22,0	21,6	0,8	21,5	- 2,2
Commerce de détail et réparation	43,5	44,6	49,5	49,3	2,7	10,9	- 0,4
Commerce et réparation automobiles	5,6	5,7	7,0	6,9	3,3	21,8	- 1,6
<b>Ensemble de l'économie</b>	<b>270,3</b>	<b>285,7</b>	<b>321,5</b>	<b>327,4</b>	<b>5,7</b>	<b>12,5</b>	<b>1,8</b>

Champ : France.

Source : Insee, Sirene.

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

Évolution 2008/2007

**Artisanat commercial**

dont :

- 0,5 %

Boulangeries, pâtisseries, charcuteries

Alimentation en grande surface

Ventes hors magasin et par correspondance

**Détail**

Magasins non alimentaires spécialisés

+ 1,4 %

Pharmacies

Alimentation en petite surface

**Gros et intermédiaires**

Biens intermédiaires

Biens d'équipement professionnel

Produits alimentaires

+ 2,5 %

Biens de consommation non alimentaires

Produits agricoles bruts

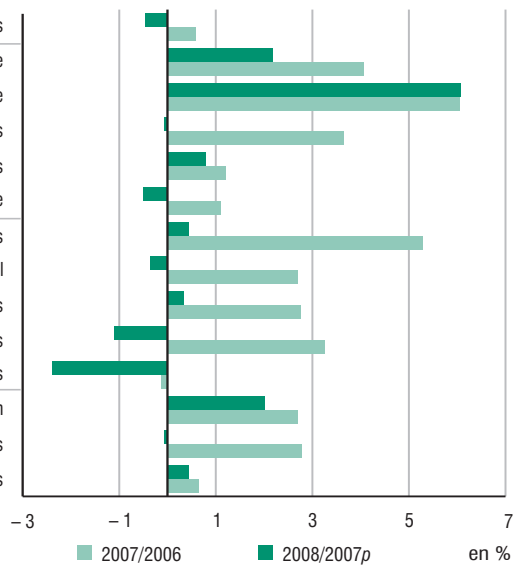
**Automobile**

Entretien et réparation

+ 1,0 %

Autres

Commerce de véhicules



Champ : France.

Source : Insee, Sirene.

### 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, en juin et en décembre à la Commission des comptes commerciaux de la nation (CCCN). À la commission de juin 2009 ont été présentées les premières estimations détaillées de l'année 2008 ; ces données sont dites provisoires. Les évaluations des ventes de 2007 sont issues d'un compte dit semi-définitif ; elles seront révisées en décembre 2009. Les ventes de l'année 2006 et antérieures sont celles du compte définitif.

---

## Définitions

L'**évolution des ventes « en volume » ou aux prix de l'année précédente**, pour une année donnée, s'obtient en déflatant 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 l'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.

La **consommation commercialisable** est une partie de la consommation effective des ménages. Elle comprend les produits susceptibles d'être vendus aux ménages par le commerce et les activités de réparation associées. Sont donc exclus les dépenses d'eau, de gaz naturel et d'électricité, ainsi que les services consommés par les ménages tels que les transports, la location immobilière, les services financiers, les services récréatifs et de soins personnels, l'éducation, la santé, l'action sociale...

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 et remorques (neufs ou d'occasion) et hors entretien et réparation de véhicules. Mais on y inclut certains produits « liés » à l'automobile : les pièces détachées, les carburants et lubrifiants, les pneumatiques (même montés par les réparateurs) ainsi que les ventes et réparations de motocycles.

## Pour en savoir plus

Aviat A., Houriez G., Mahieu R., « Les comptes de la Nation en 2008 - Un fort ralentissement de l'activité », *Insee Première* n° 1236, mai 2009.

Consalès G., « En 2008, la consommation des ménages s'infléchit mais résiste », *Insee Première* n° 1241, juin 2009.

Tellier S., « Croissance plus faible des créations d'entreprises en 2008 », *Insee Première* n° 1221, janvier 2009.

Rapport sur l'activité du commerce en 2008 - *Document de travail*, disponible sur le site insee.fr  
Le commerce en 2007, collection *Comptes nationaux*, Insee.

Le commerce en France, *Insee Références*, édition 2008.

---