
FICHES THÉMATIQUES

Le commerce de détail

3.1 Commerce de détail par forme de vente

En 2008, les grandes surfaces d'alimentation générale fournissent plus des deux tiers (67,3 %) du marché des produits alimentaires (hors tabac), l'alimentation spécialisée et l'artisanat commercial (boulangeries, boucheries, charcuteries) environ un sixième (16,6 %). Le dernier sixième est partagé entre les petites surfaces d'alimentation générale et les magasins de produits surgelés (8,4 %), les diverses formes de commerce hors magasin et les secteurs non commerciaux. Naturellement, la répartition entre grandes familles de **formes de vente** évolue lentement. Toutefois, la part de l'alimentation spécialisée et de l'**artisanat commercial** diminue légèrement, conformément à la tendance de long terme. La part, très importante, des grandes surfaces alimentaires poursuit le tassement amorcé en 2003, après une longue période d'extension. Ce tassement concerne surtout les hypermarchés, les consommateurs privilégiant la proximité.

Sur le marché des produits non alimentaires, les magasins spécialisés assurent 42,8 % des ventes, dont près de la moitié sont réalisées par le grand commerce. Les grandes surfaces d'alimentation générale détiennent 17,7 % des **parts de marché** en 2008, notamment grâce aux ventes de carburant. Quant au commerce automobile, il réalise 15,7 % de l'ensemble des ventes au détail de produits non alimentaires.

En 2008, les ventes de l'ensemble du commerce de détail y compris artisanat

commercial ne progressent que de 0,2 % en **volume** alors qu'elles augmentaient en moyenne de 2,9 % par an depuis 1999. Les secteurs les plus dynamiques restent les pharmacies (+ 4,0 % en volume en 2008) et les magasins non alimentaires spécialisés (+ 1,5 % en 2008 après + 5,6 % en 2007). Après avoir enregistré une belle performance en 2007 (+ 4,6 % en volume), les grands magasins stagnent en volume en 2008. Les ventes des grandes surfaces d'alimentation générale reculent de 1,2 % en volume alors qu'elles avaient augmenté de 2,2 % en 2007. Celles de la réparation d'articles personnels et domestiques stagnent (- 0,1 % en volume après + 0,1 % en 2007) tandis que celles de l'alimentation spécialisée diminuent de 2,6 % après avoir progressé de 0,4 % en 2007.

Au sein du commerce non alimentaire spécialisé, c'est toujours l'équipement du foyer qui connaît la croissance des ventes en volume la plus forte (+ 5,2 % en 2008) mais elle fléchit par rapport aux années précédentes. L'activité des magasins de culture-loisirs-sports se contracte également (+ 0,8 % en volume contre + 4,9 % en 2007). Les ventes de l'aménagement de l'habitat ralentissent elles aussi (+ 1,8 % en volume après + 4,5 % en 2007) et le secteur de l'habillement-chaussures marque le pas (- 0,3 % en volume contre + 3,7 % en 2007). Les ventes des autres magasins spécialisés non alimentaires diminuent de - 0,7 % en volume en 2008 après un recul de - 1,4 % en 2007. ■

Définitions

Forme de vente : l'activité de certaines grandes entreprises relève de deux ou plusieurs formes de vente ; par exemple le chiffre d'affaires d'une entreprise peut être réparti entre les formes de vente d'hypermarchés, de supermarchés et de petites surfaces d'alimentation.

Artisanat commercial : désigne les boulangeries, pâtisseries et charcuteries.

Parts de marché : elles sont calculées par rapport au total des ventes au détail en valeur, et non par rapport aux seules ventes du commerce de détail ; les producteurs, les grossistes, les entreprises de service ainsi que le commerce et la réparation automobiles pouvant également réaliser des ventes au détail auprès des consommateurs. Un point de part de marché représente en 2008, toutes taxes comprises, approximativement 5,6 milliards d'euros.

Évolution en volume de l'activité des formes de vente : évolution du chiffre d'affaires des formes de vente évalué aux prix de l'année précédente.

Pour en savoir plus

- « Le commerce en 2008 : ralentissement de l'activité », *Insee Première* n° 1244, juin 2009.
- « La situation du commerce en 2008 », Insee, *Document de travail*, juin 2009.

Commerce de détail par forme de vente 3.1

1. Parts de marché des formes de vente

en %

| Formes de vente | Produits alimentaires (hors tabac) | | | Produits non alimentaires ¹ | | |
|---|------------------------------------|--------------|--------------|--|--------------|--------------|
| | 1999 | 2007 | 2008p | 1999 | 2007 | 2008p |
| Alimentation spécialisée et artisanat commercial | 17,7 | 16,8 | 16,6 | 1,1 | 0,9 | 0,8 |
| <i>dont boulangeries-pâtisseries</i> | 6,7 | 6,5 | 6,3 | | | |
| <i>boucheries-charcuteries</i> | 6,3 | 5,2 | 5,1 | | | |
| Petites surfaces d'alimentation générale et magasins de produits surgelés | 8,6 | 8,3 | 8,4 | | | |
| Grandes surfaces d'alimentation générale | 67,1 | 67,5 | 67,3 | 19,9 | 17,7 | 17,7 |
| <i>dont supermarchés</i> | 30,8 | 33,1 | 33,0 | 6,1 | 3,7 | 3,9 |
| <i>hypermarchés</i> | 35,4 | 33,0 | 32,7 | 13,4 | 13,7 | 13,5 |
| Grands magasins et autres magasins non alimentaires non spécialisés | | | | 2,2 | 1,9 | 1,9 |
| Pharmacies et commerces d'articles médicaux | | | | 9,4 | 10,3 | 10,3 |
| Magasins non alimentaires spécialisés | 0,7 | 1,0 | 1,1 | 41,1 | 43,0 | 42,8 |
| Vente par correspondance | | | | 3,2 | 3,1 | 3,0 |
| Autres hors magasin (marchés, réparation domestique...) | 3,7 | 3,4 | 3,4 | 2,2 | 1,6 | 1,5 |
| Ensemble commerce de détail et artisanat commercial | 97,9 | 96,9 | 96,7 | 79,0 | 78,5 | 78,0 |
| Ventes au détail du commerce automobile | 0,2 | 0,6 | 0,8 | 14,1 | 15,1 | 15,7 |
| Autres ventes au détail² | 1,9 | 2,5 | 2,6 | 6,9 | 6,4 | 6,4 |
| Ensemble des ventes au détail | 100,0 | 100,0 | 100,0 | 100,0 | 100,0 | 100,0 |

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

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

Champ : France métropolitaine.

Sources : Insee, comptes du commerce.

2. Évolution de l'activité des formes de vente du commerce de détail

taux de croissance des ventes en volume en %

| Formes de vente | 2000 | 2001 | 2002 | 2003 | 2004 | 2005 | 2006 | 2007 | 2008p |
|--|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|
| Alimentation spécialisée et artisanat commercial ¹ | 3,1 | -1,9 | 0,6 | -2,4 | -2,0 | -0,2 | 0,7 | 0,4 | -2,6 |
| <i>boulangeries-pâtisseries</i> | -1,4 | 1,0 | 0,0 | -0,3 | 2,9 | 0,5 | 0,5 | 0,3 | -1,9 |
| <i>boucheries-charcuteries</i> | -1,7 | -4,3 | 0,5 | -2,6 | -1,4 | -1,8 | -2,3 | -1,0 | -1,6 |
| <i>autres magasins d'alimentation spécialisée</i> | 10,0 | -2,4 | 1,2 | -3,7 | -5,7 | 0,3 | 2,5 | 1,3 | -3,6 |
| Petites surfaces d'alimentation générale ² | -0,7 | 2,0 | 0,8 | 1,7 | 1,3 | -1,4 | -2,3 | 0,5 | -0,7 |
| Grandes surfaces d'alimentation générale | 2,7 | 1,1 | 1,4 | 1,9 | 0,6 | 0,1 | 0,5 | 2,2 | -1,2 |
| Grands magasins ³ | 8,2 | 1,0 | 0,7 | 1,1 | 5,1 | 2,6 | 0,5 | 4,6 | 0,0 |
| Pharmacies et commerces d'articles médicaux | 8,0 | 7,3 | 6,9 | 6,4 | 7,6 | 6,2 | 7,9 | 5,2 | 4,0 |
| Magasins non alimentaires spécialisés | 6,8 | 5,8 | 4,1 | 3,2 | 4,7 | 5,5 | 5,5 | 5,6 | 1,5 |
| <i>habillement-chaussures</i> | 2,5 | 4,4 | 2,8 | 3,3 | -0,1 | 4,5 | 5,3 | 3,7 | -0,3 |
| <i>autres équipements de la personne</i> | 6,8 | 6,9 | 2,1 | -1,2 | 4,9 | 2,6 | 3,9 | 3,9 | -0,6 |
| <i>culture, loisirs, sports</i> | 12,5 | 8,6 | 6,7 | 3,7 | 6,1 | 6,2 | 4,6 | 4,9 | 0,8 |
| <i>équipement du foyer</i> | 8,5 | 7,1 | 5,6 | 4,0 | 7,7 | 8,2 | 9,3 | 11,2 | 5,2 |
| <i>aménagement de l'habitat</i> | 3,2 | 1,6 | 3,1 | 5,1 | 7,0 | 4,8 | 4,3 | 4,5 | 1,8 |
| <i>autres magasins spécialisés</i> | 4,0 | 5,3 | -4,1 | -3,1 | -6,4 | 2,4 | 1,9 | -1,4 | -0,7 |
| Commerce hors magasin | 1,8 | 1,0 | 0,3 | 3,0 | 5,9 | 1,4 | 1,8 | 1,6 | -0,4 |
| <i>vente par correspondance</i> | 6,8 | 1,9 | 1,1 | 5,4 | 11,9 | 1,9 | 4,6 | 2,4 | 0,0 |
| <i>autres</i> | -3,4 | 0,0 | -0,7 | 0,5 | -0,8 | 0,8 | -1,8 | 0,5 | -1,0 |
| Réparation d'articles personnels et domestiques | 7,9 | -0,2 | -4,2 | -0,9 | -2,6 | -2,1 | 0,0 | 0,1 | -0,1 |
| Ensemble du commerce de détail et de l'artisanat à caractère commercial | 4,4 | 2,9 | 2,5 | 2,3 | 2,6 | 2,4 | 2,8 | 3,4 | 0,2 |

1. Boulangeries, pâtisseries, charcuteries.

2. Inclut les magasins de produits surgelés.

3. Inclut les autres magasins non spécialisés.

Champ : France métropolitaine.

Sources : Insee, comptes du commerce.

3.2 Alimentation spécialisée et artisanat commercial

Le commerce alimentaire spécialisé et l'artisanat commercial comptent encore beaucoup d'entreprises qui restent des employeurs importants. Ainsi, en 2006, 328 000 personnes travaillent dans les 88 000 entreprises du secteur, soit 79 % des entreprises et 30 % des effectifs de l'ensemble du commerce de détail alimentaire. En revanche, en termes de chiffre d'affaires, la part du commerce alimentaire spécialisé et de l'artisanat commercial n'est que de 13 %.

Le secteur est composé essentiellement d'entreprises de petite taille : plus de 8 entreprises sur 10 ont moins de 5 salariés. Ces entreprises représentent une grande part des points de vente du commerce de détail alimentaire et couvrent des territoires de l'espace national parfois délaissés par la grande distribution ; elles assurent alors une fonction sociale d'une grande importance. En outre, le petit commerce offre à la clientèle des services spécifiques (proximité, conseils, créneau spécialisé, qualité des produits) qui sont appréciés par les consommateurs.

Certains petits commerces alimentaires pâtitent de la concurrence des grandes surfaces ; leurs parts de marché ont tendance à diminuer au profit de la grande distribution.

Sur la période 2003-2008, les ventes en volume du secteur baissent de 1,1 % alors que celles de l'ensemble du commerce de détail progressent de 9,5 %. En 2008, l'activité fléchit dans la plupart des secteurs, après une tendance à la stabilisation. La baisse est particulièrement sensible pour les débitants de tabac ; elle fait suite au renforcement de l'interdiction de fumer dans les lieux à usage collectif ainsi qu'aux hausses de prix successives du tabac.

Ainsi, les métiers de bouche devant s'adapter à des évolutions qui sont autant sociales qu'économiques, se transforment profondément. Ces entreprises artisanales s'efforcent toutes de développer leurs activités autour de produits et services à plus forte valeur ajoutée comme l'activité de charcuterie-traiteur en complément de la boucherie ou celle de traiteur de la mer pour les poissonneries. Les métiers de bouche doivent en outre faire face à une autre difficulté : de moins en moins de jeunes s'orientent vers ces métiers. Pourtant, la majorité des salariés des métiers de bouche expriment à l'égard de leur entreprise un bon niveau de satisfaction. Les métiers de bouche sont confrontés à un problème d'image alors même qu'ils sont appréciés par les professionnels. ■

Définitions

Commerce alimentaire spécialisé et artisanat commercial : ce secteur regroupe d'une part les activités artisanales à caractère commercial, charcuteries (15.1F) et boulangeries-pâtisseries (15.8B, 15.8C et 15.8D), d'autre part le commerce de détail alimentaire en magasin spécialisé (commerce de détail de fruits et légumes (52.2A), boucheries (52.2C), poissonneries (52.2E), crémeries (52.2N), boissons (52.2J) etc.). Il comprend aussi le commerce de détail de tabac (52.2L). Les petites surfaces d'alimentation générale (52.1B), c'est-à-dire les épiceries, ne sont pas dans ce secteur, mais dans le commerce d'alimentation générale.

Métiers de bouche : ils regroupent les métiers de boucher, charcutier, poissonnier, chocolatier, pâtissier et boulanger. Ces professions nécessitent une formation spécifique (CAP, BEP) pour être pratiquées. Dans ce secteur, les besoins en main-d'œuvre sont importants.

Pour en savoir plus

- « Le commerce en 2008 : ralentissement de l'activité », *Insee Première* n° 1244, juin 2009.
- « La situation du commerce en 2008 », *Insee, Document de travail*, juin 2009.
- « À la campagne, comme à la ville, des commerces traditionnels proches de la population », *Insee Première* n° 1245, juin 2009.
- « Les entreprises du commerce de détail et du commerce automobile en 2006 », *Insee Résultats*, Économie n° 38, septembre 2008.
- « Les chiffres-clefs du commerce », *DCASPL*, édition 2008.
- « Les entreprises du petit commerce en France entre 1993 et 2003 », *DCASPL*, octobre 2004.

Alimentation spécialisée et artisanat commercial 3.2

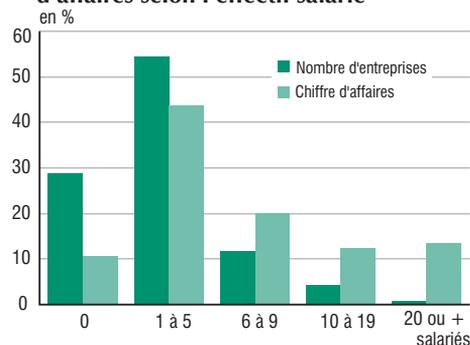
1. Chiffres clés

| | Nombre d'entreprises | Personnes occupées par entreprise | Chiffre d'affaires HT (M€) | Entreprises qui investissent (%) | Nombre de points de vente |
|---|----------------------|-----------------------------------|----------------------------|----------------------------------|---------------------------|
| Alimentation spécialisée et artisanat commercial | 88 161 | 4 | 26 999 | 47,8 | 101 981 |
| Artisanat commercial de : | | | | | |
| boulangerie-pâtisserie | 39 666 | 5 | 9 862 | 52,0 | 45 859 |
| charcuterie artisanale | 5 902 | 4 | 1 839 | 53,3 | 7 185 |
| Commerce de détail de : | | | | | |
| magasin d'alimentation spécialisée (hors tabac) | 35 408 | 3 | 13 532 | 43,6 | 41 698 |
| tabac | 7 185 | 2 | 1 766 | 40,1 | 7 239 |

Champ : France métropolitaine.

Source : Insee, enquête annuelle d'entreprise dans le commerce 2006.

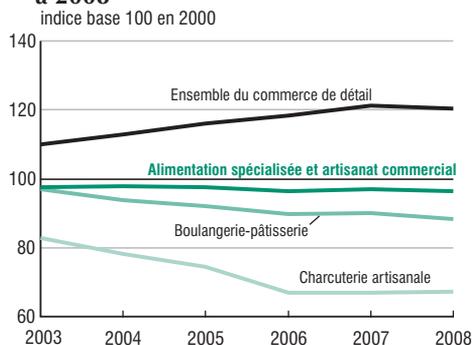
2. Répartition des entreprises et du chiffre d'affaires selon l'effectif salarié



Champ : France métropolitaine.

Source : Insee, enquête annuelle d'entreprise dans le commerce 2006.

3. Évolution du volume des ventes de 2003 à 2008



Champ : France métropolitaine.

Source : Insee, comptes du commerce en secteurs d'entreprises.

4. Emploi total

| | Personnes occupées | Proportion de salariés (%) |
|---|--------------------|----------------------------|
| Alimentation spécialisée et artisanat commercial | 327 876 | 72,4 |
| Artisanat commercial de : | | |
| boulangerie-pâtisserie | 185 374 | 76,4 |
| charcuterie artisanale | 23 090 | 71,6 |
| Commerce de détail de : | | |
| magasin d'alim. spécialisée (hors tabac) | 104 019 | 69,6 |
| tabac | 15 393 | 44,1 |

Champ : France métropolitaine.

Source : Insee, enquête annuelle d'entreprise dans le commerce 2006.

5. Emploi salarié

| | Proportion de femmes (%) | Temps partiel (%) |
|---|--------------------------|-------------------|
| Alimentation spécialisée et artisanat commercial | 47,3 | 29,2 |

Champ : France métropolitaine.

Source : Insee, déclaration annuelle des données sociales 2006.

6. Les plus grandes entreprises selon le chiffre d'affaires

par ordre alphabétique

AÉROBOUTIQUE FRANCE

AR

BLADIS

BOUCHERIES J'M

CARNIVAR

DIFFUSION DESPINASSE VIANDES

ÉTABLISSEMENTS NICOLAS

LENÔTRE SA

PHYTHÉA

SOCIÉTÉ DES BOUCHERIES DISCOUNT

Champ : France métropolitaine.

Source : Insee, enquête annuelle d'entreprise dans le commerce 2006.

3.3 Épiceries, supérettes, commerce de produits surgelés

Le **commerce d'alimentation générale** (épiceries, supérettes et commerces de produits surgelés) compte 17 600 entreprises pour 19 400 points de vente.

La très large majorité des entreprises de commerce d'alimentation générale est de très petite taille : 2 personnes occupées en moyenne par entreprise pour les **épiceries** et 5 pour les **supérettes**. Les épiceries emploient plus de 26 000 personnes, dont la majorité est non salariée (52,5 %). Le chiffre d'affaires des épiceries et des supérettes est de 7,2 milliards d'euros, dont près de 60 % est réalisé par des entreprises de moins de 10 salariés. Ce chiffre d'affaires représente 3,5 % du chiffre d'affaires du commerce de détail alimentaire. En 2008, les ventes en volume des épiceries baissent légèrement après une croissance modeste en 2007. Les supérettes voient leurs ventes en volume stagner en 2008 après deux années de baisse.

En plus de trente ans, le nombre d'épiceries a été divisé par six, passant de 87 000 entreprises en 1966 à 14 100 en 2006. Elles ont été les premières touchées par l'essor de la grande distribution alimentaire. Les prix avantageux des hypermarchés, le large choix de produits et la possibilité de grouper des achats alimentaires et non

alimentaires ont contribué à la réduction considérable du nombre d'épiceries. Aujourd'hui, leur rôle se limite souvent à servir une clientèle de voisinage âgée et peu mobile, et à proposer une offre d'appoint grâce à une large plage horaire d'ouverture. Toutefois, depuis le début des années 2000, la baisse du nombre de commerces traditionnels s'atténue.

Le secteur du **commerce de détail de produits surgelés** regroupe en 2006, 118 entreprises pour 865 points de vente et emploie près de 11 000 personnes. Les entreprises de ce secteur sont de grande taille : 92 personnes en moyenne sont employées par entreprise. Le personnel est à 98 % salarié. Le chiffre d'affaires du secteur est de 1,9 milliard d'euros, soit 0,9 % du chiffre d'affaires du commerce de détail alimentaire. Le secteur du commerce de détail de produits surgelés dégage un taux de marge commerciale élevé (43,5 %) et son investissement est dynamique : 63,6 % des entreprises du secteur ont investi en 2006. Entre 2003 et 2005, la croissance des ventes en volume du commerce de produits surgelés est particulièrement vive (+ 20 %). Puis elle se tasse jusqu'en 2008 : les ventes en volume n'ont augmenté que de 2 % de 2005 à 2008. ■

Définitions

Commerce d'alimentation générale : comprend les trois groupes : épiceries, supérettes et commerces de produits surgelés. Une entreprise de commerce d'alimentation générale peut posséder à la fois des d'épiceries et des supérettes ; aussi, le nombre d'entreprises ne correspond-il pas au nombre de magasins.

Épiceries (52.1B) : entreprises qui exercent une activité de commerce de détail non spécialisé, réalisent plus du tiers de leur chiffre d'affaires dans la vente de produits alimentaires, en magasin d'une surface de vente inférieure à 120 m².

Supérettes (52.1C) : entreprises qui exercent une activité de commerce de détail non spécialisé, réalisent plus du tiers de leur chiffre d'affaires dans la vente de produits alimentaires, en magasin d'une surface de vente comprise entre 120 m² et 400 m².

Commerce de détail de produits surgelés (52.1A) : activité de commerce de détail en magasin ou par livraison à domicile de tous les produits alimentaires surgelés ou congelés et de glaces alimentaires.

Pour en savoir plus

- « Le commerce en 2008 : ralentissement de l'activité », *Insee Première* n° 1244, juin 2009.
- « Les entreprises du commerce de détail et du commerce automobile en 2006 », *Insee Résultats*.
- « À la campagne, comme à la ville, des commerces traditionnels proches de la population », *Insee Première* n° 1245, juin 2009.
- « Les chiffres-clefs du commerce », DCASPL, édition 2008.
- « Les entreprises du petit commerce en France entre 1993 et 2003 », DCASPL, octobre 2004.

Épiceries, supérettes, commerce de produits surgelés 3.3

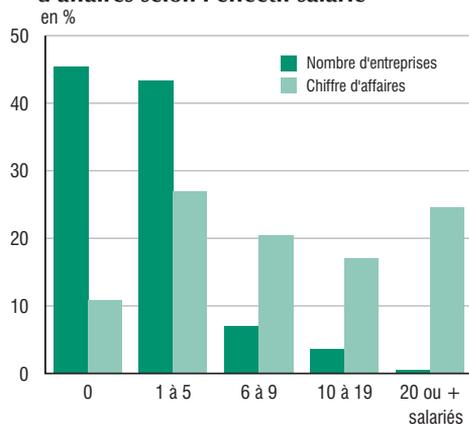
1. Chiffres clés

| | Nombre d'entreprises | Personnes occupées par entreprise | Taux de marge commerciale (%) | Chiffre d'affaires HT (M€) | Ventes/chiffre d'affaires (%) | Entreprises qui investissent (%) | Nombre de points de vente |
|--|----------------------|-----------------------------------|-------------------------------|----------------------------|-------------------------------|----------------------------------|---------------------------|
| Épicerie, supérettes et produits surgelés | 17 557 | 3 | 28,9 | 9 094 | 99,0 | 38,6 | 19 374 |
| commerces de produits surgelés | 118 | 92 | 43,5 | 1 891 | 98,9 | 63,6 | 865 |
| épiceries | 14 122 | 2 | 26,7 | 3 499 | 98,8 | 33,4 | 14 983 |
| supérettes | 3 317 | 5 | 23,7 | 3 704 | 99,2 | 59,9 | 3 526 |

Champ : France métropolitaine.

Source : Insee, enquête annuelle d'entreprise dans le commerce 2006.

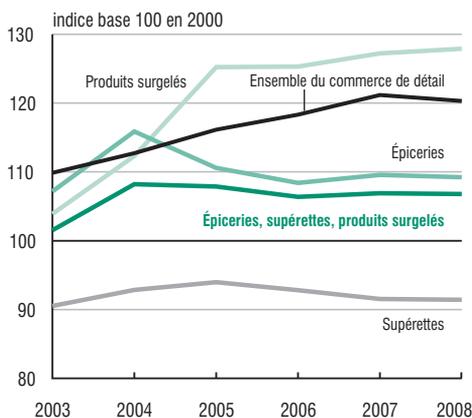
2. Répartition des entreprises et du chiffre d'affaires selon l'effectif salarié



Champ : France métropolitaine.

Source : Insee, enquête annuelle d'entreprise dans le commerce 2006.

3. Évolution du volume des ventes de 2003 à 2008



Champ : France métropolitaine.

Source : Insee, comptes du commerce en secteurs d'entreprises.

4. Emploi total

| | Personnes occupées | Proportion de salariés (%) |
|---|--------------------|----------------------------|
| Épiceries, supérettes et produits surgelés | 54 986 | 70,1 |
| commerce de produits surgelés | 10 818 | 98,0 |
| commerce d'alimentation générale | 26 364 | 47,5 |
| supérettes | 17 804 | 86,6 |

Champ : France métropolitaine.

Source : Insee, enquête annuelle d'entreprise dans le commerce 2006.

5. Emploi salarié

| | Proportion de femmes (%) | Temps partiel (%) |
|---|--------------------------|-------------------|
| Épiceries, supérettes et produits surgelés | 55,7 | 35,1 |

Champ : France métropolitaine.

Source : Insee, déclaration annuelle des données sociales 2006.

6. Les plus grandes entreprises selon le chiffre d'affaires

par ordre alphabétique

ARGEL OUEST

ARGEL SUD EST

CODISUD

CROQUE GEL NORD

EISMANN

MONOP'

PICARD SURGELÉS

THIRIET DISTRIBUTION

THIRIET MAGASINS

TOUPARGEL

Champ : France métropolitaine.

Source : Insee, enquête annuelle d'entreprise dans le commerce 2006.

3.4 Alimentation générale de grande surface

En 2006, 5 900 entreprises d'**alimentation générale de grande surface** accueillent les consommateurs dans 14 400 points de vente. Elles ont réalisé en 2006 un chiffre d'affaires de 170,7 milliards d'euros, soit 44 % du chiffre d'affaires de l'ensemble des détaillants mais 83 % du commerce de détail alimentaire. Parmi ces entreprises du commerce alimentaire en grande surface, les **supermarchés** prédominent avec 5 000 entreprises qui possèdent 9 900 points de vente. Ils représentent plus des deux tiers des points de vente et 41 % du chiffre d'affaires des grandes surfaces alimentaires. Les entreprises d'**hypermarchés** avec 4 300 points de vente réalisent 56 % du chiffre d'affaires du secteur.

Le taux de marge commerciale des entreprises du secteur (14,3 %) est le plus bas de l'ensemble du commerce de détail. Ce faible taux est compensé par des volumes de vente très élevés sur des produits à forte rotation.

La part des entreprises des grandes surfaces alimentaires qui investissent reste élevée (88 %) mais elle est en recul par rapport aux années précédentes.

L'alimentation générale de grande surface emploie 540 000 personnes : 58 % dans les entreprises d'hypermarchés et 39 % dans celles des supermarchés. Ce secteur emploie en moyenne 37 personnes par point de vente. Les entreprises du secteur représentent plus de 26 % de l'emploi dans le commerce de détail hors automobile. Pratiquement tout l'emploi est salarié et presque la moitié des

salariés travaille à temps partiel ; 65 % des salariés sont des femmes.

Tout en gardant une place prépondérante au sein du commerce de détail et de l'artisanat commercial, hors automobile, les ventes dans le commerce alimentaire de grande surface croissent depuis quelques années moins vite que celles de l'ensemble du commerce.

Après une bonne année 2007, les ventes des grandes surfaces à prédominance alimentaire subissent une baisse en 2008 (- 1,7 %). Celle-ci s'explique notamment par un ralentissement de la consommation des ménages en volume. Ce ralentissement touche la plupart des produits acquis auprès des détaillants. Dans l'alimentaire, il s'explique surtout par la baisse de la consommation de viande ; pour les produits de première nécessité, produits laitiers, œufs, huiles, pains et céréales, les dépenses des ménages sont habituellement peu affectées par les mouvements conjoncturels des prix ou des revenus. Dans le non alimentaire, les ménages ont également effectué des arbitrages. La consommation d'articles d'habillement et de chaussures recule en 2008, ainsi que, dans une moindre mesure, celle relative à l'équipement du logement.

Les hypermarchés sont les plus touchés avec une diminution de 2,5 % de leurs ventes. L'activité des supermarchés a diminué moins fortement (- 0,7 %). ■

Définitions

Alimentation générale de grande surface : dans l'alimentation générale de grande surface, les entreprises peuvent avoir comme activité principale l'un des formats suivants tout en possédant de façon plus marginale d'autres points de vente.

Supermarchés (52.1D) : magasins qui exercent une activité de commerce de détail non spécialisé à prédominance alimentaire, réalisant plus des deux tiers de leur chiffre d'affaires dans la vente de produits alimentaires, et d'une surface de vente comprise entre 400 m² et moins de 2 500 m².

Hypermarchés (52.1F) : magasins qui exercent une activité de commerce de détail non spécialisé à prédominance alimentaire, réalisant plus d'un tiers de leur chiffre d'affaires dans la vente de produits alimentaires, et d'une surface de vente égale ou supérieure à 2 500 m².

Pour en savoir plus

- « Le commerce en 2008 : ralentissement de l'activité », *Insee Première* n° 1244, juin 2009.
- « La situation du commerce en 2008 », Insee, *Document de travail*, juin 2009.
- « En 2008, la consommation des ménages s'infléchit mais résiste », *Insee Première* n° 1241, juin 2009.
- « Les entreprises du commerce de détail et du commerce automobile en 2006 », *Insee Résultats*, Économie n° 38, septembre 2008.

Alimentation générale de grande surface 3.4

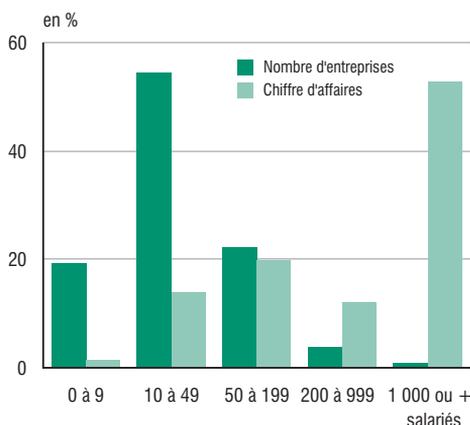
1. Chiffres clés

| | Nombre d'entreprises | Personnes occupées par entreprise | Taux de marge commerciale (%) | Chiffre d'affaires HT (M€) | Ventes/chiffre d'affaires (%) | Entreprises qui investissent (%) | Nombre de points de vente |
|--|----------------------|-----------------------------------|-------------------------------|----------------------------|-------------------------------|----------------------------------|---------------------------|
| Alimentation générale de grande surface | 5 902 | 91 | 14,3 | 170 740 | 92,0 | 87,9 | 14 428 |
| dont : supermarchés | 5 061 | 42 | 15,2 | 70 288 | 95,6 | 86,4 | 9 877 |
| hypermarchés | 814 | 382 | 13,3 | 96 123 | 89,6 | 97,5 | 4 276 |

Champ : France métropolitaine.

Source : Insee, enquête annuelle d'entreprise dans le commerce 2006.

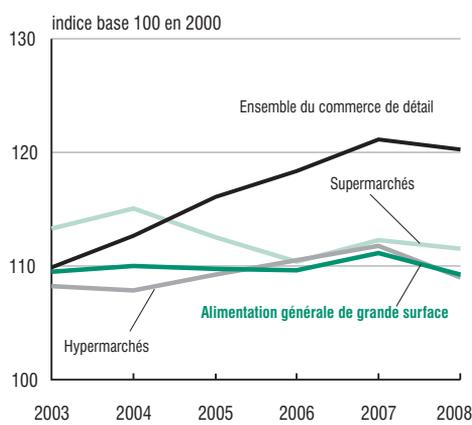
2. Répartition des entreprises et du chiffre d'affaires selon l'effectif salarié



Champ : France métropolitaine.

Source : Insee, enquête annuelle d'entreprise dans le commerce 2006.

3. Évolution du volume des ventes de 2003 à 2008



Champ : France métropolitaine.

Source : Insee, comptes du commerce en secteurs d'entreprises.

4. Emploi total

| | Personnes occupées | Proportion de salariés (%) |
|--|--------------------|----------------------------|
| Alimentation générale de grande surface | 539 525 | 97,4 |
| dont : supermarchés | 212 579 | 98,6 |
| hypermarchés | 311 251 | 96,6 |

Champ : France métropolitaine.

Source : Insee, enquête annuelle d'entreprise dans le commerce 2006.

5. Emploi salarié

| | Proportion de femmes (%) | Temps partiel (%) |
|--|--------------------------|-------------------|
| Alimentation générale de grande surface | 64,8 | 45,2 |

Champ : France métropolitaine.

Source : Insee, déclaration annuelle des données sociales 2006.

6. Les plus grandes entreprises selon le chiffre d'affaires

par ordre alphabétique

| |
|--------------------------------------|
| ATAC |
| AUCHAN FRANCE |
| CARREFOUR HYPERMARCHÉS |
| CORA |
| CSF |
| DISTRIBUTION CASINO FRANCE |
| LIDL |
| MONOPRIX EXPLOIT PAR ABRÉVIATION MPX |
| SAS ED |
| SOGARA FRANCE |

Champ : France métropolitaine.

Source : Insee, enquête annuelle d'entreprise dans le commerce 2006.

3.5 Grands magasins et bazars

Le secteur des grands magasins et autres **commerces de détail en magasins non spécialisés** regroupe 1 700 entreprises en 2006 et emploie 31 400 personnes. Le chiffre d'affaires du secteur s'élève à 5,8 milliards d'euros, soit 3,1 % du chiffre d'affaires du commerce de détail non alimentaire. Le personnel est en grande majorité salarié (84 %), féminin (71 %) et plus de trois employés sur dix travaillent à temps partiel.

Les entreprises de **grands magasins**, au nombre de 22, réalisent 76 % du chiffre d'affaires du secteur et emploient 73 % des personnes. L'activité des grands magasins est très fortement concentrée : plus de 80 % de leur chiffre d'affaires est généré par les 4 entreprises de 1 000 salariés ou plus.

En 2008, les ventes en volume des grands magasins chutent de 1,7 % ; cette évolution représente un coup de frein par rapport à l'année 2007 qui avait été très bonne : + 3,9 % en volume. Depuis plusieurs années, les enseignes des grands magasins se sont lancées dans de vastes programmes de

repositionnement et de modernisation. Pour rester compétitifs, les grands magasins ont joué la carte de l'avant-garde et du raffinement en développant des lignes haut de gamme. Leur politique de modernisation et d'élargissement de l'offre a eu pour effet d'attirer une clientèle plus jeune et plus masculine. Les rayons dédiés aux hommes sont désormais beaucoup plus nombreux. Les grands magasins tablent de plus en plus sur une forte image d'innovation, de créativité et parient sur le luxe, notamment dans le domaine de la mode.

Dans les **autres commerces de détail non alimentaires en magasins non spécialisés**, les entreprises sont majoritairement de petite taille : 5 personnes en moyenne par entreprise. 10 % des entreprises génèrent 58 % du chiffre d'affaires. En 2008, l'évolution des ventes en volume de ces autres commerces continue sur la lancée de 2007 : + 2,6 % en 2008 après + 2,1 % en 2007, contrairement aux ventes de l'ensemble du commerce de détail qui fléchissent en 2008. ■

Définitions

Commerce de détail non alimentaire en magasin non spécialisé : il comprend les magasins réalisant moins d'un tiers de leur chiffre d'affaires en produits alimentaires. On y trouve les grands magasins et les autres magasins non alimentaires non spécialisés.

Grands magasins (52.1H) : magasins dont la surface de vente est d'au moins 2 500 mètres carrés.

Autres magasins non alimentaires non spécialisés - bazars - (52.1J) : magasins dont la surface de vente est inférieure à 2 500 mètres carrés.

Pour en savoir plus

- « Le commerce en 2008 - Ralentissement de l'activité », *Insee Première* n° 1244, juin 2009.
- « La situation du commerce en 2008 », Insee, *Document de travail*, juin 2009.
- « Les entreprises du commerce de détail et du commerce automobile en 2006 », *Insee Résultats*.

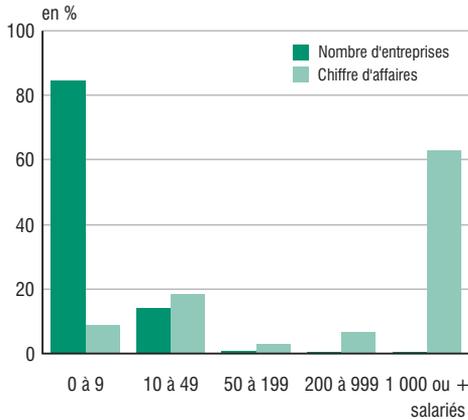
1. Chiffres clés

| | Nombre d'entreprises | Personnes occupées par entreprise | Taux de marge commerciale (%) | Chiffre d'affaires HT (M€) | Ventes/ chiffre d'affaires (%) | Entreprises qui investissent (%) | Nombre de points de vente |
|---|----------------------|-----------------------------------|-------------------------------|----------------------------|--------------------------------|----------------------------------|---------------------------|
| Grands magasins, bazars | 1 692 | 19 | 35,8 | 5 796 | 94,0 | 42,9 | 2 535 |
| Grands magasins | 22 | 1 037 | 36,5 | 4 408 | 92,3 | 86,4 | 178 |
| Autres commerces non alimentaires non spécialisés | 1 670 | 5 | 33,9 | 1 389 | 99,2 | 42,3 | 2 357 |

Champ : France métropolitaine.

Source : Insee, enquête annuelle d'entreprise dans le commerce 2006.

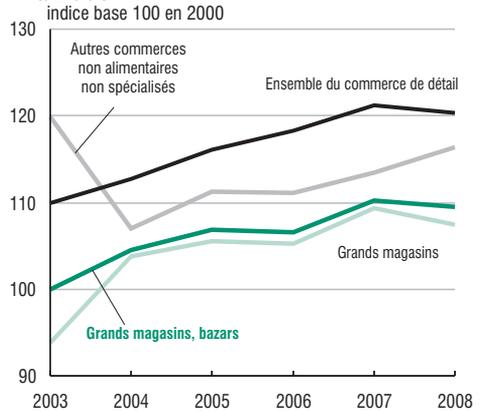
2. Répartition des entreprises et du chiffre d'affaires selon l'effectif salarié



Champ : France métropolitaine.

Source : Insee, enquête annuelle d'entreprise dans le commerce 2006.

3. Évolution du volume des ventes de 2003 à 2008



Champ : France métropolitaine.

Source : Insee, comptes du commerce en secteurs d'entreprises.

4. Emploi total

| | Personnes occupées | Proportion de salariés (%) |
|---|--------------------|----------------------------|
| Grands magasins, bazars | 31 443 | 84,3 |
| Grands magasins | 22 815 | 84,0 |
| Autres commerces non alimentaires non spécialisés | 8 628 | 85,1 |

Champ : France métropolitaine.

Source : Insee, enquête annuelle d'entreprise dans le commerce 2006.

5. Emploi salarié

| | Proportion de femmes (%) | Temps partiel (%) |
|--------------------------------|--------------------------|-------------------|
| Grands magasins, bazars | 71,2 | 30,6 |

Champ : France métropolitaine.

Source : Insee, déclaration annuelle des données sociales 2006.

6. Les plus grandes entreprises selon le chiffre d'affaires

par ordre alphabétique

BAZAR DE L' HÔTEL DE VILLE

CENTRAL INTERNATIONAL DE DISTRIBUTION

ETS G CLAVERIE GALERIE LAFAYETTE

FRANCE PRINTEMPS

GIFI MAG

LE BON MARCHÉ MAISON ARISTIDE BOUCAUT

MAGASINS GALERIES LAFAYETTE

SAS BABOU

SOCIÉTÉ ANONYME DES GALERIES LAFAYETTE

SOCIÉTÉ NOUVELLE DES GALERIES G.

Champ : France métropolitaine.

Source : Insee, enquête annuelle d'entreprise dans le commerce 2006.

3.6 Pharmacie et commerce d'articles médicaux

Les 24 400 entreprises, essentiellement des pharmacies, du secteur du **commerce de détail de produits pharmaceutiques et d'articles médicaux et orthopédiques** réalisent en 2006 un chiffre d'affaires de 33 milliards d'euros. Ce secteur représente près de 9 % des entreprises et 18 % du chiffre d'affaires du commerce de détail non alimentaire.

De 2003 à 2008, le volume des ventes du secteur a augmenté de 6,1 % en moyenne annuelle soit trois fois plus vite que celui de l'ensemble du commerce de détail. En 2008, la croissance des ventes reste élevée mais se situe en dessous de celles des années précédentes (+ 4,1 % en volume après cinq années au voisinage de + 6 %). Les biens médicaux se distinguent des autres biens de consommation pour au moins deux raisons. D'une part, ce n'est pas en général, le consommateur qui prend la décision de l'achat (prescription), et ce n'est pas lui qui supporte directement la majeure partie de la dépense, ce qui rend les arbitrages de dépenses sur ces biens très différents de ceux portant sur les autres biens de consommation. D'autre part, les pouvoirs publics s'efforcent de maîtriser les dépenses de santé en réformant l'assurance maladie (instauration de franchises médicales, déremboursement de certains médicaments, mise en place du médecin traitant), ce qui rend la demande sensible aux évolutions réglementaires. À l'inverse, des campagnes de prévention nouvelles, des

épidémies hivernales plus virulentes ou l'arrivée de traitements coûteux augmentent les dépenses. Même si les pharmacies diversifient leur activité, en développant la vente de produits de parapharmacie ou de diététique, notamment sur le segment des compléments alimentaires, les spécialités pharmaceutiques remboursables constituent l'essentiel du chiffre d'affaires des officines.

En raison des règles d'implantation des **pharmacies** en France, il est difficile de créer une nouvelle pharmacie. Ceci limite les débouchés pour les jeunes diplômés, qui restent ainsi salariés, ou à défaut de pouvoir s'installer seuls, cherchent à s'associer aux titulaires déjà en place. Ainsi, en 2006, 135 000 personnes travaillent dans le secteur des pharmacies et commerce d'articles médicaux, dont 125 400 dans la vente de produits pharmaceutiques. Huit personnes sur dix sont salariées et 38,5 % à temps partiel. Les femmes représentent la large majorité des salariés (84 %).

Le taux de marge commerciale du secteur s'élève à 28 % pour les pharmacies et à 41 % pour les commerces d'articles médicaux et orthopédiques. Celui des pharmacies, très inférieur à celui des autres commerces non alimentaires non spécialisés, s'explique par les mesures qui réglementent le taux de marge sur les médicaments remboursables. Depuis 1990, ces taux de marge sont régulés selon le système de la « marge dégressive lissée » : plus le prix d'un produit est élevé, plus le taux de marge est faible. ■

Définitions

Commerce de détail de produits pharmaceutiques et d'articles médicaux et orthopédiques : le secteur des pharmacies (52.3A) et du commerce d'articles médicaux et orthopédiques (52.3C) recouvre le commerce de détail de spécialités pharmaceutiques (humaines et vétérinaires), de préparations magistrales, d'herboristerie, de parapharmacie et la vente au détail de matériel médical (trousses de pharmacie, prothèses, orthèses, véhicules pour invalides). Les officines détiennent le droit exclusif de la vente de médicaments au public.

Pharmacie : pour les pharmacies, la licence permettant d'exercer est accordée par la préfecture selon un quota fixé par le code de la santé publique :

- une pharmacie pour 3 000 habitants dans les villes de 30 000 habitants ou plus ;
- une pharmacie pour 2 500 habitants dans les villes de moins de 30 000 habitants (ou un ensemble de communes contiguës) ;
- une pharmacie pour 3 500 habitants dans les départements du Haut-Rhin, du Bas-Rhin, de la Moselle et de la Guyane.

Des dérogations sont possibles si l'intérêt de la santé publique l'exige. Les pharmaciens relevant du régime de protection sociale des professions libérales sont immatriculés au registre du commerce et des services.

Pour en savoir plus

- « L'activité des officines pharmaceutiques et les revenus de leurs titulaires : situation en 2006 et évolutions depuis 2001 », Insee, *Document de travail*, E 2009/04, juillet 2009.
- « La situation du commerce en 2008 », Insee, *Document de travail*, juin 2009.
- « Les entreprises du commerce de détail et du commerce automobile en 2006 », *Insee Résultats*, Économie n° 38, septembre 2008.

Pharmacie et commerce d'articles médicaux 3.6

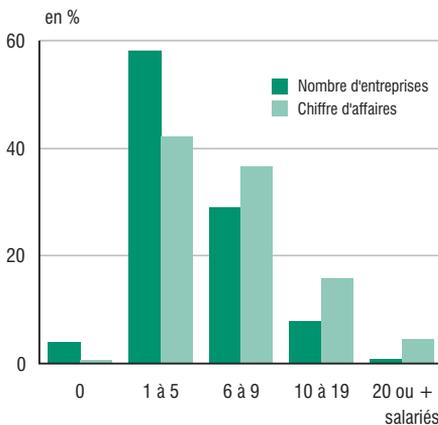
1. Chiffres clés

| | Nombre d'entreprises | Personnes occupées par entreprise | Taux de marge commerciale (%) | Chiffre d'affaires HT (M€) | Ventes/ chiffre d'affaires (%) | Entreprises qui investissent (%) | Nombre de points de vente |
|---|----------------------|-----------------------------------|-------------------------------|----------------------------|--------------------------------|----------------------------------|---------------------------|
| Pharmacies et commerce d'articles médicaux | 24 434 | 6 | 28,5 | 33 330 | 99,2 | 56,1 | 26 378 |
| Commerce de détail de : | | | | | | | |
| produits pharmaceutiques | 22 616 | 6 | 27,9 | 31 695 | 99,7 | 56,3 | 23 064 |
| articles médicaux et orthopédiques | 1 818 | 5 | 40,9 | 1 634 | 90,6 | 53,0 | 3 314 |

Champ : France métropolitaine.

Source : Insee, enquête annuelle d'entreprise dans le commerce 2006.

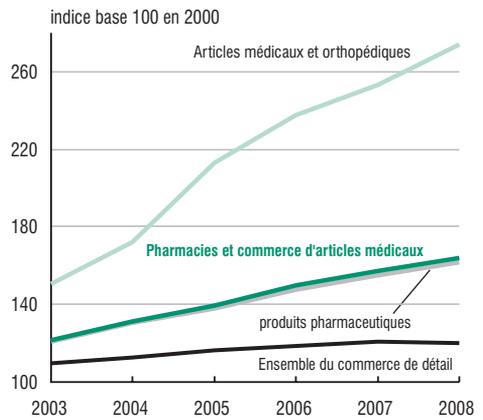
2. Répartition des entreprises et du chiffre d'affaires selon l'effectif salarié



Champ : France métropolitaine.

Source : Insee, enquête annuelle d'entreprise dans le commerce 2006.

3. Évolution du volume des ventes de 2003 à 2008



Champ : France métropolitaine.

Source : Insee, comptes du commerce en secteurs d'entreprises.

4. Emploi total

| | Personnes occupées | Proportion de salariés (%) |
|---|--------------------|----------------------------|
| Pharmacies et commerce d'articles médicaux | 135 069 | 81,1 |
| Commerce de détail de : | | |
| produits pharmaceutiques | 125 391 | 80,8 |
| articles médicaux et orthopédiques | 9 678 | 84,2 |

Champ : France métropolitaine.

Source : Insee, enquête annuelle d'entreprise dans le commerce 2006.

5. Emploi salarié

| | Proportion de femmes (%) | Temps partiel (%) |
|---|--------------------------|-------------------|
| Pharmacies et commerce d'articles médicaux | 84,4 | 38,5 |

Champ : France métropolitaine.

Source : Insee, déclaration annuelle des données sociales 2006.

6. Les plus grandes entreprises selon le chiffre d'affaires

par ordre alphabétique

BASTIDE LE CONFORT MÉDICAL

D'MÉDICA

FSK

GRANDE PHARMACIE LYONNAISE

HOMEPERF

I.W.H. DISTRIBUTION

INVACARE POIRIER

PARAMAT

SELAS PHARMACIE DU FOUR BONAPARTE

VITALAIRE

Champ : France métropolitaine.

Source : Insee, enquête annuelle d'entreprise dans le commerce 2006.

3.7 Habillement - chaussures

En 2006, un peu moins de 38 000 entreprises spécialisées dans la vente au détail d'habillement et de chaussures accueillent les clients dans 60 000 points de vente, dont huit sur dix sont des magasins d'habillement, hommes ou femmes. Le secteur du **commerce de détail d'habillement et de la chaussure** réalise en 2006 un chiffre d'affaires de 27 milliards d'euros. Ce secteur représente une part importante du commerce de détail non alimentaire : 15 % du chiffre d'affaires et 13 % des entreprises. Le taux de marge commerciale de l'ensemble des entreprises du secteur (47 %) est l'un des plus élevés du commerce de détail : il est de 48 % dans l'habillement contre 43 % dans le commerce de détail de chaussures. Les détaillants du secteur ont été plus nombreux à investir dans le commerce de chaussures (37 %) que dans celui de l'habillement (35 %).

Dans ces deux secteurs, on trouve de très grosses entreprises dites succursalistes qui disposent en propre de très nombreux magasins (succursales) et des entreprises le plus souvent de petite taille, qui sont adhérentes à un réseau d'enseigne (franchise ou groupements). Ainsi, dans le secteur habillement-chaussures, près de neuf entreprises sur dix ont cinq salariés ou moins. Le marché français de l'habillement se transforme également depuis 2001 avec le développement du réseau de distribution de groupes étrangers.

Les ménages consacrent à leurs achats de vêtements et de chaussures une part de leur budget de plus en plus réduite et moindre que les autres habitants de l'Union européenne. À la fois pour fidéliser leur clientèle et pour stimuler leur activité, les détaillants se diversifient : les vêtements côtoient les cosmétiques, parfums et autres accessoires au sein des points de vente. Après avoir connu une embellie en 2006 et dans une moindre mesure en 2007, les ventes en volume des magasins d'habillement et de la chaussure marquent le pas en 2008 : baisse de 0,4 % pour l'habillement et baisse de 0,3 % pour la chaussure par rapport à l'année 2007. Dans une conjoncture économique difficile, les ventes souffrent des arbitrages des ménages.

Toutes tailles confondues, les entreprises de l'habillement et de la chaussure emploient 186 400 personnes en 2006, soit 17,6 % de l'emploi de l'ensemble du commerce de détail non alimentaire. Parmi les salariés (huit personnes sur dix), 43 % travaillent à temps partiel. Les femmes, largement majoritaires au sein des salariés (84 %), sont 127 500 à travailler dans le secteur de l'habillement-chaussures. Ce secteur se place en deuxième position dans le commerce de détail pour la part de l'emploi féminin après le commerce de détail des produits pharmaceutiques et d'articles médicaux. En 2006, les détaillants de l'habillement-chaussures emploient en moyenne cinq personnes. ■

Définitions

Commerce de détail d'habillement (52.4C) et de la chaussure (52.4E) : ce secteur regroupe d'une part les distributeurs de prêt-à-porter et d'autre part les détaillants de chaussures. L'activité comprend également le commerce de détail d'accessoires du vêtement (chapeaux, gants, cravates, bretelles, ceintures...), la friperie ou la vente au détail de chaussures de sport. La vente au détail de chaussures à usage sportif exclusif (chaussures de ski, à crampons...) ne fait pas partie du secteur.

Pour en savoir plus

- « Le commerce en 2008 : ralentissement de l'activité », *Insee Première* n° 1244, juin 2009.
- « La situation du commerce en 2008 », *Insee, Document de travail*, juin 2009.
- « Les achats d'habillement depuis 45 ans : davantage de produits importés, des prix en baisse », *Insee Première* n° 1242, juin 2009.
- « Les entreprises du commerce de détail et du commerce automobile en 2006 », *Insee Résultats*, Économie n° 38, septembre 2008.
- « Enquête sur les points de vente du commerce de détail en 2004 », *Insee Résultats*, Économie n° 29, mai 2007.

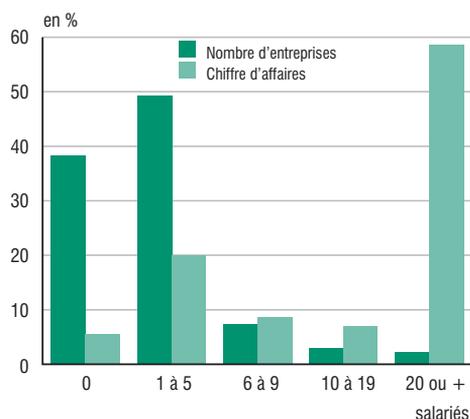
1. Chiffres clés

| | Nombre d'entreprises | Personnes occupées par entreprise | Taux de marge commerciale (%) | Chiffre d'affaires HT (M€) | Ventes/ chiffre d'affaires (%) | Entreprises qui investissent (%) | Nombre de points de vente |
|-------------------------------|----------------------|-----------------------------------|-------------------------------|----------------------------|--------------------------------|----------------------------------|---------------------------|
| Habillement-chaussures | 37 864 | 5 | 47,1 | 26 899 | 97,6 | 35,1 | 59 330 |
| Commerce de détail de : | | | | | | | |
| habillement | 33 252 | 5 | 47,9 | 22 797 | 97,3 | 34,8 | 49 297 |
| chaussures | 4 612 | 5 | 42,9 | 4 102 | 98,9 | 37,2 | 10 033 |

Champ : France métropolitaine.

Source : Insee, enquête annuelle d'entreprise dans le commerce 2006.

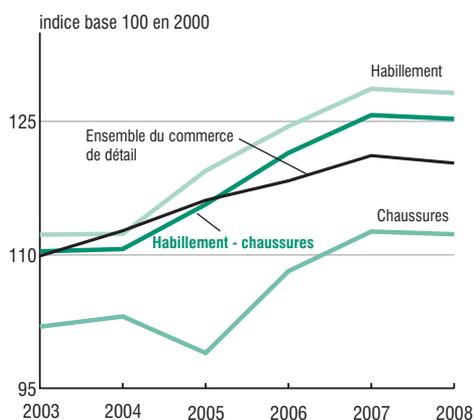
2. Répartition des entreprises et du chiffre d'affaires selon l'effectif salarié



Champ : France métropolitaine.

Source : Insee, enquête annuelle d'entreprise dans le commerce 2006.

3. Évolution du volume des ventes de 2003 à 2008



Champ : France métropolitaine.

Source : Insee, comptes du commerce en secteurs d'entreprises.

4. Emploi total

| | Personnes occupées | Proportion de salariés (%) |
|-------------------------------|--------------------|----------------------------|
| Habillement-chaussures | 186 400 | 81,8 |
| Commerce de détail de : | | |
| habillement | 161 437 | 81,3 |
| chaussures | 24 963 | 85,0 |

Champ : France métropolitaine.

Source : Insee, enquête annuelle d'entreprise dans le commerce 2006.

5. Emploi salarié

| | Proportion de femmes (%) | Temps partiel (%) |
|-------------------------------|--------------------------|-------------------|
| Habillement-chaussures | 83,6 | 43,3 |

Champ : France métropolitaine.

Source : Insee, déclaration annuelle des données sociales 2006.

6. Les plus grandes entreprises selon le chiffre d'affaires

par ordre alphabétique

ARMAND THIERY SAS

C A FRANCE

CAMAÏEU INTERNATIONAL

CIE EUROPÉENNE DE LA CHAUSSURE

H M HENNES MAURITZ

KIABI EUROPE

LA HALLE

MARC LAURENT

VÊTIR

ZARA FRANCE

Champ : France métropolitaine.

Source : Insee, enquête annuelle d'entreprise dans le commerce 2006.

3.8 Autres équipements de la personne

En 2006, 17 900 entreprises sont spécialisées dans la vente d'articles d'**équipements de la personne** autres que l'habillement et la chaussure. Les produits vendus sont divers : **maroquinerie, articles de voyage, parfums et produits de beauté, matériel de photographie, articles d'optique, bijoux, montres**. Le chiffre d'affaires du secteur atteint 12,1 milliards d'euros, soit 6,6 % du chiffre d'affaires de l'ensemble du commerce de détail non alimentaire. Les commerces de parfumerie et de produits de beauté génèrent 33 % du chiffre d'affaires du secteur alors qu'ils ne représentent que 19 % de l'ensemble des entreprises du secteur. Le secteur compte 24 000 points de vente, un chiffre en progression ces dernières années du fait du développement des enseignes spécialisées qui gèrent un réseau important de magasins, notamment dans la vente de parfums, de produits de beauté et d'articles d'optique. Le taux de marge commerciale du secteur, parmi les plus élevés du commerce, est de 48 %.

Les ventes en volume des entreprises en autres équipements de la personne marquent le pas en 2008 par rapport aux années précédentes (+ 0,6 % en 2008 contre + 5,4 % en 2007) mais avec des évolutions sectorielles contrastées. Les ventes du commerce d'optique et photographie affichent toujours une forte augmentation (+ 2,8 %) mais deux

fois moindre qu'en 2007 (+ 5,1 %). Malgré le ralentissement du pouvoir d'achat, la consommation d'optique (lunettes et lentilles) augmente, sous l'effet du vieillissement de la population et de l'évolution des modes de vie. La création de nouveaux modèles et le renouvellement des collections, conjugués à de faibles revalorisations de tarifs, ont participé à la bonne tenue de la consommation des ménages en articles de maroquinerie et de voyage (+ 1,5 %). Le volume des ventes des parfums et des produits de beauté progresse de 1,2 % malgré un contexte économique difficile. Une hausse des prix dans l'horlogerie et la bijouterie associée à un climat morose ont accentué la baisse du volume des ventes dans ce secteur (- 3,7 %).

Le commerce de détail des autres équipements de la personne emploie 84 000 personnes : 36 % dans l'optique et la photographie, 32 % dans la parfumerie et les produits de beauté, 24 % dans l'horlogerie et la bijouterie et enfin 8 % dans les commerces de maroquinerie et d'articles de voyage. Avec cinq personnes occupées par entreprise, les entreprises sont de petite taille. Plus de huit personnes sur dix sont salariées, et 78 % des salariés sont des femmes. La proportion de salariés est plus faible dans les magasins de maroquinerie et d'articles de voyage et dans les horlogeries bijouteries. Une personne salariée sur quatre travaille à temps partiel. ■

Définitions

Commerce de détail des autres équipements de la personne : il regroupe les entreprises spécialisées dans la vente au détail des produits suivants :

Parfumerie et produits de beauté (52.3E) : articles de parfumerie et produits capillaires, toilette, hygiène et beauté ;

Maroquinerie et articles de voyage (52.4F) ;

Optique et matériel photographique (52.4T) : articles d'optique, médicale ou non, appareils photographiques, matériel de précision et pellicules photographiques ;

Horlogerie et bijouterie (52.4V) : montres et autres articles d'horlogerie, articles de bijouterie (non compris les articles de bijouterie fantaisie) et d'orfèvrerie.

Pour en savoir plus

- « Le commerce en 2008 : ralentissement de l'activité », *Insee Première* n° 1244, juin 2009.
- « La situation du commerce en 2008 », *Insee, Document de travail*, juin 2009.
- « Les entreprises du commerce de détail et du commerce automobile en 2006 », *Insee Résultats*, Économie n° 38, septembre 2008.
- « Enquête sur les points de vente du commerce de détail en 2004 », *Insee Résultats*, Économie n° 29, mai 2007.

Autres équipements de la personne 3.8

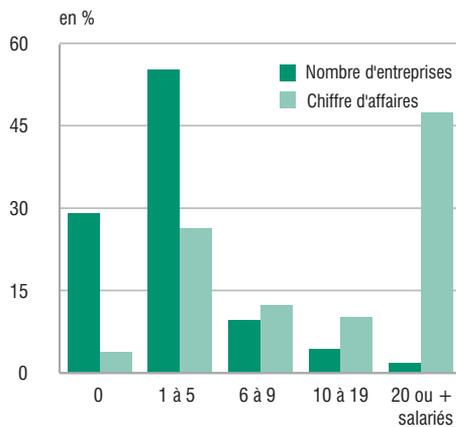
1. Chiffres clés

| | Nombre d'entreprises | Personnes occupées par entreprise | Taux de marge commerciale (%) | Chiffre d'affaires HT (M€) | Ventes/ chiffre d'affaires (%) | Entreprises qui investissent (%) | Nombre de points de vente |
|--|----------------------|-----------------------------------|-------------------------------|----------------------------|--------------------------------|----------------------------------|---------------------------|
| Autres équipements de la personne | 17 945 | 5 | 47,9 | 12 110 | 97,5 | 42,5 | 23 821 |
| Commerce de détail de : | | | | | | | |
| parfumerie et produits de beauté | 3 334 | 8 | 38,6 | 3 949 | 95,3 | 31,2 | 4 762 |
| maroquinerie et articles de voyage | 2 004 | 3 | 49,0 | 1 123 | 98,9 | 24,3 | 2 608 |
| optique et photographie | 7 564 | 4 | 58,3 | 4 092 | 98,8 | 55,8 | 9 822 |
| horlogerie et bijouterie | 5 043 | 4 | 45,3 | 2 946 | 98,2 | 37,2 | 6 629 |

Champ : France métropolitaine.

Source : Insee, enquête annuelle d'entreprise dans le commerce 2006.

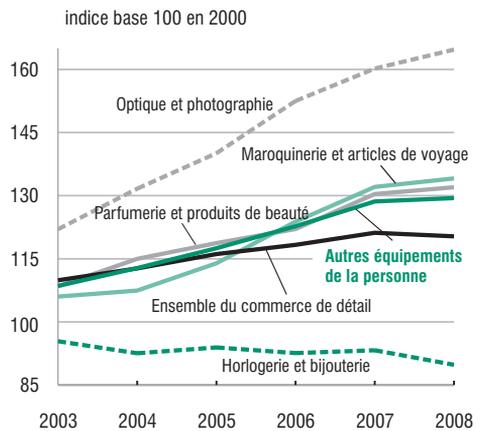
2. Répartition des entreprises et du chiffre d'affaires selon l'effectif salarié



Champ : France métropolitaine.

Source : Insee, enquête annuelle d'entreprise dans le commerce 2006.

3. Évolution du volume des ventes de 2003 à 2008



Champ : France métropolitaine.

Source : Insee, comptes du commerce en secteurs d'entreprises.

4. Emploi total

| | Personnes occupées | Proportion de salariés (%) |
|--|--------------------|----------------------------|
| Autres équipements de la personne | 84 083 | 85,4 |
| Commerce de détail de : | | |
| parfumerie et produits de beauté | 27 014 | 89,1 |
| maroquinerie et articles de voyage | 6 954 | 73,5 |
| optique et photographie | 30 338 | 87,5 |
| horlogerie et bijouterie | 19 777 | 81,1 |

Champ : France métropolitaine.

Source : Insee, enquête annuelle d'entreprise dans le commerce 2006.

5. Emploi salarié

| | Proportion de femmes (%) | Temps partiel (%) |
|--|--------------------------|-------------------|
| Autres équipements de la personne | 77,8 | 24,2 |

Champ : France métropolitaine.

Source : Insee, déclaration annuelle des données sociales 2006.

6. Les plus grandes entreprises selon le chiffre d'affaires

par ordre alphabétique

| |
|--|
| DUTY FREE ASSOCIATES |
| GÉN. OPTIQUE LES OPTICIENS ÉCONOMES |
| GRANDOPTICAL FRANCE |
| MARIONNAUD ESPACES |
| MARIONNAUD LAFAYETTE |
| NOCIBÉ FRANCE |
| SÉPHORA |
| SOC. CARTIER |
| SOC. DES MAGASINS LOUIS VUITTON FRANCE |
| SOCIÉTÉ DE DISTRIBUTION AÉROPORTUAIRE |

Champ : France métropolitaine.

Source : Insee, enquête annuelle d'entreprise dans le commerce 2006.

3.9 Culture, loisirs, sports

En 2006, 48 000 entreprises sont spécialisées dans la vente au détail d'articles de **culture, loisirs, sports**. Elle réalisent un chiffre d'affaires de 27,9 milliards d'euros, ce qui place ce secteur en tête du commerce de détail non alimentaire (hors pharmacie). La vente d'articles divers en magasin spécialisé représente 45 % du chiffre d'affaires de l'ensemble du secteur, celle d'articles de sports et de loisirs 37 % et celle de livres, journaux et de papeterie 18 %.

En 2008, l'activité des entreprises de l'ensemble culture, loisirs, sports diminue de 0,7 % en volume par rapport à 2007. Avec un taux de croissance annuel moyen du volume des ventes de 3,4 % sur la période 2003 à 2008, ce secteur reste toutefois sur les dernières années l'un des plus dynamiques du commerce de détail hors pharmacie, juste derrière l'équipement du foyer et les autres équipements de la personne.

La croissance du volume des ventes d'**articles divers en magasin spécialisé** s'est poursuivie en 2008 (+ 3,6 %), mais à un rythme moins soutenu que les années précédentes. Les nouvelles technologies restent encore très prisées par les ménages français. La progression résulte notamment du dynamisme de la micro-informatique (notamment des ordinateurs ultra-portables à bas coûts) soutenu par la diminution des prix. Le secteur distribue également les jeux vidéo dynamisés par la diffusion de nouvelles consoles et la téléphonie.

Les ventes d'**articles de sports et de loisirs** baissent également de 5 % en 2008, mais

restent néanmoins très dynamiques sur la période 2003 à 2008 (+ 11,8 %). Le pic des ventes pour 2007 est dû ponctuellement à la présence de grands événements sportifs, notamment la Coupe du monde de rugby au sein de l'hexagone.

La vente de **livres, journaux et papeterie** décroît régulièrement et accuse une perte de 4,3 % sur la période 2003 à 2008. Ce sont les journaux qui souffrent le plus, en raison de la concurrence de la presse quotidienne gratuite et de l'internet. Les livres et périodiques semblent, en revanche, résister à la concurrence du numérique.

Les entreprises du commerce de détail de l'ensemble culture, loisirs, sports emploient 182 000 personnes : 37 200 dans les magasins de livres, journaux ou papeterie, 56 000 dans les magasins d'articles de sports ou de loisirs et 88 900 dans les magasins d'articles divers. 76 % des personnes occupées sont salariées. La part des salariés est plus importante dans le commerce d'articles de sports et de loisirs, où elle atteint 87 %. Le taux de féminisation de l'ensemble culture, loisirs, sports est de 55 %. La part des salariés qui travaillent à temps partiel est de 30 %. Les entreprises emploient en moyenne quatre personnes. Plus de 4 entreprises sur 10 n'ont aucun salarié. Les entreprises de 20 salariés ou plus ne représentent que 2 % de l'ensemble des entreprises de ce secteur, cependant elles réalisent 47 % du chiffre d'affaires. La majorité des points de vente sont de petite taille, 80 % d'entre eux ont une surface comprise entre 20 et 120 m². ■

Définitions

Ensemble « culture, loisirs, sports » : il regroupe trois secteurs de commerce de détail qui sont : livres, journaux et papeterie (52.4R), articles de sports et de loisirs (52.4W) et divers en magasin spécialisé (52.4Z).

Commerce de détail divers en magasin spécialisé (52.4Z) : ce secteur recouvre notamment le commerce de jeux et jouets, articles de puériculture, matériels de bureau, ordinateurs et logiciels, matériels de téléphonie y compris téléphones portables ou de voiture, articles souvenirs, objets artisanaux ou religieux, bijouterie fantaisie et les animaux de compagnie.

Livres, journaux et papeterie (52.4R) : pour les journaux et les livres, il s'agit aussi bien de commerce en magasin qu'en kiosque. La vente par correspondance est exclue de ce secteur, de même que la vente de livres d'occasion.

Pour en savoir plus

- « Le commerce en 2008 : ralentissement de l'activité », *Insee Première* n° 1244, juin 2009.
- « La situation du commerce en 2008 », *Insee, Document de travail*, juin 2009.
- « Les entreprises du commerce de détail et du commerce automobile en 2006 », *Insee Résultats*, Économie n° 38, septembre 2008.
- « Enquête sur les points de vente du commerce de détail en 2004 », *Insee Résultats*, Économie n° 29, mai 2007.
- « Un ménage sur deux possède un micro-ordinateur, un sur trois a accès à l'internet », *Insee Première* n° 1011, mars 2005.
- « Pratique sportive et activités culturelles vont souvent de pair », *Insee Première* n° 1008, mars 2005.

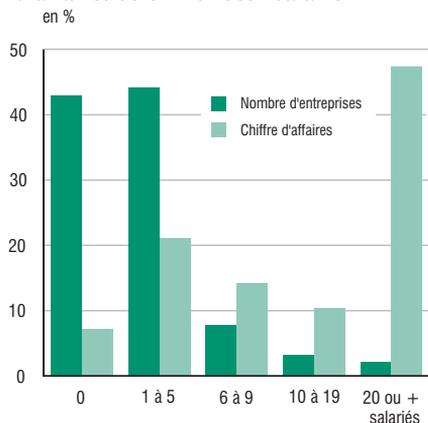
1. Chiffres clés

| | Nombre d'entreprises | Personnes occupées par entreprise | Taux de marge commerciale (%) | Chiffre d'affaires HT (M€) | Ventes/chiffre d'affaires (%) | Entreprises qui investissent (%) | Nombre de points de vente |
|----------------------------------|----------------------|-----------------------------------|-------------------------------|----------------------------|-------------------------------|----------------------------------|---------------------------|
| Culture, loisirs, sports | 48 009 | 4 | 33,4 | 27 895 | 93,7 | 36,1 | 60 565 |
| Commerce de détail de : | | | | | | | |
| livres, journaux et papeterie | 12 074 | 3 | 33,6 | 5 045 | 91,9 | 32,5 | 13 969 |
| articles de sports et de loisirs | 8 442 | 7 | 33,4 | 10 192 | 98,9 | 50,6 | 10 863 |
| divers en magasin spécialisé | 27 493 | 3 | 33,3 | 12 658 | 90,3 | 33,2 | 35 733 |

Champ : France métropolitaine.

Source : Insee, enquête annuelle d'entreprise dans le commerce 2006.

2. Répartition des entreprises et du chiffre d'affaires selon l'effectif salarié



Champ : France métropolitaine.

Source : Insee, enquête annuelle d'entreprise dans le commerce 2006.

4. Emploi total

| | Personnes occupées | Proportion de salariés (%) |
|----------------------------------|--------------------|----------------------------|
| Culture, loisirs, sports | 182 080 | 76,2 |
| Commerce de détail de : | | |
| livres, journaux et papeterie | 37 220 | 67,5 |
| articles de sports et de loisirs | 55 993 | 86,7 |
| divers en magasin spécialisé | 88 867 | 73,3 |

Champ : France métropolitaine.

Source : Insee, enquête annuelle d'entreprise dans le commerce 2006.

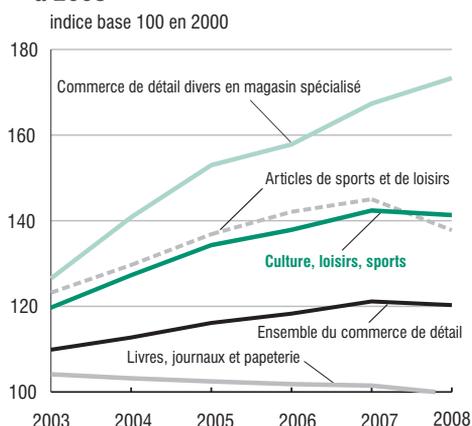
5. Emploi salarié

| | Proportion de femmes (%) | Temps partiel (%) |
|---------------------------------|--------------------------|-------------------|
| Culture, loisirs, sports | 54,8 | 30,2 |

Champ : France métropolitaine.

Source : Insee, déclaration annuelle des données sociales 2006.

3. Évolution du volume des ventes de 2003 à 2008



Champ : France métropolitaine.

Source : Insee, comptes du commerce en secteurs d'entreprises.

6. Les plus grandes entreprises selon le chiffre d'affaires

par ordre alphabétique

DÉCATHLON

GO SPORT FRANCE

MICROMANIA

RELAIS H

RÉSEAU CLUBS BOUYGUES TÉLÉCOM

SERVICES NAVIGATION DE PLAISANCE BOAT

SFD

SURCOUF

THE PHONE HOUSE

TOYS'R US

Champ : France métropolitaine.

Source : Insee, enquête annuelle d'entreprise dans le commerce 2006.

3.10 Équipement du foyer

Le secteur du commerce de détail de l'**équipement du foyer** qui regroupe la vente de meubles, d'appareils électroménagers et de radiotélévision, et d'autres équipements du foyer (luminaires, vaisselle, article de ménage, etc.) compte 21 700 entreprises en 2006. Ces entreprises se répartissent dans trois secteurs : 36 % dans le commerce de détail d'appareils électroménagers et de radiotélévision, 34 % dans le commerce de détail de meubles et 30 % dans celui des autres équipements du foyer. Le secteur de l'équipement du foyer représente un chiffre d'affaires de 27,8 milliards d'euros en 2006. Le secteur des meubles et le secteur des appareils électroménagers et de radiotélévision réalisent la plus grande partie de ce chiffre d'affaires (respectivement 12,6 et 12,4 milliards d'euros), quatre fois supérieur à celui des détaillants en autres équipements du foyer.

En 2008, les ventes du secteur de l'équipement du foyer représentent 15 % des ventes de l'ensemble du commerce de détail non alimentaire. Elles augmentent de 1,4 % en volume soit beaucoup moins qu'en 2007 (+ 6,4 %). Seules les ventes des commerces d'appareils électroménagers et de radiotélévision augmentent (+ 3,5 %). Les ventes dans les commerces de meubles stagnent en volume (- 0,3 %) en 2008 et celles des autres équipements du foyer (lustres, ustensiles ménagers, vannerie, appareils d'économie domestique) diminuent de 0,8 %. Sur la période 2003-2008, le secteur

de l'équipement du foyer connaît une croissance de 4,9 % en moyenne annuelle. Ce dynamisme s'explique par la baisse des prix, l'engouement des ménages pour l'aménagement et la décoration du foyer et aussi par le renouvellement rapide de l'offre, l'électronique de loisir bénéficiant des nouvelles techniques numérisées.

Le taux de marge commerciale du secteur est de 35 % en 2006. Il est particulièrement important dans le secteur des autres équipements du foyer où il atteint 47 %. Inversement, il n'est que de 26 % pour les appareils électroménagers et de radiotélévision pour lesquels la concurrence est plus forte. L'investissement est fréquent : il concerne 44 % des entreprises du secteur.

Le secteur est très concentré : les entreprises d'au moins 20 salariés réalisent plus de 63 % du chiffre d'affaires alors qu'elles ne représentent que 3 % du total du nombre des entreprises. Il existe par ailleurs de nombreuses entreprises de petite taille : 80 % des entreprises du secteur ont moins de 6 salariés et ne réalisent que 17 % du chiffre d'affaires global.

Près de 150 000 personnes travaillent dans le commerce de détail de l'équipement du foyer ; 88 % sont salariées. Cette répartition n'est pas uniforme : 75 % de salariés dans les autres équipements du foyer contre 90 % dans le commerce de détail de meubles et celui d'appareils électroménagers et de radiotélévision. ■

Définitions

Commerce de détail de l'équipement du foyer : ce domaine d'activité regroupe trois secteurs de la nomenclature d'activités française (Naf) :

- commerce de détail de meubles (52.4H) : y compris le commerce de détail de sommiers et matelas ;
- commerce de détail dit des autres équipements du foyer (52.4J) : notamment commerce de luminaires, de lustrerie, d'ustensiles ménagers, de coutellerie, de vaisselle, de verrerie, de porcelaine et poterie, de rideaux-voilages et d'articles ménagers divers en textiles, d'ouvrages en bois, liège et en vannerie, d'appareils et articles de ménage ;
- commerce de détail des appareils électroménagers, de radio et de télévision (52.4L) : commerce d'appareils électroménagers, radio, TV, magnéscope, disques, bandes et cassettes audio ou vidéo (vierges ou enregistrées), instruments de musique et partitions, installation d'autoradios, vente d'antennes paraboliques, machines à coudre, alarmes de foyer et commerce de détail spécialisé en matériel électrique. En revanche, ce secteur ne comprend pas la location de cassettes audio et vidéo et de disques, ni la vente de téléphones portables, d'alarme de voiture, ni la pose associée à la vente de téléphone de voiture.

Pour en savoir plus

- « Le commerce en 2008 : ralentissement de l'activité », *Insee Première* n° 1244, juin 2009.
- « La situation du commerce en 2008 », *Document de travail*, Insee, juin 2009.
- « Les entreprises du commerce de détail et du commerce automobile en 2006 », *Insee Résultats*, Économie n° 38, septembre 2008.

Équipement du foyer 3.10

1. Chiffres clés

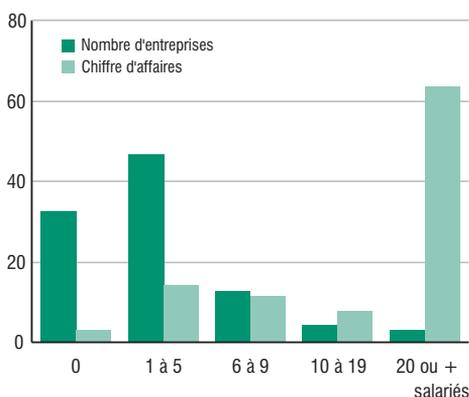
| | Nombre d'entreprises | Personnes occupées par entreprise | Taux de marge commerciale (%) | Chiffre d'affaires HT (M€) | Ventes/chiffre d'affaires (%) | Entreprises qui investissent (%) | Nombre de points de vente |
|--|----------------------|-----------------------------------|-------------------------------|----------------------------|-------------------------------|----------------------------------|---------------------------|
| Équipement du foyer | 21 731 | 7 | 34,7 | 27 777 | 96,1 | 44,1 | 27 493 |
| Commerce de détail de : | | | | | | | |
| meubles | 7 416 | 9 | 40,2 | 12 582 | 95,9 | 48,7 | 9 848 |
| autres équipements du foyer | 6 496 | 4 | 47,2 | 2 800 | 99,1 | 34,1 | 8 053 |
| appareils électroménagers et radiotélévision | 7 819 | 8 | 26,2 | 12 396 | 95,6 | 48,1 | 9 592 |

Champ : France métropolitaine.

Source : Insee, enquête annuelle d'entreprise dans le commerce 2006.

2. Répartition des entreprises et du chiffre d'affaires selon l'effectif salarié

en %



Champ : France métropolitaine.

Source : Insee, enquête annuelle d'entreprise dans le commerce 2006.

4. Emploi total

| | Personnes occupées | Proportion de salariés (%) |
|--|--------------------|----------------------------|
| Équipement du foyer | 149 258 | 87,6 |
| Commerce de détail de : | | |
| meubles | 64 355 | 89,8 |
| autres équipements du foyer | 23 695 | 74,5 |
| appareils électroménagers et radiotélévision | 61 208 | 90,4 |

Champ : France métropolitaine.

Source : Insee, enquête annuelle d'entreprise dans le commerce 2006.

5. Emploi salarié

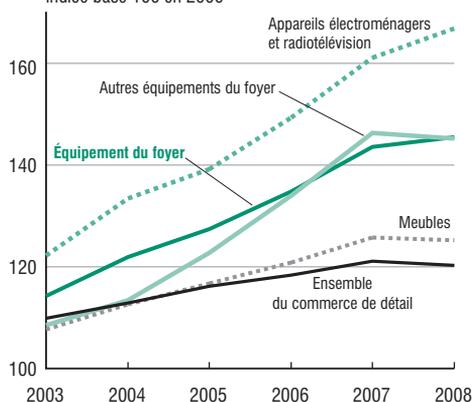
| | Proportion de femmes (%) | Temps partiel (%) |
|----------------------------|--------------------------|-------------------|
| Équipement du foyer | 45,2 | 23,5 |

Champ : France métropolitaine.

Source : Insee, déclaration annuelle des données sociales 2006.

3. Évolution du volume des ventes de 2003 à 2008

indice base 100 en 2000



Champ : France métropolitaine.

Source : Insee, comptes du commerce en secteurs d'entreprises.

6. Les plus grandes entreprises selon le chiffre d'affaires

par ordre alphabétique

| |
|---------------------------------|
| BOULANGER |
| CODIREP SNC |
| CONFORAMA FRANCE |
| DARTY OUEST |
| ÉTABLISSEMENTS DARTY ET FILS |
| FNAC PARIS |
| MÉDIA SATURN FRANCE |
| MEUBLES IKÉA FRANCE SNC |
| RELAIS FNAC |
| SOCIÉTÉ D'EXPLOITATION RAPP SER |

Champ : France métropolitaine.

Source : Insee, enquête annuelle d'entreprise dans le commerce (2006).

3.11 Aménagement de l'habitat

En 2006, l'**aménagement de l'habitat** représente 13 % du chiffre d'affaires du commerce de détail non alimentaire (24 milliards d'euros) et 9 % des entreprises (25 800 unités). Ce sont les fleuristes et jardinerie qui occupent la plus grande part du secteur en nombre d'entreprises : ils représentent plus de la moitié des entreprises (54 %) et réalisent 20 % du chiffre d'affaires. En revanche, les 2 400 grandes surfaces de bricolage (seulement 9 % des entreprises) s'imposent comme les leaders du marché en termes de chiffre d'affaires avec 60 % de l'activité totale du secteur.

En 2008 et pour la première fois depuis au moins cinq ans, les ventes en volume dans le secteur de l'aménagement de l'habitat stagnent (+ 0,6 %). Malgré tout, celui-ci enregistre la hausse la plus élevée du commerce de détail non alimentaire en magasin hors pharmacie après l'équipement du foyer (+ 1,4 %). Les commerces de quincaillerie et d'articles de bricolage, activités les plus dynamiques de ce secteur depuis 2000, voient leur volume de ventes s'essouffler (+ 0,5 % pour la quincaillerie et + 0,7 % pour le bricolage) après plusieurs années de croissance soutenue. Contraints de réaliser des arbitrages dans leurs dépenses, les consommateurs ont délaissé les articles de décoration ou le rayon lumineux, segments qui avaient constitué d'importants soutiens au marché ces dernières années. De plus, le retournement du marché de l'immobilier

(baisse des mises en chantier, difficultés dans le domaine de l'entretien, etc.) a fortement pénalisé les ventes d'articles de bricolage. Le volume des ventes du commerce de revêtements de sols et murs chute de 5,3 %. En revanche, le commerce de textiles de l'habitat augmente de 2,4 %. Le volume des ventes des jardinerie et des fleuristes croît légèrement (+ 1,2 %) en 2008.

En 2006, le taux de marge du secteur s'établit à 38 %. Selon les activités, ce taux varie de 51 % pour le commerce de revêtements de sols et murs à 34 % pour le bricolage. La part des entreprises qui investissent est de 41 %, elle s'élève à 80 % pour les grandes surfaces de bricolage.

Le commerce de détail de l'aménagement de l'habitat emploie 157 700 personnes, dont 78 400 dans le secteur du bricolage et 44 500 chez les fleuristes et jardinerie. Les entreprises de vingt salariés ou plus ne représentent que 4 % de l'ensemble des entreprises de ce secteur mais elles réalisent 64 % du chiffre d'affaires. La taille moyenne des entreprises est de six personnes et 36 % d'entre elles n'ont aucun salarié. Cependant, les écarts sont grands selon les activités : les grandes surfaces de bricolage emploient trente-deux personnes en moyenne, dont 96 % sont des salariés. Dans l'ensemble du secteur, 22 % des salariés travaillent à temps partiel. Au sein des salariés, le secteur emploie autant de femmes que d'hommes. ■

Définitions

Aménagement de l'habitat : ce secteur regroupe les entreprises qui commercialisent des produits destinés à l'aménagement des sols, murs et plafonds, des appareils sanitaires et de traitement de l'eau de l'habitat, et des cheminées, jardins et piscines.

On y trouve les entreprises spécialisées dans le commerce de : textiles (52.4A) ; revêtements de sols et murs (52.4U) et aussi les grandes surfaces de bricolage (52.4P) qui présentent une surface de vente supérieure à 400 m², les quincailleries (52.4N), les fleurs et jardinerie (52.4X).

Pour en savoir plus

- « Le commerce en 2008 : ralentissement de l'activité », *Insee Première* n° 1244, juin 2009.
- « La situation du commerce en 2008 », *Insee, Document de travail*, juin 2009.
- « Les entreprises du commerce de détail et du commerce automobile en 2006 », *Insee Résultats, Économie* n° 38, septembre 2008.
- « Enquête sur les points de vente du commerce de détail en 2004 », *Insee Résultats, Économie* n° 29, mai 2007.

Aménagement de l'habitat 3.11

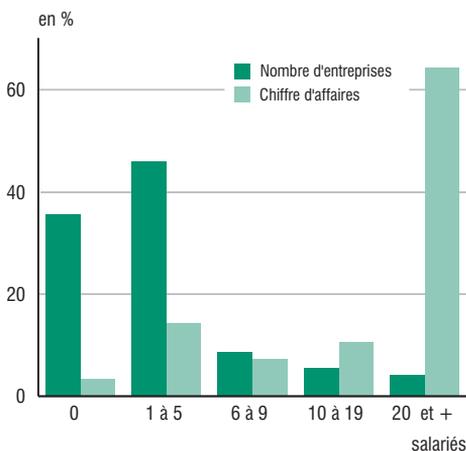
1. Chiffres clés

| | Nombre d'entreprises | Personnes occupées par entreprise | Taux de marge commerciale (%) | Chiffre d'affaires HT (M€) | Ventes/chiffre d'affaires (%) | Entreprises qui investissent (%) | Nombre de points de vente |
|---------------------------------|----------------------|-----------------------------------|-------------------------------|----------------------------|-------------------------------|----------------------------------|---------------------------|
| Aménagement de l'habitat | 25 856 | 6 | 38,0 | 24 270 | 97,0 | 41,1 | 33 957 |
| Commerce de détail de : | | | | | | | |
| textiles | 3 636 | 3 | 46,9 | 926 | 99,2 | 31,4 | 4 539 |
| quincaillerie | 4 980 | 4 | 40,4 | 2 860 | 97,3 | 46,8 | 5 617 |
| bricolage | 2 446 | 32 | 33,7 | 14 654 | 96,6 | 79,7 | 3 755 |
| revêtements sols et murs | 791 | 8 | 50,7 | 947 | 93,7 | 40,3 | 1 604 |
| fleurs | 14 003 | 3 | 45,2 | 4 883 | 98,6 | 34,9 | 18 442 |

Champ : France métropolitaine.

Source : Insee, enquête annuelle d'entreprise dans le commerce 2006.

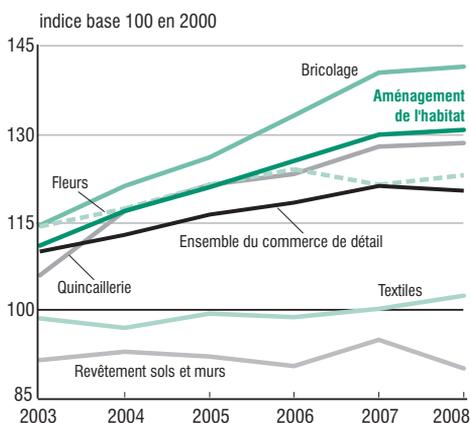
2. Répartition des entreprises et du chiffre d'affaires selon l'effectif salarié



Champ : France métropolitaine.

Source : Insee, enquête annuelle d'entreprise dans le commerce 2006.

3. Évolution du volume des ventes de 2003 à 2008



Champ : France métropolitaine.

Source : Insee, comptes du commerce en secteurs d'entreprises.

4. Emploi total

| | Personnes occupées | Proportion de salariés (%) |
|---------------------------------|--------------------|----------------------------|
| Aménagement de l'habitat | 157 658 | 86,1 |
| Commerce de détail de : | | |
| textiles | 10 401 | 68,5 |
| quincaillerie | 18 198 | 77,6 |
| bricolage | 78 403 | 96,2 |
| revêtements sols et murs | 6 112 | 89,0 |
| fleurs | 44 544 | 75,5 |

Champ : France métropolitaine.

Source : Insee, enquête annuelle d'entreprise dans le commerce 2006.

5. Emploi salarié

| | Proportion de femmes (%) | Temps partiel (%) |
|---------------------------------|--------------------------|-------------------|
| Aménagement de l'habitat | 50,2 | 21,8 |

Champ : France métropolitaine.

Source : Insee, déclaration annuelle des données sociales 2006.

6. Les plus grandes entreprises selon le chiffre d'affaires

par ordre alphabétique

BRICO DÉPÔT

BRICOMAN

BRICORAMA FRANCE

CASTORAMA FRANCE

ÉTS HORTICOLES GEORGES TRUFFAUT

LA BOÎTE À OUTILS

LEROY MERLIN FRANCE

SADEF

SCHLECKER SNC

TAPIS SAINT MACLOU

Champ : France métropolitaine.

Source : Insee, enquête annuelle d'entreprises dans le commerce 2006.

3.12 Vente par correspondance, à domicile et par automate

La **vente par correspondance** compte 4 600 entreprises en 2006 ; soit 1,6 % des entreprises du commerce de détail non alimentaire. 75 % d'entre elles sont concentrées dans la vente par correspondance sur catalogue spécialisé, et les 25 % restant appartiennent à la vente par correspondance sur catalogue général. Le secteur de la vente par correspondance représente 10,3 milliards d'euros de chiffre d'affaires et 35 000 personnes occupées. Le nombre moyen de personnes occupées par entreprise est de 5 pour la vente sur catalogue spécialisé alors qu'il est de 14 personnes pour la vente sur catalogue général. Le taux de marge commerciale du secteur (46 %) se place parmi les plus élevés du commerce.

En 2008, les ventes par correspondance diminuent de 0,6 % en volume, après plusieurs années de croissance soutenue (+ 4,0 % en moyenne par an entre 2003 et 2007). De grandes entreprises de la vente par correspondance ont connu des difficultés en 2008, ce qui se répercute largement sur l'ensemble du secteur. Néanmoins, on constate une forte implication des spécialistes de la vente par correspondance dans le

commerce électronique et une présence de plus en plus marquée sur le réseau internet. La connexion à l'internet via les technologies autorisant les hauts débits (câble et ADSL pour l'essentiel) poursuit sa montée en puissance et favorise ainsi les ventes électroniques.

Plus de 3 700 entreprises sont spécialisées dans la **vente à domicile** en 2006. Elles réalisent un chiffre d'affaires de 2 milliards d'euros. Le taux de marge commerciale de la vente à domicile est de 59 %. En 2008, les ventes en volume à domicile ont augmenté (+ 1,3 %), alors qu'elles avaient tendance à stagner sur les quatre années précédentes (- 0,3 % en moyenne annuelle).

Le secteur de la **vente par automate** représente un peu moins de 2 000 entreprises et compte près de 4 600 points de vente en 2006. Il réalise un chiffre d'affaires de 1,3 milliard d'euros. Le secteur de la vente par automate possède un taux de marge commerciale particulièrement élevé (65 %). En 2008, les ventes par automate progressent de 1,2 % en volume. Elles ont augmenté de 1,3 % en moyenne annuelle sur les cinq dernières années. ■

Définitions

Vente par correspondance (ou vente à distance) : s'effectue sur catalogue général (52.6A) pour tout type de produit par tout type de média (correspondance, télévision, minitel, internet...) ou sur catalogue spécialisé (52.6B) par tout type de média.

Vente à domicile (52.6G) : représente le commerce de détail de tout produit exercé par démarchage au domicile ou sur le lieu de travail du consommateur.

Vente par automate (52.6H) : autre forme de commerce hors magasin. Cette classe ne comprend pas la maintenance et la réparation des appareils de distribution automatique.

Pour en savoir plus

- « Le commerce en 2008 : ralentissement de l'activité », *Insee Première* n° 1244, juin 2009.
- « En 2008, la consommation des ménages s'infléchit mais résiste », *Insee Première* n° 1241, juin 2009.
- « Le commerce électronique », *Insee Première* n° 1040, septembre 2005.
- « Les acteurs du commerce électronique », *Insee Première* n° 999, janvier 2005.

Vente par correspondance, à domicile et par automate 3.12

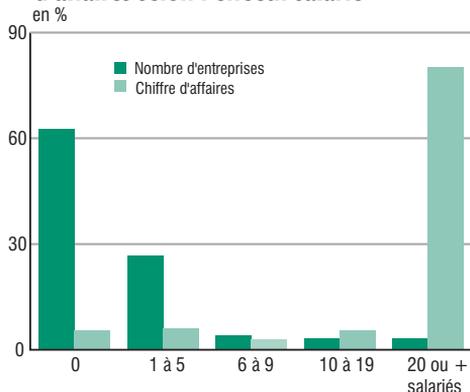
1. Chiffres clés

| | Nombre d'entreprises | Personnes occupées par entreprise | Taux de marge commerciale (%) | Chiffre d'affaires HT (M€) | Ventes chiffre d'affaires (%) | Entreprises qu'investissent (%) | Nombre de points de vente |
|---|----------------------|-----------------------------------|-------------------------------|----------------------------|-------------------------------|---------------------------------|---------------------------|
| Vente par correspondance, à domicile et par automate | 10 335 | 6 | 49,6 | 13 553 | 92,0 | 33,0 | 13 503 |
| Ventes par correspondance sur catalogue général | 4 635 | 8 | 45,6 | 10 265 | 90,7 | 25,1 | 4 954 |
| sur catalogue spécialisé | 1 174 | 14 | 42,8 | 4 576 | 87,5 | 29,0 | 1 287 |
| Autres commerces hors magasin (hors marchés) vente à domicile | 3 461 | 5 | 47,7 | 5 689 | 93,3 | 23,8 | 3 667 |
| vente par automate | 5 700 | 5 | 61,5 | 3 289 | 96,0 | 39,4 | 8 549 |
| | 3 740 | 4 | 59,4 | 2 032 | 96,2 | 24,7 | 3 982 |
| | 1 960 | 6 | 64,9 | 1 257 | 95,6 | 67,5 | 4 567 |

Champ : France métropolitaine.

Source : Insee, enquête annuelle d'entreprise dans le commerce 2006.

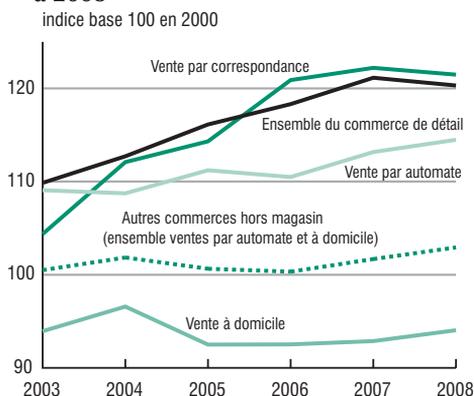
2. Répartition des entreprises et du chiffre d'affaires selon l'effectif salarié



Champ : France métropolitaine.

Source : Insee, enquête annuelle d'entreprise dans le commerce 2006.

3. Évolution du volume des ventes de 2003 à 2008



Champ : France métropolitaine.

Source : Insee, comptes du commerce en secteurs d'entreprises.

4. Emploi total

| | Personnes occupées | Proportion de salariés (%) |
|---|--------------------|----------------------------|
| Vente par correspondance, à domicile et par automate | 62 912 | 82,0 |
| Ventes par correspondance | 35 071 | 81,6 |
| Autres commerces hors magasin (non compris marchés) | 27 841 | 82,4 |

Champ : France métropolitaine.

Source : Insee, enquête annuelle d'entreprise dans le commerce 2006.

5. Emploi salarié

| | Proportion de femmes (%) | Temps partiel (%) |
|---|--------------------------|-------------------|
| Vente par correspondance, à domicile et par automate | 60,4 | 22,2 |

Champ : France métropolitaine.

Source : Insee, déclaration annuelle des données sociales 2006.

6. Les plus grandes entreprises selon le chiffre d'affaires

par ordre alphabétique

3 SUISSES FRANCE

CAMIF PARTICULIERS

CDISCOUNT

COMPAGNIE INTERNATIONALE VENTE À DISTANCE

DAMART SERVIPOSTE

ÉDITIONS ATLAS

LA REDOUTE

MAXIMO

MOVITEX

QUELLE LA SOURCE

Champ : France métropolitaine.

Source : Insee, enquête annuelle d'entreprise dans le commerce 2006.

3.13 Détaillants sur les marchés

Il existe en France près de 8 000 marchés répartis dans 6 000 communes. 80 % des marchés sont de plein air et 20 % sont des marchés couverts. Commerçants, producteurs et artisans s'y côtoient. Ces marchés se tiennent en grande majorité une fois par semaine (76 % en 2004) et sont le plus souvent mixtes (82 % des marchés sont à la fois alimentaires et non alimentaires). Les commerçants sur les marchés réalisent un chiffre d'affaires de 5,3 milliards d'euros hors taxes. Les 65 300 entreprises du secteur emploient plus de 85 100 personnes dont 33 100 dans l'alimentaire (39 %) et 52 000 dans le non-alimentaire (61 %).

Le commerce sur éventaires et marchés est composé très majoritairement d'entreprises de petite taille. Les entreprises de cinq salariés ou moins représentent près de 98 % des entreprises de ce secteur et réalisent 84 % du chiffre d'affaires. Les entreprises spécialisées dans l'alimentaire occupent en moyenne deux personnes, celles spécialisées dans le non-alimentaire une seule. Ce sont dans la grande majorité des cas des entreprises individuelles.

Comparés aux autres formes de commerce, les ventes effectuées sur les marchés représentent une faible part des ventes aux ménages. Mais elles sont relativement importantes dans le domaine des produits alimentaires frais. Les marchés et ventes sur éventaires représentent

environ 7 % des ventes aux ménages pour les fruits et légumes, 3,4 % pour la viande, 3,3 % pour les produits de la mer et 2,4 % pour l'habillement.

Entre 2003 et 2008, les ventes en volume du **commerce de détail alimentaire sur éventaires et marchés** reculent globalement de 2,6 %. De fait, après une hausse de 3,6 % sur la période 2003-2005, les ventes baissent de 6,1 % entre 2005 et 2008 de façon régulière. En 2006, le commerce de détail alimentaire sur éventaires et marchés réalise un chiffre d'affaires de 2,9 milliards d'euros, ce qui représente 55 % des ventes totales réalisées par le commerce sur éventaires et marchés. Les fruits et légumes arrivent en tête des ventes en produits alimentaires, devant les produits de la mer, les produits carnés et les produits laitiers.

Les ventes en volume du **commerce de détail non alimentaire sur éventaires et marchés** reculent également entre 2003 et 2008, de 2,7 % ; après avoir augmenté entre 2003 et 2005 de 4,8 %, les ventes ont diminué de 7,1 % entre 2005 et 2008. Le chiffre d'affaires du commerce de détail non alimentaire sur éventaires et marchés s'élève à 2,4 milliards d'euros en 2006. Les ventes de chaussures arrivent en tête et représentent 11,4 % de l'ensemble des ventes, devant les ventes de meubles (10,8 %) et les ventes d'habillement (8,6 %). ■

Définitions

Commerce de détail alimentaire sur éventaires et marchés (52.6D) : regroupe le commerce de détail de produits alimentaires présentés sur des éventaires généralement mobiles installés sur la voie publique ou sur un emplacement de marché déterminé et le commerce ambulant d'aliments et boissons.

Commerce de détail non alimentaire sur éventaires et marchés (52.6E) : comprend le commerce de détail de produits non alimentaires présentés sur des éventaires généralement mobiles installés sur la voie publique ou sur un emplacement de marché déterminé.

Par convention, les unités exerçant à la fois le commerce de détail en magasin et par tournées de proximité sont classées avec le commerce en magasin correspondant.

L'activité des marchés retracée ici est sous-estimée puisqu'elle ne prend pas en compte les producteurs.

Pour en savoir plus

- « Le commerce en 2008 : ralentissement de l'activité », *Insee Première* n° 1244, juin 2009.
- « La situation du commerce en 2008 », *Insee, Document de travail*, juin 2009.
- « Les marchés en France », DCASPL, juin 2005.
- « Les marchés et le commerce alimentaire », DCASPL, juillet 2001.

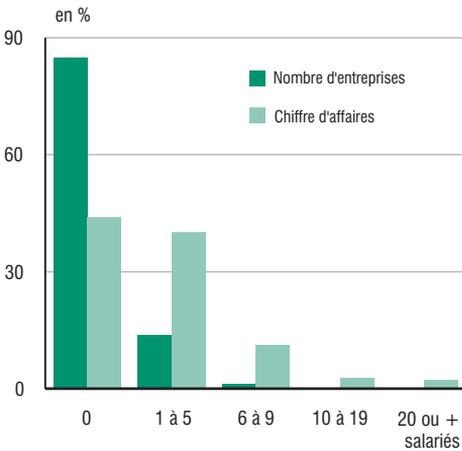
1. Chiffres clés

| | Nombre d'entreprises | Personnes occupées par entreprise | Taux de marge commerciale (%) | Chiffre d'affaires HT (M€) | Ventes/chiffre d'affaires (%) | Entreprises qui investissent (%) | Nombre de points de vente |
|---|----------------------|-----------------------------------|-------------------------------|----------------------------|-------------------------------|----------------------------------|---------------------------|
| Commerce de détail sur événementaires et marchés | 65 338 | 1 | 46,7 | 5 254 | 99,9 | 14,5 | 72 721 |
| alimentaire | 20 178 | 2 | 41,7 | 2 876 | 99,9 | 28,3 | 23 566 |
| non alimentaire | 45 160 | 1 | 52,8 | 2 378 | 100,0 | 8,3 | 49 155 |

Champ : France métropolitaine.

Source : Insee, enquête annuelle d'entreprise dans le commerce 2006.

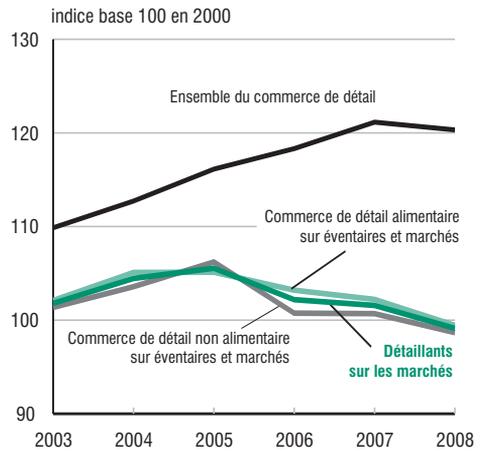
2. Répartition des entreprises et du chiffre d'affaires selon l'effectif salarié



Champ : France métropolitaine.

Source : Insee, enquête annuelle d'entreprise dans le commerce 2006.

3. Évolution du volume des ventes de 2003 à 2008



Champ : France métropolitaine.

Source : Insee, comptes du commerce en secteurs d'entreprises.

4. Emploi total

| | Personnes occupées | Proportion de salariés (%) |
|---|--------------------|----------------------------|
| Commerce de détail sur événementaires et marchés | 85 161 | 21,5 |
| alimentaire | 33 133 | 36,1 |
| non alimentaire | 52 028 | 12,1 |

Champ : France métropolitaine.

Source : Insee, enquête annuelle d'entreprise dans le commerce 2006.

5. Emploi salarié

| | Proportion de femmes (%) | Temps partiel (%) |
|---|--------------------------|-------------------|
| Commerce de détail sur événementaires et marchés | 45,3 | 45,0 |

Champ : France métropolitaine.

Source : Insee, déclaration annuelle des données sociales 2006.

6. Les plus grandes entreprises selon le chiffre d'affaires

par ordre alphabétique

DIRECT DELTA

DISAL

DOMAINE DU GOURMET

EUROPE MARKET ASSOCIATION

GRENET FRÈRES

LES DÉLICES DE L'ATLANTIQUE THÉRÈSE JOJO

OUTILLAGE DE SAINT ÉTIENNE

PROVENCE OUTILLAGE 84

SA DES ÉTABLISSEMENTS VASSEUR

SAINTE ÉTIENNE OUTILLAGE

Champ : France métropolitaine.

Source : Insee, enquête annuelle d'entreprise dans le commerce 2006.

3.14 Réparation d'articles personnels et domestiques

Dans la **réparation d'articles personnels et domestiques**, les modestes entreprises individuelles des artisans-commerçants, horlogers-bijoutiers, cordonniers, côtoient les géants du service après-vente des grandes enseignes de produits électroménagers. En 2006, près de 14 500 entreprises emploient 29 300 personnes et réalisent un chiffre d'affaires de 1,7 milliard d'euros, soit 1 % du commerce de détail non alimentaire. Parallèlement aux prestations de services, les entreprises de la réparation d'articles personnels et domestiques réalisent 36 % de leur chiffre d'affaires en ventes de marchandises. Les deux principales activités de services du secteur sont la réparation d'articles personnels et domestiques (services « minute », vêtements, etc.) avec 29 % du chiffre d'affaires et plus du tiers de l'emploi total (35 %), et la réparation de matériel électronique grand public (29 % du chiffre d'affaires et 22 % de l'emploi total). Vient ensuite la réparation d'appareils électroménagers. Loin derrière se trouvent la réparation de chaussures et d'articles en cuir, et la réparation de montres, horloges et bijoux. Les emplois du secteur sont essentiellement

masculins, la proportion de salariés est de 54 % dont 18 % à temps partiel.

Dans la réparation, 99 % des entreprises ont moins de 10 salariés et elles réalisent les trois quarts du chiffre d'affaires du secteur. Près de la moitié des points de vente (45 %) sont des emplacements aménagés dans les marchés couverts, les gares ou les centres commerciaux.

Seulement 24 % des entreprises de ce secteur ont investi en 2006. La part des entreprises ayant investi dans l'année avoisine 21 % dans la réparation de chaussures et d'articles en cuir et atteint 37 % dans la réparation d'appareils électroménagers.

Sur la période 2003 à 2008, le volume des ventes et prestations de services des entreprises du secteur a diminué de 2,6 % en moyenne annuelle ; cette contraction concerne toutes les activités du secteur. C'est la réparation d'appareils électroménagers qui enregistre la plus forte baisse (- 5,2 % par an en moyenne). En 2008, seule la réparation de matériel électronique grand public progresse (+ 2,2 %). L'activité des cordonniers recule de 1,1 % en 2008 par rapport à 2007. ■

Définitions

Réparation d'articles personnels et domestiques : ce secteur englobe la réparation de chaussures et d'articles en cuir (52.7A) ; la réparation de matériel électronique grand public – produits bruns – (52.7C) ; la réparation d'appareils électroménagers – produits blancs – (52.7D) ; la réparation de montres, horloges et bijoux (52.7F) ; la réparation d'articles personnels et domestiques non compris ailleurs : cycles, jouets, faïences et porcelaines, articles de sport et de campement (52.7H) et aussi le stoppage, le remaillage, la réparation et la retouche de vêtements déjà portés, les services « minute » (clés, talons, etc.), les activités des accordeurs de piano et autres instruments de musique, les petits métiers de la rue (rémouleurs, vitriers, rétameurs, ...), la réparation de matériel photographique non professionnel, la réparation de téléphones mobiles.

Ce secteur ne comprend pas la réparation et la restauration de meubles et d'objets d'arts, l'affûtage d'outils, la réparation et l'installation de jeux électroniques et vidéo, l'entretien et l'installation de chaudières domestiques, la réparation associée à la vente de cycles, la réparation d'appareils photographiques professionnels.

Pour en savoir plus

- « Le commerce en 2008 : ralentissement de l'activité », *Insee Première* n° 1244, juin 2009.
- « La situation du commerce en 2008 », *Insee, Document de travail*, juin 2009.
- « Les entreprises du commerce de détail et du commerce automobile en 2006 », *Insee Résultats*, Économie n° 38, septembre 2008.

Réparation d'articles personnels et domestiques 3.14

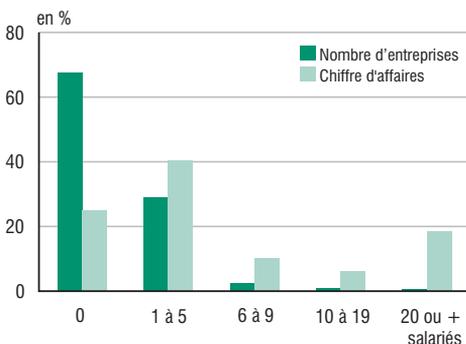
1. Chiffres clés

| | Nombre d'entreprises | Personnes occupées par entreprise | Chiffre d'affaires HT (M€) | Ventes/chiffre d'affaires (%) | Entreprises qui investissent (%) | Nombre de points de vente |
|--|----------------------|-----------------------------------|----------------------------|-------------------------------|----------------------------------|---------------------------|
| Réparation d'articles personnels et domestiques | 14 442 | 2 | 1 719 | 79,6 | 23,8 | 15 178 |
| Réparation de : | | | | | | |
| chaussures et articles en cuir | 3 369 | 1 | 187 | 98,3 | 20,9 | 3 595 |
| matériel électronique grand public | 2 433 | 3 | 498 | 75,8 | 29,1 | 2 477 |
| appareils électroménagers | 2 015 | 3 | 446 | 77,8 | 37,0 | 2 090 |
| montres, horloges et bijoux | 860 | 2 | 92 | 69,1 | 19,9 | 907 |
| articles personnels et domestiques | 5 765 | 2 | 495 | 80,0 | 19,3 | 6 109 |

Champ : France métropolitaine.

Source : Insee, enquête annuelle d'entreprise dans le commerce 2006.

2. Répartition des entreprises et du chiffre d'affaires selon l'effectif salarié



Champ : France métropolitaine.

Source : Insee, enquête annuelle d'entreprise dans le commerce 2006.

4. Emploi total

| | Personnes occupées | Proportion de salariés (%) |
|--|--------------------|----------------------------|
| Réparation d'articles personnels et domestiques | 29 290 | 53,7 |
| Réparation de : | | |
| chaussures et articles en cuir | 4 355 | 25,1 |
| matériel électronique grand public | 6 519 | 62,8 |
| appareils électroménagers | 6 503 | 71,2 |
| montres, horloges et bijoux | 1 715 | 50,7 |
| articles personnels et domestiques | 10 198 | 49,3 |

Champ : France métropolitaine.

Source : Insee, enquête annuelle d'entreprise dans le commerce 2006.

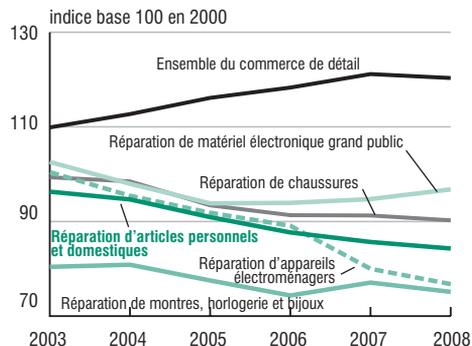
5. Emploi salarié

| | Proportion de femmes (%) | Temps partiel (%) |
|--|--------------------------|-------------------|
| Réparation d'articles personnels et domestiques | 27,4 | 18,2 |

Champ : France métropolitaine.

Source : Insee, déclaration annuelle des données sociales 2006.

3. Évolution du volume des ventes de 2003 à 2008



Champ : France métropolitaine.

Source : Insee, comptes du commerce en secteurs d'entreprises.

6. Les plus grandes entreprises selon le chiffre d'affaires

par ordre alphabétique

| |
|--|
| ATTITUDE |
| BHV SERVICE NUMÉRO 1 |
| CRT CENTRE RÉPARATION TÉLÉCOMMUNICATIONS |
| CTRE ÉLECTRONIQUE AUDIOVIS TRANSMISSIONS |
| EUROPE SERVICES SA |
| LOGISAV |
| MINIT FRANCE |
| MONTRE SERVICE |
| RÉPAR'ACTION |
| SERCA |

Champ : France métropolitaine.

Source : Insee, enquête annuelle d'entreprise dans le commerce 2006.

3.15 Grand commerce spécialisé intégré

Le **grand commerce intégré non alimentaire en magasins spécialisés** regroupe 535 entreprises en 2006. Leurs créneaux de spécialisation vont de l'équipement de la personne à l'équipement du foyer et de l'habitat en passant par la culture, le sport et les loisirs. Ces entreprises réalisent globalement un chiffre d'affaires de plus de 55 milliards d'euros, soit le tiers du chiffre d'affaires du commerce de détail non alimentaire spécialisé (164 milliards d'euros). Elles emploient 271 000 salariés qui travaillent au sein de leurs 24 000 **succursales**.

Le grand commerce spécialisé dans l'habillement et la chaussure regroupe 176 entreprises en 2006 et concentre 28 % de l'emploi du grand commerce. Ces grandes entreprises de l'habillement-chaussure réalisent près de la moitié du chiffre d'affaires du secteur de l'habillement et de la chaussure, et affichent un taux de marge commerciale élevé (53 %).

En 2006, le domaine des autres équipements de la personne compte 59 grandes entreprises de parfumerie, de bijouterie ou maroquinerie ou encore d'opticiens. Elles réalisent 37 % de l'activité du secteur de

l'équipement de la personne avec un taux de marge commerciale de 48 %.

Les 89 grandes entreprises spécialisées dans l'équipement du foyer génèrent plus de la moitié du chiffre d'affaires de l'ensemble du secteur de l'équipement du foyer. Ces entreprises se distinguent par le faible nombre de magasins qu'elles détiennent en propre : 23 par entreprise en moyenne. Elles réalisent un chiffre d'affaires de 15 milliards d'euros en 2006.

Le grand commerce spécialisé dans l'aménagement de l'habitat regroupe 112 entreprises exerçant leur activité commerciale dans les domaines du bricolage, du jardinage et des produits de revêtement des sols et des murs. Il emploie 58 000 personnes et dégage plus de 11 milliards d'euros de chiffre d'affaires en 2006, soit 47 % de l'activité du secteur de l'aménagement de l'habitat.

Le grand commerce spécialisé dans les activités culturelles, sportives ou de loisirs regroupe 92 entreprises qui réalisent plus du tiers de l'activité du secteur culture, loisirs, sports. Elles emploient près de 49 000 personnes. ■

Définitions

Grand commerce intégré non alimentaire en magasins spécialisés (ou grand commerce spécialisé intégré) : ensemble des entreprises du commerce de détail non alimentaire en magasins spécialisés, 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.

Cette approche ne tient pas compte de la concentration réalisée par la constitution de réseaux (franchise, groupements coopératifs, etc.).

Succursales : magasins gérés en propre par une entreprise tête de réseau. La tête de réseau gère elle-même les points de vente qui sont des établissements de son entreprise (les succursales). D'autres points de vente indépendants peuvent être liés à ces entreprises par des contrats de franchise ou en adhérant à des groupements. Ces magasins sous franchise ou adhérents à des groupements ne sont pas pris en compte ici.

Pour en savoir plus

- « Les entreprises du commerce de détail et du commerce automobile en 2006 », *Insee Résultats*, Économie n° 38, septembre 2008.
- « Le grand commerce spécialisé », Insee, *Économie et statistiques* n° 344, 2001-4.
- « Le commerce en 2008 : ralentissement de l'activité », *Insee Première* n° 1244, juin 2009.
- « La situation du commerce en 2008 », Insee, *Document de travail*, juin 2009.

Grand commerce spécialisé intégré 3.15

1. Chiffres clés

| | Nombre d'entreprises | Chiffre d'affaires HT (M€) | Nombre de salariés | Nombre de magasins | Poids du grand commerce spécialisé intégré dans le CA de chaque domaine (%) |
|-----------------------------------|----------------------|----------------------------|--------------------|--------------------|---|
| Grand commerce spécialisé | 535 | 55 073 | 271 174 | 23 845 | 44,0 |
| Habillement-chaussures | 176 | 13 358 | 75 560 | 12 438 | 49,7 |
| Autres équipements de la personne | 59 | 4 503 | 25 701 | 2 360 | 37,2 |
| Culture, loisirs, sports | 92 | 10 174 | 48 647 | 4 573 | 36,6 |
| Équipement du foyer | 89 | 14 820 | 62 474 | 2 017 | 53,4 |
| Aménagement de l'habitat | 112 | 11 555 | 57 781 | 2 446 | 47,6 |
| Autres magasins spécialisés | 7 | 663 | 1 011 | 11 | 10,7 |

Champ : France métropolitaine.

Source : Insee, enquête annuelle d'entreprise dans le commerce 2006.

2. Ratios du grand commerce spécialisé

| | Nombre moyen de personnes occupées | | Taux de salariat (%) | Nombre de magasins par entreprise | Ventes/chiffre d'affaires (%) | Taux de marge commerciale (%) | Entreprises qui investissent (%) |
|--|------------------------------------|-------------|----------------------|-----------------------------------|-------------------------------|-------------------------------|----------------------------------|
| | par entreprise | par magasin | | | | | |
| Grand commerce spécialisé intégré | 525 | 12 | 96,6 | 45 | 94,9 | 37,3 | 96,6 |
| Habillement et chaussures | 451 | 6 | 95,1 | 71 | 97,4 | 53,0 | 100,0 |
| Autres équipements de la personne | 441 | 11 | 98,8 | 40 | 95,8 | 48,4 | 88,1 |
| Culture, loisirs, sport | 541 | 11 | 97,8 | 50 | 90,4 | 27,4 | 94,6 |
| Équipement du foyer | 724 | 32 | 96,9 | 23 | 94,7 | 29,1 | 96,6 |
| Aménagement de l'habitat | 536 | 25 | 96,3 | 22 | 95,8 | 34,8 | 97,3 |
| Autres produits non alimentaires | 145 | 93 | 99,3 | 2 | 99,1 | 15,1 | 100,0 |

Champ : France métropolitaine.

Source : Insee, enquête annuelle d'entreprise dans le commerce 2006.

3. Poids du grand commerce spécialisé intégré



Lecture : les grandes entreprises spécialisées dans la parfumerie et la beauté réalisent 68 % du chiffre d'affaires total du secteur parfumerie et beauté.

Champ : France métropolitaine.

Source : Insee, enquête annuelle d'entreprise dans le commerce 2006.

4. Les plus grandes entreprises portant des noms d'enseignes selon le chiffre d'affaires

par ordre alphabétique

| Entreprises | Spécialité |
|--------------------------------|---------------------|
| BOULANGER | Électro, radio-télé |
| BRICO DÉPÔT | Bricolage |
| CASTORAMA FRANCE | Bricolage |
| CHARVET | Combustibles |
| CIE EUROPÉENNE DE LA CHAUSSURE | Chaussures |
| CONFORAMA FRANCE | Meubles |
| DÉCATHLON | Sports |
| ÉTABLISSEMENTS DARTY ET FILS | Électro,radio-télé |
| FNAC PARIS | Livres, radio-télé |
| GO SPORT FRANCE | Sports |
| H M HENNES MAURITZ | Habillement |
| KIABI EUROPE | Habillement |
| LA HALLE | Habillement |
| LEROY MERLIN FRANCE | Bricolage |
| MARIONNAUD LAFAYETTE | Parfumerie |
| MEUBLES IKÉA FRANCE SNC | Meubles |
| RELAIS FNAC | Livres, radio-télé |
| RELAIS H | Livres, journaux |
| SÉPHORA | Parfumerie |
| VÉTIR | Habillement |

Champ : France métropolitaine.

Source : Insee, enquête annuelle d'entreprise dans le commerce 2006.

3.16 Réseaux

Depuis une trentaine d'années, les réseaux d'enseignes occupent largement le paysage commercial français. Le commerce de détail s'est organisé en réseau pour grouper ses achats, faire de la publicité à l'échelon national, mettre en commun des frais fixes ou des coûts de développement, afin de profiter d'une enseigne reconnue par les consommateurs et de tous les avantages liés à une plus grande taille. Un réseau est généralement repéré par une enseigne commerciale partagée par tous ses membres ; développant des stratégies commerciales propres, ces réseaux réalisent la grande majorité des ventes du commerce de détail et laissent peu de place aux commerces totalement indépendants. Ces réseaux sont caractérisés par des relations hiérarchiques ou contractuelles entre une unité dite tête de réseau et ses membres. Les relations au sein des réseaux se limitent parfois à des contrats comme la concession, la commission-affiliation ou la licence de marque.

Pour mesurer l'importance de ces réseaux, l'Insee a réalisé une enquête sur deux vagues en 2006 et en 2007 couvrant une large part du commerce de détail (hors pharmacie, automobile, motocycle, et carburant). Ainsi, 1 112 réseaux de plus de sept magasins ont été interrogés. Ils regroupent plus de 118 000 points de vente pour un chiffre d'affaires de plus de 273 milliards d'euros, soit 84 % du chiffre d'affaires des secteurs appartenant au champ de l'enquête. Trois formes d'organisation prédominent : 52 % du chiffre d'affaires de ces réseaux est réalisé par des réseaux majoritairement intégrés, 29 % par des groupements et 13 % par des réseaux franchisés.

Définitions

Franchise : système contractuel par lequel un franchiseur met à la disposition de franchisés un concept qu'il a mis au point, en échange d'une rémunération et de l'engagement des franchisés à respecter le concept. Dans le commerce de détail, la franchise comprend nécessairement quatre éléments : l'utilisation de marques distinctives propres (enseigne, sigle, aménagement particulier de magasin), un savoir-faire particulier (système de gestion des points de vente, management particulier), une gamme de produits (habituellement assortie d'une clause d'achats exclusifs), une assistance permanente au franchisé.

Groupelement de commerçants détaillants « groupelement d'indépendants » : société – S.A. coopérative de commerçants dans la plupart des cas – dont les actionnaires sont des entrepreneurs indépendants, exploitant un ou plusieurs points de vente, qui se sont associés pour développer ensemble des moyens communs : centrale d'achat, outil logistique, politiques commerciales et de communication, enseigne et concept magasin, formation, etc. Impliqués dans les instances de décision, tous les associés ont le même droit de vote en assemblée générale en vertu de la règle : « un homme égal une voix ».

Pour en savoir plus

- Site de la Fédération française de la franchise www.franchise-fff.com
- Site de la Fédération des enseignes du commerce associé www.-commerce-associe.fr
- « Les réseaux du commerce de détail », *Insee Première*, à paraître.

D'après la Fédération française de la franchise, près de 1 235 réseaux utilisent la **franchise** au premier janvier 2008, dont plus de la moitié (630) dans les secteurs du commerce de détail. Née dans les années 1930, simultanément aux États-Unis et en France, la franchise permet de développer un concept de façon décentralisée : les détaillants indépendants sont liés par un contrat leur garantissant l'exclusivité des produits comme de la zone géographique. Cette forme d'organisation permet à un producteur ou à un distributeur d'accroître ses parts de marché sans investissements importants.

Les **groupements de commerçants** (coopératives principalement) développent des réseaux commerciaux importants. En 2008, la Fédération des enseignes du commerce associé dénombre 74 groupements en France, qui déploient plus de 120 enseignes nationales ; leur chiffre d'affaires progresse de 4,9 %, permettant aux 37 150 points de vente de gagner des parts de marché et de contribuer à la création d'emplois dans le commerce. Majoritairement présents dans l'activité du commerce de détail (96 % du chiffre d'affaires des groupements), les groupements de commerçants sont d'abord des généralistes du commerce : alimentaire, sport, bricolage, bijouterie, électroménager, meuble, etc. Des nouveaux groupements se développent dans le secteur des services marchands (agences immobilières, hôtels, ...). Les stratégies multi-enseignes deviennent de plus en plus courantes dans ce type de réseaux où les commerçants cherchent à développer de nouveaux marchés sur des zones déjà fortement occupées par leur enseigne principale. ■

1. Réseaux et points de vente par secteur du commerce de détail

| | Nombre de réseaux | Nombre de points de vente | | Chiffre d'affaires du réseau (M€) | | CA par point de vente (milliers €) |
|--|-------------------|---------------------------|------------|-----------------------------------|------------|------------------------------------|
| | | Total | Moyenne | Total | Moyenne | |
| Commerce d'habillement | 319 | 21 754 | 68 | 18 341 | 57 | 843 |
| Commerce d'équipement du foyer | 148 | 12 913 | 87 | 26 141 | 177 | 2 024 |
| Autres commerces de détail non alimentaire en magasin spécialisé | 124 | 8 881 | 72 | 6 265 | 51 | 705 |
| Commerce d'équipement de la personne | 110 | 15 556 | 141 | 10 858 | 99 | 698 |
| Commerces alimentaires spécialisés et artisanat commercial | 94 | 8 480 | 90 | 2 615 | 28 | 308 |
| Commerce de chaussures | 86 | 4 962 | 58 | 3 488 | 41 | 703 |
| Commerce d'aménagement de l'habitat | 80 | 15 643 | 196 | 28 518 | 356 | 1 823 |
| Commerce de culture, loisirs, sports | 78 | 8 422 | 108 | 13 320 | 171 | 1 582 |
| Grandes surfaces alimentaires | 35 | 11 413 | 326 | 149 256 | 4 264 | 13 078 |
| Autres commerces alimentaires non spécialisés | 24 | 9 334 | 389 | 9 476 | 395 | 1 015 |
| Grands magasins et magasins divers non spécialisés | 14 | 706 | 50 | 4 915 | 351 | 6 966 |
| Total | 1 112 | 118 064 | 106 | 273 193 | 246 | 2 314 |

Champ : France métropolitaine, réseaux de plus de 7 magasins.

Source : Insee, enquête sur les réseaux du commerce de détail 2006-2007.

2. Réseaux de franchise du commerce de détail en 2008

| Secteurs d'activité du commerce de détail | Nombre de | | |
|---|------------|---------------|------------------|
| | Réseaux | Franchisés | Points de ventes |
| Ensemble des secteurs | 630 | 23 526 | 42 303 |
| équipement de la maison | 117 | 4 218 | 5 997 |
| équipement de la personne | 298 | 7 709 | 18 073 |
| alimentaire | 94 | 7 448 | 11 669 |
| autres secteurs commerciaux ¹ | 121 | 4 151 | 6 564 |

1. Livres, fleuristes, parfumeries, jouets, commerces de loisirs...

Champ : France métropolitaine.

Source : Fédération française de la franchise.

3. Réseaux de groupements de commerçants associés dans le commerce de détail en 2008

| | Groupements | Nombre de | | CA du réseau (M€) |
|--|-------------|------------|-----------------|-------------------|
| | | Enseignes | Points de vente | |
| Ensemble des secteurs | 74 | 124 | 37 150 | 117 487 |
| équipement de la maison | 17 | 28 | 4 552 | 10 210 |
| équipement de la personne | 10 | 16 | 2 012 | 1 118 |
| alimentaire | 6 | 12 | 4 562 | 79 167 |
| autres secteurs commerciaux ¹ | 41 | 68 | 26 024 | 26 992 |

1. Livres, fleuristes, parfumeries, jouets, commerces de loisirs...

Champ : France métropolitaine.

Source : Fédération des enseignes du commerce associé.