

---

# Fiches thématiques

---

Le commerce  
dans l'économie

## Avertissement

Le nouveau dispositif d'élaboration des statistiques annuelles d'entreprises (Ésane) permet d'alléger la charge statistique sur les sociétés non financières et les entrepreneurs individuels (SNFEI) en intégrant dans un seul système les données d'enquête et les sources administratives. En raison de l'entrée en production de ce nouveau dispositif, il a été décidé de ne diffuser les résultats portant sur les années 2008 et 2009 qu'au niveau groupe de la nomenclature.

Le champ de la publication fait référence à la France entière (y compris les Dom), sauf mention contraire dans certaines fiches.

Enfin, dans cet ouvrage, les termes « entreprise » ou « SNFEI » désignent toute unité légale déclarée au répertoire : entrepreneurs individuels (personnes physiques) et sociétés (personnes morales). Ils ne correspondent pas à la notion d'entreprise en tant qu'acteur économique, définie dans la loi de modernisation de l'économie (LME) et son décret d'application n° 2008-1354 du 18 décembre 2008, que les statistiques ne permettent pas encore d'appréhender actuellement.

## Signes conventionnels utilisés

n.d.	Résultat non disponible
///	Absence de résultat due à la nature des choses
$\varepsilon$	Résultat inférieur à la moitié de l'unité du dernier ordre exprimé
n.s.	Résultat non significatif
e	Estimation
p	nombre provisoire
sd	Compte semi-définitif
K€	Milliers d'euros
M€	Millions d'euros
Md€	Milliards d'euros

# 1.1 Panorama du secteur du commerce

**E**n 2009, l'**ensemble du commerce** regroupe environ 630 000 sociétés non financières et entrepreneurs individuels (SNFEI) qui réalisent un chiffre d'affaires de 1 250 milliards d'euros. Il emploie près de 2,8 millions de salariés en équivalent-temps plein, soit 23 % des emplois des secteurs principalement marchands, non financiers et non agricoles. Le commerce génère 200 milliards d'euros de **valeur ajoutée**, soit 21 % de celle de l'ensemble des secteurs principalement marchands, non financiers et non agricoles. La proportion de femmes est de 50 %, et 26 % des salariés travaillent à temps partiel. Le taux de marge commerciale est en moyenne de 23 %.

Le secteur du commerce se décompose en trois grands ensembles : le commerce de gros, le commerce de détail, et le commerce automobile. Le commerce de gros et le commerce de détail distribuent des produits identiques, mais alors que le commerce de détail vend principalement aux particuliers, les clients du commerce de gros sont le plus souvent d'autres sociétés du commerce, grossistes ou détaillants, qui revendent en l'état ces produits. Le secteur du « commerce et de la réparation automobiles » quant à lui est issu d'un découpage destiné à isoler les produits liés à l'automobile ; il est composé à la fois de grossistes et de détaillants en produits automobiles.

Les sociétés du commerce de détail sont de loin les plus nombreuses (66 % de l'ensemble du commerce) et occupent près de 1,5 million de salariés en équivalent-temps plein, soit 54 % des emplois de l'ensemble du commerce. Elles réalisent 33% du chiffre d'affaires de l'ensemble du commerce, tandis que celles

du commerce de gros en réalisent 55 %. Cet écart a deux explications. D'une part, une même marchandise peut transiter par plusieurs intermédiaires successifs, alors qu'elle fait l'objet, le plus souvent, d'une seule vente au détail. En outre, de nombreuses marchandises, comme les biens d'équipement par exemple, sont achetées par des utilisateurs professionnels et ne transitent donc pas par le commerce de détail.

Le taux de marge est de 29 % dans le commerce de détail contre 21 % dans le commerce de gros. De ce fait, la part de la valeur ajoutée du commerce de détail dans l'ensemble du commerce (41 %) est plus grande que celle de son chiffre d'affaires (33 %), alors que c'est l'inverse pour le commerce de gros (49 % contre 55 %).

La proportion de femmes dans le commerce de détail est particulièrement élevée : 63 %, contre 35 % dans le commerce de gros. La proportion de salariés à temps partiel est également plus forte dans le commerce de détail (36 %, contre 12 %). De fait, les femmes travaillent plus souvent à temps partiel que les hommes. Dans l'ensemble du commerce, 12 % des hommes travaillent à temps partiel, contre 38 % pour les femmes.

La part du commerce automobile dans l'ensemble du commerce est de l'ordre de 12 %, que ce soit en termes de nombre de SNFEI (12 %), de chiffre d'affaires (12 %), de valeur ajoutée (10 %) ou d'emplois (13 %). Le taux de marge de ce secteur (14 %) est le plus faible de l'ensemble du commerce. C'est également le secteur où la proportion de femmes (20 %) et celle de salariés à temps partiel (11 %) sont les plus faibles. ■

## Définitions

**Ensemble du commerce** : il regroupe les secteurs du Commerce et réparation d'automobiles et de motocycles (NAF 45), Commerce de gros (NAF 46), Commerce de détail (NAF 47) et l'Artisanat commercial (NAF 10.13B, 10.71B, 10.71C, 10.71D). Ce dernier comprend les boulangeries, pâtisseries et charcuteries. Parce qu'ils transforment les inputs, ces secteurs sont classés de façon native dans l'industrie. Mais leurs caractéristiques sociales les rapprochent du commerce de détail et on les rajoute donc fréquemment dans le commerce.

**Valeur ajoutée** : la valeur ajoutée (VA) d'une SNFEI est le solde du compte de production. Elle est égale à la valeur de la production d'une SNFEI diminuée de la consommation intermédiaire. Ici, on considère la valeur ajoutée qui est calculable à partir des données fiscales des entreprises. Elle diffère un peu du concept de valeur ajoutée calculée par la Comptabilité nationale, en particulier par la valorisation des stocks. On raisonne en comptes du secteur commercial ; la valeur ajoutée liée aux activités secondaires non commerciales des SNFEI du commerce est donc prise en compte.

## Pour en savoir plus

- « La situation du commerce en 2010 », *Document de travail*, Insee, décembre 2011.
- « Le commerce en 2010 - Retour contrasté à la croissance », *Insee Première* n° 1363, août 2011.

# Panorama du secteur du commerce 1.1

## 1. Les chiffres clés

	Nombre de SNFEI (en milliers)	Chiffre d'affaires HT (Md€)	Valeur ajoutée (M€)	Taux de marge commerciale (%)	Effectifs salariés			
					en EQTP (en milliers)	en %	Proportion de femmes (%)	Proportion de temps partiel (%)
<b>Commerce de gros<sup>1</sup></b> dont :	<b>139,1</b>	<b>686</b>	<b>98 143</b>	<b>21,3</b>	<b>930</b>	<b>33,8</b>	<b>35,3</b>	<b>12,2</b>
<i>intermédiaires du commerce de gros</i>	39,8	113	10 081	3,7	81	3,0	42,5	15,4
<i>produits agricoles bruts et animaux vivants</i>	5,4	51	3 143	10,3	38	1,4	30,3	12,5
<i>produits alimentaires</i>	17,5	125	21 413	27,3	129	4,7	35,6	13,5
<i>biens domestiques</i>	26,7	137	25 001	31,5	212	7,7	51,9	16,9
<i>équipements de l'information et de la communication</i>	6,3	42	4 974	16,3	47	1,7	33,1	10,0
<i>équipements industriels</i>	21,9	77	14 171	26,5	191	6,9	26,5	8,9
<i>autre commerce de gros spécialisé</i>	17,7	125	17 106	21,1	205	7,4	28,0	9,2
<b>Commerce de détail</b> dont :	<b>420,3</b>	<b>417</b>	<b>83 003</b>	<b>29,0<sup>2</sup></b>	<b>1 474</b>	<b>53,5</b>	<b>63,3</b>	<b>35,9</b>
<i>commerce de détail en magasin non spécialisé</i>	23,8	183	26 208	20,5	539	19,6	65,0	43,4
<i>commerce de détail alimentaire en magasin spécialisé</i>	94,1	31	10 416	34,2 <sup>2</sup>	192	7,0	53,1	30,8
<i>commerce de détail de carburants en magasin spécialisé</i>	3,9	11	913	10,3	12	0,4	47,4	30,7
<i>équipement de l'information et de la communication en magasin spécialisé</i>	6,4	9	1 307	23,0	23	0,8	39,2	19,3
<i>autre équipement du foyer en magasin spécialisé</i>	32,6	47	10 407	36,3	186	6,8	46,3	22,8
<i>biens culturels et de loisirs en magasin spécialisé</i>	18,4	15	3 007	33,5	61	2,2	53,0	32,5
<i>autre commerce de détail en magasin spécialisé</i>	138,9	99	25 801	38,6	392	14,2	78,0	37,1
<i>commerce de détail sur éventaires et marchés</i>	76,6	5	1 581	43,0	14	0,5	49,5	49,8
<i>vente à distance, à domicile et par automate</i>	25,6	18	3364	44,4	55	2,0	59,9	22,4
<b>Commerce et la réparation automobiles</b> dont :	<b>73,1</b>	<b>148</b>	<b>19 478</b>	<b>13,5</b>	<b>350</b>	<b>12,7</b>	<b>19,6</b>	<b>10,6</b>
<i>commerce, entretien et réparation automobiles</i>	60,1	127	15 301	11,0	276	10,0	19,5	10,7
<i>équipements automobiles et motocycles</i>	13,0	21	4 177	28,4	75	2,7	19,8	10,3
<b>Total commerce</b>	<b>632,4</b>	<b>1 252</b>	<b>200 625</b>	<b>23,0<sup>2</sup></b>	<b>2 755</b>	<b>100</b>	<b>50,2</b>	<b>26,1</b>

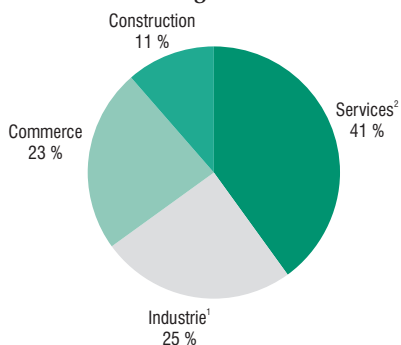
1. Le commerce de gros comprend aussi le secteur du commerce de gros non spécialisé (46.902) non présenté dans ce tableau, mais néanmoins inclus dans le total de cette ligne.

2. Hors artisanat commercial.

Champ : France.

Source : Insee, *Ésane 2009*.

### 2. Part du secteur du commerce dans l'emploi en équivalent-temps plein des secteurs principalement marchands, non financiers et non agricoles en 2009



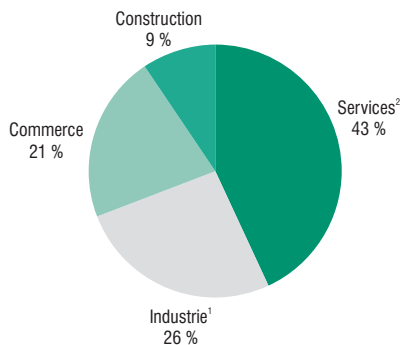
1. Y compris industries agricoles, alimentaires, et énergie.

2. Services principalement marchands, hors activités financières et d'assurance, et hors activités des ménages.

Champ : France. Secteurs principalement marchands, non financiers et non agricoles (hors NAF A, K, O, P, Q, 94, T, U).

Source : Insee, *Ésane 2009*.

### 3. Part du secteur du commerce dans la valeur ajoutée principalement marchande, non financière et non agricole en 2009



1. Y compris industries agricoles, alimentaires, et énergie.

2. Services principalement marchands, hors activités financières et d'assurance, et hors activités des ménages.

Champ : France. Secteurs principalement marchands, non financiers et non agricoles (hors NAF A, K, O, P, Q, 94, T, U).

Source : Insee, *Ésane 2009*.

## 1.2 Conjoncture du commerce en 2011

Malgré un léger rebond de l'activité au troisième trimestre 2011 (+ 0,3 %), la situation économique s'est dégradée à l'automne dans la zone euro, dans un contexte de tensions sur le financement des dettes publiques.

En France, les anticipations des chefs d'entreprise sont mal orientées, comme l'attestent les **enquêtes de conjoncture**. Selon la note de conjoncture de l'Insee de décembre, l'activité reculerait légèrement au quatrième trimestre 2011 (- 0,2 %) et au premier trimestre 2012 (- 0,1 %) avant de s'améliorer quelque peu au deuxième trimestre 2012 (+ 0,1 %). La dynamique de l'investissement et de l'emploi, moteur de la reprise depuis mi-2009, resterait faible au premier semestre 2012.

Dans le commerce de gros, le climat conjoncturel se dégrade de nouveau au quatrième trimestre, selon les grossistes interrogés en novembre 2011. L'indicateur synthétique du climat des affaires perd ainsi 4 points par rapport à septembre et se situe en dessous de sa moyenne de long terme.

Les chefs d'entreprise ont été nombreux à signaler une forte dégradation de l'activité passée. Les soldes d'opinion relatifs aux échanges avec l'extérieur se replient en

dessous de leurs niveaux de longue période. L'opinion des grossistes sur l'ensemble du commerce français continue de se détériorer. Selon ces derniers, l'activité se stabiliserait au premier trimestre 2012.

Dans le commerce de détail et l'automobile, la conjoncture reste terne en décembre 2011 : l'indicateur synthétique du climat des affaires est stable, toujours bien inférieur à sa moyenne de longue période.

D'après les chefs d'entreprise, l'activité des derniers mois est restée déprimée. Parallèlement, les prévisions de ventes continuent de reculer et les intentions de commandes restent faibles, chacun des deux soldes demeurant très inférieur à sa moyenne de longue période. Les perspectives générales d'activité sont également toujours sombres, signe que les détaillants demeurent pessimistes sur la situation globale du commerce.

Après un raffermissement de l'activité commerciale au troisième trimestre 2011 (+ 0,1 %), la production de la branche commerce reculerait au quatrième trimestre (- 0,1 %), et resterait atone au premier semestre 2012 (- 0,1 % puis + 0,1 % aux 1<sup>er</sup> et 2<sup>e</sup> trimestres). ■

### Définitions

**Enquêtes de conjoncture** : l'enquête de conjoncture dans le commerce de gros est bimestrielle et effectuée auprès d'un échantillon de 3 000 grossistes. L'enquête de conjoncture dans le commerce de détail et le commerce et la réparation automobiles est mensuelle et effectuée auprès d'un échantillon de 3 750 détaillants.

La plupart des questions de ces deux enquêtes sont qualitatives et comportent trois modalités de réponse (« en hausse », « stable », « en baisse »). Les résultats sont présentés sous forme de soldes d'opinion : ce sont les différences entre les pourcentages de réponses positives et les pourcentages de réponses négatives.

Les principales questions posées dans ces deux enquêtes sont les suivantes :

- perspectives générales d'activité : opinion sur l'évolution au cours des trois prochains mois, du volume des affaires dans l'ensemble du commerce français ;
- ventes passées : opinion sur le volume des ventes réalisées au cours des deux (commerce de gros) / trois (commerce de détail) derniers mois ;
- intentions de commandes : opinion sur les commandes que l'entreprise a l'intention de passer dans les deux / trois prochains mois ;
- prix passés et prévus : opinion sur les prix de vente des trois derniers mois et des trois prochains mois ;
- effectifs passés et prévus : opinion sur les effectifs des trois derniers mois et des trois prochains mois.

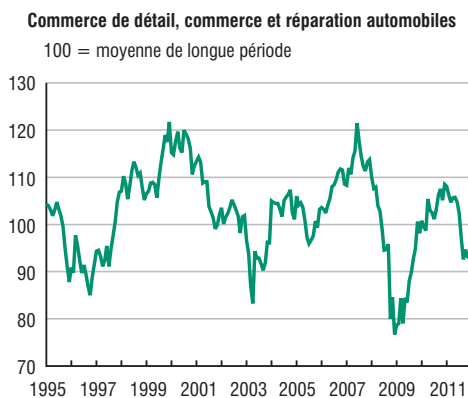
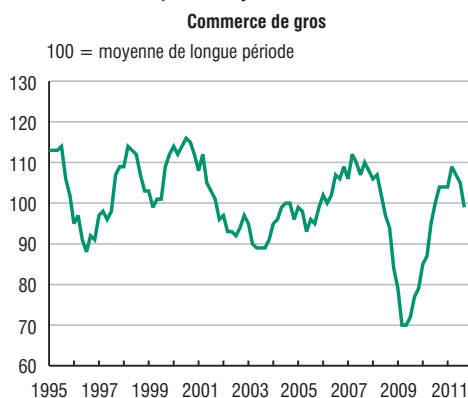
Les indicateurs synthétiques du climat des affaires résumant l'opinion des chefs d'entreprise sur la conjoncture dans le commerce : plus leur valeur est élevée, plus le jugement des commerçants est favorable. Ces deux indicateurs synthétisent les principaux soldes d'opinions corrigés des variations saisonnières (CVS). Ils sont normalisés pour être de moyenne 100 et d'écart-type 10.

### Pour en savoir plus

- Note de conjoncture, Insee.
- Enquête bimestrielle dans le commerce de gros, *Informations Rapides*, Insee.
- Enquête mensuelle dans le commerce de détail et le commerce et la réparation automobiles, *Informations Rapides*, Insee.

# Conjoncture du commerce en 2011 1.2

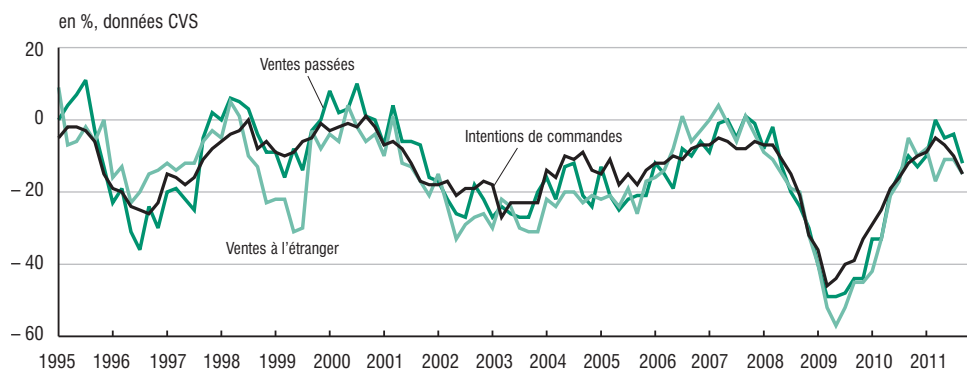
## 1. Indicateur synthétique de climat des affaires



Champ : France métropolitaine.

Source : Insee, enquête de conjoncture dans le commerce de gros et le commerce de détail.

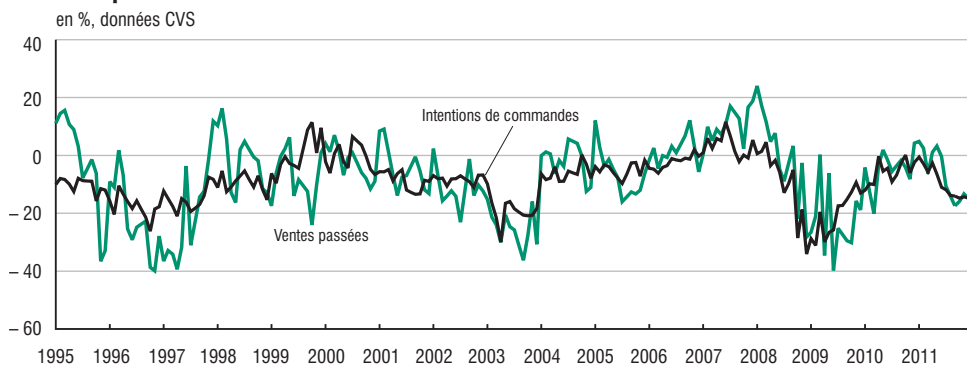
## 2. Ventes passées, ventes à l'étranger et intentions de commandes dans le commerce de gros



Champ : France métropolitaine.

Source : Insee, enquête de conjoncture dans le commerce de gros.

## 3. Ventes passées et intentions de commandes dans le commerce de détail et le commerce et la réparation automobiles



Champ : France métropolitaine.

Source : Insee, enquête de conjoncture dans le commerce de détail.

## 1.3 Emploi dans le commerce

**F**in 2009, le commerce emploie environ 3 millions de salariés dans des établissements commerciaux, soit 19 % de l'ensemble des **secteurs d'établissements** marchands ; 1,6 million travaillent dans le commerce de détail (hors artisanat commercial), 1 million dans le commerce de gros, et 0,4 million dans le commerce et la réparation automobiles. Les non-salariés représentent 375 000 emplois fin 2008, soit 11 % de l'emploi du commerce. Plus de 70 % d'entre eux travaillent dans le commerce de détail.

Fin 2010, dans le commerce la baisse de l'emploi de 2009 semble enrayée. En **glissement annuel**, entre fin 2009 et fin 2010, le commerce enregistre un gain de 5 600 **emplois salariés** (+ 0,2 % après - 1,5 % en 2009). En **moyenne annuelle**, le secteur perd toutefois 13 300 emplois en 2010 (- 0,4 %, après - 1,4 % en 2009). L'emploi est tiré par le commerce de détail, où les effectifs salariés augmentent de 0,4 % en moyenne annuelle (+ 6 100 emplois). En revanche, l'emploi salarié diminue fortement dans le commerce de gros (- 1,8 % en moyenne annuelle) et, dans une moindre mesure, dans le commerce et la réparation automobiles (- 0,5 % en moyenne annuelle).

L'emploi salarié du commerce a connu une forte croissance de 1994 à 2002. Depuis, son évolution a été très modérée. Avec la crise, en 2009, il s'est replié pour la première fois depuis le creux conjoncturel de 1993.

Dans le commerce de gros, la part des 15-24 ans est plus faible (6 %, contre 12 % dans l'ensemble du commerce et 9 % dans l'ensemble de l'économie). Les femmes y représentent un tiers des actifs occupés. Comme dans le secteur du commerce et de la réparation d'automobiles, la part des salariés à temps partiel y est faible (12 % contre 26 % pour l'ensemble du commerce).

Le commerce de détail est un secteur jeune : 14 % des actifs occupés ont entre 15 et 24 ans. Il est aussi particulièrement féminisé (59 % de femmes contre 48 % dans l'ensemble de l'économie et 46 % dans le commerce). Près de la moitié des actifs occupés sont des **employés**, contre un tiers dans l'ensemble du commerce. Le temps partiel est fréquent dans le commerce de détail (36 %), particulièrement dans les grandes surfaces à prédominance alimentaire (44 %).

Le secteur du commerce et de la réparation automobiles est aussi un secteur jeune (16 % des actifs occupés ont entre 15 et 24 ans). La proportion de femmes y est basse (18 %). ■

### Définitions

**Secteur d'établissements** : regroupement de tous les établissements de sociétés ou d'entrepreneurs individuels qui ont la même activité principale. Dans la mesure qui est faite ici, on comptabilise l'emploi dans des établissements commerciaux d'entreprises non commerciales (par ex. industrielles). L'emploi ainsi mesuré va différer assez sensiblement de l'emploi sectoriel mesuré sur des unités légales, tel que mesuré par exemple par Ésane.

**Glissement annuel** : une évolution en glissement annuel compare la valeur d'une grandeur à deux dates séparées d'un an (par exemple décembre  $n$  par rapport à décembre  $n - 1$ ).

**Emploi salarié** : l'Insee réalise des estimations trimestrielles (corrigées des variations saisonnières) fondées sur les estimations annuelles antérieures, à l'aide d'indicateurs adaptés. Ils proviennent de trois sources portant sur les établissements de dix salariés et plus : l'enquête sur l'activité et les conditions d'emploi de la main d'œuvre (Acemo), réalisée par le Ministère du Travail, la statistique établie par l'Unédic à partir des déclarations des établissements affiliés au régime d'assurance chômage et, depuis le quatrième trimestre 1999, la statistique de l'Urssaf établie à partir des déclarations des établissements versant des cotisations sociales. Voir *Glossaire*.

**Moyenne annuelle** : l'évolution d'une variable en moyenne annuelle est obtenue en comparant la moyenne de cette variable d'une année à celle de l'année précédente.

**Employés** : il s'agit ici des employés de libre-service du commerce et magasiniers, des caissiers de magasin, des vendeurs du commerce de gros et de détail, des pompistes et gérants de station service.

### Pour en savoir plus

- « Le commerce en 2010 – Retour contrasté à la croissance », *Insee Première* n° 1363, août 2011.
- « La situation du commerce en 2010 », *Document de travail*, Insee, juin 2011.

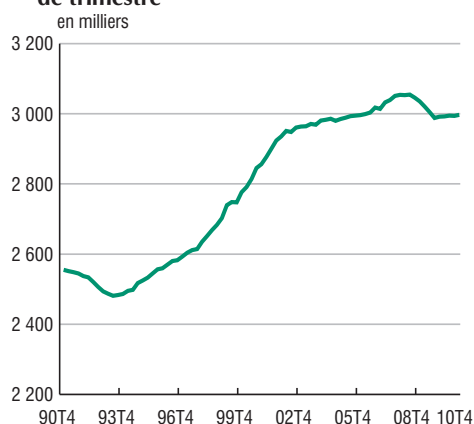
## 1. Évolution de l'emploi salarié et proportion de salariés ne travaillant pas à temps complet

Secteurs d'activité	Effectif fin 2009	Effectif moyen en 2009	Taux d'évolution annuel moyen de l'effectif en fin d'année 2000-2008	Taux d'évolution annuel de l'effectif moyen (%)		Proportion de salariés non à temps complet en 2009
	(milliers)	(milliers)	(%)	2009/2008	2010/2009	
<b>Commerce de gros</b>	<b>965,8</b>	<b>962,5</b>	<b>-0,2</b>	<b>-2,2</b>	<b>-1,8</b>	<b>12,2</b>
Intermédiaires du commerce de gros	68,6	...	0,1	...	...	15,4
Produits agricoles bruts et animaux vivants	20,0	...	-2,0	...	...	12,5
Produits alimentaires, de boissons et de tabac	158,2	...	-0,1	...	...	13,5
Biens domestiques	192,9	...	-0,1	...	...	16,9
Équipements de l'information et de la communication	59,2	...	-8,4	...	...	10,0
Autres équipements industriels	226,6	...	2,4	...	...	8,9
Autres commerces de gros spécialisés et commerces non spécialisés	240,2	...	0,8	...	...	10,0
<b>Commerce de détail</b>	<b>1 649,5</b>	<b>1 654,2</b>	<b>1,1</b>	<b>-0,7</b>	<b>0,4</b>	<b>35,9</b>
Grandes surfaces à prédominance alimentaire	547,5	...	1,1	...	...	44,5
Petites surfaces alimentaires spécialisées ou non	144,8	...	1,2	...	...	34,3
Autres commerces de détail en magasin ou non	957,1	...	1,1	...	...	31,9
<b>Commerce et réparation d'automobiles et de motocycles</b>	<b>376,5</b>	<b>377,2</b>	<b>-0,1</b>	<b>-2,5</b>	<b>-0,5</b>	<b>10,6</b>
<b>Total commerce</b>	<b>2 991,8</b>	<b>2 993,9</b>	<b>0,8</b>	<b>-1,4</b>	<b>-0,4</b>	<b>25,9</b>
<b>Ensemble des secteurs marchands (hors agriculture)</b>	<b>15 862,8</b>	<b>15 920,5</b>	<b>0,4</b>	<b>-2,4</b>	<b>-0,3</b>	<b>...</b>

Champ : France métropolitaine.

Sources : Insee, estimations d'emploi ; Unedic ; DADS.

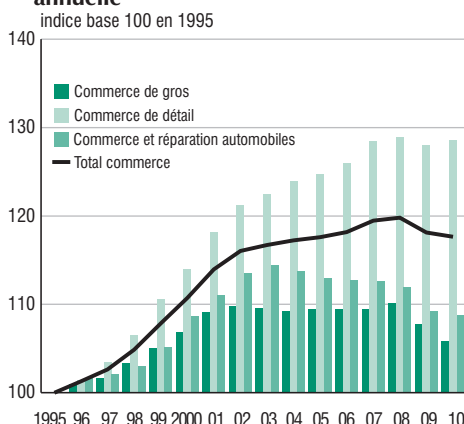
## 2. Effectifs salariés du commerce en fin de trimestre



Champ : France métropolitaine.

Source : Insee, estimations d'emploi.

## 3. Évolution de l'emploi salarié en moyenne annuelle



Champ : France métropolitaine.

Source : Insee, estimations d'emploi.

## 4. Actifs du commerce en 2010

Secteurs d'activité	Personnes en emploi (%)						Effectifs non salariés (milliers)	
	Proportion de femmes	Proportion d'actifs		Proportion d'employés	Proportion d'ouvriers	Proportion autres <sup>1</sup>	2007	2008 <sub>p</sub>
de 15 à 24 ans		de 50 ans ou +						
<b>Ensemble du commerce</b>	<b>46</b>	<b>12</b>	<b>22</b>	<b>33</b>	<b>18</b>	<b>49</b>	<b>367,3</b>	<b>374,7</b>
Commerce de gros	32	6	23	16	24	60	58,8	62,2
Commerce de détail	59	14	21	46	10	44	266,2	269,1
Commerce et réparation automobiles	18	16	21	14	43	44	42,2	43,4
<b>Ensemble de l'économie</b>	<b>48</b>	<b>9</b>	<b>27</b>	<b>29</b>	<b>22</b>	<b>49</b>	<b>2 355,2</b>	<b>2 371,0</b>

1. Cadres, professions intermédiaires, chefs d'entreprises.

Champ : France métropolitaine.

Sources : Insee, enquête Emploi.



## 1.4 Salaires dans le commerce

En 2009, un salarié du commerce perçoit en moyenne un **salaire brut** horaire de 15,36 euros et la moitié des salariés du commerce ont un salaire brut horaire inférieur à 12,43 euros. Le salaire brut horaire moyen est moins élevé dans le commerce que dans l'industrie ou les services. Cependant, il a connu une croissance plus forte dans le commerce que dans ces deux autres secteurs par rapport à 2008.

Il existe des disparités importantes de salaire entre les trois grands secteurs du commerce. Elles reflètent en partie les différences concernant l'âge, la catégorie socioprofessionnelle, le sexe et le temps de travail des salariés. C'est dans le commerce de gros, où les salariés sont plus qualifiés et plus âgés, que le salaire brut horaire moyen est le plus élevé en 2009.

L'effet spécifique de la catégorie professionnelle est important. En 2009, à sexe, région, taille et activité de l'établissement, condition d'emploi et âge égaux, dans le commerce de détail, un cadre perçoit en moyenne un salaire plus élevé de 105,5 %

par rapport à un ouvrier ; ce ratio est de 27,9 % pour un salarié exerçant une profession intermédiaire.

En 2009, à catégorie socioprofessionnelle, âge, secteur d'activité, taille et région de l'établissement égaux, les salariés du commerce à temps partiel perçoivent en moyenne un salaire brut horaire moyen inférieur à celui des salariés à temps complet, de 1,5 % dans le commerce de détail, de 1,8 % dans le commerce et la réparation automobiles, et de 4,1 % dans le commerce de gros.

De même, toutes choses égales par ailleurs, le salaire des femmes est inférieur de 5,9 % à celui des hommes dans le commerce de détail, de 12,2 % dans le commerce et la réparation automobiles, et de 9,0 % dans le commerce de gros.

Enfin, toutes choses égales par ailleurs, en 2009, les salariés qui travaillent en province ont un salaire inférieur à celui des salariés d'Île-de-France : de 11,1 % pour le commerce de gros, de 8,4 % pour le commerce et la réparation automobiles et de 6,4 % pour le commerce de détail. ■

### Définitions

**Salaire brut** : il correspond à l'intégralité des sommes perçues par le salarié au titre de son contrat de travail, avant toute déduction de cotisations obligatoires. Il intègre les participations.

Les salaires horaires sont connus grâce aux DADS (Déclarations annuelles de données sociales) que les entreprises adressent à l'administration. Tous les salariés, présents ou non toute l'année, sont concernés, à l'exception des personnels des services domestiques et des agents de la fonction publique d'État. L'exploitation des DADS ayant permis de donner les informations présentées ici exclut les apprentis, les stagiaires et les titulaires d'emplois aidés. Les résultats sont issus de l'exploitation du sondage au 1/12<sup>e</sup> des déclarations de 2009.

**Salaire médian** : si l'on ordonne une distribution de salaires, la médiane est la valeur qui partage cette distribution en deux parties égales ; ainsi le salaire médian est le salaire au-dessous et au dessus duquel se trouvent 50 % des salaires.

### Pour en savoir plus

- « Le commerce en 2010 - Retour contrasté à la croissance », *Insee Première* n° 1363, août 2011.
- « La situation du commerce en 2010 », *Document de travail*, Insee, juin 2011.
- « Les revenus d'activité des indépendants », *Insee Références*, septembre 2009.

## 1. Salaires bruts horaires moyens et médians des salariés en 2009

Secteur d'activité		Temps complet	Temps partiel (euros)	Ensemble	Évolution 2009/2008 en euros courants (%)
Commerce de gros	Moyenne	18,87	16,74	<b>18,72</b>	0,40
Commerce de détail	Moyenne	13,58	12,01	<b>13,19</b>	2,52
Commerce et réparation automobiles	Moyenne	14,94	13,69	<b>14,87</b>	0,53
<b>Total commerce</b>	<b>Moyenne</b>	<b>15,85</b>	<b>12,81</b>	<b>15,36</b>	<b>1,39</b>
<b>Salaire médian</b>	<b>Médiane</b>	<b>12,82</b>	<b>10,86</b>	<b>12,43</b>	...
Industrie	Moyenne	18,42	18,79	<b>18,44</b>	0,77
Construction	Moyenne	16,09	14,98	<b>16,05</b>	1,58
Services	Moyenne	20,40	15,54	<b>19,64</b>	1,03

Champ : France métropolitaine

Source : Insee, DADS 2009.

## 2. Salaires bruts horaires moyens selon le sexe et la catégorie socioprofessionnelle en 2009

en euros

Secteur d'activité	Cadres	Professions intermédiaires	Employés	Ouvriers
<b>Hommes</b>				
Commerce de gros	35,20	19,06	14,53	13,53
Commerce de détail	27,47	16,34	11,96	12,32
Commerce et réparation automobiles	29,55	19,23	13,96	12,58
<b>Femmes</b>				
Commerce de gros	28,71	17,93	13,47	12,53
Commerce de détail	23,26	14,37	11,11	11,36
Commerce et réparation automobiles	24,13	16,36	11,96	11,71

Champ : France métropolitaine.

Source : Insee, DADS 2009.

## 3. Effets « toutes choses égales par ailleurs » de la catégorie socioprofessionnelle, de la région, du secteur d'activité de l'établissement, de l'âge ou de la condition d'emploi sur le salaire en 2009

en %

	Commerce de gros	Commerce de détail	Commerce et réparation automobiles
<b>Catégorie socioprofessionnelle</b>			
Cadres	+ 128,9	+ 105,5	+ 108,0
Professions intermédiaires	+ 38,7	+ 27,9	+ 39,1
Employés	+ 11,0	- 1,0	+ 6,5
<i>Ouvriers</i>	<i>Réf.</i>	<i>Réf.</i>	<i>Réf.</i>
Autres	+ 206,1	+ 124,6	+ 135,9
<b>Région</b>			
<i>Île-de-France</i>	<i>Réf.</i>	<i>Réf.</i>	<i>Réf.</i>
Province	- 11,1	- 6,4	- 8,4
<b>Âge</b>			
Moins de 32 ans	- 14,5	- 8,2	- 12,0
<i>Entre 32 et 43 ans</i>	<i>Réf.</i>	<i>Réf.</i>	<i>Réf.</i>
44 ans ou plus	+ 6,9	+ 4,0	+ 3,4
<b>Sexe</b>			
<i>Homme</i>	<i>Réf.</i>	<i>Réf.</i>	<i>Réf.</i>
Femme	- 9,0	- 5,9	- 12,2
<b>Taille d'établissement</b>			
<i>Entre 0 et 9 salariés</i>	<i>Réf.</i>	<i>Réf.</i>	<i>Réf.</i>
Entre 10 et 49 salariés	+ 7,9	+ 2,1	+ 9,2
50 salariés ou plus	+ 12,4	+ 5,2	+ 14,9
<b>Condition d'emploi</b>			
<i>Temps complet</i>	<i>Réf.</i>	<i>Réf.</i>	<i>Réf.</i>
Temps partiel	- 4,1	- 1,5	- 1,8

Champ : France métropolitaine.

Lecture : en 2009, dans le commerce de détail, la différence de salaire entre une femme et un homme, à catégorie socioprofessionnelle, taille et activité de l'établissement, région, conditions d'emploi et âge égaux est de - 5,9 %.

Note : pour discerner les effets de la catégorie socioprofessionnelle, de la région, de l'âge, du sexe, de la taille et de l'activité de l'établissement, ou de la condition d'emploi d'une personne sur les écarts de salaires au salaire moyen, au sein d'un des trois sous-secteurs du commerce, on met en œuvre une analyse de la variance. Celle-ci permet d'évaluer l'impact d'un facteur sur l'écart salarial, tous autres facteurs égaux par ailleurs.

Source : Insee, DADS 2009.

## 1.5 Démographie des SNFEI commerciales

En France, un peu plus d'une **société non financière et entrepreneur individuel (SNFEI)** sur cinq appartient au commerce. Début 2010, 727 000 SNFEI sont recensées dans le secteur du commerce et 44 700 dans l'**artisanat commercial**. Le nombre de SNFEI commerciales augmente de 8,4 % entre début 2009 et début 2010. Cette progression est essentiellement due à la forte croissance des créations d'entreprises à la suite de la mise en place du régime des **auto-entrepreneurs** (voir *fiche 1.6*). Ce régime ne concerne que les entreprises individuelles, dont le nombre augmente de 16,7 % en 2009.

Les SNFEI commerciales sont en majorité composées de SARL (46 %) et d'entreprises individuelles (46 %).

Début 2010, le commerce de gros compte 186 000 SNFEI (soit près d'un quart des SNFEI commerciales, en hausse de 4,3 % par rapport au début 2009). Les **intermédiaires du commerce** représentent plus du quart des SNFEI de ce secteur, et leur nombre croît également (+ 10,2 %). Le commerce de gros est composé en majorité de SARL (58 %).

À la même date, le commerce de détail compte 457 000 SNFEI, soit presque 60 % des SNFEI commerciales, en forte hausse par rapport au début 2009 (+ 11,3 %). Ces sociétés appartiennent pour plus de la moitié au commerce de détail non alimentaire en magasins spécialisés. Le commerce de détail est composé en majorité d'entreprises individuelles (55 %).

Parmi les 44 700 SNFEI de l'artisanat commercial répertoriées début 2010, 89 % sont des boulangeries-pâtisseries. Comme dans le commerce de détail, les entreprises individuelles sont encore la forme de SNFEI la plus répandue dans l'artisanat commercial (57 %). Cependant, leur nombre n'a cessé de diminuer depuis 2003 ; elles représentaient alors 71 % des SNFEI. En contrepartie, la part des sociétés non financières croît de façon continue.

Début 2010, le secteur du commerce et de la réparation automobiles compte 83 400 SNFEI. Les SNFEI d'entretien et de réparation de véhicules automobiles sont les plus nombreuses et représentent la moitié des effectifs du secteur. Entre début 2009 et début 2010, le nombre de SNFEI du secteur commerce et réparation automobiles augmente de 8,3 %. ■

### Définitions

**Sociétés non financières** : ensemble des unités institutionnelles qui sont des producteurs marchands dont la fonction principale consiste à produire des biens et des services non financiers, et dont les opérations de répartition et les opérations financières sont séparées de celles de leurs propriétaires.

**Entreprise individuelle** : elle est la propriété exclusive d'une personne physique. L'entrepreneur exerce son activité sans avoir créé de personne juridique distincte. Les différentes formes d'entreprises individuelles sont : commerçant, artisan, profession libérale, agriculteur. Les sociétés sont généralement classées en trois catégories correspondant à des catégories juridiques différentes (il en existe plus de 200) : les « sociétés de personnes » qui regroupent les sociétés en nom collectif et les sociétés en commandite simple, les Sociétés à responsabilité limitée (SARL) et les sociétés de capitaux qui regroupent les sociétés anonymes (SA) et les sociétés en commandite par action.

**Artisanat commercial** : boulangeries, pâtisseries (NAF 10.71B à 10.71D) et charcuteries (NAF 10.13B).

**Auto-entrepreneur** : le nombre d'auto-entrepreneurs décompté ici correspond au nombre de demandes de créations reçues par l'Insee. Il ne tient pas compte des refus de statut accordés ultérieurement, ni de ce que 50 % environ des auto-entrepreneurs dans le commerce ne démarrent pas d'activité économique.

**Intermédiaires du commerce** (46.11Z à 46.19B) : ils sont une composante du commerce de gros. Ce groupe comprend les activités des intermédiaires du commerce de gros qui mettent en rapport acheteurs et vendeurs ou qui exécutent des opérations commerciales pour le compte d'un tiers sans être eux-mêmes propriétaires des marchandises : commissionnaires, courtiers agents commerciaux, représentants non salariés, centrales d'achats, etc.

### Pour en savoir plus

- « Trois auto-entrepreneurs sur quatre n'auraient pas créé d'entreprise sans ce régime », *Insee Première* n° 1388, février 2012.
- « La situation du commerce en 2010 », *Document de travail*, Insee, décembre 2011.
- « Le commerce en 2010 - Retour contrasté à la croissance », *Insee Première* n° 1363, août 2011.

# Démographie des SNFEI commerciales 1.5

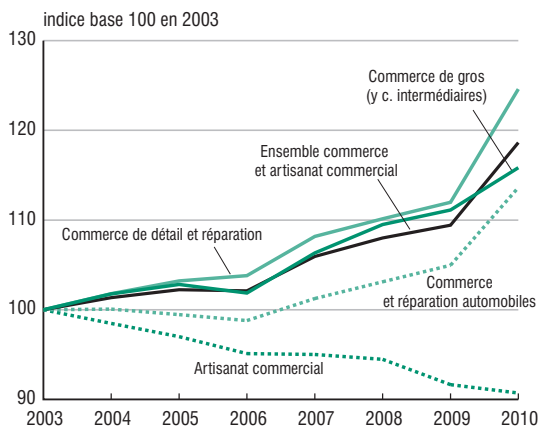
## 1. Nombre de SNFEI commerciales présentes au 1<sup>er</sup> janvier selon les différentes formes juridiques

Secteur d'activité	2010						2009	Taux d'évolution 2010/2009 (%)
	Entreprises individuelles	Sociétés de personnes	SARL	Sociétés de capitaux	Autres sociétés	Ensemble	Ensemble	
<b>Commerce de gros</b>	<b>48 485</b>	<b>859</b>	<b>108 511</b>	<b>6 168</b>	<b>22 137</b>	<b>186 160</b>	<b>178 566</b>	<b>4,3</b>
Intermédiaires du commerce	35 409	164	15 585	606	2 359	54 123	49 109	10,2
Commerce de gros de :								
produits agricoles bruts	1 510	59	3 393	255	1 097	6 314	6 387	-1,1
produits alimentaires	2 263	163	13 537	1 030	3 524	20 517	20 079	2,2
biens domestiques	3 244	171	28 007	1 269	4 201	36 892	36 895	0,0
TIC	599	32	6 692	468	1 456	9 247	9 330	-0,9
équipements industriels	1 692	135	16 581	1 350	4 479	24 237	23 992	1,0
autres spécialisés	1 908	96	12 781	1 088	3 794	19 667	18 911	4,0
non spécialisé	1 860	39	11 935	102	1 227	15 163	13 863	9,4
<b>Commerce de détail</b>	<b>251 363</b>	<b>8 062</b>	<b>179 815</b>	<b>4 112</b>	<b>14 089</b>	<b>457 441</b>	<b>411 122</b>	<b>11,3</b>
Non spécialisé	14 394	404	14 631	1 071	3 904	34 404	32 977	4,3
dont grandes surfaces	46	219	2 193	914	2 902	6 274	6 307	-0,5
Alimentaire spécialisé	23 551	1 324	20 819	235	967	46 896	45 761	2,5
Non alimentaire :	91 968	6 252	128 683	2 652	8 146	237 701	230 877	3,0
carburants	772	29	3 299	30	101	4 231	4 347	-2,7
TIC	2 217	31	5 711	47	227	8 233	7 100	16,0
équipements du foyer	10 784	145	25 973	839	2 291	40 032	40 007	0,1
culture et loisirs	11 994	1 124	13 434	292	956	27 800	27 781	0,1
autres	66 201	4 923	80 266	1 444	4 571	157 405	151 642	3,8
Éventaires et marchés	97 957	48	6 778	14	269	105 066	86 210	21,9
Vente à distance	23 493	34	8 904	140	803	33 374	15 297	118,2
<b>Commerce et réparation automobiles</b>	<b>28 870</b>	<b>210</b>	<b>47 844</b>	<b>1 435</b>	<b>5 032</b>	<b>83 391</b>	<b>77 026</b>	<b>8,3</b>
Commerce de véhicules automobiles	8 070	80	16 577	872	3 012	28 611	26 826	6,7
Entretien et réparation automobiles	17 028	107	22 899	272	1 021	41 327	37 643	9,8
Équipements automobiles	1 622	17	4 882	249	793	7 563	7 030	7,6
Motocycles	2 150	6	3 486	42	206	5 890	5 527	6,6
<b>Total commerce</b>	<b>328 718</b>	<b>9 131</b>	<b>336 170</b>	<b>11 715</b>	<b>41 258</b>	<b>726 992</b>	<b>666 714</b>	<b>9,0</b>
<b>Artisanat commercial</b>	<b>25 459</b>	<b>291</b>	<b>18 002</b>	<b>125</b>	<b>829</b>	<b>44 706</b>	<b>45 155</b>	<b>-1,0</b>
Boulangerie - pâtisserie	22 503	271	16 133	92	737	39 736	39 931	-0,5
Charcuterie	2 956	20	1 869	33	92	4 970	5 224	-4,9
<b>Total commerce et artisanat commercial</b>	<b>354 177</b>	<b>9 422</b>	<b>354 172</b>	<b>11 840</b>	<b>42 087</b>	<b>771 698</b>	<b>711 869</b>	<b>8,4</b>

Champ : France.

Source : Insee, Répertoire des entreprises et des établissements (Sirene).

## 2. Évolution du nombre de SNFEI du commerce au 1<sup>er</sup> janvier



Champ : France.

Source : Insee, Répertoire des entreprises et des établissements (Sirene).

## 1.6 Créations de SNFEI commerciales

En 2010, les **créations** de sociétés non financières et entrepreneurs individuels (SNFEI) commerciales se maintiennent à un niveau élevé. 131 000 SNFEI commerciales (hors artisanat commercial) sont ainsi créées, soit une hausse de 0,6 % par rapport à 2009. Le commerce représente ainsi un peu plus de 20 % des créations de SNFEI françaises en 2010. Les créations croissent fortement depuis le 1<sup>er</sup> janvier 2009 dans l'ensemble de l'économie en lien avec l'instauration du régime d'**auto-entrepreneur**. Celui-ci facilite la création de SNFEI et tous les secteurs du commerce ont profité de cette nouvelle possibilité.

Hors artisanat commercial, parmi les SNFEI commerciales créées en 2010, 21 %

appartiennent au commerce de gros, 68 % au commerce de détail et 11 % au commerce et à la réparation d'automobiles.

Les créations de SNFEI des secteurs du commerce de gros et de détail se maintiennent au niveau élevé de 2009 (+ 4 % pour le commerce de gros et - 3 % pour le commerce de détail par rapport à 2009). Les créations du commerce automobile augmentent encore en 2010 (+ 21 % par rapport à 2009).

En 2010, le **taux de création** de SNFEI commerciales françaises est de 18 %. Ce sont les régions du Sud qui ont les taux de création les plus élevés : le Languedoc-Roussillon (22 %) et la région Provence - Alpes - Côte d'Azur (19 %) ; mais aussi celles du Nord avec le Nord - Pas-de-Calais (21 %) et la Picardie (19 %). ■

### Définitions

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

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

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

**Le régime d'auto-entrepreneur** : ce régime, mis en place par la loi de modernisation de l'économie (LME) d'août 2008 et entré en vigueur au 1<sup>er</sup> janvier 2009, offre des formalités de création d'entreprises allégées ainsi qu'un mode de calcul et de paiement simplifié des cotisations sociales et de l'impôt sur le revenu. L'auto-entrepreneur bénéficie ainsi d'un régime microsocial simplifié, d'une dispense d'immatriculation au registre du commerce et des sociétés (RCS) pour les commerçants, d'une exonération de TVA et sur option, d'un régime microfiscal simplifié (versement libératoire de l'impôt sur le revenu) et d'une exonération de taxe professionnelle pendant trois ans à compter de la date de création.

**Taux de création** : nombre de créations de SNFEI rapporté au nombre total de SNFEI.

### Pour en savoir plus

- « Trois auto-entrepreneurs sur quatre n'auraient pas créé d'entreprise sans ce régime », *Insee Première* n° 1388, février 2012.
- « La situation du commerce en 2010 », *Document de travail*, Insee, décembre 2011.
- « Le commerce en 2010 - Retour contrasté à la croissance », *Insee Première* n° 1363, août 2011.
- « En 2010, hausse des créations d'auto-entreprises mais aussi de sociétés », *Insee Première* n° 1334, janvier 2011.

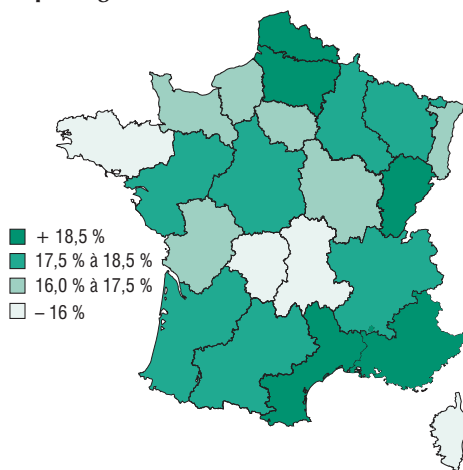
# Créations de SNFEI commerciales 1.6

## 1. Créations de SNFEI commerciales

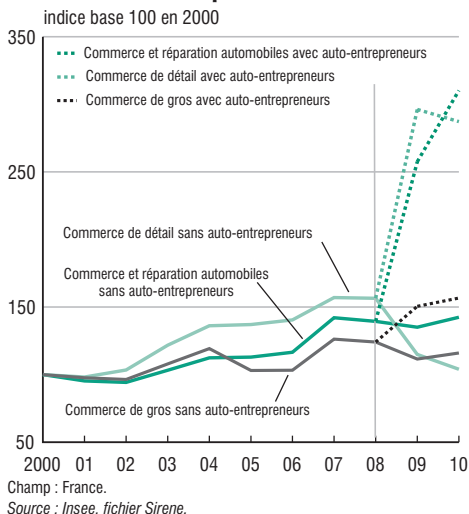
Secteurs d'activité	Nombre de créations				Évolution (%)		
	2007	2008	2009	2010	2008/2007	2009/2008	2010/2009
<b>Commerce de gros (y compris intermédiaires)</b>	<b>22 039</b>	<b>21 646</b>	<b>26 253</b>	<b>27 319</b>	<b>-1,8</b>	<b>21,3</b>	<b>4,1</b>
Intermédiaires du commerce de gros	10 693	10 334	13 623	14 827	-3,4	31,8	8,8
Commerce de gros de :							
produits agricoles bruts et d'animaux vivants	260	262	297	306	0,8	13,4	3,0
produits alimentaires, de boissons et de tabac	1 508	1 566	1 881	1 894	3,8	20,1	0,7
biens domestiques	3 443	3 075	3 178	3 185	-10,7	3,3	0,2
équipements de l'information et de la communication	566	605	668	670	6,9	10,4	0,3
autres équipements industriels	1 295	1 493	1 581	1 534	15,3	5,9	-3,0
autres commerces de gros spécialisés	1 603	1 809	2 068	2 033	12,9	14,3	-1,7
commerce de gros non spécialisé	2 671	2 502	2 957	2 870	-6,3	18,2	-2,9
<b>Commerce de détail</b>	<b>48 433</b>	<b>48 285</b>	<b>91 428</b>	<b>88 644</b>	<b>-0,3</b>	<b>89,4</b>	<b>-3,0</b>
Magasin non spécialisé	2 882	3 236	3 999	4 001	12,3	23,6	0,1
Alimentaire en magasin spécialisé	4 227	4 008	4 721	4 907	-5,2	17,8	3,9
Non alimentaire :	21 681	19 468	26 738	25 822	-10,2	37,3	-3,4
carburants	177	157	162	132	-11,3	3,2	-18,5
équipements de l'information et de la communication	1 291	1 424	2 005	1 569	10,3	40,8	-21,7
autres équipements du foyer	4 206	3 864	4 210	4 005	-8,1	9,0	-4,9
biens culturels et de loisirs	1 869	1 835	2 269	2 172	-1,8	23,7	-4,3
autres commerces de détail	14 138	12 188	18 092	17 944	-13,8	48,4	-0,8
Commerce de détail sur évenementaires et marchés	15 452	16 449	32 969	29 165	6,5	100,4	-11,5
Commerce de détail hors magasin, évenementaires ou marchés	4 191	5 124	23 001	24 749	22,3	348,9	7,6
<b>Commerce et réparation automobiles</b>	<b>6 729</b>	<b>6 601</b>	<b>12 189</b>	<b>14 688</b>	<b>-1,9</b>	<b>84,7</b>	<b>20,5</b>
Commerce de véhicules automobiles	2 646	2 808	4 660	5 828	6,1	66,0	25,1
Entretien et réparation de véhicules automobiles	2 866	2 639	5 607	6 861	-7,9	112,5	22,4
Commerce d'équipements automobiles	658	618	1 097	1 115	-6,1	77,5	1,6
Commerce et réparation de motocycles	559	536	825	884	-4,1	53,9	7,2
<b>Total commerce</b>	<b>77 201</b>	<b>76 532</b>	<b>129 870</b>	<b>130 651</b>	<b>-0,9</b>	<b>69,7</b>	<b>0,6</b>
<b>Artisanat commercial</b>	<b>2 877</b>	<b>1 884</b>	<b>2 075</b>	<b>2 207</b>	<b>-34,5</b>	<b>10,1</b>	<b>6,4</b>
<b>Total commerce et artisanat commercial</b>	<b>80 078</b>	<b>78 416</b>	<b>131 945</b>	<b>132 858</b>	<b>-2,1</b>	<b>68,3</b>	<b>0,7</b>
<b>Ensemble de l'économie française<sup>1</sup></b>	<b>325 739</b>	<b>331 439</b>	<b>580 193</b>	<b>622 036</b>	<b>1,7</b>	<b>75,1</b>	<b>7,2</b>

1. Ensemble des activités marchandes hors agriculture.  
Champ : France. Source : Insee, fichier Sirene.

## 2. Taux de création de SNFEI commerciales par région en 2010



## 3. Évolution des créations de SNFEI commerciales depuis 2000



## 1.7 Groupes implantés dans le commerce

**F**in 2009, sur environ 46 000 **groupes** d'entreprises recensés en France, près d'un sur trois emploie la plus grande partie de ses salariés dans les **secteurs commerciaux**. En plus des 14 300 groupes commerciaux, 3 700 groupes possèdent au moins une **filiale** dans les secteurs commerciaux. Parmi ceux-ci, plus de trois sur cinq ont une activité principale dans l'industrie, un sur cinq dans le tertiaire hors commerce.

Au total, 34 400 sociétés commerciales, soit 5,6 % de l'ensemble des sociétés commerciales, sont contrôlées par des groupes (contre 5,8 % dans les services et 6,0 % dans l'industrie). Cependant, elles réalisent plus des trois quarts du chiffre d'affaires total du commerce. L'emprise des groupes est légèrement moins forte cette année et brise la tendance observée depuis 1994 pour revenir à des taux comparables à ceux de 2004. La part du chiffre d'affaires réalisée par les groupes atteint cette année 78 % dans le commerce de gros ; près de 66 % dans le commerce automobile, et 61 % dans le commerce de détail, dont près des trois quarts pour les grandes surfaces.

En termes d'emploi et de valeur ajoutée, l'importance des groupes est tout aussi significative : 62 % des salariés du commerce, soit un peu plus de 1,6 millions de personnes, travaillent dans des groupes, et ces groupes réalisent 62 % de la valeur ajoutée du secteur.

Presque tous les **groupes commerciaux** (92 %) sont des PME (petites et moyennes entreprises,) au sens où ils emploient moins de 250 salariés en France et ont un chiffre d'affaires annuel n'excédant pas 50 millions d'euros ou un total de bilan n'excédant pas 43 millions d'euros. Les PME sont un peu moins nombreuses parmi les groupes industriels (69 %) et tertiaires (79 %). Plus d'un groupe commercial sur deux emploie moins de 20 salariés en France. Sur l'ensemble des groupes qui contrôlent au moins une filiale commerciale, 88 % sont des PME, 11 % des ETI (entreprises de taille intermédiaire) et 1 % des grandes entreprises (GE). Les PME contrôlant des unités légales commerciales, en moyenne, emploient 30 salariés et contrôlent 1,6 filiale dans les secteurs commerciaux ; ces chiffres montent à 500 salariés et 5,4 filiales pour les ETI et 13 600 salariés et 40 filiales pour les GE. ■

### Définitions

**Groupe** : ensemble de sociétés contrôlées par un même centre de décision (tête de groupe). Le contrôle est mesuré par la détention de plus de la moitié des voix en assemblée générale ordinaire de la société, dénommée alors **filiale** du groupe. Sont dénombrés les groupes français ou étrangers ayant des filiales en France. Les groupes étrangers ont, par convention et sauf exception, la nationalité du pays où l'unité qui contrôle le groupe est implantée. On a exclu ici les filiales commerciales de groupes dont l'activité principale se trouve dans l'agriculture, sylviculture, pêche (Nomenclature d'activités et de produits français, NAF. rév.2 section « A »).

**Secteurs commerciaux** : ceux retenus ici sont le commerce et la réparation automobile et de motocycle (Nomenclature d'activités française rév.2, division 45), le commerce de gros (NAF rév.2 division 46), le commerce de détail (NAF rév.2 division 47). Les activités artisanales à caractère commercial ne sont pas retenues ici car les groupes n'y sont pas présents.

**Groupe commercial** : groupe dont l'activité principale relève des secteurs commerciaux. L'activité principale d'un groupe est calculée de manière hiérarchisée. On détermine d'abord le secteur d'activité du groupe, en A10 (10 postes), comme le poste d'activité X concernant l'effectif cumulé des filiales le plus important. Puis on détermine de la même manière parmi les sous-secteurs d'activité du poste X, en A21, l'activité Xj la plus importante. On poursuit de même jusqu'au niveau 5 de sorte que l'activité principale d'un groupe selon les différents niveaux de nomenclature soient emboîtés. Les activités externalisées des sociétés et concentrées dans une autre unité légale du groupe ne sont pas prises en compte.

### Pour en savoir plus

- « Images économiques des entreprises et des groupes au 1<sup>er</sup> janvier 2008 », *Insee Résultats*, série Économie, avril 2010.
- « Le commerce en 2010 », *Insee Première* n° 1363, août 2011.
- « Les groupes dans le commerce », *Insee Première* n° 1115, janvier 2007.

## 1. Répartition des groupes contrôlant des SNFEI commerciales en 2009

	Nombre de groupes		Nombre de SNFEI commerciales contrôlées		Effectifs salariés employés dans les filiales commerciales		Chiffre d'affaires réalisé dans les filiales commerciales		Valeur ajoutée réalisée dans les filiales commerciales	
	Nombre	%	Nombre	%	Nombre	%	(M€)	%	(M€)	%
<b>Groupes commerciaux</b>	<b>14 304</b>	<b>79,5</b>	<b>27 961</b>	<b>81,2</b>	<b>1 454 682</b>	<b>88,2</b>	<b>667 670</b>	<b>75,7</b>	<b>82 720</b>	<b>82,4</b>
PME	13 184	73,3	20 511	59,6	394 406	23,9	155 750	17,7	21 580	21,5
ETI	1 081	6,0	5 880	17,1	530 093	32,1	278 950	31,6	32 280	32,1
GE	39	0,2	1 570	4,6	530 183	32,2	232 970	26,4	28 860	28,7
<b>Groupes à dominante industrielle</b>	<b>2 562</b>	<b>14,2</b>	<b>4 499</b>	<b>13,1</b>	<b>156 320</b>	<b>9,5</b>	<b>160 170</b>	<b>18,2</b>	<b>14 280</b>	<b>14,2</b>
PME	1 768	9,8	2 210	6,4	15 653	0,9	7 430	0,8	1 030	1,0
ETI	728	4,0	1 638	4,8	61 675	3,7	54 080	6,1	5 280	5,3
GE	66	0,4	651	1,9	78 992	4,8	98 670	11,2	7 970	7,9
<b>Groupes à dominante tertiaire (hors commerce)</b>	<b>628</b>	<b>3,5</b>	<b>922</b>	<b>2,7</b>	<b>16 726</b>	<b>1,0</b>	<b>10 240</b>	<b>1,2</b>	<b>1 320</b>	<b>1,3</b>
PME	497	2,8	570	1,7	2 327	0,1	1 560	0,2	180	0,2
ETI	106	0,6	207	0,6	6 304	0,4	5 500	0,6	590	0,6
GE	25	0,1	145	0,4	8 095	0,5	3 190	0,4	560	0,6
<b>Autres groupes</b>	<b>497</b>	<b>2,8</b>	<b>1 052</b>	<b>3,1</b>	<b>21 362</b>	<b>1,3</b>	<b>43 490</b>	<b>4,9</b>	<b>2 120</b>	<b>2,1</b>
PME	345	1,9	418	1,2	2 417	0,1	1 030	0,1	140	0,1
ETI	126	0,7	223	0,6	7 846	0,5	6 700	0,8	780	0,8
GE	26	0,1	411	1,2	11 099	0,7	35 760	4,1	1 190	1,2
<b>Ensemble</b>	<b>17 991</b>	<b>100,0</b>	<b>34 434</b>	<b>100,0</b>	<b>1 649 090</b>	<b>100,0</b>	<b>881 570</b>	<b>100,0</b>	<b>100 440</b>	<b>100,0</b>
PME	15 794	87,8	23 709	68,9	414 803	25,2	165 770	18,8	22 930	22,8
ETI	2 041	11,3	7 948	23,1	605 918	36,7	345 220	39,2	38 920	38,8
GE	156	0,9	2 777	8,1	628 369	38,1	370 590	42,0	38 590	38,4

Champ : France métropolitaine.

Note : Les catégories d'entreprise (PME : petite et moyenne entreprise, ETI : entreprise de taille intermédiaire et GE : grande entreprise) sont issues du décret n° 2008-1354 du 18 décembre 2008 relatif aux critères permettant de déterminer la catégorie d'appartenance. La catégorie PME comprend la catégorie des micro-entreprises du décret (de 0 à 9 salariés et CA ou total de bilan inférieur à 2 millions d'euros).

Source : Insee, Lifi, Diane, Esane.

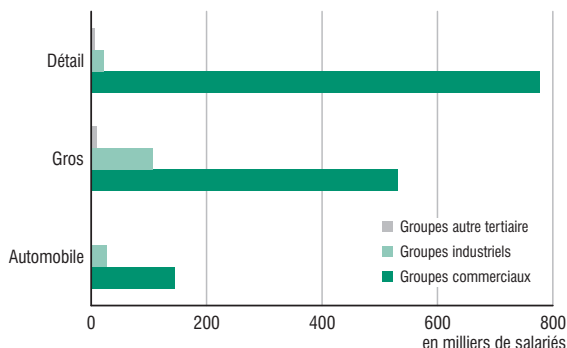
## 2. Poids des SNFEI commerciales françaises contrôlées par des groupes en 2009

Secteur d'activité des unités légales contrôlées	Unités légales commerciales contrôlées		Emploi des filiales commerciales		Chiffre d'affaires des filiales commerciales		Valeur ajoutée réalisée par les filiales commerciales	
	Nombre	Part dans l'ensemble du secteur (%)	Effectifs salariés d'employés	Part dans l'ensemble du secteur (%)	Montant (M€)	Part dans l'ensemble du secteur (%)	Montant (M€)	Part dans l'ensemble du secteur (%)
Automobile	4 795	6,5	175 073	50,2	97 933	66,1	8 679	49,1
Gros	17 700	11,6	660 885	69,6	535 286	77,5	54 447	72,6
Détail	11 946	3,1	813 135	60,1	248 353	61,5	37 311	53,5
<b>Ensemble</b>	<b>34 441</b>	<b>5,6</b>	<b>1 649 093</b>	<b>62,2</b>	<b>881 572</b>	<b>70,9</b>	<b>100 437</b>	<b>61,8</b>

Champ : France métropolitaine.

Source : Insee, Lifi, Diane, Esane.

## 3. Répartition des effectifs salariés des filiales commerciales selon le secteur en 2009



Champ : France métropolitaine.

Lecture : dans le commerce de détail, 777 862 salariés sont employés par des groupes commerciaux.

Source : Insee, Lifi, Diane, Esane.



## 1.8 Filiales commerciales résidentes des groupes étrangers

En 2009, les **filiales** commerciales résidentes des **groupes étrangers** ont réalisé un chiffre d'affaires de 286 milliards d'euros, soit 21 % du chiffre d'affaires de l'ensemble des sociétés non financières et entreprises individuelles (SNFEI) commerciales intervenant sur le territoire français et 13 % de moins qu'en 2008. Sont exclues ici les filiales commerciales de groupes dont l'activité principale se trouve dans l'agriculture, la sylviculture et la pêche.

Les filiales résidentes de groupes étrangers réalisent plus de 35 % du chiffre d'affaires de l'ensemble du commerce de gros en 2009. C'est dans ce secteur que la part des filiales de groupes étrangers est la plus importante. En effet, il inclut, outre les filiales commerciales de SNFEI commerciales étrangères, les filiales de commercialisation des SNFEI industrielles distribuant leurs produits en France. Pour les mêmes raisons, les filiales de SNFEI étrangères détiennent une place importante dans le commerce et la réparation automobiles (22 % du chiffre d'affaires). À l'inverse, la part des filiales de SNFEI étrangères reste faible dans les secteurs du commerce de détail (11 %). Entre 2008 et 2009, l'importance des filiales sous contrôle étranger s'est réduite dans les secteurs où elle est la plus importante, soit dans le commerce de gros

(- 1 point) et le commerce et réparation automobile (- 2 points).

Parmi les intermédiaires du commerce, la présence étrangère (8 %) est contrastée. Elle est faible dans le secteur des centrales d'achat, mais importante parmi les autres intermédiaires du commerce.

Dans les secteurs du commerce et de la réparation automobiles, la part des unités détenues par l'étranger (22 %) semble importante au regard des autres secteurs du commerce, même si elle ne reflète pas complètement le poids des constructeurs automobiles étrangers dans la distribution automobile en France. En effet, les concessionnaires automobiles en France distribuant des marques étrangères sont liés par contrat et non par des liens financiers avec les constructeurs automobiles étrangers, ou leur filiale de commercialisation établie en France.

Les filiales commerciales françaises sont contrôlées pour l'essentiel par des groupes européens (71 % du total des filiales de groupes étrangers de toute nationalité), la plupart d'origine allemande (29 %) ou anglaise (23 %). Les groupes américains, essentiellement des États-Unis, contrôlent 20 % du total des filiales de groupes étrangers de toute nationalité. La part de l'Asie se situe à 8 %, en premier lieu le Japon, mais aussi l'Inde et la Chine. ■

### Définitions

**Filiale** : le contrôle du groupe est ici mesuré par la détention de plus de la moitié des voix (taux de détention > 50 %) en assemblée générale ordinaire de la société, dénommée alors filiale du groupe. Sont dénombrés les groupes français ou étrangers ayant des filiales en France.

**Groupe** : ensemble de sociétés contrôlées par un même centre de décision, appelé tête de groupe.

**Groupes étrangers** : les groupes étrangers ont par convention et sauf exception, la nationalité du pays où la tête (centre de décision plus généralement) est implantée.

### Pour en savoir plus

- « La situation du commerce en 2010 », *Document de travail*, Insee, décembre 2011.
- « Le commerce en 2010 - Retour contrasté à la croissance », *Insee Première* n° 1363, août 2011.

# Filiales commerciales résidentes des groupes étrangers 1.8

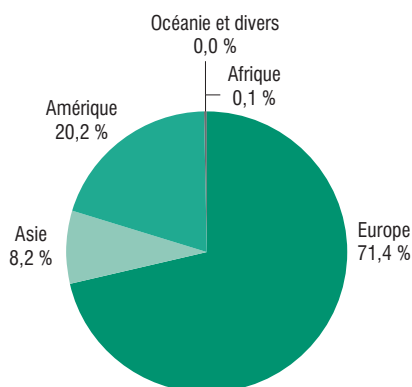
## 1. Chiffre d'affaires des filiales françaises de SNFEI étrangères selon le secteur d'activité

	Chiffre d'affaires des filiales (millions d'euros)		Chiffre d'affaires du secteur (millions d'euros)	Part des groupes étrangers dans le secteur (%)
	2008	2009	2009sd	2009
<b>Commerce de gros</b>	<b>230 675</b>	<b>198 451</b>	<b>560 719</b>	<b>35,4</b>
Produits agricoles	6 108	2 662	51 244	5,2
Produits alimentaires	33 896	31 936	120 837	26,4
Biens de consommations non alimentaires	65 327	65 983	134 877	48,9
Produits intermédiaires non agricoles	32 939	27 881	40 664	68,6
Biens d'équipement professionnel	30 265	23 487	74 620	31,5
Autres commerces de gros	62 139	46 501	138 477	33,6
<b>Intermédiaires du commerce</b>	<b>13 496</b>	<b>9 771</b>	<b>120 414</b>	<b>8,1</b>
<b>Commerce de détail (hors pharmacies)</b>	<b>46 383</b>	<b>44 045</b>	<b>405 713</b>	<b>10,9</b>
Alimentaire non spécialisé	14 633	14 444	173 070	8,3
Alimentaire spécialisé	1 775	949	7 357	12,9
Non alimentaire non spécialisé	357	351	19 272	1,8
Carburant	782	556	9 939	5,6
Non alimentaire spécialisé	25 540	24 119	172 959	13,9
Hors magasin	3 296	3 627	23 117	15,7
<b>Commerce et réparation automobiles</b>	<b>38 432</b>	<b>33 502</b>	<b>153 609</b>	<b>21,8</b>
<b>Total du commerce</b>	<b>328 985</b>	<b>285 769</b>	<b>1 364 024</b>	<b>21,0</b>

Champ : France métropolitaine.

Source : Insee, Lifi, É sane, Comptes du commerce.

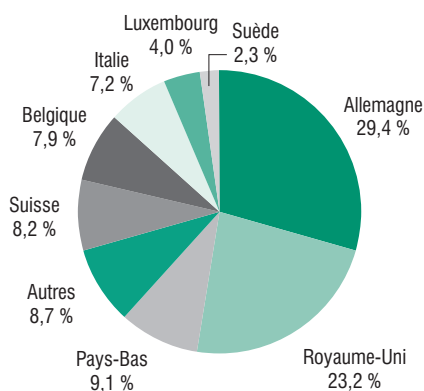
## 2. Origine des groupes étrangers possédant des filiales commerciales françaises en 2009



Champ : France métropolitaine.

Source : Insee, Lifi, É sane.

## 3. Origine des groupes européens possédant des filiales commerciales françaises en 2009



Champ : France métropolitaine.

Source : Insee, Lifi, É sane.

## 1.9 Évolutions des prix à la consommation

L'évolution de l'**indice des prix à la consommation** a été de + 1,8 % en glissement annuel entre décembre 2009 et décembre 2010. En moyenne annuelle, l'**évolution des prix** est de + 1,5 % en 2010 (+ 0,1 % en 2009). Toujours portée par la hausse des prix des services, l'inflation de 2010 doit son accélération aux prix de l'énergie. L'**inflation sous-jacente** a continué de ralentir, jusqu'à atteindre son niveau le plus faible depuis 2000 (+ 0,7 % contre + 1,7 % en 2009).

Les prix de l'énergie ont nettement augmenté en 2010, à la suite du renchérissement des cours du pétrole brut : les prix des produits pétroliers se sont accrus de 16,5 % (+ 3,6 % en 2009). Cette hausse a entraîné celle du gaz de ville (+ 15,0 %) et les tarifs de l'électricité ont été réévalués (+ 3,2 %). Au total, les prix de l'énergie ont augmenté de 12,5 % (contre + 1,1 % en 2009).

Dans l'alimentation, les prix des produits frais ont fortement augmenté en 2010 (+ 9,4 %, contre - 2,1 % en 2009). Cette hausse résulte en partie des intempéries de fin 2009 et début 2010 qui ont détérioré les conditions de production et d'acheminement des produits. En outre, la hausse des cours des matières premières alimentaires s'est traduite par une augmentation du prix des viandes. Enfin, des accords entre producteurs et industriels de la filière laitière ont enrayé la baisse des prix du lait. Les prix de l'alimentation

hors produits frais sont, quant à eux, restés quasi-stables (+ 0,1 %), comme en 2009.

Les prix des produits manufacturés ont de nouveau diminué en 2010 (- 0,2 % après - 0,1 % en 2009). Les progrès technologiques sur certains biens ont permis la poursuite de baisses de prix importantes : - 15,4 % sur les équipements photo et cinéma (- 14,5 % en 2009), - 12,6 % sur les équipements audio-visuels (- 15,3 % en 2009) et - 12,2 % sur les équipements de téléphone et de télécopie (- 12,8 % en 2009). Les baisses de prix se sont accentuées sur le gros électroménager. Les prix du petit électroménager, en hausse en 2009 (+ 1,6 %), reculent également (- 2,6 %). En raison de la hausse des cours des métaux, les prix de l'horlogerie, bijouterie et joaillerie continuent en revanche de croître (+ 13,9 %, + 6,4 % en 2009).

Les prix des **produits de grande consommation dans la grande distribution** poursuivent leur repli (- 0,3 % en 2010, après - 0,2 % en 2009). Ils augmentent également moins vite qu'en 2009 dans les autres formes de vente (+ 0,4 %, après + 0,7 %).

En France, l'inflation mesurée à partir de l'**indice des prix à la consommation harmonisé (IPCH)** est de + 2,0 % fin 2010 en glissement annuel (contre + 1,0 % en 2009). L'IPCH des pays membres de l'Union européenne est en hausse de 2,7 % (contre + 1,5 % en 2009), et celui des pays membres de la zone euro de 2,2 % (+ 0,9 % en 2009). ■

### Définitions

**Indice des prix à la consommation (IPC)** : permet de mesurer, la variation des prix des produits consommés par les ménages à qualité constante.

**Évolutions des prix** : elles sont données en général en glissement annuel, entre décembre de l'année  $n$  et de l'année  $n-1$ .

**Inflation sous-jacente** : indice excluant les prix administrés (tabac, tarifs publics) et les prix fortement volatils en raison des facteurs climatiques (produits frais) ou de l'évolution des cours du pétrole ou des matières premières, corrigé des mesures fiscales et des variations saisonnières.

**Indice des produits de grande consommation dans la grande distribution** : il porte exclusivement sur les produits de grande consommation : produits alimentaires hors produits frais et produits d'entretien et d'hygiène-beauté.

**Indice des prix à la consommation harmonisé (IPCH)** : mesure l'inflation au sens de Maastricht. L'IPC et l'IPCH diffèrent essentiellement dans le traitement de la protection sociale et de l'enseignement. Dans l'IPCH, seule la part à la charge du consommateur (après remboursement) est prise en compte.

### Pour en savoir plus

- Indice des prix à la consommation, *Informations Rapides*, Insee.
- Indice des prix dans la grande distribution, *Informations Rapides*, Insee.
- « En 2010, la hausse du prix du pétrole amplifie l'inflation », *Insee Première* n° 1355, juin 2011.
- « Pour comprendre l'indice des prix », *Insee Méthodes* n° 81-82, décembre 1998.

# Évolutions des prix à la consommation 1.9

## 1. Quelques évolutions de prix en 2009 et 2010

glissement annuel en % (décembre n / décembre n-1)

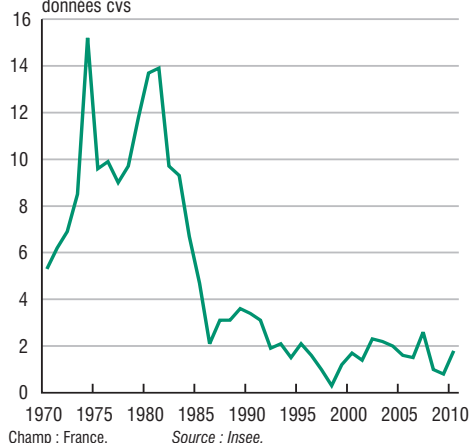
	Pondérations 2010	2009	2010
<b>IPC d'ensemble</b>	<b>10 000</b>	<b>0,9</b>	<b>1,8</b>
IPC d'ensemble hors tabac	9 825	0,8	1,7
Inflation sous-jacente	6 260	1,7	0,7
<b>Alimentation</b>	<b>1 625</b>	<b>-0,3</b>	<b>1,2</b>
<i>dont : produits frais</i>	<i>195</i>	<i>-2,1</i>	<i>9,4</i>
<i>hors produits frais</i>	<i>1 430</i>	<i>0,0</i>	<i>0,1</i>
Tabac	175	6,0	5,6
Légumes frais	80	-5,4	15,9
Poissons et crustacés frais	35	-0,3	7,4
Lait, fromage et œufs	218	-2,8	0,1
Fruits frais	79	0,5	3,9
Volaille	57	-0,1	2,8
Huiles et margarines	19	-3,4	-3,3
Céréales	50	-1,6	-2,3
<b>Produits manufacturés</b>	<b>3 110</b>	<b>-0,1</b>	<b>-0,2</b>
<i>dont : habillement-chaussures</i>	<i>470</i>	<i>0,8</i>	<i>0,2</i>
<i>produits de santé</i>	<i>476</i>	<i>-1,8</i>	<i>-1,8</i>
<i>autres</i>	<i>2 164</i>	<i>0,0</i>	<i>0,1</i>
Pièces de rechange, accessoires	290	3,6	3,3
Fleurs et plantes	44	1,6	2,8
Maroquinerie, articles de voyages	26	0,0	2,1
Équipements photo et cinéma	25	-14,5	-15,4
Équipements audio-visuels	62	-15,3	-12,6
Téléphone et télécopie	14	-12,8	-12,2
TIC	85	-9,1	-6,5
Gros appareils ménagers	70	-1,9	-3,2
Jeux et jouets	53	-1,5	-3,4
Enregistrement image et son	30	-2,4	-2,8
Appareils électroménagers	18	1,6	-2,6
Produits pharmaceutiques	367	-2,4	-2,4
<b>Énergie</b>	<b>730</b>	<b>1,1</b>	<b>12,5</b>
Produits pétroliers	428	3,6	16,5
Combustibles liquides	68	2,5	26,5
Gaz de ville	96	-10,2	15,0
Carburants	342	4,5	15,0
Gaz liquéfiés	17	-8,9	7,3
Électricité	200	1,9	3,2
<b>Services</b>	<b>4 360</b>	<b>1,9</b>	<b>1,4</b>
Loyers, eau et enlèvement des ordures ménagères	759	2,4	1,5
Services de santé	521	0,9	0,4
Transports et communications	533	0,6	-0,6
Autres services	2 547	2,2	2,0

Champ : France.

Source : Insee.

## 2. Évolution de l'indice d'ensemble des prix à la consommation

glissement annuel en % (décembre n / décembre n-1),  
données cvs

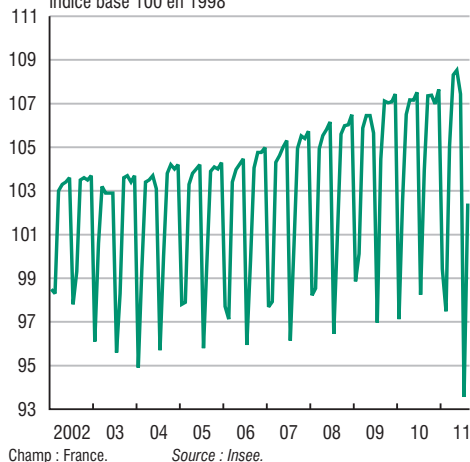


Champ : France.

Source : Insee.

## 3. Évolution du prix des articles d'habillement et chaussures

indice base 100 en 1998



Champ : France.

Source : Insee.

## 4. Évolution annuelle des prix des produits de grande consommation

	Grande distribution (en %)	Autres formes de vente (en %)	Écart (en point)
2003	2,1	1,8	0,3
2004	-0,4	0,5	-0,9
2005	0,2	1,0	-0,8
2006	1,1	1,9	-0,8
2007	2,3	3,7	-1,4
2008	3,6	4,8	-1,2
2009	-0,2	0,7	-0,9
2010	-0,3	0,4	-0,7

Champ : France métropolitaine.

Source : Insee, indice des prix de grande consommation.

# 1.10 Consommation des ménages

En 2010, dans un contexte de reprise économique, la **consommation effective** des ménages augmente de 1,3 % en volume, après un net ralentissement en 2008 et 2009. Cette hausse est cependant inférieure à celle observée au début des années 2000. La **consommation commercialisable**, évaluée à 534 milliards d'euros en 2010, représente 37,2 % de la consommation effective, soit 3,5 points de moins qu'en 2000. En contrepartie, les services prennent une part de plus en plus importante dans les dépenses de consommation des ménages (59,8 % en 2010). La consommation commercialisable se redresse de 1,2 % en 2010, après deux années difficiles marquées par la crise (+ 0,2 % en 2008 et - 0,8 % en 2009). Le regain de consommation a davantage profité aux produits non alimentaires qu'aux produits alimentaires.

Les produits alimentaires (y compris tabac) représentent en 2010 le tiers de la consommation commercialisable. Leur consommation augmente de 0,7 % en **volume** en 2010, soutenue par le pain et la pâtisserie, ainsi que par les boissons non alcoolisées, l'épicerie et les produits alimentaires divers. La viande contribue également, mais dans une moindre mesure, à soutenir la consommation de produits alimentaires. À l'inverse, la consommation de produits frais, en particulier celle de fruits, diminue fortement. La consommation de tabac est stable en 2010.

La consommation de produits non alimentaires (hors automobile) représente 56,8 % du total de la consommation commercialisable

en 2010. Elle progresse de 1,8 % en volume, après deux années moins favorables (+ 0,7 % en 2008 et - 1,3 % en 2009), mais cette évolution est très inférieure au rythme moyen des années 2000 à 2007. Les hausses de consommation les plus importantes concernent les équipements de technologie de l'information et de la communication. Le succès des téléphones mobiles et des ordinateurs ne se dément pas (+ 12,0 %). Les achats de téléviseurs (arrivée de la TNT) et d'appareils électroménagers bénéficient d'une demande dynamique. La consommation de produits pharmaceutiques continue à croître à un rythme supérieur à celui de l'ensemble de la consommation (+ 4,8 % en volume), mais est ralentie depuis 2008. La consommation de produits du domaine culture-loisirs stagne, après trois années de baisse. Face à la concurrence de la presse gratuite et d'internet, les Français achètent de moins en moins de journaux, en revanche leurs dépenses en matière de loisir et de sport progressent. La consommation d'habillement-chaussures se redresse légèrement après avoir fortement baissé en 2009. Les achats de carburants continuent de diminuer, mais moins nettement qu'en 2008 et 2009.

Les achats et réparations d'automobiles se stabilisent en 2010. Ce poste représente 10,0 % de la consommation commercialisable. Les achats de voitures neuves se replient en 2010 en raison d'une moindre attractivité du dispositif de la prime à la casse. En contrepartie, les achats de voitures d'occasion regagnent du terrain. ■

## Définitions

**Consommation effective** : comprend l'ensemble des biens et services consommés par les ménages, quelle que soit la manière dont ils sont financés.

**Consommation commercialisable** : est une partie de la consommation effective. Elle inclut les produits susceptibles d'être vendus aux ménages par le commerce ainsi que les activités de réparation automobile.

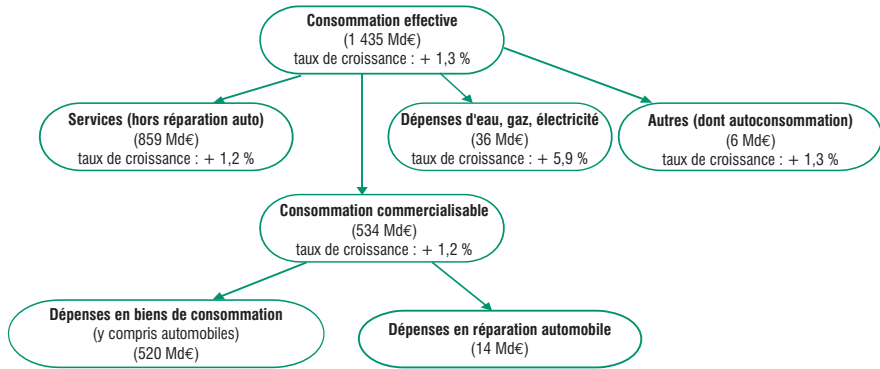
**Évolution en volume de la consommation** : évolution à prix constant au prix de l'année précédente, afin d'éliminer l'effet des variations des prix. L'indice de volume s'obtient en rapportant l'indice de valeur à l'indice des prix approprié. Il vise à estimer une évolution homologue à des quantités physiques, mais en tenant compte des variations de qualité.

## Pour en savoir plus

- « En 2010, la consommation des ménages soutient la reprise », *Insee Première* n° 1354, juin 2011.
- « Consommation : la France dans le haut du tableau européen », *Insee Première* n° 1347, mai 2011.

# Consommation des ménages 1.10

## 1. En 2010, la consommation commercialisable représente 37 % de la consommation effective



Champ : France. Source : Insee, comptes nationaux.

## 2. Évolution et structure de la consommation commercialisable des ménages

	Évolution en volume (%)							2010p	
	2000	2005	2006	2007	2008	2009	2010	Valeur (Md€)	Structure (%)
Pain, pâtisserie	0,5	1,1	1,0	0,7	1,5	1,6	2,5	13,3	2,5
Viandes et produits dérivés	0,6	0,6	-0,4	-0,1	-2,0	-1,4	0,7	33,7	6,3
Autres produits frais <sup>1</sup>	2,0	0,8	-0,3	1,4	-1,2	0,0	-2,3	28,9	5,4
Boissons, épicerie, produits alimentaires divers <sup>2</sup>	3,3	1,9	1,5	2,6	0,0	0,1	1,5	84,3	15,8
Tabac et allumettes	0,6	-0,5	1,4	-1,9	-2,4	1,7	0,1	18,1	3,4
<b>Produits alimentaires (A)</b>	<b>2,1</b>	<b>1,2</b>	<b>0,8</b>	<b>1,3</b>	<b>-0,7</b>	<b>0,1</b>	<b>0,7</b>	<b>178,4</b>	<b>33,4</b>
<i>dont produits alimentaires hors tabac</i>	<i>2,2</i>	<i>1,3</i>	<i>0,7</i>	<i>1,6</i>	<i>-0,5</i>	<i>-0,1</i>	<i>0,7</i>	<i>160,2</i>	<i>30,0</i>
Accessoires automobiles, motocycles	3,2	3,1	1,4	1,9	0,2	-8,2	-0,1	27,3	5,1
Carburants et lubrifiants	-2,2	-2,8	-1,8	0,5	-2,5	-2,2	-0,7	38,6	7,2
Produits pharmaceutiques	9,5	5,7	5,5	6,9	4,8	4,9	4,8	42,5	8,0
Habillement-chaussures	3,8	0,7	1,5	2,2	-1,9	-4,4	0,5	43,0	8,1
Autres équipements de la personne <sup>3</sup>	5,2	1,2	2,1	4,4	-0,4	-1,1	0,5	31,6	5,9
Culture, loisirs	4,9	2,8	1,0	-0,7	-2,2	-3,3	-0,1	24,9	4,7
Équipement du foyer et aménagement de l'habitat	5,4	6,4	6,7	8,0	0,8	0,1	3,4	63,0	11,8
Micro-informatique et téléphones	32,1	22,1	19,7	22,9	11,8	4,8	12,0	11,5	2,2
Autres produits non alimentaires	-1,2	3,1	2,4	1,5	3,2	-0,6	-1,1	21,2	4,0
<b>Produits non alimentaires hors vente et réparation auto. (B)</b>	<b>4,9</b>	<b>3,5</b>	<b>3,4</b>	<b>4,5</b>	<b>0,7</b>	<b>-1,3</b>	<b>1,8</b>	<b>303,6</b>	<b>56,8</b>
<i>dont produits non alimentaires hors carburant et hors pharmacie</i>	<i>5,4</i>	<i>4,1</i>	<i>3,9</i>	<i>4,7</i>	<i>0,5</i>	<i>-2,2</i>	<i>1,6</i>	<i>222,5</i>	<i>41,6</i>
<b>Vente et réparation automobile (C)</b>	<b>0,9</b>	<b>2,6</b>	<b>-1,4</b>	<b>3,3</b>	<b>-5,8</b>	<b>3,8</b>	<b>-0,2</b>	<b>52,3</b>	<b>9,8</b>
<b>Consommation commercialisable (A) + (B) + (C)</b>	<b>3,5</b>	<b>2,6</b>	<b>2,0</b>	<b>3,3</b>	<b>-0,4</b>	<b>-0,3</b>	<b>1,2</b>	<b>534,2</b>	<b>100,0</b>
<i>dont consommation commercialisable hors automobile</i>	<i>3,8</i>	<i>2,6</i>	<i>2,4</i>	<i>3,3</i>	<i>0,2</i>	<i>-0,8</i>	<i>1,4</i>	<i>482,0</i>	<i>90,2</i>
Consommation effective des ménages	3,1	2,3	2,1	2,3	0,5	0,6	1,3	1 435,2	///

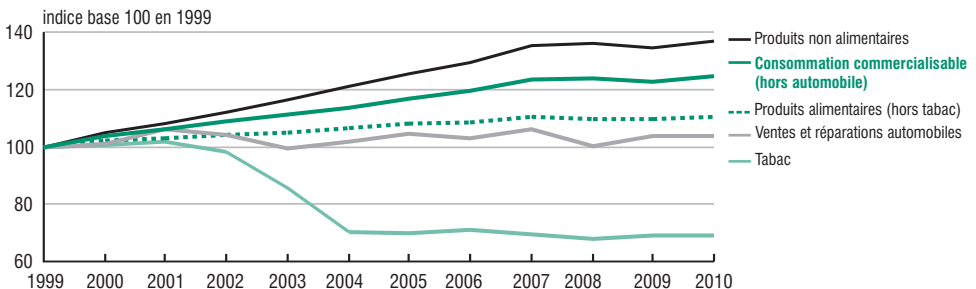
1. Fruits et légumes, poissons et crustacés.

2. Inclut les produits laitiers et les œufs

3. Maroquinerie et articles de voyage, parfumerie et produits d'hygiène, optique, bijouterie-horlogerie.

Champ : France. Source : Insee, comptes nationaux.

## 3. Évolution de la consommation commercialisable en volume



Champ : France. Source : Insee, Comptes nationaux.

## 1.11 Échanges extérieurs

En 2010, 42 144 exportateurs (soit 44 % des exportateurs français) font partie du secteur du commerce. Les 56 750 sociétés non financières et entrepreneurs individuels (SNFEI) importatrices du commerce représentent pour leur part 54 % des importateurs français, loin devant l'industrie qui rassemble un quart des opérateurs.

Quand on considère les valeurs des biens échangés, le secteur du commerce ne vient qu'en seconde position derrière l'industrie. Il représente 45 % des importations en valeur, et 27 % des exportations. Cette part progresse néanmoins à l'exportation depuis 2008 (22 %). Les exportations du commerce redémarrèrent en 2010 à un rythme plus rapide (+ 15 % contre + 14 % tous secteurs confondus) après une baisse modérée en 2009 (- 1 % contre - 17 % pour l'ensemble). Les importations du commerce progressent quant à elles de + 11 % en 2010.

Les exportateurs et importateurs du secteur du commerce sont de petite taille en tant qu'unités légales. Les SNFEI de moins de 250 salariés sont en effet prépondérantes en nombre à l'exportation (94 %) comme à l'importation (96 %). Toutefois, ces SNFEI de petite taille ne réalisent que deux tiers des échanges (ventes et achats).

Les SNFEI de plus de 250 salariés, font plus de 30 % des échanges.

Les exportations du secteur du commerce sont de moins en moins polarisées sur l'Union européenne (59 % en 2010 contre 70 % en 2008). Celles avec l'Asie ont au contraire un poids croissant et représentent 37 % des exportations françaises en 2010 (17 % en 2008).

À l'importation, plus de 60 % des achats du secteur du commerce viennent de l'Union européenne. Toutefois, la part des échanges avec les pays tiers progresse fortement, pour atteindre 39 % en 2010, dont 22 % d'Asie. La Chine reste le deuxième pays fournisseur du secteur après l'Allemagne, toutes zones confondues.

Les échanges du secteur du commerce sont composés surtout de matériel de transport, de produits chimiques, parfums, cosmétiques, et d'équipements mécaniques et électroniques. Si les échanges en produits agricoles ne représentent que 9 % des ventes du secteur à l'international et 3 % des achats, ils captent plus des trois quarts des exportations de produits agricoles français tous secteurs confondus, ainsi que les deux tiers de leurs importations. ■

### Définitions

**SNFEI** : voir *fiche 1.6*. Les SNFEI dont il est question dans cette fiche sont les sociétés qui font des déclarations en douane. Les groupes industriels créent fréquemment des filiales spécialisées dans l'import-export. Dans ce cas, les mouvements sont déclarés par la filiale commerciale et par conséquent imputés ici au secteur du commerce, dans une description par unité légale.

Les SNFEI redevables de l'information statistique auprès des Douanes sont celles ayant, soit effectué avec un pays tiers (hors UE) au moins une exportation (resp. importation) d'une valeur supérieure à 1 000 euros ou d'une quantité supérieure à 1 000 kg, soit réalisé avec l'ensemble des pays de l'UE des expéditions annuelles (resp. introductions) supérieures à 150 000 euros (seuil d'exemption de déclaration statistique). Les données utilisées sont celles disponibles au 5 août 2011.

En 2010, le nombre d'opérateurs a été « estimé » du fait d'un problème d'identification des SNFEI à partir du numéro Siren. En effet, en milieu d'année 2010, suite à une directive européenne, les opérateurs ont déclaré avec un numéro d'identification européen (numéro EORI). Il a parfois été difficile de retrouver à partir du numéro EORI renseigné leur numéro Siren, habituellement utilisé pour la comptabilisation des opérateurs du commerce extérieur. Au total, aux 90 603 exportateurs identifiés par leur Siren, 4 200 exportateurs ont été rajoutés, dont 1 771 entreprises commerciales (EC). De même, 1 400 importateurs ont été rajoutés aux 103 652 initiaux (dont 712 EC). Les chiffres commentés ci-dessus tiennent compte de ces estimations.

**Exportations - importations** : les exportations et les importations des entreprises commerciales ont respectivement les montants des ventes de biens et des achats de biens réalisés avec l'étranger par des entreprises commerciales françaises.

### Pour en savoir plus

- « Le commerce extérieur au premier semestre 2011 », Direction générale des douanes et droits indirects, (DGDDI), août 2011,
- site [http://lekiosque.finances.gouv.fr/APPCHIFFRE/Etudes/cadre\\_etude.asp](http://lekiosque.finances.gouv.fr/APPCHIFFRE/Etudes/cadre_etude.asp)
- « Les opérateurs du commerce extérieur en 2010 », DGDDI, août 2011.

## 1. Nombre d'opérateurs du secteur du commerce par taille et valeurs échangées en 2010

	Exportations				Importations			
	Entreprises		Valeurs		Entreprises		Valeurs	
	Nombre <sup>1</sup>	Répartition (%)	Montants échangés (M€)	Répartition (%)	Nombre <sup>1</sup>	Répartition (%)	Montants échangés (M€)	Répartition (%)
250 salariés ou plus	738	1,8	32 215	30,5	817	1,4	65 377	32,0
De 20 à 250 salariés	7 239	17,2	23 562	22,3	8 567	15,1	62 407	30,5
Moins de 20 salariés	32 554	77,2	44 776	42,5	45 749	80,7	68 396	33,5
Taille non renseignée	1 613	3,8	4 975	4,7	1 617	2,8	8 149	4,0
<b>Ensemble</b>	<b>42 144</b>	<b>100,0</b>	<b>105 528</b>	<b>100,0</b>	<b>56 750</b>	<b>100,0</b>	<b>204 329</b>	<b>100,0</b>

1. Une entreprise peut être comptée à la fois en exportations et en importations.

Lecture : en 2010, 42 144 entreprises du commerce sont des exportatrices. Parmi celles-ci, 1,8 % comptent plus de 250 salariés et leurs exportations s'élevaient à 32 215 M€.

Champ : France métropolitaine.

Source : Douanes.

## 2. Répartition des échanges en valeur des entreprises du commerce suivant la zone géographique en 2010

	Exportations			Importations		
	Répartition des exportations des entreprises commerciales selon la destination	Évolution 2010/2009	Part des exportations des entreprises commerciales dans l'ensemble des exportations	Répartition des importations des entreprises commerciales selon l'origine	Évolution 2010/2009	Part des importations des entreprises commerciales dans l'ensemble des importations
		en %			en %	
<b>Union européenne</b>	<b>58,8</b>	<b>10,4</b>	<b>26,2</b>	<b>61,6</b>	<b>9,4</b>	<b>46,0</b>
<b>Pays tiers</b>	<b>41,2</b>	<b>21,2</b>	<b>29,0</b>	<b>38,4</b>	<b>14,9</b>	<b>43,5</b>
Europe hors Union européenne	6,6	9,9	23,0	6,0	10,5	30,6
Afrique	9,0	20,9	35,8	3,0	40,4	25,9
Amérique	5,6	8,7	16,7	6,4	4,7	34,8
Asie	15,0	38,5	36,7	22,4	16,7	64,7
Proche et Moyen-Orient	5,0	9,5	35,8	0,6	10,1	14,3
<b>Ensemble</b>	<b>100,0</b>	<b>14,6</b>	<b>27,3</b>	<b>100,0</b>	<b>11,4</b>	<b>45,0</b>

Lecture : en 2010, 26,2 % des exportations françaises vers l'Union européenne sont effectuées par des entreprises du commerce. L'Union européenne totalise 58,8 % des exportations des entreprises commerciales. Par rapport à 2009, les exportations vers l'Union européenne ont progressé de 10,4 %.

Champ : France métropolitaine.

Source : Douanes.

## 3. Répartition des échanges des entreprises du commerce suivant le produit en 2010

	Exportations			Importations		
	Part des produits dans les exportations des EC	Évolution 2010/2009	Part des exportations des EC dans l'ensemble des exportations des produits	Part des produits dans les importations des EC	Évolution 2010/2009	Part des importations des EC dans l'ensemble des importations des produits
Produits agricoles, sylvicoles, de la pêche et de l'aquaculture	8,6	19,2	76,9	3,1	8,6	64,4
Hydrocarbures naturels, autres produits des industries extractives...	1,5	81,9	17,7	2,7	29,2	11,6
Produits des industries agroalimentaires	10,0	15,9	31,7	8,2	5,1	59,0
Produits pétroliers raffinés et coke	3,0	53,6	31,0	3,9	46,1	40,0
Équipements mécaniques, matériel électrique, électronique et informatique dont :	14,9	17,8	20,7	24,0	14,1	51,5
Produits informatiques, électroniques et optiques	7,8	22,2	30,8	12,3	14,7	59,0
Matériels de transport	20,5	14,7	25,7	14,8	4,7	43,4
Autres produits industriels dont :	38,4	43,3	26,2	41,4	29,6	47,7
Textiles, habillement, cuir et chaussures	7,7	10,9	49,1	9,8	9,5	49,1
Produits chimiques, parfums et cosmétiques	15,2	28,2	27,7	7,9	39,2	41,1
Autres	3,1	0,0	43,1	1,9	0,0	58,3
<b>Total</b>	<b>100,0</b>	<b>14,6</b>	<b>27,3</b>	<b>100,0</b>	<b>11,4</b>	<b>45,0</b>

Lecture : en 2010, 31,7 % des exportations françaises de produits des industries agroalimentaires sont effectuées par des entreprises du commerce (EC). Ces produits représentent 10,0 % des exportations des entreprises commerciales.

Champ : France métropolitaine.

Source : Douanes.



## 1.12 Commerce en Europe

**E**n 2008, le commerce représente en Europe 6,1 millions d'entreprises, qui occupent 33 millions de personnes, et réalisent un chiffre d'affaires de plus de 9 100 milliards d'euros pour une valeur ajoutée d'environ 1 200 milliards d'euros.

En 2008, le commerce de gros représente 28 % des entreprises et 32 % des personnes occupées, mais il réalise 60 % du chiffre d'affaires et 50 % de la valeur ajoutée du commerce de l'Union européenne.

Le commerce de détail compte à lui seul 3,7 millions d'entreprises, soit 60 % de l'ensemble des entreprises du commerce en Europe. Il fournit 56 % des emplois du commerce, mais il ne dégagne que 28 % du chiffre d'affaires et 38 % de la valeur ajoutée.

Le commerce et la réparation automobile, avec ses 744 000 entreprises, représente 12 % du nombre d'entreprises, du nombre de personnes occupées, du chiffre d'affaires et de la valeur ajoutée de l'ensemble du commerce en Europe.

De 2000 à 2008, le chiffre d'affaires du commerce européen a progressé en valeur de 4,7 % en moyenne par an. Cette tendance à

la hausse est commune aux trois secteurs : 5,5 % pour le commerce de gros, 3,8 % pour le commerce de détail, et 2,7 % pour le commerce et réparation automobiles. Ce dernier secteur connaît cependant une très forte baisse en 2008, notamment au Royaume-Uni, en Italie et en Espagne où le commerce de véhicules automobiles a fortement reculé.

La croissance du chiffre d'affaires global du commerce entre 2000 et 2008 masque des disparités entre les pays ; dans les pays entrés récemment dans l'Union européenne, les chiffres d'affaires du commerce augmentent très fortement, alors que sur les marchés matures, les taux de croissance sont plus modestes.

Dans le commerce de détail, les entreprises de 250 salariés ou plus réalisent à elles seules près de 47 % du chiffre d'affaires alors même qu'elles ne représentent que 0,1 % du nombre de détaillants. À l'inverse les entreprises qui occupent une seule personne sont majoritaires ; plus d'un détaillant sur deux est dans ce cas ; mais ces entreprises ont un faible poids économique avec seulement 5 % du chiffre d'affaires total. ■

### Définitions

**Europe-Union européenne** : par Europe, on entend ici Union européenne. Les 27 États membres sont : Allemagne, Autriche, Belgique, Bulgarie, Chypre, Danemark, Espagne, Estonie, Finlande, France, Grèce, Hongrie, Irlande, Italie, Lettonie, Lituanie, Luxembourg, Malte, Pays-Bas, Pologne, Portugal, République tchèque, Roumanie, Royaume-Uni, Slovaquie, Slovénie et Suède.

L'absence de définition commune aux différentes formes de vente en Europe rend les comparaisons internationales délicates.

### Pour en savoir plus

- Euro-indicateurs, Eurostat.
- « Le commerce de détail en Europe - Diversité et convergence des tissus commerciaux », *Insee Première* n° 1268, décembre 2009.

## 1. Chiffres clés du commerce en Europe en 2008

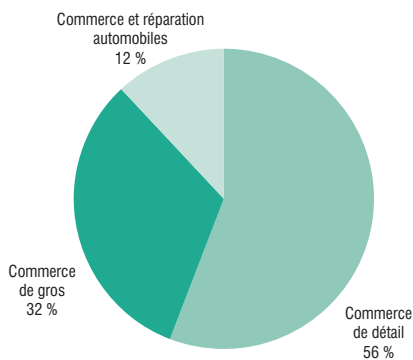
	Nombre d'entreprises (milliers)	Personnes occupées (millions)	Chiffre d'affaires (Md€)	Valeur ajoutée (Md€)
<b>Ensemble du commerce</b>	<b>6 143</b>	<b>32,8</b>	<b>9 117</b>	<b>1 152</b>
Commerce de gros	1 729	10,5	5 417	572
Commerce de détail	3 669	18,3	2 597	442
Commerce et réparation automobiles	744	3,9	1 103	138

Champ : Union européenne (UE 27).

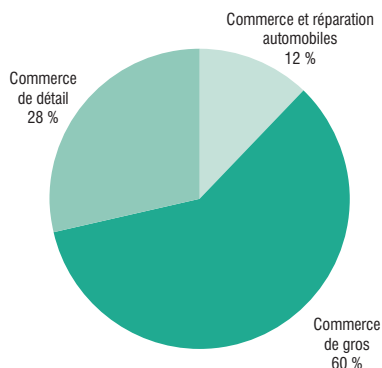
Source : Eurostat.

## 2. Part des secteurs du commerce

dans le nombre de personnes occupées au sein des entreprises commerciales de l'Union européenne en 2008



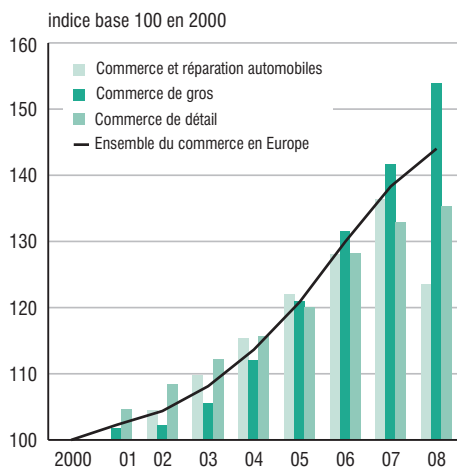
dans le chiffre d'affaires total du commerce au sein de l'Union européenne en 2008



Champ : Union européenne.

Source : Eurostat.

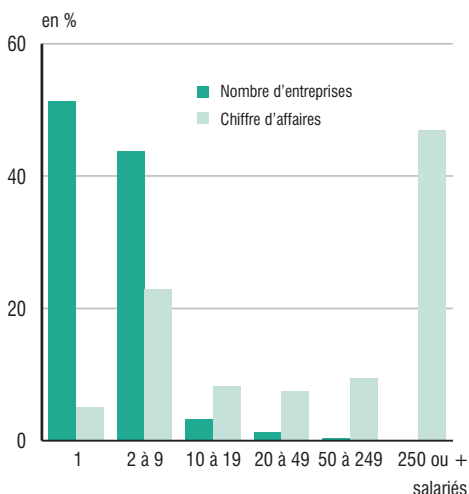
## 3. Évolution du chiffre d'affaire du commerce de l'Union européenne de 2000 à 2008



Champ : Union européenne hors Belgique, République tchèque, Grèce, Roumanie et Malte, pays pour lesquels les données ne sont pas disponibles.  
Note : les données sur l'évolution du chiffre d'affaires sont en ancienne nomenclature (NAF rév. 1).

Source : Eurostat.

## 4. Répartition des entreprises et du chiffre d'affaires du commerce de détail selon l'effectif en 2008



Champ : Union européenne, personnes occupées dans le secteur du commerce de détail.

Source : Eurostat.

## 1.13 Marchés européens

En 2008, le Royaume-Uni est le pays qui contribue le plus au chiffre d'affaires européen du commerce de gros (18 %), devant l'Allemagne (16 %) et la France (14 %). La France arrive en première position pour le commerce de détail (16 %) devant l'Allemagne (16 %) et le Royaume-Uni (15 %). L'Italie et l'Espagne sont respectivement les quatrième et cinquième plus gros contributeurs, pour le commerce de gros comme de détail. Dix pays de l'**Union européenne** à 27 réalisent respectivement 86 % et 85 % du chiffre d'affaires dans le commerce de gros et le commerce de détail. Cette concentration reflète la disparité des tailles des marchés nationaux.

Entre 2000 et 2008, l'évolution annuelle moyenne du chiffre d'affaires du commerce de détail reste très contrastée entre les différents marchés européens. Les pays de l'Europe de l'Est affichent les taux de croissance les plus élevés, allant de 10 % pour la Pologne à près de 20 % pour la Slovaquie et la Bulgarie. Les pays du sud (France, Espagne, Italie, Portugal, et Chypre), ainsi que la Belgique, la Finlande et l'Autriche, ont une croissance comprise entre 4 et 7 %. La croissance est plus modérée pour les pays du nord, où elle ne dépasse pas 4 % en moyenne annuelle (Royaume-Uni, Allemagne, Pays-Bas, Suède et Danemark).

Les ventes de produits alimentaires au consommateur final s'effectuent soit dans des magasins non spécialisés à prédominance alimentaire (hypermarchés, supermarchés...), soit dans des magasins spécialisés (boucheries, épicerie, primeurs, fromagers, etc.). Une plus grande part des magasins spécialisés reflète l'emprise d'un commerce plus traditionnel. Dans l'ensemble de l'Union européenne, les ventes au détail en valeur de produits alimentaires sont réalisées à 87 % dans des magasins non spécialisés. En France, cette proportion atteint 91 %. Mais elle est encore plus élevée en Slovaquie, Estonie, Lettonie et Lituanie. Inversement cette part est nettement plus faible en Pologne (79 %) et en Espagne (74 %).

Les tissus commerciaux, notamment en termes de concentration, sont diversifiés d'un pays à l'autre. Le Royaume-Uni dispose d'environ 32 entreprises du commerce de détail pour 10 000 habitants et ces entreprises emploient en moyenne près de 16 personnes. À l'opposé, à Chypre ou au Portugal, les entreprises du commerce de détail sont nettement plus fréquentes (plus de 150 pour 10 000 habitants) mais elles sont en moyenne de plus petite taille, occupant environ 3 personnes. Dans l'Union européenne, on dénombre en moyenne 75 entreprises du commerce de détail pour 10 000 habitants et 5 personnes occupées par entreprise. ■

### Définitions

**Europe-Union européenne** : par Europe, on entend ici Union européenne. Les 27 États membres sont : Allemagne, Autriche, Belgique, Bulgarie, Chypre, Danemark, Espagne, Estonie, Finlande, France, Grèce, Hongrie, Irlande, Italie, Lettonie, Lituanie, Luxembourg, Malte, Pays-Bas, Pologne, Portugal, République tchèque, Roumanie, Royaume-Uni, Slovaquie, Slovaquie, Slovaquie et Suède.

L'absence de définition commune aux différentes formes de vente en Europe rend les comparaisons internationales délicates.

### Pour en savoir plus

- Euro-indicateurs, Eurostat.
- « Le commerce de détail en Europe - Diversité et convergence des tissus commerciaux », *Insee Première* n° 1268, décembre 2009.

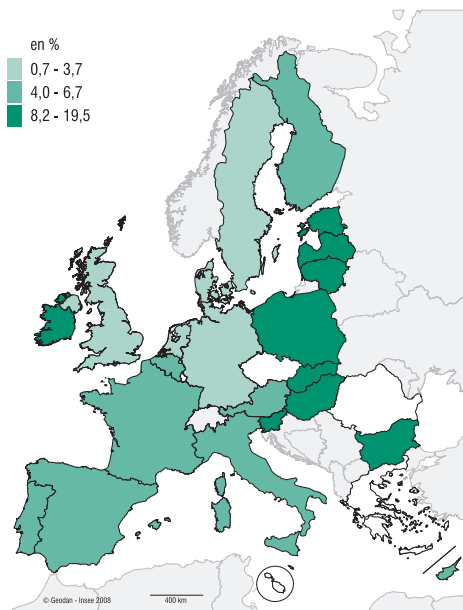
## 1. Contribution des 10 premiers pays au chiffre d'affaires du commerce en 2008

Pays	Commerce de gros	Commerce de détail
Royaume-Uni	18,0	15,2
Allemagne	16,4	16,2
<b>France</b>	<b>14,4</b>	<b>16,3</b>
Italie	10,0	12,2
Espagne	7,5	9,3
Pays-Bas	7,1	3,9
Belgique	3,9	3,1
Pologne	3,7	4,0
Autriche	2,6	2,0
Suède	2,5	2,4

Champ : Union européenne.

Source : Eurostat.

## 2. Évolution annuelle moyenne du chiffre d'affaires du commerce de détail de 2000 à 2008 dans l'UE

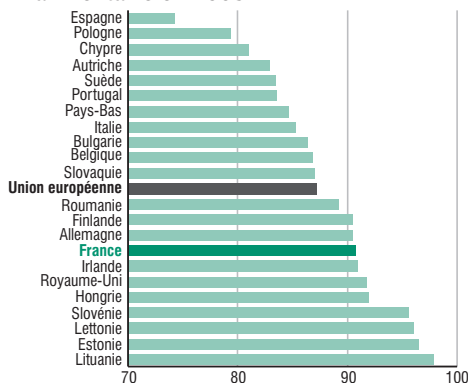


Champ : Union européenne hors Grèce, Roumanie, République tchèque et Malte, pays pour lesquels les données sont manquantes.

Note : les données sur l'évolution du chiffre d'affaires sont en ancienne nomenclature (NAF rév. 1).

Source : Eurostat.

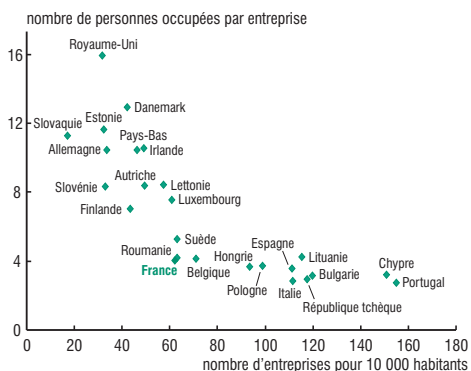
## 3. Part du chiffre d'affaires des magasins non spécialisés dans le commerce de détail alimentaire en 2008



Champ : Union européenne hors République tchèque, Danemark, Luxembourg, Malte et la Grèce, pays pour lesquels les données sont indisponibles.

Source : Eurostat.

## 4. Taille et densité des entreprises dans le commerce de détail en Europe en 2008



Champ : Union européenne, hors Malte et la Grèce (données manquantes).  
Lecture : en France, on dénombre 62 entreprises pour 10 000 habitants et une moyenne de 4 personnes employées par entreprise.

Sources : Eurostat, traitement Insee.

## 1.14 Proximité des commerces

Au 1<sup>er</sup> janvier 2010, 71 % des communes de France métropolitaine possèdent au moins un commerce de détail (y compris artisanat commercial). Ce taux est plus élevé dans l'**espace à dominante urbaine** (78 %) que dans l'**espace à dominante rurale** (65 %). Les boulangeries-pâtisseries sont les commerces le plus souvent présents dans les communes : près d'une commune sur trois (31 %) en possède une dans le rural, contre 43 % des communes dans l'urbain. Les commerces alimentaires vendent des produits dont l'achat par les ménages est renouvelé fréquemment ; ces magasins se localisent ainsi à proximité de la population. Les commerces non alimentaires sont à l'inverse moins souvent présents dans les communes : ils ont tendance à se regrouper près des zones à forte densité de population de manière à disposer d'une zone de chalandise suffisante. Ainsi, seulement 13 % des communes de France métropolitaine possèdent un commerce d'habillement.

La France compte une majorité de communes de très petite taille. Lorsque l'on tient compte de la population, la répartition des commerces est bien meilleure : 97 % des habitants de France métropolitaine ont un commerce de détail dans leur commune de résidence ; ce taux est de 98 % dans l'espace à dominante urbaine et de 91 % dans l'espace à dominante rurale. Ce sont bien sûr les communes les plus grandes qui ont le plus de commerces. Plus des trois quarts (76 %)

des personnes habitant dans l'espace urbain ont accès dans leur commune à un supermarché ou un hypermarché, contre seulement 42 % dans l'espace rural. Pour les commerces de chaussure, le taux est de 62 % dans l'urbain et 28 % dans le rural.

Les **commerces de « quotidienneté »** constituent le socle commercial des plus petites communes : 57 % des **communes rurales** de l'espace à dominante rurale possèdent au moins un commerce de quotidienneté. Le plus souvent, il s'agit d'une boulangerie-pâtisserie ou d'un débit de boissons. Dans le périurbain, 66 % des communes possèdent un commerce de quotidienneté. Enfin, dans les communes plus denses (**ville-centre**, **banlieue**, commune d'une **unité urbaine** de l'espace à dominante rurale), l'équipement en commerce de quotidienneté est quasi général.

Pour la population ne disposant pas de commerce de quotidienneté dans la commune de résidence, le temps d'accès à ces commerces dépend de la région : en Alsace et Nord - Pas-de-Calais, un ménage met en moyenne un peu moins de 3 minutes en voiture (aller simple) pour se rendre au commerce de quotidienneté le plus proche, lorsque celui-ci n'est pas dans sa commune de résidence, ce temps d'accès est en général inférieur à 5 minutes, il est plus élevé dans le Sud-est, où les régions sont plus montagneuses, il atteint plus de 7 minutes en Corse. ■

### Définitions

**Commerce de quotidienneté** : le commerce de quotidienneté englobe des activités commerciales correspondant à un approvisionnement fréquent des ménages. Il regroupe les charcuteries (10.13B), les boulangeries-pâtisseries (10.71B, 10.71C et 10.71D), le commerce de détail alimentaire en magasin spécialisé (commerce de détail de fruits et légumes (47.21Z), boucheries (47.22Z), poissonneries (47.23Z), crémeries (47.24Z), boissons (47.25Z), etc.), les alimentations générales (47.11B), les supérettes (47.11C), les commerces sur éventaires et marchés (47.8), les services de traiteurs (56.21Z), les débits de boissons (56.30Z), les commerces de journaux et papeterie (47.62Z) et les pharmacies (47.73Z).

Le recensement de la population permet de définir des zonages en aires urbaines qui déclinent le territoire en deux grandes catégories :

- **espace à dominante urbaine**, composé des pôles urbains (**ville-centre** et **banlieue**) et du périurbain (couronnes périurbaines et communes multipolarisées) ;
- **espace à dominante rurale**, qui comprend des petites **unités urbaines** et des **communes rurales**.

Dans cette fiche, le découpage du zonage en aires urbaines de 1999 a été utilisé ; toutefois, la population de chacune de ces zones a été calculée à partir du recensement de la population 2008.

### Pour en savoir plus

- « Le commerce de proximité », *Insee Première* n° 1292, mai 2010.
- « À la campagne, comme à la ville, des commerces traditionnels proches de la population », *Insee Première* n° 1245, juin 2009.

# Proximité des commerces 1.14

## 1. Équipement des communes en commerce de détail au 1<sup>er</sup> janvier 2010

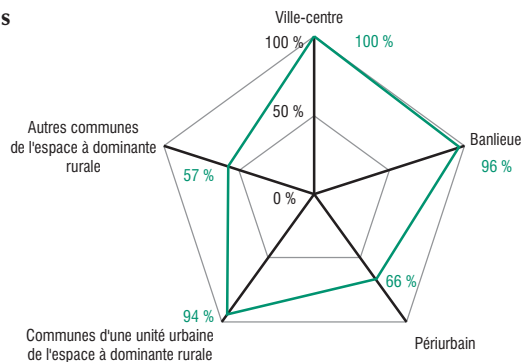
	Part des communes possédant au moins un commerce de détail			Part de la population ayant à disposition au moins un commerce de détail dans sa commune de résidence		
	métropole	espace à dominante urbaine		métropole	espace à dominante urbaine	
		dominante urbaine	dominante rurale		dominante urbaine	dominante rurale
<b>Alimentaire</b>						
Alimentation générale, supérette	26	29	23	76	81	57
Boulangerie, pâtisserie	37	43	31	88	91	72
Boucherie, charcuterie	22	26	18	77	81	56
Primeur	7	10	4	55	62	19
Supermarché, hypermarché	13	17	9	70	76	42
<b>Pharmacie</b>						
Pharmacie	23	29	17	81	86	59
<b>Non alimentaire (hors pharmacie)</b>						
Magasin d'habillement	13	16	9	68	74	40
Magasin de chaussures	7	9	5	56	62	28
Magasin d'électroménager	8	10	5	57	63	27
Magasin de meubles	9	13	5	60	67	24
Quincaillerie, bricolage	13	17	10	65	71	39
Librairie	12	16	9	67	74	40
Magasin d'articles de sport	10	14	6	60	67	28
Fleuriste	18	23	12	75	81	48
<b>Commerce de détail (y compris artisanat commercial)</b>	<b>71</b>	<b>78</b>	<b>65</b>	<b>97</b>	<b>98</b>	<b>91</b>

Champ : France métropolitaine.

Lecture : 26 % des communes de France métropolitaine possèdent une alimentation générale ou une supérette. Dans ces communes, vivent 76 % de la population métropolitaine. Ainsi, 76 % de la population dispose d'une alimentation générale ou d'une supérette dans sa commune.

Source : Insee, Répertoire des entreprises et des établissements 2010 (Sirene), recensement de la population 2008, zonage en aires urbaines 1999.

## 2. Part des communes possédant au moins un commerce de quotidien



Champ : France métropolitaine.

Source : Insee, Répertoire des entreprises et des établissements 2010 (Sirene), zonage en aires urbaines 1999.

## 3. Temps moyen d'accès à un commerce de quotidien pour la population résidant dans une commune sans ce type de commerce

Champ : France métropolitaine.

Sources : Insee, Répertoire des entreprises et des établissements 2010 (Sirene), recensement de la population 2008 - Inra UMR1041 CESAER, Distancier Odomatix - traitements Insee.

