

Direction des Statistiques d'Entreprises

E2015/06

La situation du commerce en 2014
Rapport établi pour la Commission des Comptes
Commerciaux de la Nation

Division Commerce

Document de travail



Institut National de la Statistique et des Études Économiques

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

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

ou

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

Rapport établi pour la réunion de la Commission des Comptes Commerciaux de la Nation du 19 juin 2015.

Ce rapport est une version actualisée du rapport sur les comptes commerciaux établi en décembre 2014. Virginie ANDRIEUX, Catherine BOURDEAUX, Sonia LE FAUCHEUR, Florent ROYER, Rémi SEGRETO et Benoît TRINQUIER à la division « commerce » de l'Insee l'ont rédigé, sous la direction de Sabine BESSIERE, rapporteur général de la commission.

Institut National de la Statistique et des Études Économiques

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

E 2015/06

La situation du commerce en 2014

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

Division Commerce

Juin 2015

*Ces documents de travail ne reflètent pas la position de l'INSEE et n'engagent que leurs auteurs.
Working papers do not reflect the position of INSEE but only their author's views.*

La situation du commerce en 2014

Résumé :

L'activité du commerce repart légèrement à la hausse en 2014. Ce mouvement est favorisé par la légère augmentation de l'investissement des entreprises et par une demande des ménages un peu plus dynamique que les années précédentes. Les ventes progressent faiblement en volume dans le commerce de gros et le commerce de détail (+ 0,8 %). En valeur, les ventes se replient néanmoins dans ces deux secteurs en raison d'une baisse des prix, très modérée dans le commerce de détail et plus marquée dans le commerce de gros. Dans le commerce et la réparation d'automobiles, les ventes se stabilisent en volume et progressent faiblement en valeur. L'emploi salarié dans les secteurs commerciaux continue de se contracter entre fin 2013 et fin 2014, comme dans l'ensemble des secteurs principalement marchands (- 0,5 %).

Mots-clés :

Commerce, commerce de détail, commerce de gros, commerce et réparation automobile, consommation des ménages, emploi, démographie des entreprises.

The economic situation of trade in 2014

Abstract :

The activity restarts slightly in 2014 in trade sectors. This improvement is favored by the slight increase in business investment and the growth of household demand, which is a little more dynamic than in previous years. Sales rise slightly in volume in the wholesale and retail trade (+ 0.8%). In value terms, sales nevertheless fall in both sectors due to falling prices, very moderate in retail trade and more pronounced in the wholesale trade. In trade and repair of automobiles, sales stabilize in volume and value rise slightly . Wage employment in commercial areas continues to contract between late 2013 and late 2014 , as in all the main market sectors (- 0.5%) .

Keywords :

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

LE COMMERCE EN 2014

RAPPORT SUR LES COMPTES

SOMMAIRE

Avertissement	10
DONNÉES DE CADRAGE : LE COMMERCE DANS L'ÉCONOMIE	12
VUE D'ENSEMBLE	14
1 - L'activité redémarre timidement dans les secteurs commerciaux	15
1.1 - Commerce de gros : redémarrage de l'activité en volume et diminution des prix	16
1.2 - Commerce de détail : l'activité est un peu mieux orientée en 2014	19
1.3 - Commerce automobile : stabilisation de l'activité et progression en valeur	22
2 - Baisse de l'emploi salarié	24
2.1 - Le commerce perd 14 900 salariés en 2014	24
2.2 - L'emploi non salarié reste orienté à la hausse en 2012	27
2.3 - Des salaires plus élevés dans le commerce de gros	28
3 - Moins de créations d'entreprises en 2014	29
3.1 - Le nombre d'entreprises commerciales augmente fortement entre début 2013 et début 2014	29
3.2 - Baisse du nombre de créations d'entreprises en 2014 dans le commerce	30
3.3 - Baisse du nombre de défaillances dans le commerce de détail	33
CHAPITRE I : LE COMMERCE DE GROS	36
1 - Produits agricoles bruts : baisse des ventes et des prix	37
2 - Produits alimentaires : ventes en hausse, prix en baisse	39
3 - Biens domestiques : ventes en hausse	41
4 - Équipements de l'information et de la communication : ventes en hausse, prix en baisse	42
5 - Recul pour les autres équipements industriels	43
6 - Le recul des prix des matières premières amplifie la baisse des ventes des combustibles	44
7 - Progression des ventes et recul des prix dans les centrales d'achat	45
8 - La clientèle intérieure du commerce de gros	46
9 - Le poids du commerce international dans l'activité du commerce de gros en 2012	47
10 - Baisse de l'emploi salarié dans le commerce de gros en 2014	50
11 - Les créations d'entreprises diminuent dans le commerce de gros	51
CHAPITRE II : LE COMMERCE DE DÉTAIL	52
1 - Fléchissement des ventes du commerce de détail	53
1.1 - Petit commerce alimentaire : rebond des ventes en volume	56
1.2 - Baisse d'activité pour les grandes surfaces à prédominance alimentaire	56
1.3 - Les ventes du commerce non alimentaire non spécialisé progressent	57
1.4 - Accélération pour le commerce non alimentaire spécialisé	58
1.5 - Commerce hors magasin en légère reprise	63
2 - Les parts de marché par forme de vente	64
2.1 - Produits alimentaires	66
2.2 - Produits non alimentaires	67
3 - La consommation commercialisable des ménages accélère	68
4 - Légère baisse des effectifs salariés dans le commerce de détail	71
4.1 - En 2014, l'emploi salarié diminue légèrement en glissement annuel	71
4.2 - Un secteur jeune et féminisé, et une part élevée de temps partiel	71
4.3 - 22 % des actifs du commerce de détail travaillent le dimanche en 2014	72
4.4 - Le taux de sous-emploi et le temps partiel subi restent stables entre 2013 et 2014 dans le commerce de détail	72
5 - Les créations d'entreprises du commerce de détail diminuent mais restent à un niveau élevé	74
CHAPITRE III : LE « GRAND COMMERCE » NON ALIMENTAIRE SPÉCIALISÉ	76
1 - Le grand commerce non alimentaire spécialisé gagne des parts de marché	76
2 - Une définition élargie du grand commerce ?	80
2.1 - Commerce de détail hors magasin, éventaires ou marchés	80
2.2 - Grands magasins et autres commerces de détail en magasin spécialisé	81
3 - L'emploi dans le grand commerce en 2012	82

CHAPITRE IV : L'ÉQUIPEMENT COMMERCIAL -----	84
1 - La structure de l'équipement commercial du commerce de détail : 94 % des entreprises n'ont qu'un seul magasin -----	84
1.1 - Le nombre de stations-service diminue toujours -----	86
1.2 - La construction de locaux du commerce -----	86
2 - L'équipement commercial dans le grand commerce non alimentaire spécialisé -----	88
3 - L'équipement en grandes surfaces -----	89
3.1 - Le nombre de grandes surfaces par département en 2014 -----	89
3.2 - Densité en grandes surfaces par département -----	94
 CHAPITRE V : LE COMMERCE ET LA RÉPARATION D'AUTOMOBILES -----	102
1 - Le commerce de véhicules automobiles redémarre en douceur -----	103
2 - Activité en baisse dans l'entretien-réparation et dans l'équipement automobile de détail -----	104
3 - La situation s'améliore dans le commerce et réparation de motocycles -----	104
4 - La baisse de l'emploi salarié dans le commerce et la réparation d'automobiles continue -----	106
 ANNEXES - MÉTHODES ET DÉFINITIONS -----	108
ANNEXE I - Les comptes du commerce en base 2010 -----	109
ANNEXE II - Le changement de nomenclature dans les secteurs du commerce -----	111
ANNEXE III - Champ du commerce et des activités artisanales à caractère commercial -----	118
ANNEXE IV - Réconciliation des ventes au détail et de la consommation commercialisable des ménages -----	122
ANNEXE V - Les indicateurs de la démographie des entreprises -----	125
ANNEXE VI - Méthodes et sources sur l'emploi -----	127
ANNEXE VII - Les comptes du grand commerce non alimentaire -----	129
ANNEXE VIII - Les indices de prix utilisés dans le commerce de gros -----	130
ANNEXE IX - Le prix du service commercial ou de la marge commerciale -----	131
ANNEXE X - Les formes du commerce par taille -----	132
ANNEXE XI - Définition de l'artisanat commercial retenu pour les comptes du commerce -----	133
ANNEXE XII - Typologie des magasins non spécialisés -----	134
ANNEXE XIII - La réglementation du commerce -----	136
ANNEXE XIV - Définitions pour l'analyse du commerce de détail -----	140
 ANNEXES STATISTIQUES -----	144
ANNEXE I - Les ventes de marchandises du commerce de gros -----	145
ANNEXE II - Les ventes du commerce de détail -----	147
ANNEXE III - La consommation commercialisable des ménages -----	161
ANNEXE IV - Démographie des entreprises commerciales -----	164
ANNEXE V - Emploi -----	168
ANNEXE VI - Comptes des secteurs commerciaux -----	172
 TEXTES OFFICIELS RELATIFS À LA COMMISSION DES COMPTES COMMERCIAUX DE LA NATION	181
BIBLIOGRAPHIE -----	186

Institut national de la statistique
et des études économiques

Directeur de la publication
Jean-Luc TAVERNIER

© Insee 2015

Direction générale
18, Bd Adolphe Pinard
75675 Paris cedex 14
Tél : 01 41 17 50 50
www.insee.fr

Avertissement

Le compte spécialisé du commerce est présenté deux fois par an à la Commission des Comptes Commerciaux de la Nation (CCCN). Il s'insère dans le dispositif d'ensemble des comptes nationaux français, grâce à des concepts et des définitions similaires et en s'articulant sur ses agrégats.

Les résultats des années 2010, 2011 et 2012, définitifs, sont issus des statistiques structurelles d'entreprises. Les résultats de 2013 et 2014 sont encore provisoires et ont été obtenus à partir des indices de chiffres d'affaires calculés par l'Insee. En régime permanent, le calendrier de publication des comptes commerciaux est tributaire de la mise à disposition des différentes sources d'informations, notamment des données statistiques d'entreprises, sur lesquelles les comptes s'appuient.

Pour les **comptes relatifs à l'année n , le calendrier est le suivant** :

- Les ventes des secteurs commerciaux, présentées à la commission de **juin de l'année $n+1$** fournissent les premières informations sur les comptes sectoriels de l'année n . Ces données sont dites **provisoires**, car les ventes de n sont élaborées en faisant évoluer celles de $n-1$ à partir des indices de chiffres d'affaires mensuels calculés par l'INSEE (déclarations mensuelles CA3 pour le paiement de la TVA), et en utilisant les premières estimations de la consommation finale des ménages évaluées par les comptables nationaux.
- En **décembre $n+1$** , ces résultats provisoires sont susceptibles d'être révisés, en fonction des informations statistiques collectées entre juin et décembre ; en particulier, les comptes sectoriels de l'année $n-1$ sont en principe arrêtés en décembre $n+1$ (cf infra), de sorte que l'évolution « provisoire » fondée sur les CA3 et appliquée au niveau $n-1$, peut être affinée par la prise en compte du niveau $n-1$ définitif.
- En **juin $n+2$** , les évaluations des ventes de l'année n bénéficient d'un apport beaucoup plus important d'informations sur les comptes des entreprises. Jusqu'en 2009, ces informations provenaient à ce stade essentiellement des déclarations fiscales. Le système de données d'entreprises Ésane, permet d'intégrer à ces comptes dits **semi-définitifs (sd) ou révisés (r)**, un ensemble sensiblement plus complet de données d'entreprises, mettant en cohérence les liasses fiscales et les données de l'enquête sectorielle sur le commerce.
- En **décembre $n+2$** sont arrêtés les comptes **définitifs** ; ceux-ci s'appuient sur une exploitation d'Ésane et des données fiscales, permettant d'affiner les premiers résultats fournis en juin.

DONNÉES DE CADRAGE : LE COMMERCE DANS L'ÉCONOMIE

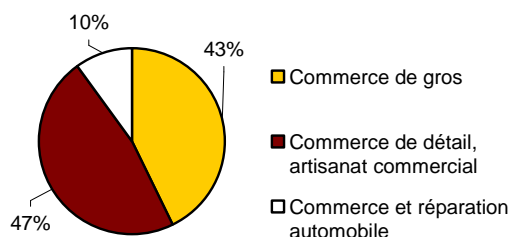
Sauf mention contraire, l'artisanat commercial est compté avec le commerce dans les données ci-dessous

Valeur ajoutée en 2012	Commerce	Part dans l'économie (1)
Valeur ajoutée (en milliards d'euros)	191,8	10,2%

Source : Insee, comptes nationaux, comptes du commerce

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

Répartition de la valeur ajoutée en 2012



Source : Insee, comptes du commerce

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

	2012	2013 (sd)	2014(p)
Commerce de gros	790,5	790,6	780,7
Com. détail, artis. com.	464,8	466,2	463,0
Commerce, répar. auto.	157,8	155,3	157,6
Ensemble commerce	1 413,1	1 412,1	1 401,3

Source : Insee, comptes du commerce

Dans le tableau de synthèse ci-contre, l'activité est mesurée par le chiffre d'affaires hors taxe des secteurs définis par leur activité principale (APE). Dans le reste du rapport, on mesure l'activité par les ventes de marchandises (VM), excluant la plupart des services commerciaux. Pour le commerce de gros, il s'agit de VM hors taxes. Pour le commerce de détail et automobile, les VM sont présentées par type de magasin (formes de ventes), toutes taxes comprises et intègrent une partie des ventes de services (commissions) pour assurer la cohérence avec la consommation des ménages.

Emploi au 31/12 dans les secteurs du commerce	Milliers		
	2012	2013	2014(p)
hors artisanat commercial			
Effectif salarié	3 014,3	3 004,7	2 989,8
Effectif non salarié	411,2	nd	nd

Source : Insee - estimations d'emploi

Effectifs salariés au 31/12 dans les secteurs du commerce

	2014(p) en milliers	Part dans secteurs principalement marchands
hors artisanat commercial		
Commerce de détail	1684,9	10,7%
Commerce de gros	948,6	6,0%
Commerce, répar. auto.	356,3	2,3%
Ensemble commerce	2989,8	18,9%

Source : Insee - estimations d'emploi

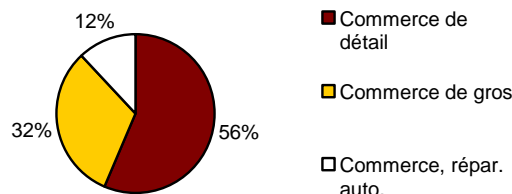
Taux de marge commerciale

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

hors artisanat commercial	2012
Commerce de gros	18,8%
Commerce de détail	28,9%
Commerce, répar. auto.	14,1%

Source : Insee, comptes du commerce

Répartition de l'emploi salarié du commerce en 2014



Source : Insee - estimations d'emploi

Démographie d'entreprise (unités légales) 2014

	Commerce	Ensemble de l'économie (*)	Part du commerce
Nombre d'entreprises (en milliers)	826	3 947	20,9%
Nombre de créations (en milliers)	110	551	20,0%
Nombre de créations (hors auto-entrepreneurs, en milliers)	53	267	19,9%
Taux de créations (en %)	13,3%	14,0%	///
Taux de créations (hors auto-entrepreneurs, en %)	6,4%	6,8%	///
Nombre de défaillances (hors artisanat commercial, en milliers)	14	62	22,6%

Sources : Sirene, Banque de France

(*) : ensemble des activités marchandes hors agriculture

Les données présentées dans tout le rapport concernent les entreprises (unités légales) des secteurs du commerce. Elles portent sur la dernière année disponible dans les statistiques de l'Insee. Elles sont présentées dans la base 2010 des comptes nationaux et en nomenclature Naf rév.2.

(p) = résultat provisoire, susceptible d'être révisé, (sd) résultat semi-définitif, susceptible d'être révisé.

VUE D'ENSEMBLE

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

Les **grossistes**, dont l'activité est très sensible à la conjoncture, bénéficient de ce contexte légèrement plus favorable, avec une progression de leurs ventes de 0,8 % en volume, mais cette amélioration très mesurée ne concerne pas tous les secteurs. Le commerce de gros de produits agricoles, qui soutenait l'activité en 2013, se contracte en volume en 2014, malgré un recul des prix tiré par la baisse marquée des cours des céréales (blé tendre et maïs principalement) et de l'énergie. En revanche, le commerce de gros de biens domestiques repart à la hausse après deux années de recul. Le commerce de gros en équipements de l'information et de la communication retrouve également un peu de dynamisme.

Dans **le commerce de détail et l'artisanat commercial**, les ventes rebondissent mollement en volume avec une croissance modeste de l'activité des détaillants en 2014 (+ 0,8 % après - 0,2 % en 2013). Comme les années précédentes, les magasins non alimentaires se trouvent dans une situation plus favorable que le commerce à dominante alimentaire. Les grandes surfaces en particulier ne bénéficient pas du léger affermissement de la demande : l'activité y est en retrait pour la troisième année consécutive. En valeur, les ventes du commerce de détail et de l'artisanat commercial diminuent de 0,4 % car les prix des produits vendus par les détaillants (hors automobile) reculent, pour la première fois depuis 2009. Cette baisse des prix est marquée pour les carburants mais elle concerne aussi les produits alimentaires (hors tabac) et les biens manufacturés.

Après avoir atteint un point bas en 2013, **le commerce et la réparation d'automobiles** connaît une stabilisation de son activité en volume et une progression modérée de ses ventes en valeur. C'est le seul secteur commercial où les prix augmentent en 2014.

La **consommation commercialisable** se redresse : elle progresse en volume de 0,8 % après avoir diminué en 2012 et 2013 (- 0,5 % en 2013 après - 1,3 % en 2012). En valeur, elle se replie de 0,1 % du fait de la diminution des prix.

L'**emploi salarié** dans les secteurs commerciaux continue de se contracter (- 0,5 %), comme dans l'ensemble des secteurs principalement marchands. Comme les années précédentes, cette baisse est tirée par le commerce et la réparation d'automobiles, qui n'emploie pourtant que 12 % des effectifs salariés du commerce.

Les **créations d'entreprises**, orientées à la baisse depuis 2010, diminuent moins nettement qu'au cours des années précédentes. Elles restent très dynamiques dans le commerce et la réparation d'automobiles.

1 - L'activité redémarre timidement dans les secteurs commerciaux

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

La timide reprise des ventes des **grossistes** s'affermite un peu en 2014. Après avoir fortement baissé en 2009, les ventes en volume du commerce de gros avaient redémarré d'abord légèrement en 2010 puis plus vigoureusement en 2011. Elles s'étaient un peu contractées en 2012, dans un contexte de ralentissement de l'activité puis se sont un peu redressées depuis. En valeur les ventes se replient.

Dans le **commerce de détail et l'artisanat commercial**, les variations de l'activité sont moins marquées. Après une stabilisation des ventes en volume en 2012 et en 2013, l'activité est à nouveau orientée à la hausse en 2014. La diminution des prix entraîne néanmoins une baisse des ventes en valeur.

Le secteur du **commerce et de la réparation d'automobiles** a le plus souffert en 2012 et 2013, après la fin des mesures de soutien au marché suite à la crise. Ses ventes se stabilisent en volume en 2014.

Tableau 1 : Évolution *en volume* des ventes des secteurs commerciaux (taux de croissance en %)

	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013sd	2014p
Commerce de gros et intermédiaires ¹	1,5	2,4	1,5	-5,8	0,6	3,8	-0,3	0,3	0,8
Commerce de détail et artisanat commercial ²	2,7	3,5	0,5	-1,0	1,7	1,6	0,0	-0,2	0,8
Commerce et réparation d'automobiles ²	0,2	2,9	-2,6	0,2	-0,6	1,9	-6,3	-3,2	0,1

¹ ventes hors taxes ; ² ventes T.T.C.

Source : Insee - Comptes du Commerce

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

Le redressement des ventes du commerce de gros en volume, amorcé en 2013 (+ 0,3 %), se confirme en 2014 (+ 0,8 %). En revanche, les ventes des grossistes, qui étaient stables en 2013, se replient en valeur (- 1,4%), car les prix des produits vendus en gros diminuent nettement, du fait de la chute de ceux des matières premières agricoles et de l'énergie.

Les ventes, y compris celles des intermédiaires du commerce, s'établissent à 732 milliards d'euros. En excluant les intermédiaires, elles atteignent 614 milliards d'euros. La situation est très contrastée selon les secteurs : alors que l'activité du commerce de gros en produits alimentaires, en biens domestiques et en équipements de l'information est bien orientée en 2014, elle diminue dans le commerce de gros de produits agricoles et dans les autres commerces de gros spécialisés, en dépit de la forte baisse des prix dans ces deux secteurs.

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

	Taux de croissance en %										Mds d'euros 2014p
	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013sd	2014p	
C.G. de produits agricoles bruts	0,8	-0,3	4,3	23,8	-10,8	-9,8	28,2	8,9	1,7	-9,9	59,8
- céréales, tabac non manufacturé, semences et aliments pour le bétail	-0,6	-2,3	7,8	30,0	-11,8	-11,0	34,5	10,2	1,7	-12,4	45,6
- autres produits (1)	4,5	4,7	-3,8	7,7	-7,7	-6,1	10,5	4,4	1,7	-0,9	14,2
C.G. de produits alimentaires, de boissons et de tabac	3,4	3,1	3,8	4,2	-14,7	5,2	7,9	2,7	2,6	0,3	128,1
- produits frais (2)	2,1	1,4	4,1	5,5	-17,9	5,8	5,2	2,4	3,3	0,7	58,6
- boissons (alcoolisées ou non)	4,9	2,6	4,8	3,6	-4,1	0,3	11,6	0,4	2,6	0,4	26,3
- autres produits (3)	4,5	5,8	2,7	2,8	-16,1	7,5	9,5	4,6	1,6	-0,3	43,2
C.G. de biens domestiques	9,3	5,6	3,3	1,3	-1,8	2,8	5,1	-1,0	-0,6	2,1	143,2
- produits pharmaceutiques	14,2	7,2	3,8	2,7	1,2	3,3	2,8	-0,4	-0,3	1,9	59,6
- autres produits (4)	6,3	4,5	3,0	0,4	-3,8	2,5	6,8	-1,4	-0,8	2,3	83,7
C.G. d'équipements de l'information et de la communication	7,1	7,5	3,8	-3,5	-15,3	4,2	0,4	9,7	-2,6	1,4	43,3
- ordinateurs, équipements informatiques périphériques et logiciels	6,4	5,8	3,7	-1,3	-18,5	4,2	-3,9	9,8	-5,4	6,2	28,2
- composants et équipements électroniques et télécommunication	8,7	11,2	4,0	-8,0	-8,3	4,2	9,1	9,5	2,4	-6,4	15,0
C.G. d'autres équipements industriels	5,7	-4,2	8,0	2,7	-12,2	3,0	9,6	3,4	-0,1	-1,2	83,6
- équipements de bureau (5)	6,4	5,8	3,7	-4,8	-12,6	4,6	1,5	-7,6	-2,8	-0,1	4,2
- matériel électrique	6,9	10,4	5,1	1,9	13,6	17,5	8,2	-0,2	-2,1	0,2	17,8
- autres équipements (6)	5,5	-7,4	9,0	3,5	-17,1	-0,9	10,7	5,3	0,6	-1,7	61,6
Autres C.G. spécialisés	3,7	7,3	5,4	8,4	-24,1	8,6	8,9	2,4	-2,9	-5,2	136,0
- combustibles et produits annexes	11,8	6,5	2,8	17,9	-32,7	16,2	12,4	11,2	-4,4	-11,4	48,3
- produits pour l'installation de l'habitat et la construction	4,3	8,5	6,8	2,5	-13,2	1,0	4,0	-2,0	-1,6	-1,7	48,0
- autres produits (8)	-5,0	7,0	6,6	4,9	-26,4	10,6	10,9	-3,0	-2,4	-1,2	39,7
Commerce de gros total : (hors intermédiaires du commerce)	5,4	3,8	4,7	5,4	-12,6	4,5	8,7	2,4	-0,2	-1,7	614,3
Intermédiaires du commerce	4,7	3,7	5,1	7,7	-10,4	2,0	11,1	2,7	1,2	0,3	118,1
dont centrales d'achats	5,7	3,1	5,5	9,5	-7,6	1,8	11,1	4,3	1,6	-0,1	102,3
Commerce de gros et intermédiaires	5,3	3,8	4,8	5,7	-12,3	4,1	9,1	2,5	0,0	-1,4	732,4

Source : Insee - Comptes du commerce

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

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

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

(4) textile, habillement, chaussures, électroménager, vaisselle, verrerie, parfumerie,

meubles, tapis, appareils d'éclairage, horlogerie, bijouterie...

(5) mobilier de bureau, autres machines et équipements de bureau

(6) pour l'industrie, l'agriculture, le commerce et les services

(7) bois, matériaux de construction, appareils sanitaires, quincaillerie, fournitures pour plomberie et chauffage...

(8) minerais, métaux, produits chimiques...

Tableau 3 : Évolution *en volume* des ventes de marchandises du commerce de gros (en %)

	2009	2010	2011	2012	2013sd	2014p
Commerce de gros de :						
- produits agricoles bruts et animaux vivants	8,3	-17,7	10,6	2,9	6,6	-3,1
- produits alimentaires, boissons et tabac	-10,9	3,9	5,3	-1,9	0,3	1,9
- biens domestiques	-0,6	3,0	5,9	-0,6	-0,5	3,1
- équipements de l'information et de la communication	-10,3	8,6	1,3	11,7	-3,9	4,5
- autres équipements industriels	-13,1	3,5	7,3	1,5	-1,1	-1,4
- autres commerces de gros spécialisés	-13,5	-1,1	-1,3	-0,8	-0,8	-2,9
Commerce de gros total : (hors intermédiaires du commerce)	-6,8	1,6	4,1	0,0	0,1	0,3
Intermédiaires du commerce dont centrales d'achat	-0,2	-5,1	2,2	-2,2	1,3	3,1
	3,3	-5,7	1,9	-0,9	1,8	2,8
Commerce de gros et intermédiaires	-5,8	0,6	3,8	-0,3	0,3	0,8

Source : Insee-Comptes du commerce

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

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

Les ventes **en gros de biens domestiques** rebondissent nettement en volume, après avoir baissé en 2012 et 2013. Le secteur du luxe demeure très porteur. En outre, les ventes de produits pharmaceutiques restent dynamiques mais les exportations reculent pour la première fois depuis 10 ans. Ce secteur, qui a peu souffert de la crise de 2009, a connu une croissance relativement soutenue au cours des dix dernières années.

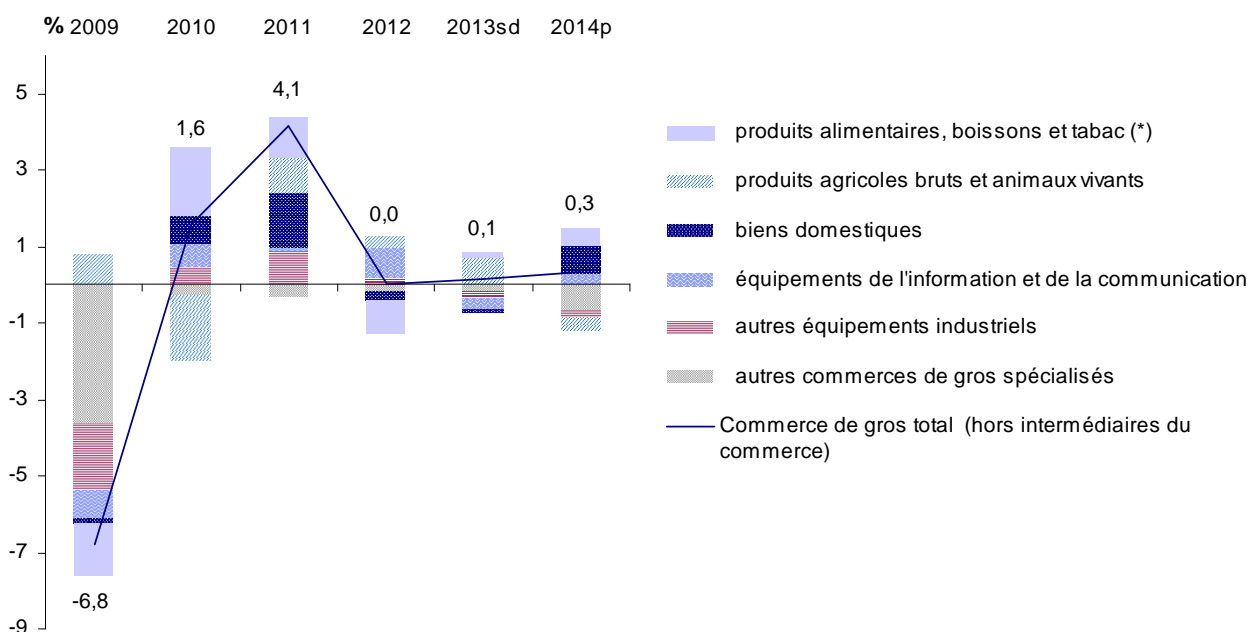
Le **commerce de gros d'équipements de l'information et de la communication**, qui avait fortement baissé en 2013, repart à la hausse, porté par le redressement de l'investissement des entreprises.

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

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

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

Graphique 1 : Contributions sectorielles à l'évolution en volume des ventes de marchandises du commerce de gros (hors intermédiaires du commerce).



Source : Insee - Comptes du Commerce

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

Tableau 4 : Contributions des secteurs à la croissance en volume des ventes de marchandises du commerce de gros (hors intermédiaires)

Contributions	2009	2010	2011	2012	2013sd	2014p	Poids du secteur dans le total (%)
Commerce de gros de :							
- produits agricoles bruts et animaux vivants	0,8	-1,7	0,9	0,3	0,7	-0,3	10,3
- produits alimentaires, boissons et tabac (*)	-1,4	1,8	1,1	-0,9	0,2	0,5	24,0
- biens domestiques	-0,1	0,7	1,4	-0,2	-0,1	0,7	23,1
- équipements de l'information et de la communication	-0,8	0,6	0,1	0,8	-0,3	0,3	7,1
- autres équipements industriels	-1,7	0,5	0,9	0,2	-0,2	-0,2	13,3
- Autres commerces de gros spécialisés	-3,6	-0,3	-0,3	-0,2	-0,2	-0,7	22,2
Commerce de gros total : (hors intermédiaires du commerce)	-6,8	1,6	4,1	0,0	0,1	0,3	100,0

Source : Insee - Comptes du Commerce

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

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

Lecture : En 2014, le commerce de gros de produits agricoles et d'animaux vivants contribue pour - 0,3 point à la hausse des ventes de marchandises du commerce de gros en volume (0,3 % hors intermédiaires). Les contributions sectorielles s'expliquent par le relatif dynamisme des secteurs et leur poids dans l'ensemble du commerce de gros.

L'évolution des ventes du commerce de gros (+ 0,3 % en volume hors intermédiaires) est tirée par la croissance du commerce de biens domestiques. Ce secteur contribue à hauteur de + 0,7 point à l'évolution d'ensemble. Le commerce de gros en produits alimentaires, qui représente le quart des ventes, apporte une contribution de 0,5 point à la croissance. Le commerce d'équipements de l'information et de la communication, très dynamique en 2014, mais qui ne représente qu'un quinzième des ventes, apporte une contribution de + 0,3 point. Le repli de l'activité du commerce de gros des autres secteurs spécialisés, du commerce en produits agricoles bruts et animaux vivants et de celui en autres équipements industriels pèse sur l'évolution du commerce de gros à hauteur de respectivement - 0,7 point, - 0,3 point et - 0,2 point.

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

Les **ventes au détail** s'élèvent à 492 milliards d'euros en 2014. Le commerce de détail et l'artisanat commercial bénéficient de la progression plus marquée du pouvoir d'achat des ménages en 2014, qui augmente à nouveau par unité de consommation pour la première fois depuis 2010. Leurs ventes augmentent de 0,8 % en volume. Les magasins non alimentaires sont ceux qui tirent le plus profit de cette éclaircie. Ce résultat n'est pas nouveau : depuis la crise, leur activité progresse plus vigoureusement que celle du commerce alimentaire.

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

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

Formes de vente	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013sd	2014p	valeur 2014p (en G €)
Alimentation spécialisée et artisanat commercial (1)	1,8	2,9	0,7	2,1	2,5	1,7	-0,8	1,2	4,1	1,5	0,8	1,2	43,6
Petites surfaces d'alimentation générale et magasins de produits surgelés	4,4	1,6	-1,1	-0,5	1,9	4,4	-0,2	8,0	0,1	0,0	0,4	-0,4	15,1
Grandes surfaces d'alimentation générale	3,8	1,7	1,2	2,0	3,2	3,8	-2,9	2,3	4,8	1,2	0,1	-1,6	180,0
Commerce alimentaire en magasin	3,5	1,9	1,0	1,9	3,0	3,4	-2,3	2,4	4,4	1,2	0,2	-1,0	238,7
Grands magasins et autres magasins non alimentaires non spécialisés	1,3	5,0	2,0	0,5	4,7	1,0	-1,8	2,6	5,0	5,4	1,4	1,4	8,5
Magasins non alimentaires spécialisés dont :	3,6	4,7	5,3	4,8	4,4	3,2	-3,4	3,8	2,6	1,3	-0,7	0,2	213,4
carburant	4,4	3,9	12,7	4,7	1,1	14,9	-27,8	18,6	12,2	11,8	-3,7	-4,7	15,3
pharmacie	6,2	6,5	5,1	4,4	3,1	2,2	3,0	2,3	2,0	-0,6	0,1	0,6	41,6
autres	3,0	4,4	4,7	4,9	5,0	2,2	-2,4	3,1	1,9	1,2	-0,6	0,4	156,5
Commerce non alimentaire en magasin	3,6	4,6	5,1	4,7	4,4	3,2	-3,4	3,8	2,7	1,4	-0,6	0,3	221,9
Commerce hors magasin	3,8	5,7	0,9	2,1	2,0	0,1	-3,7	-2,7	0,5	11,4	-0,1	0,4	31,4
ENSEMBLE COMMERCE DE DÉTAIL ET ARTISANAT COMMERCIAL	3,6	3,3	2,9	3,2	3,6	3,1	-2,9	2,7	3,4	1,9	-0,2	-0,4	492,0

Source : Insee - Comptes du commerce

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

▪ Commerce alimentaire

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

A l'inverse, dans l'**alimentaire spécialisé** (y compris artisanat commercial) et les **petites surfaces**, les ventes se redressent en volume. La progression des prix dans ce secteur est tirée par le tabac. En effet, les prix des produits alimentaires hors tabac diminuent (pour tous les produits sauf les viandes et poissons dont les prix croissent très faiblement). Au final, les ventes en valeur progressent de 1,2 % dans les magasins alimentaires spécialisés alors qu'elles diminuent légèrement dans les **petites surfaces alimentaires généralistes** (alimentations générales, supérettes) et les **commerces de produits surgelés**.

▪ **Commerce non alimentaire**

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

Le commerce d'**équipements de la maison** se redresse en 2014 après plusieurs années de morosité. Le secteur spécialisé du meuble reste mal orienté alors que ceux du bricolage en grandes surfaces et de l'électroménager sont plus dynamiques.

Les ventes du commerce d'**équipements de la personne** progressent également plus vigoureusement qu'en 2013. L'habillement, l'horlogerie-bijouterie et la parfumerie connaissent une accélération des ventes en volume en 2014. L'activité des pharmacies progresse à un rythme relativement soutenu comme les années précédentes. En valeur néanmoins, les ventes progressent faiblement car les prix des médicaments sont orientés à la baisse.

Les ventes des stations services se replient en volume, en dépit de la baisse du prix des carburants. En valeur, les ventes chutent de près de 5 % entre 2013 et 2014.

▪ **Commerce hors magasin**

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

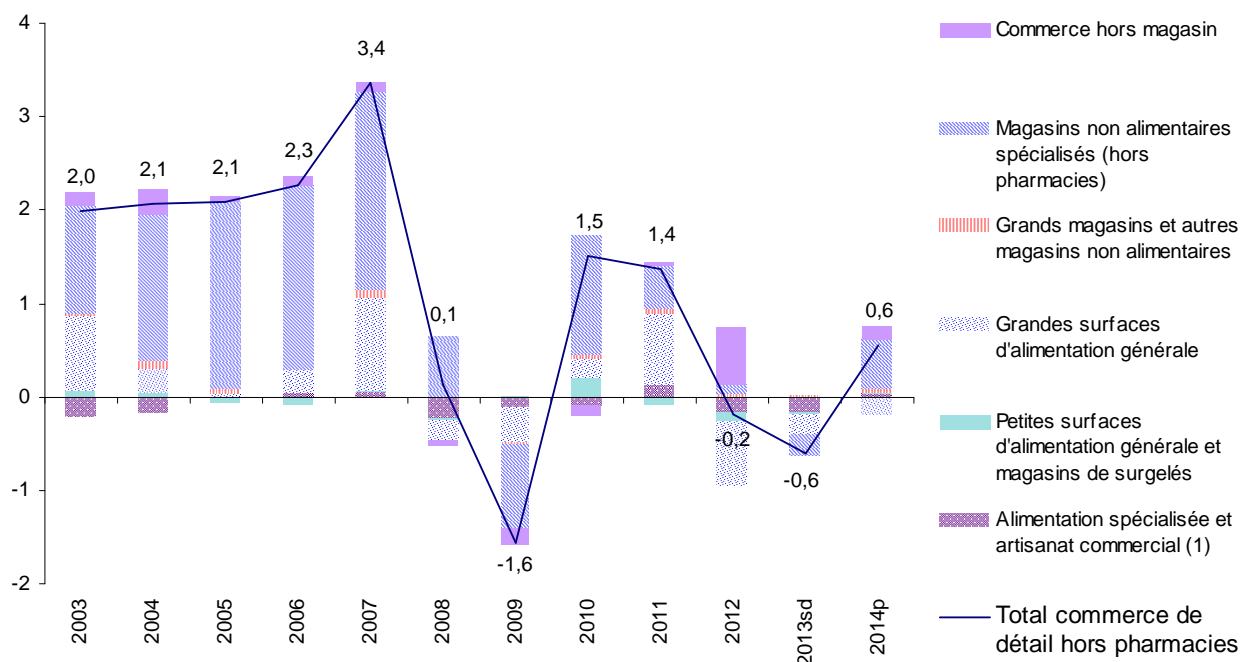
Tableau 6 : Évolution des ventes du commerce de détail et de l'artisanat commercial en *volume T.T.C.* (en %)

Formes de vente	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013sd	2014p
Alimentation spécialisée et artisanat commercial (1)	-2,4	-2,0	-0,2	0,7	0,6	-2,6	-1,1	-0,8	1,4	-1,8	-1,8	0,3
Petites surfaces d'alimentation générale et magasins de produits surgelés	1,7	1,3	-1,4	-2,3	0,6	-0,5	0,6	6,4	-2,2	-3,0	-0,6	0,6
Grandes surfaces d'alimentation générale	1,9	0,6	0,1	0,5	2,4	-0,5	-0,9	0,5	1,9	-1,7	-0,5	-0,5
Commerce alimentaire en magasin	1,1	0,2	0,0	0,4	2,0	-0,9	-0,9	0,6	1,5	-1,8	-0,8	-0,3
Grands magasins et autres magasins non alimentaires non spécialisés	1,1	5,1	2,6	0,5	4,7	-0,4	-2,3	1,8	3,2	2,4	0,4	1,7
Magasins non alimentaires spécialisés dont :	3,6	4,7	5,4	5,5	5,3	2,1	-0,8	3,5	1,7	0,6	0,3	1,9
carburant	1,7	-3,4	0,8	-0,6	-0,7	2,6	-14,6	6,1	-1,3	6,6	-1,8	-1,3
pharmacie	6,4	7,6	6,2	7,9	5,4	3,9	5,1	4,1	3,6	2,0	3,8	3,8
autres	3,1	4,7	5,5	5,5	5,8	1,6	-0,9	3,2	1,4	-0,4	-0,4	1,7
Commerce non alimentaire en magasin	3,5	4,7	5,3	5,3	5,3	2,0	-0,9	3,5	1,7	0,6	0,3	1,9
Commerce hors magasin	3,0	5,9	1,4	1,8	1,8	-0,9	-3,0	-2,0	0,6	10,0	0,0	2,0
ENSEMBLE COMMERCE DE DÉTAIL ET ARTISANAT COMMERCIAL	2,3	2,5	2,4	2,7	3,5	0,5	-1,0	1,7	1,6	0,0	-0,2	0,8

Source : Insee – Comptes du commerce

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

Graphique 2 : Contributions des formes de vente à la croissance en volume de l'ensemble des ventes T.T.C. du commerce de détail et de l'artisanat commercial¹ hors pharmacies (en %)



Source : Insee - Comptes du commerce

Tableau 7 : Contributions des formes de vente à la croissance en volume de l'ensemble des ventes T.T.C. (hors pharmacies)

Contributions en points	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013sd	2014p	poids du secteur dans le total (%)
Alimentation spécialisée et artisanat commercial (1)	-0,2	-0,2	0,0	0,1	0,1	-0,2	-0,1	-0,1	0,1	-0,2	-0,2	0,0	9,5
Petites surfaces d'alimentation générale et magasins de surgelés	0,1	0,1	-0,1	-0,1	0,0	0,0	0,0	0,2	-0,1	-0,1	0,0	0,0	3,4
Grandes surfaces d'alimentation générale	0,8	0,3	0,0	0,2	1,0	-0,2	-0,4	0,2	0,8	-0,7	-0,2	-0,2	40,0
Grands magasins et autres magasins non alimentaires	0,0	0,1	0,0	0,0	0,1	0,0	0,0	0,0	0,1	0,0	0,0	0,0	1,9
Magasins non alimentaires spécialisés (hors pharmacies)	1,2	1,5	2,0	2,0	2,1	0,7	-0,9	1,3	0,5	0,1	-0,2	0,5	38,2
Commerce hors magasin	0,2	0,3	0,1	0,1	0,1	-0,1	-0,2	-0,1	0,0	0,6	0,0	0,1	7,0
Total commerce de détail hors pharmacies	2,0	2,1	2,1	2,3	3,4	0,1	-1,6	1,5	1,4	-0,2	-0,6	0,6	100,0

Source : Insee – Comptes du commerce

(1) : Boulangeries, pâtisseries, charcuteries

Lecture : En 2014, les grandes surfaces d'alimentation générale ont une contribution négative (à hauteur de -0,2 point) à l'évolution des ventes du commerce de détail. Les magasins non alimentaires spécialisés contribuent positivement à la croissance des ventes en volume (+ 0,5 point).

En 2014, la croissance en volume de l'activité du commerce de détail hors pharmacies est tirée par la progression des ventes des magasins alimentaires non spécialisés. A l'inverse les grandes surfaces alimentaires apportent une contribution négative à l'évolution des ventes du commerce de détail.

¹ Une partie des ventes au détail sont réalisées par des grossistes, des prestataires de services et des producteurs.

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

Le commerce et la réparation d'automobiles, dont l'activité a fortement reculé en 2012 et 2013, est stable en volume en 2014 et progresse en valeur. Ses ventes atteignent 104 milliards d'euros en 2014. Contrairement au commerce de gros et au commerce de détail, ce secteur connaît une évolution positive des prix en 2014..

Le **commerce d'automobiles**, qui représente la majeure partie des ventes, redémarre légèrement en 2014 (+ 0,7 % en volume) après avoir connu deux années très difficiles. Les immatriculations progressent de 0,5 % en moyenne annuelle, d'après les données du service de l'observation et des statistiques du ministère du développement durable (Soes). La croissance des prix soutient la progression des ventes en valeur. Le marché automobile avait relativement peu souffert en 2009, car il était soutenu par le dispositif de prime à la casse mais après la fin des mesures de soutien, le marché s'est très nettement contracté et les achats automobiles n'ont pas retrouvé leur niveau d'avant crise. Le parc automobile vieillit et l'utilisation de la voiture décroît tendanciellement : les parcours annuels moyens pour les véhicules particuliers ont diminué depuis 2001 d'environ 90 km par an (soit - 0,7 % par an) d'après les comptes des transports (Soes).

Pour le secteur de **l'entretien et de la réparation automobile**, orienté à la baisse depuis 2008, la contraction des ventes se poursuit. Cette érosion est favorisée par la fiabilité croissante des véhicules et la diminution tendancielle du nombre de kilomètres parcourus. Le commerce de **détail d'équipements automobiles**, qui comprend essentiellement les centres autos, connaît une baisse de son activité en 2014.

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

Tableau 8 : Évolution des ventes au détail du commerce et réparation d'automobiles - en valeur T.T.C. (en %)

Activités	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013sd	2014p	Valeur 2014p (en G €)
Commerce de véhicules automobiles	-0,2	5,5	7,1	1,6	6,4	-0,4	1,8	3,6	5,0	-6,0	-2,7	2,3	71,9
Entretien et réparation de véhicules automobiles	3,1	7,3	2,4	4,3	4,1	1,8	-3,6	-8,7	-0,3	-1,1	-0,4	-0,2	20,1
Commerce de gros d'équipements automobiles	5,1	-0,4	7,9	6,4	4,2	0,8	-5,6	13,3	11,6	3,7	-1,2	1,2	1,2
Commerce de détail d'équipements automobiles	4,1	-1,2	8,4	1,5	4,6	2,0	1,3	-3,0	9,6	6,4	2,8	-0,7	7,7
Commerce et réparation de motocycles	1,8	5,0	-3,3	3,9	1,4	0,7	-7,6	4,5	1,7	-7,4	-3,4	3,1	2,7
ENSEMBLE COMMERCE ET RÉPARATION AUTOMOBILE	0,7	5,5	5,9	2,3	5,7	0,2	0,4	0,7	4,2	-4,3	-1,9	1,6	103,6

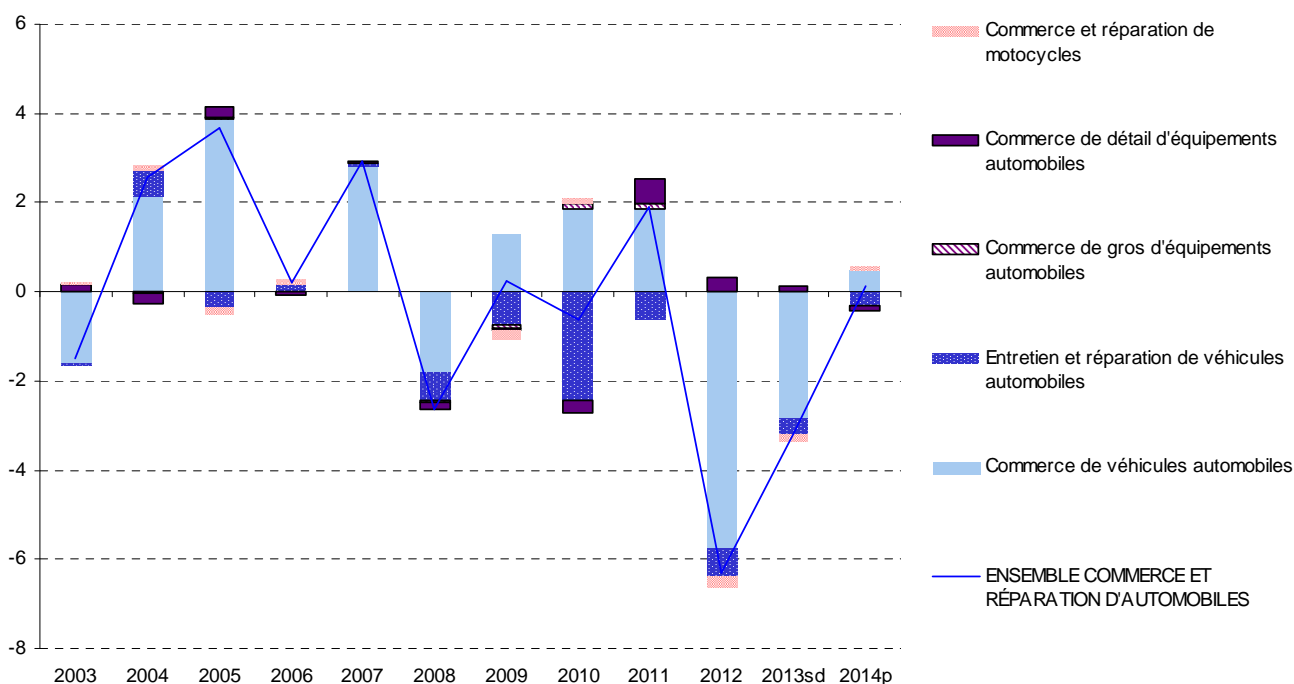
Source : Insee - Comptes du commerce

Tableau 9 : Évolution des ventes au détail du commerce et réparation d'automobiles - en volume T.T.C. (en %)

Activités	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013sd	2014p
Commerce de véhicules automobiles	-2,3	3,0	5,4	0,0	3,9	-2,6	1,9	2,7	2,6	-8,0	-4,0	0,7
Entretien et réparation de véhicules automobiles	-0,2	3,1	-1,8	0,8	0,4	-3,3	-4,0	-11,5	-3,2	-3,5	-1,8	-1,6
Commerce de gros d'équipements automobiles	3,2	-4,1	5,1	3,5	0,6	-2,8	-7,6	12,1	11,6	1,8	-2,3	0,3
Commerce de détail d'équipements automobiles	2,6	-4,9	5,5	-1,4	0,7	-2,2	-0,2	-4,5	9,0	4,5	1,8	-1,7
Commerce et réparation de motocycles	1,2	3,3	-4,1	3,1	-0,1	0,0	-8,5	4,6	0,8	-7,8	-4,5	2,0
ENSEMBLE COMMERCE ET RÉPARATION AUTOMOBILE	-1,5	2,6	3,7	0,2	2,9	-2,6	0,2	-0,6	1,9	-6,3	-3,2	0,1

Source : Insee - Comptes du commerce

Graphique 3 : Contributions des secteurs à la croissance *en volume* de l'ensemble des ventes T.T.C. du commerce et réparation d'automobiles (en %)



Source : Insee - Comptes du commerce

Tableau 10 : Contributions des secteurs à la croissance *en volume* de l'ensemble des ventes T.T.C. du commerce et réparation d'automobiles

Contributions en points	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013sd	2014p	pois du secteur dans le total (%)
Commerce de véhicules automobiles	-1,6	2,1	3,9	0,0	2,8	-1,8	1,3	1,9	1,8	-5,7	-2,8	0,5	69,8
Entretien et réparation de véhicules automobiles	0,0	0,6	-0,3	0,2	0,1	-0,6	-0,8	-2,4	-0,6	-0,6	-0,3	-0,3	19,0
Commerce de gros d'équipements automobiles	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	-0,1	0,1	0,1	0,0	0,0	0,0	1,2
Commerce de détail d'équipements automobiles	0,1	-0,2	0,3	-0,1	0,0	-0,2	0,0	-0,3	0,5	0,3	0,1	-0,1	7,3
Commerce et réparation de motocycles	0,0	0,1	-0,1	0,1	0,0	0,0	-0,2	0,1	0,0	-0,2	-0,1	0,1	2,7
ENSEMBLE COMMERCE ET RÉPARATION D'AUTOMOBILES	-1,5	2,6	3,7	0,2	2,9	-2,6	0,2	-0,6	1,9	-6,3	-3,2	0,1	100,0

Source : Insee - Comptes du commerce

Lecture : En 2014, l'évolution des ventes de marchandises du commerce et réparation d'automobiles en volume (+ 0,1 %) est tirée à la hausse par le commerce de véhicules automobiles et à la baisse par le secteur de la réparation automobile.

Le commerce automobile influe beaucoup sur l'évolution d'ensemble du secteur du fait de sa prééminence (il représente 70 % des ventes). Il tire l'activité du commerce et de la réparation d'automobiles à la hausse en 2014 (+ 0,5 point). Mais la baisse des ventes de la réparation automobile et du commerce de détail d'équipements automobiles contrebalance cet effet. Ces deux secteurs contribuent respectivement à hauteur de - 0,3 point et - 0,1 point à l'évolution d'ensemble.

2 - Baisse de l'emploi salarié

En 2014, un peu moins de trois millions de salariés travaillent dans le commerce hors artisanat commercial (tableau 11), soit 18,9 % des salariés de l'ensemble des secteurs principalement marchands non agricoles².

Plus de la moitié d'entre eux exercent dans le commerce de détail, et près d'un tiers dans le commerce de gros. Les non salariés représentaient 411 200 emplois dans le commerce fin 2012, soit 12 % de l'emploi total.

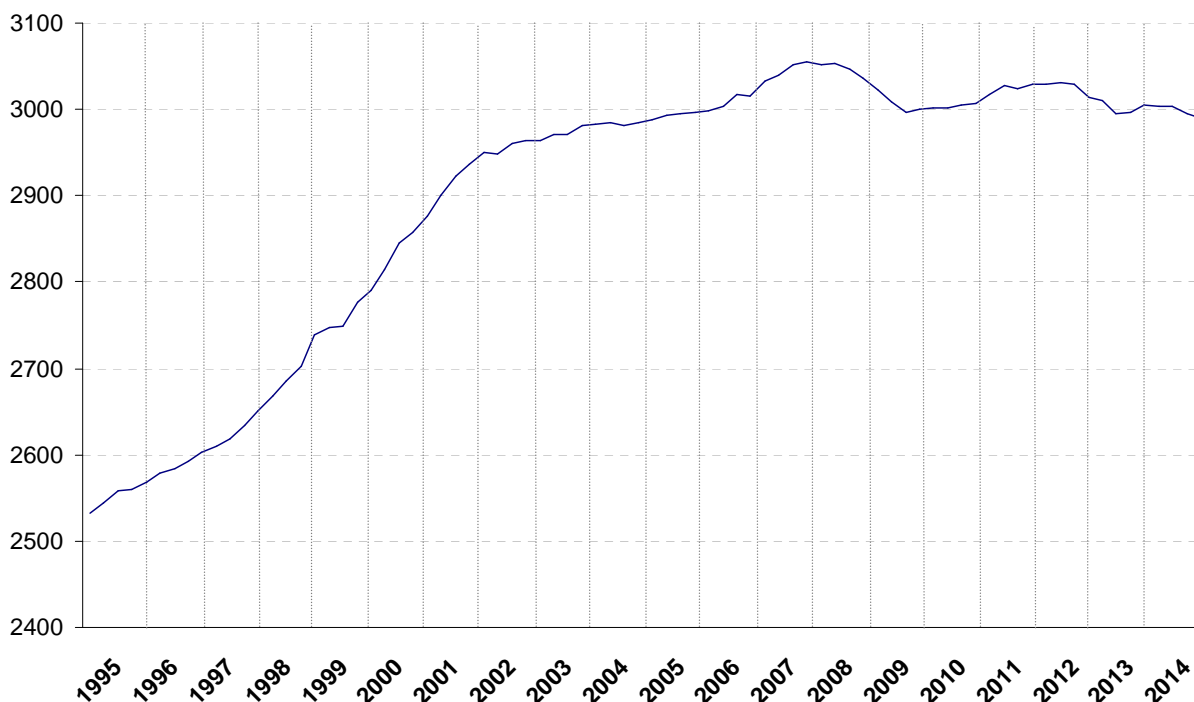
Le travail à temps partiel concerne un peu plus du quart des salariés du commerce. C'est dans le commerce de détail qu'il est le plus répandu (36 % en 2012³). En 2012, dans l'ensemble du commerce, la durée moyenne des emplois à temps partiel (ou équivalent temps plein de l'emploi à temps partiel) a représenté 65 % d'un temps plein⁴. Le volume⁵ de l'emploi salarié à temps partiel représente 19 % de l'ensemble du volume de l'emploi salarié.

2.1 - Le commerce perd 14 900 salariés en 2014

En 2014, l'emploi salarié dans le commerce recule. Le secteur perd ainsi 14 900 emplois salariés en 2014 (- 0,5 % en glissement annuel, entre le 31/12/2013 et le 31/12/2014). Cette baisse est similaire à celle de l'ensemble de l'emploi salarié des secteurs principalement marchands (- 0,5 %).

De 1994 à 2007, l'emploi salarié du commerce n'a cessé de croître. De l'ordre de 2,5 millions en 1994, le nombre de salariés a franchi la barre des 3 millions mi-2006 (graphique 4). Après une année difficile en glissement annuel⁶ (- 1,2 % en 2009), une année de transition puis une année de hausse (+ 0,8 % en 2011), l'emploi salarié est orienté à la baisse depuis 2012 (- 0,5 % en 2012 et - 0,3 % en 2013).

Graphique 4 : Effectifs salariés trimestriels de l'ensemble du commerce hors artisanat commercial⁷ de 1994 à 2014 (en milliers, données CVS)



Source : Insee, estimations d'emploi

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

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

³ Données DADS 2012

⁴ Cf. annexe méthodologique VI

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

⁶ Le glissement annuel compare la valeur de l'emploi salarié entre le 31 décembre de l'année et le 31 décembre de l'année précédente.

⁷ Les données disponibles ne permettent pas d'isoler les secteurs de l'artisanat commercial.

Tableau 11 : Effectifs salariés au 31/12 (en milliers, à partir des séries trimestrielles CVS) ⁸

SECTEURS D'ACTIVITE	2009	2010	2011	2012	2013	2014(p)
Commerce de détail	1656	1666	1683	1682	1689	1685
Commerce de gros	967	963	969	963	954	949
Commerce et réparation d'automobiles	379	378	378	369	362	356
Total Commerce	3001	3007	3030	3014	3005	2990
Secteurs principalement marchands	15946	16003	16061	15953	15887	15813

Source : Insee, estimations d'emploi ; estimations à partir des DADS⁹

(p) : données provisoires

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

SECTEURS D'ACTIVITE	2012		2013		2014(p)	
	Variation en milliers	Variation en %	Variation en milliers	Variation en %	Variation en milliers	Variation en %
Commerce de détail	-1,0	-0,1	6,8	0,4	-4,0	-0,2
Commerce de gros	-5,5	-0,6	-9,6	-1,0	-4,9	-0,5
Commerce et réparation d'automobiles	-8,9	-2,4	-6,9	-1,9	-6,0	-1,7
Total Commerce	-15,4	-0,5	-9,6	-0,3	-14,9	-0,5
Secteurs principalement marchands	-107,8	-0,7	-65,9	-0,4	-74,0	-0,5

Source : Insee, estimations d'emploi

(p) : données provisoires

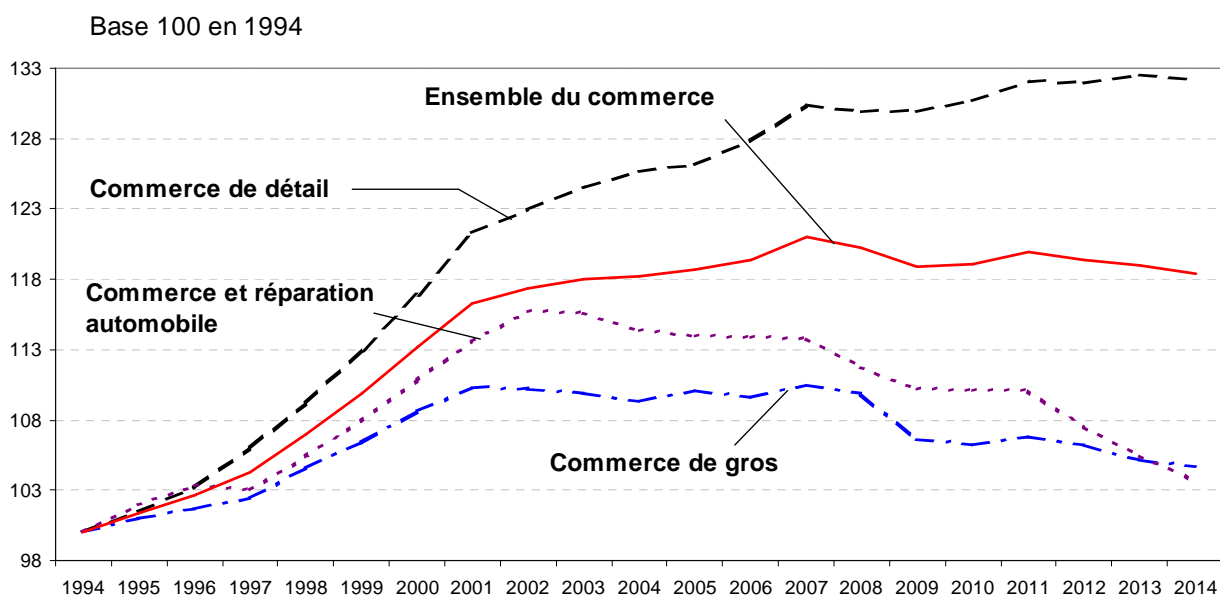
Après s'être stabilisé en 2012 et avoir augmenté en 2013, l'emploi salarié du commerce de détail diminue en 2014 de 0,2 %, soit une baisse de 4 000 salariés. Dans le commerce de gros, la baisse des effectifs observée ces deux dernières années se poursuit en 2014 (- 0,5 %), représentant une perte de 4 900 salariés. À l'exception de l'année 2011, cette baisse s'observe continûment depuis 2008.

L'emploi du commerce et de la réparation d'automobiles continue de se contracter en 2014 (- 1,7 %), correspondant à une diminution de 6 000 salariés en 2014. A l'exception de l'année 2011, l'emploi de ce secteur est en baisse depuis la fin de 2002.

⁸ Comme il s'agit de données CVS, les données des années antérieures à 2013 sont sujettes à de légères variations.

⁹ Cf. annexe méthodologique n° VI : Méthodes et sources sur l'emploi

Graphique 5 : Évolution de l'effectif salarié au 31/12 dans les secteurs du commerce



Source : Insee, estimations d'emploi

Encadré 1 : L'évolution de l'emploi salarié¹⁰ en moyenne annuelle

L'évolution de l'emploi peut également être appréciée en « moyenne annuelle » (tableau 13), c'est-à-dire en comparant les effectifs annuels moyens de deux années. Cette mesure reflète aussi la manière dont l'emploi a évolué l'année précédente.

En moyenne annuelle, l'emploi salarié du commerce perd 3 700 salariés sur l'année 2014, après la baisse de 2013 (24 700 salariés), soit une baisse de 0,1 % par rapport à 2013 (tableau 13). Il augmente en 2014 dans le secteur du commerce de détail (+ 0,5 %) et diminue dans le commerce de gros (- 0,6 %) et dans le commerce et la réparation d'automobiles (- 1,6 %).

Tableau 13 : Évolution des effectifs salariés du commerce (moyenne annuelle) données CVS

SECTEURS D'ACTIVITE	2012	2013		2014 (p)			
	Effectif moyen (milliers)	Effectif moyen (milliers)	Variation en milliers	Variation en %	Effectif moyen (milliers)	Variation en milliers	Variation en %
Commerce de détail	1 686,2	1680,5	- 5,8	- 0,3 %	1688,5	+ 8,0	+ 0,5 %
Commerce de gros	967,0	957,2	- 9,9	- 1,0 %	951,4	- 5,8	- 0,6 %
Commerce et réparation d'automobiles	374,6	365,4	- 9,2	- 2,4 %	359,5	- 5,9	- 1,6 %
Total Commerce	3027,8	3003,1	- 24,7	- 0,8 %	2999,4	- 3,7	- 0,1 %

Source : Insee, estimations d'emploi

(p) : données provisoires

¹⁰ Les données disponibles ne permettent pas d'isoler les secteurs de l'artisanat commercial.

2.2 - L'emploi non salarié reste orienté à la hausse en 2012¹¹

En 2012, l'**emploi non salarié** du commerce (hors artisanat commercial) est estimé à 411 200 personnes, soit 2,4 % de plus qu'en 2011 avec un gain de 9 500 emplois qui fait suite à la hausse de 2011 (+ 5,0 % soit + 19 300 emplois).

Dans l'ensemble de l'économie, l'emploi non salarié a augmenté également (+ 3,8 % en 2012). Cette hausse concerne les effectifs du secteur du tertiaire marchand (+ 4,8 %), du tertiaire non marchand (+ 5,4 %), de la construction (+ 4,5 %) et, dans une moindre mesure, de l'industrie (+ 2,5 %). Seule l'agriculture a des effectifs non salariés en baisse en 2012 (- 1,2 %).

Tableau 14 : Effectifs non salariés au 31/12 entre 2010 et 2012 (en milliers) et évolution en pourcentage

Secteur d'activité	2010	2011	2012	2011/2010	2012/2011
Agriculture	435,6	431,2	426,0	-1,0%	-1,2%
Industrie	129,5	134,5	137,8	3,8%	2,5%
Construction	289,4	305,1	318,9	5,4%	4,5%
Tertiaire marchand	1 199,1	1 289,7	1 352,0	7,6%	4,8%
<i>dont Commerce</i>	382,4	401,7	411,2	5,0%	2,4%
Tertiaire non marchand	413,9	418,5	441,2	1,1%	5,4%
Emploi non salarié total	2 467,5	2 579,0	2 675,8	4,5%	3,8%

Source : Insee, estimations d'emploi localisées, base non-salariés

La grande majorité des non-salariés du commerce travaille dans le commerce de détail (71 %). La hausse, qui concerne les trois secteurs du commerce, est la plus forte dans le secteur du commerce et de la réparation d'automobiles (+ 5,0 %).

Les entreprises qui n'emploient pas de salariés sont très répandues dans les secteurs commerciaux. Elles représentent plus de la moitié des unités légales dans le commerce de gros, les deux tiers des unités légales dans le commerce de détail et la moitié des unités dans le commerce et la réparation d'automobiles.

Tableau 15 : Effectifs non salariés du commerce au 31/12 entre 2010 et 2012 (en milliers) et évolution en pourcentage

	2010	2011	2012	2011/2010	2012/2011
Commerce de détail	275,6	288,2	293,6	4,6%	1,9%
Commerce de gros	60,3	63,6	65,1	5,5%	2,4%
Commerce et réparation d'automobiles	46,5	49,9	52,4	7,3%	5,0%
Total Commerce	382,4	401,7	411,2	5,0%	2,4%

Source : Insee, estimations d'emploi localisées, base non-salariés

¹¹ Les données de 2013 sur les non-salariés ne sont pas encore disponibles

2.3 - Des salaires plus élevés dans le commerce de gros

Les salariés du commerce percevaient en moyenne 17 euros de l'heure en 2012. Le salaire brut¹² horaire moyen est moins élevé dans le commerce que dans l'industrie ou dans les services (tableau 16) en raison notamment d'une plus forte proportion d'employés (tableau 17) et de jeunes salariés¹³ dans les secteurs du commerce.

Tableau 16 : Salaires bruts horaires moyens de l'ensemble des postes salariés dans l'industrie, le commerce et les services en 2012

Secteur d'activité	(€/h)		
	Temps complet	Temps partiel	Ensemble
Commerce de gros	20,53	19,19	20,42
Commerce de détail	14,52	13,20	14,19
Commerce et réparation d'automobiles	15,79	14,89	15,74
Total commerce	17,01	14,25	16,56
Industrie	20,03	21,56	20,14
Construction	17,26	17,32	17,26
Services	21,82	17,28	21,02

Source : Insee - DADS 2012

Tableau 17 : Salaires bruts horaires moyens des postes salariés du commerce selon la catégorie socioprofessionnelle et le sexe en 2012 (en euros)

Secteur d'activité	(€/h)			
	Cadres	Professions intermédiaires	Employés	Ouvriers
Hommes				
Commerce de gros	37,49	19,96	15,82	14,24
Commerce de détail	29,21	17,19	12,78	13,13
Commerce et réparation d'automobiles	31,73	19,78	15,10	13,22
Femmes				
Commerce de gros	32,03	19,42	14,79	12,69
Commerce de détail	24,95	15,35	11,98	12,05
Commerce et réparation d'automobiles	26,38	17,66	12,91	12,42

Source : Insee - DADS 2012

Des disparités importantes de salaire existent entre les trois grands secteurs du commerce. C'est dans le commerce de gros, où les salariés sont plus âgés et les cadres proportionnellement plus nombreux, que le salaire brut horaire moyen était le plus élevé en 2012. Dans tous les secteurs et quelle que soit la catégorie socioprofessionnelle, les hommes ont un salaire horaire moyen brut supérieur à celui des femmes.

¹² Le salaire brut correspond à l'intégralité des sommes perçues par le salarié au titre de son contrat de travail, avant la déduction des cotisations salariales obligatoires.

¹³ Emploi et salaires - Insee Références - Édition 2014 - septembre 2014

3 - Moins de créations d'entreprises en 2014

Avertissement

Le terme d'« entreprise » utilisé ici recouvre les sociétés et les entreprises individuelles. La création d'entreprise désigne l'immatriculation de toute unité légale au répertoire Sirene.

Les comptages d'« entreprises » sont issus de la démographie d'entreprises (REE - répertoire des entreprises et des établissements), elle-même issue de Sirene. L'unité utilisée ne coïncide avec celle d'entreprise « acteur économique » définie au sens de la LME et du décret n° 2008-1354 du 18 décembre 2008 que pour les unités légales indépendantes (non filiales de groupes).

Par ailleurs, le nombre d'unités légales figurant dans la démographie d'entreprises peut différer sensiblement de celui qui est tiré du dispositif annuel (Ésane) et qui figure sur le site Insee.fr. En effet, la démographie d'entreprises enregistre avec retard certaines modifications, en particulier les cessations d'activités, souvent déclarées tardivement, et ne prend que partiellement en compte les changements de secteur d'activité au cours du temps. Le nombre d'unités légales issu de la démographie d'entreprises est ainsi supérieur à celui d'Ésane. En moyenne sur les deux dernières années, l'écart global est de 5 %, dont 21 % pour le commerce de gros, 1 % pour le commerce de détail et 2 % pour le commerce automobile.

La source démographie d'entreprises a cependant été préférée ici car elle fournit des séries longues et parce que la précision d'Ésane n'apparaît pas actuellement suffisante sur ce type d'indicateur pour rendre compte d'évolutions démographiques d'une année sur l'autre. En revanche, les niveaux peuvent être fortement biaisés lorsque les secteurs (au niveau fin des sous-classes) sont l'objet d'entrées ou de sorties nombreuses par changement de code APE.

Depuis 2009, les créations d'entreprises dans le commerce (y compris artisanat) sont très nombreuses, en raison de la mise en place du nouveau régime des auto-entrepreneurs. En 2014, elles représentent 20 % de celles de l'économie française¹⁴. Cette année, comme en 2013, 2012 et 2011, elles sont en baisse mais leur niveau reste élevé. Sur les 110 112 créations d'entreprises commerciales en 2014, 52 % sont le fait de l'auto-entrepreneuriat (cf. annexe méthodologique V), sans que l'on puisse savoir précisément combien parmi elles correspondent à une mise en œuvre effective de moyens de production¹⁵. Dans l'ensemble de l'économie, l'auto-entrepreneuriat représente 51 % des créations d'entreprises de 2014¹⁶.

3.1 - Le nombre d'entreprises commerciales augmente fortement entre début 2013 et début 2014

La France comptait 782 200 entreprises commerciales au 1er janvier 2014, auxquelles s'ajoutent 43 900 entreprises de l'artisanat commercial (boulangeries-pâtisseries, charcuteries). Le nombre total d'entreprises tous secteurs confondus¹⁷ étant d'un peu plus de 3,9 millions, les entreprises commerciales (hors artisanat commercial) représentent 20,9 % des entreprises de l'ensemble de l'économie.

Tableau 18 : Évolution du nombre de sociétés et d'entreprises individuelles du commerce en France (nombre au 1^{er} janvier en milliers)

SECTEURS D'ACTIVITE	Nombre d'entreprises				Evolution en %		
	2011	2012	2013	2014 (sd)	2012/2011	2013/2012	2014/2013
Commerce de gros	186,8	187,4	189,1	194,9	0,3	0,9	3,1
Commerce de détail	452,8	455,8	464,9	488,1	0,7	2,0	5,0
Commerce et réparation d'automobiles	85,8	88,6	93,0	99,2	3,3	4,9	6,7
Total commerce	725,4	731,9	747,0	782,2	0,9	2,1	4,7
Artisanat commercial	44,1	43,5	43,3	43,9	-1,3	-0,5	1,2
Total commerce et artisanat commercial	769,5	775,4	790,3	826,1	0,8	1,9	4,5

Note : Ces chiffres ne tiennent pas compte des changements d'activité principale des petites unités. Cf. l'avertissement ci-dessus.
Source : Insee - Sirene (France entière)

¹⁴ Batto V., Rousseau S. « Hausse des créations d'entreprises en 2014, notamment des sociétés » Insee Première N°1534 - janvier 2015.

¹⁵ On estime qu'environ la moitié des demandes de créations d'auto-entreprises déboucheront sur une activité réelle.

¹⁶ Pour en savoir plus sur le profil des créateurs : Barruel F., Thomas S., Filatriau O., Mariotte H., « Créateurs d'entreprises : avec l'auto-entrepreneuriat, de nouveaux profils », Insee Première n° 1487, février 2014.

¹⁷ Dans le cadre de la nouvelle démographie d'entreprises, le champ est désormais élargi à l'ensemble du secteur marchand non agricole. La notion d'entreprise retenue ici correspond aux unités légales du répertoire Sirene dans lequel des entités comme Carrefour ou Leclerc peuvent être enregistrées différemment selon le statut juridique des magasins (les magasins Leclerc sont des unités légales indépendantes alors que les magasins Carrefour sont des établissements d'une seule unité légale Carrefour).

Ces 826 100 entreprises du commerce et de l'artisanat commercial se répartissent de la manière suivante : 59 % exercent dans le commerce de détail, 24 % dans le commerce de gros et les intermédiaires du commerce, 12 % dans le commerce et la réparation d'automobiles et 5 % dans l'artisanat commercial.

Le nombre d'entreprises commerciales au sens large augmente de 4,5 % entre début 2013 et début 2014 (tableau 18). Cette hausse du nombre d'entreprises concerne tous les secteurs du commerce : + 3,1 % dans le commerce de gros, + 5,0 % dans le commerce de détail + 6,7 % dans le commerce et la réparation d'automobiles et + 1,2 % dans l'artisanat commercial. Les entreprises du commerce sont en majorité composées de S.A.R.L. (47 %) et d'entreprises individuelles (42 %).

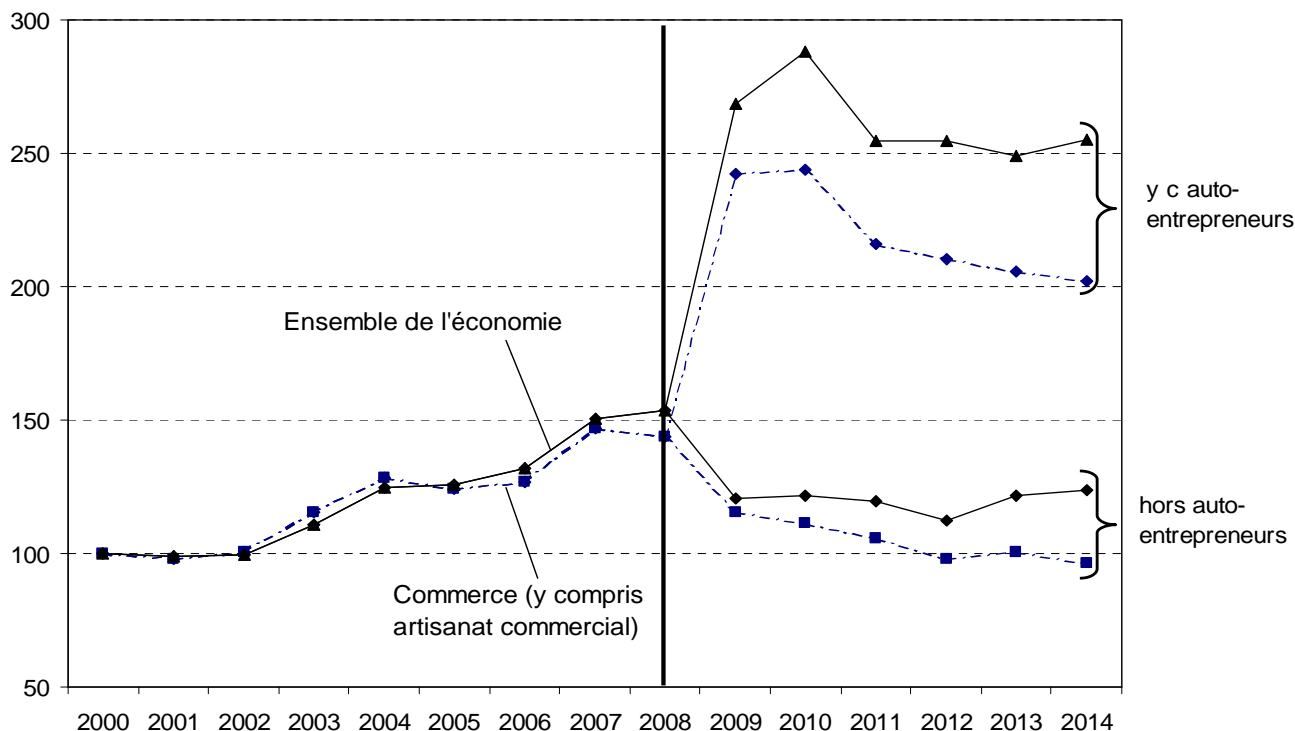
3.2 - Baisse du nombre de créations d'entreprises en 2014 dans le commerce

En 2014, le nombre de créations d'entreprises commerciales continue de diminuer (- 1,6 % par rapport à 2013, y compris artisanat commercial) mais reste néanmoins à un niveau très élevé. Depuis 2011, la baisse du nombre de créations perdure mais s'atténue chaque année. Y compris artisanat commercial et auto-entrepreneurs, 110 100 entreprises commerciales apparaissent en 2014 dans la France entière. A la différence du commerce, les créations d'entreprises sont en hausse dans l'ensemble de l'économie (+ 2,3 %). Hors auto-entrepreneurs, le nombre de créations d'entreprises commerciales est également en baisse (- 3,9 %).

Si le régime des auto-entrepreneurs n'avait pas été mis en place, les créations d'entreprises commerciales en 2014 seraient estimées à environ 70 000 unités car les trois quarts des auto-entrepreneurs déclarent qu'ils n'auraient pas créé d'entreprises sans ce statut.

Graphique 6 : Les créations de sociétés et d'entreprises individuelles de 2000 à 2014 (France entière)

Base 100 en 2000



Source : Insee-Sirene

En 2014, parmi les 110 100 entreprises créées dans le commerce, 62,6 % appartiennent au commerce de détail, 19,8 % au commerce de gros, 15,5 % au commerce et à la réparation d'automobiles et 2,1 % à l'artisanat commercial.

Les créations d'entreprises diminuent en 2014 dans les secteurs du commerce de détail et du commerce de gros. A contrario, elles augmentent fortement dans le commerce et la réparation d'automobiles et l'artisanat commercial.

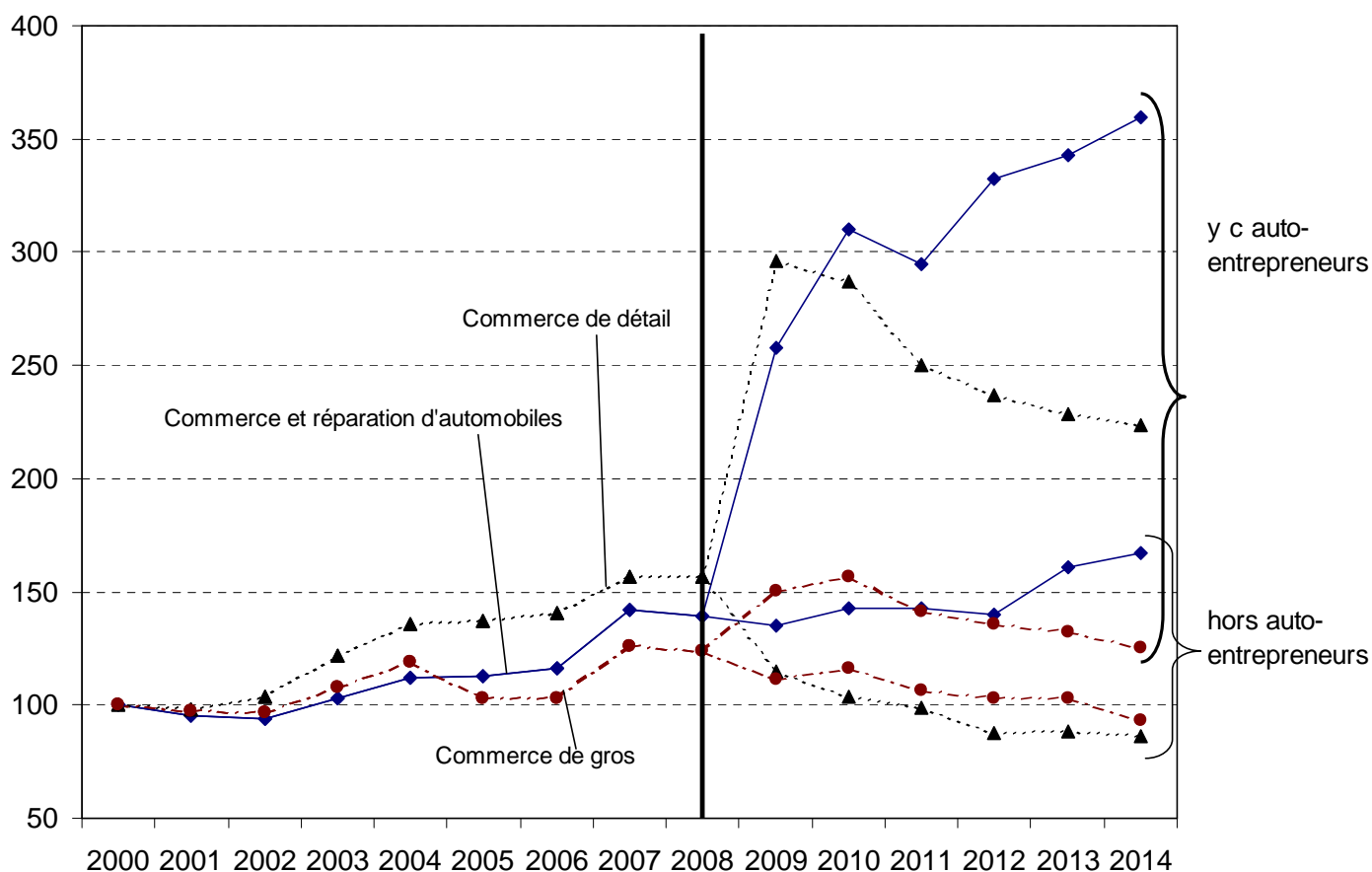
Le commerce de gros est le secteur du commerce le moins impacté par le phénomène des « auto-entrepreneurs » (seulement + 21,3 % en 2009 et + 4,1 % en 2010). La baisse des créations d'entreprises dans ce secteur, à l'œuvre depuis 2011, s'amplifie en 2014.

Dans le commerce de détail, les créations sont en recul pour la cinquième année de suite.

Dans le commerce et la réparation d'automobiles, les créations augmentent de 4,9 % après avoir augmenté de 3,1 % en 2013, de 12,8 % en 2012 et diminué de 5 % en 2011, année qui faisait suite à deux années de fortes hausses des créations d'entreprises (+ 84,7 % en 2009 et + 20,5 % en 2010). Sans les auto-entrepreneurs, les créations augmenteraient de 4,1 % en 2014.

Graphique 7 : Les créations de sociétés et d'entreprises individuelles du commerce par secteur de 2000 à 2014 (France entière)

Base 100 en 2000



Source : Insee - Sirene

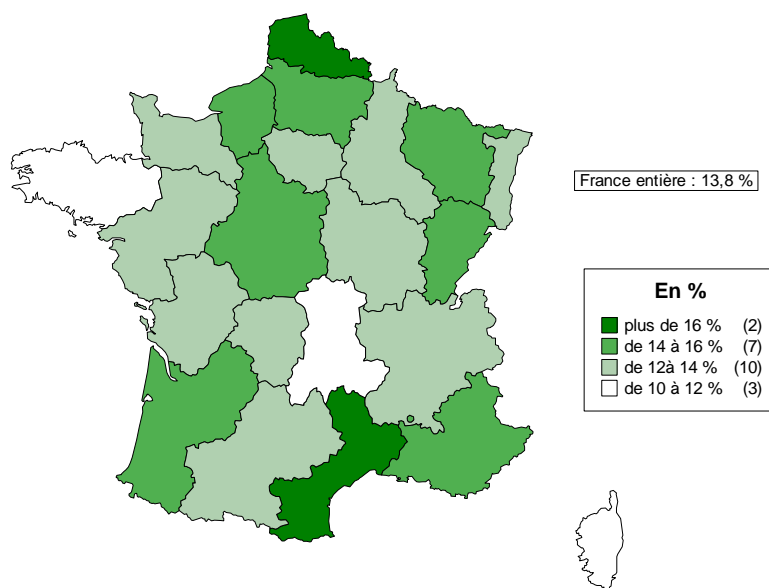
Tableau 19 : Les créations de sociétés et d'entreprises individuelles dans le commerce entre 2010 et 2014
- France entière

SECTEURS D'ACTIVITE	Nombre de créations d'entreprises				Évolution en %		
	2011	2012	2013	2014	2012/2011	2013/2012	2014/2013
Commerce de gros	24 602	23 707	23 067	21 858	-3,6	-2,7	-5,2
Commerce de détail	77 137	73 056	70 398	68 890	-5,3	-3,6	-2,1
Commerce et réparation d'automobiles	13 949	15 730	16 225	17 024	12,8	3,1	4,9
TOTAL COMMERCE	115 688	112 493	109 690	107 772	-2,8	-2,5	-1,7
Artisanat commercial	2 089	2 083	2 208	2 340	-0,3	6,0	6,0
TOTAL COMMERCE ET ARTISANAT COMMERCIAL	117 777	114 576	111 898	110 112	-2,7	-2,3	-1,6
<i>Ensemble de l'économie française</i>	<i>549 788</i>	<i>549 967</i>	<i>538 182</i>	<i>550 733</i>	<i>0,0</i>	<i>-2,1</i>	<i>2,3</i>

Source : Insee - Sirene

En 2014, pour les seules entreprises commerciales (hors artisanat commercial), le taux de création¹⁸ national s'établit à 13,8 %, en baisse par rapport à 2013 (14,6 %). C'est en Languedoc-Roussillon que les créations sont les plus importantes en proportion (17,0 %). Les régions du nord affichent également des taux de création élevés notamment le Nord-Pas-de-Calais (16,1 %) et la Picardie (15,9 %) (carte 1 ci-après). A l'inverse, les régions Corse (10,0 %), Bretagne (11,8 %), Auvergne (11,8 %) ont les plus faibles taux de création.

Carte 1 : Taux de création de sociétés et d'entreprises individuelles commerciales par région en 2014



Source : Insee - Sirene

¹⁸ Le taux de création se définit comme le rapport entre les créations et le stock d'entreprises.

3.3 - Baisse du nombre de défaillances dans le commerce de détail

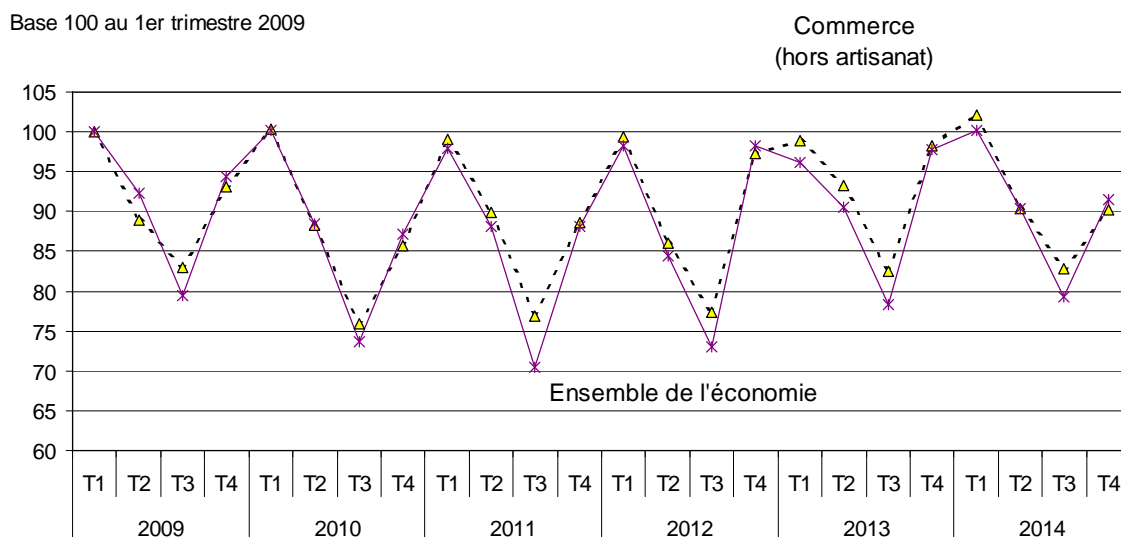
Définitions

La notion de défaillance ne doit pas être confondue avec la notion plus large de cessation (arrêt total de l'activité économique de l'entreprise). Les liquidations qui font suite à une défaillance ne représentent qu'une partie (entre 10 et 20 %), variable avec le temps et le secteur d'activité, de l'ensemble des cessations d'entreprises.

Les défaillances d'entreprises couvrent l'ensemble des jugements prononçant, soit l'ouverture d'une procédure de redressement judiciaire, soit directement la liquidation judiciaire. Elles ne tiennent pas compte de l'issue des procédures : liquidation ou redressement par continuation ou reprise. Une entreprise est en situation de défaillance ou de dépôt de bilan à partir du moment où une procédure de redressement judiciaire est ouverte à son encontre.

Comme dans l'ensemble de l'économie (- 0,4 %), le nombre de défaillances diminue (- 2,0 %) dans le commerce en 2014. Cette baisse intervient après 3 années de hausses (+ 3,5 % en 2013, + 1,6 % en 2012 et + 1,2 % en 2011).

Graphique 8 : Les défaillances de sociétés et d'entreprises individuelles de 2009 à 2014 (France entière) - base 100 au 1^{er} trimestre 2009 (données brutes en date de jugement)



Source : Banque de France

Pour la sixième année consécutive, le nombre de défaillances d'entreprises en date de jugement diminue dans le commerce de gros (- 7,2 % en 2014). Il continue d'augmenter dans le commerce et la réparation d'automobiles (+ 1,3 %). Il diminue en 2014 dans le commerce de détail (- 0,8 %) pour la première fois depuis 2010.

Tableau 21 : Les défaillances de sociétés et d'entreprises individuelles entre 2010 et 2014 (données brutes en date de jugement)

SECTEURS D'ACTIVITE	Nombre de défaillances				Evolution en %		
	2011	2012	2013	2014	2012/2011	2013/2012	2014/2013
Intermédiaires du commerce de gros	501	512	534	459	2,2	4,3	-14,0
CG de produits agricoles bruts et d'animaux vivants	60	61	60	76	1,7	-1,6	26,7
CG de produits alimentaires, de boissons et de tabac	364	407	412	365	11,8	1,2	-11,4
CG de biens domestiques	811	783	781	700	-3,5	-0,3	-10,4
CG d'équipements de l'info et de la communication	178	173	174	169	-2,8	0,6	-2,9
CG d'autres équipements industriels	482	412	425	438	-14,5	3,2	3,1
Autres CG spécialisés	523	522	502	487	-0,2	-3,8	-3,0
CG non spécialisé	425	424	404	362	-0,2	-4,7	-10,4
COMMERCE DE GROS (y compris intermédiaires)	3 344	3 294	3 292	3 056	-1,5	-0,1	-7,2
CD en magasin non spécialisé	814	765	858	902	-6,0	12,2	5,1
CD alimentaire en magasin spécialisé	1 080	1 130	1 070	1 127	4,6	-5,3	5,3
CD non alimentaire en magasins spécialisés	5 084	5 203	5 625	5 478	2,3	8,1	-2,6
CD de carburants en magasin spécialisé	57	62	59	52	8,8	-4,8	-11,9
CD d'équipements de l'info et de la communication en mag spé	265	275	324	309	3,8	17,8	-4,6
CD d'autres équipements du foyer en mag spé	1 283	1 250	1 327	1 184	-2,6	6,2	-10,8
CD de biens culturels et de loisirs en mag spé	603	609	671	603	1,0	10,2	-10,1
Autres CD en mag spé	2 876	3 007	3 244	3 330	4,6	7,9	2,7
CD sur éventaires et marchés	647	580	546	525	-10,4	-5,9	-3,8
CD hors magasin, éventaires ou marchés	542	563	568	563	3,9	0,9	-0,9
COMMERCE DE DETAIL	8 167	8 241	8 667	8 595	0,9	5,2	-0,8
Commerce de véhicules automobiles	718	798	825	841	11,1	3,4	1,9
Entretien et réparation de véhicules automobiles	839	895	969	956	6,7	8,3	-1,3
Commerce d'équipements automobiles	183	180	193	209	-1,6	7,2	8,3
Commerce et réparation de motocycles	173	228	173	183	31,8	-24,1	5,8
COMMERCE ET REPARATION D'AUTOMOBILES	1 913	2 101	2 160	2 189	9,8	2,8	1,3
TOTAL COMMERCE	13 424	13 636	14 119	13 840	1,6	3,5	-2,0
<i>Ensemble de l'économie française</i>	<i>59 493</i>	<i>61 095</i>	<i>62 591</i>	<i>62 365</i>	<i>2,7</i>	<i>2,4</i>	<i>-0,4</i>

Source : Banque de France

CHAPITRE I : LE COMMERCE DE GROS

Après une timide reprise en 2013, la croissance se confirme en volume en 2014 dans le commerce de gros (+ 0,8 %, après + 0,3 %). Le secteur des biens domestiques contribue le plus à cette croissance, hors intermédiaires du commerce. Ses grossistes réalisent 23,1 % des ventes de l'ensemble, juste derrière ceux spécialisés dans les ventes en gros de produits agricoles bruts et animaux vivants (24,0 %).

En 2014, le recul des prix s'amplifie (- 2,1 %, après - 0,3 %). Il concerne l'ensemble des secteurs, à l'exception des équipements industriels où les prix sont stables. Ce reflux est particulièrement marqué pour les grossistes en produits agricoles bruts (- 7 %).

L'évolution de l'activité est très contrastée selon les secteurs. Les ventes en volume augmentent pour les intermédiaires du commerce (+ 3,1 %). Les produits pharmaceutiques et cosmétiques tirent la croissance des biens domestiques (+ 3,1 %). Les ventes progressent également dans le commerce gros de produits alimentaires (+ 1,9 %) et dans celui des technologies de l'information (+ 4,5 %). Ce dernier secteur enregistre la plus forte progression mais ne représente que 7,1 % des ventes de l'ensemble du commerce de gros en 2014.

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

Dans la plupart des secteurs du commerce de gros, l'activité est sensible aux évolutions de la demande extérieure et aux tendances du marché mondial. En 2012, les exportations représentent 15,1 % des ventes des grossistes et les importations 28,9 % de leurs achats¹⁹.

Le commerce de gros emploie 948 600 salariés en 2014, soit près d'un tiers des effectifs du commerce. Leur nombre a reculé de 0,5 % entre décembre 2013 et décembre 2014.

Au 1^{er} janvier 2014, le nombre d'entreprises du commerce de gros (hors auto-entrepreneurs non actifs) s'élève à 194 900 unités légales, dont environ 22 000 créées en 2014, moins qu'en 2012 et 2013. Plus de la moitié des créations ont lieu dans le secteur des intermédiaires du commerce.

Synthèse sur les évolutions des ventes *en volume* des secteurs du commerce de gros

	2009	2010	2011	2012	2013sd	2014p
Commerce de gros de :						
- produits agricoles bruts et animaux vivants	8,3	-17,7	10,6	2,9	6,6	-3,1
- produits alimentaires, boissons et tabac	-10,9	3,9	5,3	-1,9	0,3	1,9
- biens domestiques	-0,6	3,0	5,9	-0,6	-0,5	3,1
- équipements de l'information et de la communication	-10,3	8,6	1,3	11,7	-3,9	4,5
- autres équipements industriels	-13,1	3,5	7,3	1,5	-1,1	-1,4
- autres commerces de gros spécialisés	-13,5	-1,1	-1,3	-0,8	-0,8	-2,9
Commerce de gros total :						
(hors intermédiaires du commerce)	-6,8	1,6	4,1	0,0	0,1	0,3
Intermédiaires du commerce	-0,2	-5,1	2,2	-2,2	1,3	3,1
dont centrales d'achat	3,3	-5,7	1,9	-0,9	1,8	2,8
Commerce de gros et intermédiaires	-5,8	0,6	3,8	-0,3	0,3	0,8

Source : Insee – Comptes du commerce

¹⁹ Insee – Enquête structurelle annuelle auprès des entreprises

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

En progression depuis 2011, les ventes **des produits agricoles bruts** marquent un repli en 2014, plus prononcé en valeur (- 9,9 %) qu'en volume (- 3,1 %). Les grossistes en céréales subissent en effet une contraction de leurs ventes, accentuée en valeur par un nouveau recul des prix.

Sur fond de baisse des prix des céréales et des pommes de terre, les exportations et les importations du secteur diminuent respectivement de 11 % et de 2 % en 2014. Au total, l'excédent des échanges en produits agricoles bruts s'établit à 2,8 milliards d'euros, perdant 1,5 milliards par rapport à 2013²⁰. L'embargo russe, décrété en août 2014 sur certains produits bruts et transformés, a eu peu d'impact sur les échanges en produits agroalimentaires en France¹⁹.

Tableau 1 : Les ventes des produits agricoles bruts

Évolution des ventes de marchandises	Taux de croissance en %										Mds d'euros 2014p
	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013sd	2014p	
EN VALEUR											
C.G. de produits agricoles bruts	0,8	-0,3	4,3	23,8	-10,8	-9,8	28,2	8,9	1,7	-9,9	59,8
- céréales, tabac non manufacturé, semences et aliments pour le bétail	-0,6	-2,3	7,8	30,0	-11,8	-11,0	34,5	10,2	1,7	-12,4	45,6
- autres produits (*)	4,5	4,7	-3,8	7,7	-7,7	-6,1	10,5	4,4	1,7	-0,9	14,2
EN VOLUME											
C.G. de produits agricoles bruts		-7,2	-11,3	17,6	8,3	-17,7	10,6	2,9	6,6	-3,1	
- céréales, tabac non manufacturé, semences et aliments pour le bétail		-10,3	-14,4	23,6	11,7	-21,2	13,2	4,4	8,9	-4,9	
- autres produits (*)		0,6	-4,3	2,0	-2,3	-7,4	3,0	-2,6	-2,0	3,3	

Source : Insee – Comptes du commerce

(*) fleurs et plantes, animaux vivants, cuirs et peaux

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

▪ Céréales et aliments du bétail

Après trois années de hausse, les ventes en volume des grossistes en **céréales** enregistrent une baisse (- 4,9 %, après + 8,9 % en 2013).

L'hiver 2013-2014, exceptionnellement doux et pluvieux, a favorisé les cultures d'automne et reconstitué les réserves en eau des sols. Après un printemps chaud et sec, les températures froides et les fortes précipitations de l'été ont localement altéré la qualité des grandes cultures. La récolte de blé tendre progresse finalement de 1,8 % par rapport à 2013. En revanche, la production de blé dur est de nouveau en baisse (- 15 %). A la différence du tournesol, les récoltes de maïs et de colza augmentent grâce à des rendements plus élevés en 2014²¹.

Comme en 2013, la hausse de la production française et mondiale des céréales et des oléagineux a provoqué une baisse importante des prix des cultures, à l'exception du blé dur dont le cours se redresse. Globalement, les prix à la production des grandes cultures (céréales, oléagineux et pomme de terre) perdent 8 % entre décembre 2013 et décembre 2014²².

L'altération de la qualité des blés est à l'origine de l'abondance de blés fourragers, dont les prix diminuent davantage que ceux du blé meunier²³. Cette baisse du coût des aliments du bétail n'a pourtant pas compensé le recul des prix à la production des animaux d'élevage²¹. L'alimentation animale représente une part de plus en plus importante du coût de production des élevages.

La valeur des exportations de blé tendre perd 12 % en 2014 mais reste en hausse de 4,8 % en volume sous l'effet de la demande marocaine et égyptienne. Après une très bonne année 2013, le retour à la normale de la récolte russe explique le recul des exportations d'orge (- 34 % en valeur et - 21 % en volume). De même, les exportations de maïs diminuent de 20 % en valeur et en volume²¹.

²⁰ Agreste Conjoncture, Commerce extérieur agroalimentaire, février 2015 (SSP)

²¹ Agreste Conjoncture, Bilan conjoncturel 2014

²² Agreste Conjoncture, Prix agricoles et alimentaires, décembre 2014

²³ Agreste Conjoncture, Panorama au 6 mars 2015

▪ Les animaux vivants et autres produits

En 2014, les ventes en gros **des autres produits agricoles bruts** se redressent en volume (+ 3,3 %, après - 2,0 % en 2013). En revanche, les ventes en valeur fléchissent légèrement (- 0,9 %, après + 1,7 %).

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

Les ventes des grossistes en *fleurs et plantes* augmentent légèrement en volume (+ 0,9 %) et sont quasi stables en valeur (- 0,1 %). La consommation des ménages en végétaux diminue depuis quatre ans. Le solde du commerce extérieur du secteur est déficitaire : les exportations et les importations perdent respectivement 1,6 % et 2,4 % par rapport à 2013²⁴.

Les ventes en volume des grossistes en *peaux et cuirs* repartent à la baisse (- 10,1 %). La poursuite de la hausse des prix depuis cinq ans (+ 11,9 % en 2014) permet de maintenir les ventes en valeur (+ 0,6 %).

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

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

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

L'évolution du volume des ventes dépend étroitement de celle des livraisons agricoles, qu'elle reflète avec un certain décalage dû aux mouvements des stocks.

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

On peut approximativement estimer que la commercialisation d'une année civile est composée à 30 % du reliquat de la collecte n-1 et à 70 % de la collecte n. Mais il y a naturellement une forte imprécision autour de cette clef de répartition en raison des variations annuelles de collecte d'une part, et de la date de clôture d'exercice des grossistes d'autre part.

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

²⁴ FranceAgriMer, Note de conjoncture, Horticulture, avril 2015

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

Les ventes en volume du commerce de gros de **produits alimentaires** augmentent en 2014 (+ 1,9 %), après s'être maintenues en 2013. Les ventes en valeur sont quasi stables (+ 0,3 %) sous l'effet d'une baisse des prix dans l'ensemble du secteur (- 1,6 %). Les prix des produits laitiers, œufs et matières grasses repartent à la hausse (+ 3,8 %). Ceux des boissons conservent leur dynamisme (+ 1,4 %), à l'inverse des prix des fruits et des légumes qui reculent assez largement (- 11,2 %), tout comme ceux du sucre, chocolat et confiserie (- 8,9 %).

En 2014, l'excédent commercial des industries agroalimentaires (IAA) poursuit son retrait amorcé fin 2012 (- 6 % en valeur par rapport à 2013)²⁵. Bien qu'élevé, l'excédent en boissons est pénalisé par le repli des exportations de vins et spiritueux au Royaume-Uni et en Chine. Les exportations de viandes se contractent également, à la différence de celles des produits laitiers²⁶. Par ailleurs, la consommation des ménages en produits alimentaires augmente de 0,9 % en 2014²⁷.

Tableau 2 : Les ventes des produits de consommation alimentaires

Évolution des ventes de marchandises	Taux de croissance en %										Mds d'euros 2014p
	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013sd	2014p	
EN VALEUR											
C.G. de produits alimentaires, de boissons et de tabac	3,4	3,1	3,8	4,2	-14,7	5,2	7,9	2,7	2,6	0,3	128,1
- produits frais (*)	2,1	1,4	4,1	5,5	-17,9	5,8	5,2	2,4	3,3	0,7	58,6
- boissons (alcoolisées ou non)	4,9	2,6	4,8	3,6	-4,1	0,3	11,6	0,4	2,6	0,4	26,3
- autres produits (**)	4,5	5,8	2,7	2,8	-16,1	7,5	9,5	4,6	1,6	-0,3	43,2
EN VOLUME											
C.G. de produits alimentaires, de boissons et de tabac		0,6	0,8	-0,3	-10,9	3,9	5,3	-1,9	0,3	1,9	
- produits frais (*)		-1,9	0,0	0,1	-11,7	2,4	3,9	-2,0	0,0	3,0	
- boissons (alcoolisées ou non)		1,9	3,2	-0,4	-6,3	0,7	9,3	-3,0	-0,3	-1,0	
- autres produits (**)		3,5	0,6	-0,7	-12,4	8,0	4,9	-1,2	1,2	2,3	

Source : Insee – Comptes du commerce

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

(**) Sucre, chocolat, confiserie, café, thé, cacao, épices, produits surgelés, tabac manufacturé...

▪ Produits frais

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

- fruits et légumes, + 6,8 % ;
- viandes de boucherie, + 1,2 % ;
- produits à base de viande, + 1,7 % ;
- volailles, gibiers, - 0,5 % ;
- produits laitiers, œufs, + 1,3 % ;
- poissons, crustacés, + 0,3 %.

Malgré le rebond des ventes en volume des grossistes en *fruits et légumes* (+ 6,8 %, après - 5,1 %), la baisse des prix explique la diminution des ventes en valeur (- 5,2 %). En effet, le niveau élevé de l'offre européenne, l'avancement du calendrier de production et la faible consommation, en lien avec la fraîcheur estivale, ont pesé sur les cours des fruits d'été²⁸.

En 2014, les ventes en volume des grossistes en *viandes de boucherie* se redressent (+ 1,2 %, après - 2,0 %). Les prix perdent 2,6 %, faisant reculer les ventes en valeur du secteur (- 1,5 %, après + 1,0 %). Les productions de viandes ovine et porcine se stabilisent, tandis que celle de viande bovine progresse légèrement. Le solde commercial de viande porcine est exceptionnellement déficitaire du fait de la fermeture du marché russe pour des raisons sanitaires²⁴.

²⁵ Agreste Conjoncture, Industries agroalimentaires, avril 2015 (SSP)

²⁶ Douanes, Le chiffre du commerce extérieur, Année 2014

²⁷ Insee, Dépenses de consommation des ménages en biens, décembre 2014

²⁸ Agreste Conjoncture, Bilan conjoncturel 2014

Les ventes des grossistes en *volailles et gibiers* se réduisent légèrement en volume, mais le repli est nettement moins prononcé qu'en 2013 (- 0,5 %, après - 4,6 %). La baisse des prix (- 2,1 %), la première depuis 2009, accentue celle des ventes en valeur (- 2,6 %). La production de volailles diminue sur les huit premiers mois de 2014. L'excédent commercial souffre du recul des exportations vers le Proche et Moyen-Orient²⁹.

La croissance des ventes en volume du commerce de gros de *produits laitiers et œufs* se poursuit à un rythme plus modéré en 2014 (+ 1,3 %, après + 4,0 % en 2013). Les ventes en valeur (+ 5,2 %) bénéficient de la hausse des prix. La collecte de lait gagne 4,4 % entre juillet 2013 et juillet 2014. De même, la production d'œufs est de nouveau en hausse sur les trois premiers trimestres de 2014. Les exportations du secteur demeurent dynamiques²⁷.

Les ventes en volume des grossistes en *poissons et crustacés* sont quasi stables (+ 0,3 %, après + 1,4 % en 2013). Les ventes en valeur augmentent légèrement (+ 0,8 %) grâce au maintien des prix (+ 0,5 %). Les achats des produits aquatiques par les ménages diminuent en volume en 2014. C'est notamment le cas des achats de poissons frais (- 3 %), de produits traités, surgelés et de conserves. En volume, les importations de produits aquatiques reculent de 2 %, alors que les exportations sont tirées par la hausse des apports de thon³⁰.

▪ **Boissons**

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

Les boissons commercialisées par les grossistes sont pour les deux tiers des boissons alcoolisées (hors cidre et bière qui représentent 8 % des ventes). Les évolutions sont donc déterminées en grande partie par le marché du vin et, dans une moindre mesure, par celui des boissons alcooliques distillées (e.g. cognac) et du champagne pour lesquels le commerce extérieur joue un rôle important.

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

▪ **Autres produits alimentaires**

Les ventes en volume des grossistes des autres produits alimentaires confirment leur augmentation en 2014 (+ 2,3 %, après + 1,2 % en 2013). Les prix perdent 2,5 % en moyenne dans ces secteurs, expliquant la quasi-stabilité des ventes en valeur.

Les grossistes en *sucre, chocolat et confiserie* (environ 20 % des ventes de ce groupe) enregistrent une nouvelle progression de leurs ventes en volume (+ 5,4 %, après + 4,6 % en 2013). Néanmoins, le fort recul des prix (- 8,9 %) est responsable d'une baisse des ventes en valeur (- 3,9 %). En effet, après plusieurs bonnes campagnes, les stocks de sucre se sont reconstitués, entraînant une baisse de leurs cours. Les exportations de sucre perdent ainsi 12 % en valeur en 2014³².

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

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

²⁹ Agreste Conjoncture, Bilan conjoncturel 2014

³⁰ FranceAgriMer, Données et bilan, Les filières animales terrestres et aquatiques, février 2015

³¹ FranceAgriMer, Note de conjoncture, Vins, février 2015

³² Agreste Conjoncture, Panorama au 6 mars 2015

3 - Biens domestiques : ventes en hausse

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

Tableau 3 : Les ventes de biens domestiques

Évolution des ventes de marchandises	Taux de croissance en %										Mds d'euros 2014p
	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013sd	2014p	
EN VALEUR											
C.G. de biens domestiques	9,3	5,6	3,3	1,3	-1,8	2,8	5,1	-1,0	-0,6	2,1	143,2
- produits pharmaceutiques	14,2	7,2	3,8	2,7	1,2	3,3	2,8	-0,4	-0,3	1,9	59,6
- autres produits (*)	6,3	4,5	3,0	0,4	-3,8	2,5	6,8	-1,4	-0,8	2,3	83,7
EN VOLUME											
C.G. de biens domestiques		7,7	4,0	2,2	-0,6	3,0	5,9	-0,6	-0,5	3,1	
- produits pharmaceutiques		11,5	5,4	4,7	3,0	5,1	6,2	3,0	1,0	5,3	
- autres produits (*)		5,1	3,0	0,5	-3,1	1,5	5,7	-3,1	-1,6	1,6	

Source : Insee – Comptes du commerce

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

▪ Produits pharmaceutiques

La croissance des volumes de ventes des grossistes **en produits pharmaceutiques** s'accroît en 2014 (+ 5,3 %, après + 1,0 %). Les ventes en valeur sont moins dynamiques mais se redressent par rapport à 2013 (+ 1,9 %, après - 0,3 %). La concurrence des médicaments génériques, dont le marché se développe rapidement, exerce une pression sur les prix pratiqués sur le marché intérieur. Ainsi, les prix ont perdu 10,6 % depuis 2010.

Les exportations de produits pharmaceutiques, en hausse tendancielle de 4 % par an depuis dix ans, diminuent de 4,9 % en 2014. Après un recul exceptionnel en 2013 (- 3 %), les importations reprennent leur croissance en 2014 (+ 4,9 %), notamment depuis la Belgique (notre principal partenaire dans ce secteur) et l'Autriche. Au total, la réduction de l'excédent commercial dans ces produits, de + 4,6 milliards à + 1,9 milliard, constitue la principale contribution à la dégradation du solde manufacturier en 2014³³.

▪ Autres biens domestiques

A la différence de 2012 et 2013, les grossistes des **autres biens domestiques** renouent avec une croissance de leurs ventes en 2014, un peu plus importante en valeur (+ 2,3 %) qu'en volume (+ 1,6 %). Cette évolution d'ensemble cache des situations contrastées selon les sous-secteurs.

La baisse des ventes en volume des grossistes en *textile* s'amplifie légèrement en 2014 (- 1,2 %, après - 0,9 %), alors que le marché retrouve une évolution positive en *habillement-chaussure* (+ 0,6 %, après - 2,6 %). Le maintien des prix ne modifie pas ces tendances en valeur. Dans un contexte économique encore peu favorable en 2014, la consommation en textile-habillement perd 0,7 % en valeur³¹. A l'international, le marché paraît en revanche peu sensible à la conjoncture. Les exportations confirment leur progression en habillement (+ 5,4 %) et en cuir-chaussure (+ 4,0 %). Ce dynamisme est également notable du côté des importations d'articles d'habillement (+ 7,1 %), notamment depuis la Chine, et de cuir-chaussure (+ 8,2 %)³⁴.

Après une année 2013 difficile, la situation dans l'équipement du logement est plus contrastée en 2014. Les ventes du commerce de gros dans l'*électroménager* augmentent en volume (+ 1,9 %, après - 2,0 %) et parviennent à se maintenir en valeur (+ 0,4 %, après - 2,9 %). Le recul des ventes dans le secteur des *meubles, tapis et appareils d'éclairage* se prolonge tout en s'atténuant en volume (- 2,6 %, après - 5,1 %) et en valeur (- 1,6 %, après - 4,0 %). Les importations de meubles et d'appareils électroménagers sont soutenues par la légère amélioration de la consommation des ménages en biens d'équipement du logement³¹.

En 2014, l'activité des grossistes en *horlogerie-bijouterie* est toujours en retrait. Sur ce marché très volatil, les ventes perdent à nouveau 7,0 % en volume, après la forte baisse de 2013 (- 18,1 %). Le recul du cours de l'or (- 10,4 %) et de l'argent (- 19,9 %) tire les prix de gros du secteur vers le bas (- 1,1 %). Les ventes

³³ Le chiffre du commerce extérieur, Année 2014

³⁴ IFM, Distribilan, décembre 2014

perdent ainsi 8 % en valeur. Pour autant, après avoir baissé de 7 % en 2013, la production de l'horlogerie-bijouterie gagne 1 % en valeur en 2014 (+ 9 % en horlogerie). L'ouverture du secteur est également en progression : les exportations augmentent de 18 % et les importations de 9 %³⁵.

Le commerce de gros dans la *parfumerie-produits de beauté* conserve son rythme de croissance en 2014. Les ventes augmentent de 5,4 % en volume et de 5,3 % en valeur, les prix étant quasi stables. Ce secteur demeure en croissance sur le marché international ; les exportations augmentent de 3,2 %³⁴.

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

Tableau 4 : Les ventes de biens d'équipements de l'information et de la communication

Évolution des ventes de marchandises	Taux de croissance en %										Mds d'euros 2014p
	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013sd	2014p	
EN VALEUR											
C.G. d'équipements de l'information et de la communication	7,1	7,5	3,8	-3,5	-15,3	4,2	0,4	9,7	-2,6	1,4	43,3
- ordinateurs, équipements informatiques périphériques et logiciels	6,4	5,8	3,7	-1,3	-18,5	4,2	-3,9	9,8	-5,4	6,2	28,2
- composants et équipements électroniques et télécommunication	8,7	11,2	4,0	-8,0	-8,3	4,2	9,1	9,5	2,4	-6,4	15,0
EN VOLUME											
C.G. d'équipements de l'information et de la communication		13,4	13,2	4,7	-10,3	8,6	1,3	11,7	-3,9	4,5	
- ordinateurs, équipements informatiques périphériques et logiciels		12,0	15,9	9,6	-12,7	12,2	-3,6	12,9	-9,2	8,9	
- composants et équipements électroniques et télécommunication		16,3	7,6	-5,8	-4,7	1,3	11,1	9,5	5,8	-2,8	

Source : Insee – Comptes du commerce

(*) La ventilation par sous-secteur n'est pas disponible

Après une forte croissance en 2012 et un repli en 2013, les ventes dans l'ensemble du secteur se redressent en volume (+ 4,5 %) et en valeur (+ 1,4 %) en 2014. Cette embellie s'explique par le dynamisme des ventes *d'ordinateurs, d'équipements informatiques périphériques et de logiciels* (+ 8,9 % en volume, après - 9,2 % en 2013), en partie modéré par une baisse des prix (- 2,5 %, après + 4,3 %).

En revanche, les ventes des grossistes en *composants et équipements électroniques et de télécommunication* pâtissent d'une baisse en volume (- 2,8 %, après + 5,8 %), malgré une demande encore forte des consommateurs pour les produits de téléphonie et d'électronique grand public. La contraction est plus importante en valeur (- 6,4 %, après + 2,4 %), du fait du recul des prix de gros, continu depuis 2011.

A l'exception des achats de téléphones qui demeurent dynamiques, la plupart des importations de produits informatiques et électroniques sont en retrait en 2014, notamment les ordinateurs depuis la Chine³⁶.

³⁵ Études statistiques comité Francéclat, Production française d'horlogerie-bijouterie, Résultats 2014

³⁶ Le chiffre du commerce extérieur, Année 2014

5 - Recul pour les autres équipements industriels

Dans ce secteur, les trois quarts des ventes concernent des **équipements industriels** liés à la production (74 %), 21 % du matériel électrique et 5 % du mobilier et de l'équipement de bureau.

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

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

Tableau 5 : Les ventes des autres équipements industriels

Évolution des ventes de marchandises	Taux de croissance en %										Mds d'euros 2014p
	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013sd	2014p	
EN VALEUR											
C.G. d'autres équipements industriels	5,7	-4,2	8,0	2,7	-12,2	3,0	9,6	3,4	-0,1	-1,2	83,6
- équipements de bureau (*)	6,4	5,8	3,7	-4,8	-12,6	4,6	1,5	-7,6	-2,8	-0,1	4,2
- matériel électrique	6,9	10,4	5,1	1,9	13,6	17,5	8,2	-0,2	-2,1	0,2	17,8
- autres équipements (**)	5,5	-7,4	9,0	3,5	-17,1	-0,9	10,7	5,3	0,6	-1,7	61,6
EN VOLUME											
C.G. d'autres équipements industriels		-5,7	5,1	0,4	-13,1	3,5	7,3	1,5	-1,1	-1,4	
- équipements de bureau (*)		4,7	2,1	-6,8	-11,9	11,4	-1,8	-11,1	-4,9	-0,6	
- matériel électrique		5,1	1,1	1,2	14,2	15,2	5,5	-0,7	-1,3	1,5	
- autres équipements (**)		-8,4	6,1	0,8	-18,4	-0,2	8,6	3,2	-0,8	-2,3	

Source : Insee – Comptes du commerce

(*) mobilier de bureau, autres machines et équipements de bureau

(**) pour l'industrie, l'agriculture, le commerce et les services

▪ Les équipements de bureau

Les ventes en gros des *équipements de bureau*, en baisse en 2012 et 2013, se stabilisent en 2014 (- 0,6 % en volume et - 0,1 % en valeur). Au sein de ce secteur, les ventes en volume des grossistes en mobilier de bureau souffrent d'une conjoncture encore défavorable (- 2,9 %, après - 8,5 % en 2013), alors que les ventes en valeur rebondissent (+ 2,1 %, après - 4,3 %).

▪ Le matériel électrique

Contrairement à 2013, les ventes en volume des grossistes en *matériel électrique* augmentent légèrement en 2014 (+ 1,5 %). Pour autant, la baisse des prix entraîne une quasi-stabilité des valeurs (+ 0,2 %). Poussées par la reprise de la production automobile, les importations de matériels électriques restent en croissance³⁷.

▪ Les autres équipements

Après une année 2013 atone, les ventes du commerce de gros en *autres biens d'équipement* perdent 2,3 % en volume et 1,7 % en valeur.

Le secteur est affecté par une baisse d'activité des grossistes en matériel agricole, dont les ventes décrochent après trois années de forte croissance (- 9,9 % en volume et - 8,7 % en valeur). En effet, la production de machines agricoles diminue de 14,2 % en volume entre décembre 2013 et décembre 2014 mais reste en hausse de 8 % par rapport à 2009. Le nombre d'immatriculations de tracteurs agricoles est lui aussi en retrait (- 8 %, après + 11 % en 2013). Très dynamiques en 2012 et 2013, les échanges extérieurs en agroéquipement accusent une baisse d'activité en 2014 : les importations reculent de 13,7 %, tandis que les exportations demeurent stables³⁸.

³⁷ Le chiffre du commerce extérieur, Année 2014

³⁸ AXEMA, Rapport économique 2014

La baisse des ventes du commerce de gros de machines pour l'extraction, la construction et le génie civil se prolonge en 2014 (- 4,9 % en volume et - 4,6 % en valeur). A l'exception des logements en résidence, tous les secteurs de la construction de logements sont effectivement orientés à la baisse. Le nombre de logements mis en chantier en 2014 a ainsi perdu 12,0 % par rapport à 2013³⁹. La conjoncture est aussi défavorable aux locaux non résidentiels, dont les mises en chantier diminuent de 8,8 %⁴⁰.

La baisse des ventes des grossistes en machines destinées à l'industrie textile et à l'habillement (- 4,5 % en volume et - 2,8 % en valeur) contribue également au recul de l'activité du secteur des autres biens d'équipement. A l'inverse, les ventes de fournitures et d'équipements industriels divers gagnent 2,1 % en volume et 2,3 % en valeur. Les grossistes en machines-outils, quant à eux, profitent d'une hausse des prix de leurs produits (+ 2,9 %).

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

Continu depuis sept ans, le recul des ventes en volume des autres **commerces de gros spécialisés** se poursuit en 2014 à un rythme plus soutenu qu'en 2013 (- 2,9 %, après - 0,8 %). Comme en 2013, la baisse des prix amplifie la contraction en valeur (- 5,2 %).

Le secteur est essentiellement composé de biens intermédiaires non agricoles.

Tableau 6 : Les ventes des autres commerces de gros spécialisés

Évolution des ventes de marchandises	Taux de croissance en %										Mds d'euros 2014p
	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013sd	2014p	
EN VALEUR											
Autres C.G. spécialisés	3,7	7,3	5,4	8,4	-24,1	8,6	8,9	2,4	-2,9	-5,2	136,0
- combustibles et produits annexes	11,8	6,5	2,8	17,9	-32,7	16,2	12,4	11,2	-4,4	-11,4	48,3
- produits pour l'installation de l'habitat et la construction (*)	4,3	8,5	6,8	2,5	-13,2	1,0	4,0	-2,0	-1,6	-1,7	48,0
- autres produits (**)	-5,0	7,0	6,6	5,0	-26,4	10,6	10,9	-3,0	-2,4	-1,2	39,7
EN VOLUME											
Autres C.G. spécialisés		0,7	0,9	-1,7	-13,5	-1,1	-1,3	-0,8	-0,8	-2,9	
- combustibles et produits annexes		-3,0	1,3	-3,6	-11,3	-5,1	-5,9	3,0	-1,1	-6,1	
- produits pour l'installation de l'habitat et la construction (*)		4,7	1,0	-0,8	-13,1	0,7	1,6	-3,0	-2,2	-2,3	
- autres produits (**)		0,4	0,3	-0,6	-16,8	0,8	0,4	-2,7	1,4	0,9	

Source : Insee – Comptes du commerce

(*) bois, matériaux de construction, appareils sanitaires, quincaillerie, fournitures pour plomberie et chauffage...

(**) minerais, métaux, produits chimiques...

▪ Combustibles et produits annexes

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

Avec un climat exceptionnellement doux en 2014, la consommation d'énergie primaire réelle (hors énergies renouvelables thermiques et déchets) perd 4,1 % sur l'ensemble de l'année. La diminution des livraisons de fioul domestique explique le retrait de la consommation de l'ensemble des produits pétroliers (- 2,9 %). En constante augmentation, la part du sans plomb (SP95-E10) atteint 33,4 % des ventes de supercarburants en décembre 2014. La consommation de charbon est, quant à elle, en net recul (- 23,6 %)⁴¹.

Les prix du pétrole brut importé et des produits raffinés conservent une tendance baissière : ils reculent respectivement de 7,7 % et de 8,0 % en moyenne en 2014⁴².

³⁹ Commissariat général au développement durable, Chiffres & Statistiques, Construction de logement, n° 601

⁴⁰ Commissariat général au développement durable, Chiffres & Statistiques, Construction de locaux, n° 602

⁴¹ Commissariat général au développement durable, Conjoncture énergétique décembre 2014

⁴² Commissariat général au développement durable, Conjoncture énergétique janvier 2015

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

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

Pour la troisième année consécutive, les autorisations de construire, nettes des annulations, diminuent en 2014 (- 8,4 %). Le nombre de logements terminés recule globalement de 5,3 % : la situation quasi stable des logements collectifs (+ 0,2 %) contraste avec la chute des logements individuels (- 11,6 %). Tous types de logements confondus, le délai entre l'ouverture du chantier et son achèvement est plus court en 2014 (16,1 mois, contre 16,8 mois en 2013). Enfin, la valeur des travaux d'entretien et d'amélioration des logements progresse de 3,6 %⁴³.

▪ Les autres produits intermédiaires

La hausse des ventes en volume des autres grossistes en biens intermédiaires se maintient en 2014 (+ 0,9 %, après + 1,4 % en 2013). La baisse des prix dans ce secteur (- 2,0 %) entraîne un retrait des ventes en valeur (- 1,2 %).

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

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

En 2014, les prix des produits métalliques importés et commercialisés par les grossistes évoluent de manière contrastée. Le prix du minerai de fer perd 10,5 % en euros, alors que celui des métaux non ferreux gagne 1,6 %. Les cours en dollars du nickel et du zinc rebondissent (respectivement + 12,3 % et + 13,1 %) mais celui du cuivre poursuit sa baisse (- 6,8 %).

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

Après une reprise en 2013 (+ 1,3 %), les ventes en volume des **intermédiaires du commerce** confirment leur croissance en 2014 (+ 3,1 %). Pour autant, les ventes en valeur sont quasi stables (+ 0,3 %) à cause d'une évolution des prix peu favorable (- 2,7 %).

Tableau 7 : Les ventes de marchandises des intermédiaires du commerce

Évolution des ventes de marchandises	Taux de croissance en %										Mds d'euros 2014p
	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013sd	2014p	
EN VALEUR											
Intermédiaires du commerce	4,7	3,7	5,1	7,6	-10,4	2,0	11,1	2,7	1,2	0,3	118,1
dont :											
- centrales d'achats	5,7	3,1	5,5	9,3	-7,6	1,8	11,1	4,3	1,6	-0,1	102,3
<i>alimentaires</i>	-0,1	1,4	4,2	9,7	-6,0	0,1	6,1	1,4	5,3	1,9	48,5
<i>non alimentaires</i>	12,0	4,8	6,8	9,0	-9,1	3,5	15,7	6,9	-1,4	-1,9	53,8
- autres intermédiaires du commerce	0,5	6,4	3,2	-0,2	-23,8	3,3	11,1	-6,6	-1,9	3,0	15,8
EN VOLUME											
Intermédiaires du commerce		-0,6	3,2	-1,0	-0,2	-5,1	2,2	-2,2	1,3	3,1	
dont :											
- centrales d'achats		-1,4	3,8	-0,1	3,3	-5,6	1,9	-0,9	1,8	2,8	
<i>alimentaires</i>		-1,0	2,0	5,4	-3,0	-1,1	1,8	-2,9	2,9	3,5	
<i>non alimentaires</i>		-1,8	5,5	-5,3	9,2	-9,9	2,0	0,8	0,9	2,2	
- autres intermédiaires du commerce		3,0	0,6	-5,5	-17,0	-2,2	4,1	-9,7	-1,7	4,8	

Source : Insee – Comptes du commerce

⁴³ Commissariat général au développement durable, Comptes du logement 2013, Premiers Résultats 2014

Au sein du secteur, les grossistes des *centrales d'achat* alimentaires améliorent la croissance de leurs ventes en volume, déjà importante en 2013 (+ 3,5 %, après + 2,9 %). L'évolution de leurs ventes en valeur est moins dynamique mais reste positive (+ 1,9 %, après + 5,3 %).

Parmi les centrales d'achat non alimentaires, les centrales d'achat de carburant s'inscrivent dans un marché aux contraintes et aux logiques spécifiques. Elles pâtissent d'une nouvelle baisse des prix des carburants en 2014 (- 5,6 %, après - 3,2 % en 2013). Les ventes progressent en volume (+ 1,7 %) et reculent en valeur (- 4,1 %).

A l'inverse, les prix pratiqués par les autres centrales d'achat non alimentaires sont stables et les ventes y progressent plus nettement qu'en 2013 en volume (+ 3,4 %) et en valeur (+ 2,7 %).

Encadré 2 Caractéristiques des Centrales d'achat

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

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

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

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

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

Le secteur des *intermédiaires du commerce* est composé en majorité de petites entreprises. Toutefois, parmi elles, certaines sont filiales de groupes leaders dans les domaines de l'agroalimentaire, de la grande distribution, des produits pharmaceutiques ou encore de l'électronique et de l'informatique.

Les intermédiaires mettent en rapport acheteurs et vendeurs, et exécutent des opérations commerciales pour le compte d'un tiers sans être eux-mêmes propriétaires des marchandises. Leur chiffre d'affaires se compose de commissions et de ventes de marchandises (essentiellement des ventes pour compte de tiers) sur lesquelles ils prennent en moyenne une marge de 4 à 10 %.

En 2014, les ventes des intermédiaires autres que les centrales d'achat rebondissent en volume (+ 4,8 %, après - 1,7 %) et en valeur (+ 3,0 % après - 1,9 %). Le dynamisme de ce secteur est porté par les bons résultats des *intermédiaires en combustibles, métaux, minéraux et produits chimiques* (+ 13,9 % en volume). Les prix sont stables, à l'exception de ceux des intermédiaires en matières premières agricoles et en combustibles qui sont en retrait.

8 - La clientèle intérieure du commerce de gros⁴⁴

En 2012, l'activité des grossistes (hors intermédiaires du commerce) sur le marché intérieur, est orientée principalement vers l'approvisionnement des producteurs (industrie et artisanat, pour 32 % de leur chiffre d'affaires) et du commerce de détail pour 27 %. La redistribution des marchandises vers les centrales d'achat (12 %) ou d'autres grossistes (12 %) vient en troisième position de l'ensemble des opérateurs du secteur. Les autres clients professionnels (administration, prestataires de services...) comptent globalement pour 13 % et les ventes directes aux particuliers pour 3 %.

⁴⁴ Ce paragraphe porte sur l'année 2012 en données définitives. La source est l'Enquête sectorielle annuelle dans le commerce 2012 de l'INSEE

Les secteurs très fortement tributaires (de 30 % à 70 %) des commandes de l'industrie sont les grossistes en produits agricoles (céréales, animaux vivants, cuirs et peaux), les grossistes en autres équipements industriels (matériel agricole, machines-outils, machines pour l'extraction ou la construction, machines pour l'industrie textile et l'habillement, mobilier de bureau, matériel électrique, fournitures et équipements industriels divers) et les autres grossistes spécialisés (minerais et métaux, bois et matériaux de construction, appareils sanitaires, quincaillerie, produits chimiques...). Les grossistes en matériel agricole dépendent pour 68 % des achats directs des agriculteurs et de leurs coopératives. Outre le secteur de la construction (59 %), les grossistes spécialisés dans l'équipement pour la construction sont tributaires pour plus de 11 % des ventes aux particuliers, et également des prestataires de services (ingénierie...) et des administrations (10 %).

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

Les officines pharmaceutiques pèsent pour 43 % des ventes intérieures des grossistes en produits pharmaceutiques. Les autres centrales d'achat et autres grossistes (29 %) et les services de santé publics et privés (23 %) constituent une autre clientèle importante pour ces grossistes. L'approvisionnement des producteurs et des particuliers est minoritaire (5 %).

La clientèle professionnelle des grossistes en matériel informatique, ainsi que de ceux spécialisés dans le matériel et les fournitures pour le secteur tertiaire, est répartie différemment : 26 % aux autres grossistes et centrales d'achat, 21 % aux revendeurs au détail, 21 % de revente directe à l'industrie, 17 % à des prestataires de services, 13 % aux administrations et comités d'entreprises et enfin 2 % de ventes aux particuliers.

La revente directe à la clientèle des particuliers n'a une contribution significative (plus de 15 %) que chez les grossistes en café, thé, cacao et épices, les autres intermédiaires du commerce en combustibles, métaux, minéraux et produits chimiques, les grossistes en bois et matériaux de construction et déchets et débris.

9 - Le poids du commerce international dans l'activité du commerce de gros en 2012

Les échanges extérieurs ont une part variable selon les secteurs du commerce de gros.

Ainsi, si les ventes à l'étranger constituent 25 % des ventes totales des grossistes en céréales, elles ne représentent que 8 % de celles des grossistes en produits pharmaceutiques. Le premier secteur est ainsi plus sensible à l'évolution de la demande étrangère. Les commerces de gros de produits agricoles bruts, d'équipements de l'information et de la communication et de biens domestiques sont les secteurs où la part des marchandises exportées est la plus élevée.

De même, l'approvisionnement à l'étranger, relativement faible pour les grossistes en boissons (15 % de leurs achats), est très important pour ceux en composants et équipements électroniques et télécommunications (77 %). Dès lors, les évolutions des taux de change n'ont pas les mêmes répercussions selon le secteur.

En revanche, dans tous les secteurs, les entreprises exportatrices et importatrices ont un poids prépondérant. Aussi, les grossistes qui exportent du matériel électrique représentent 89 % du chiffre d'affaires de leur secteur.

Tableau 8 : Part des exportations et des importations dans les ventes et poids des entreprises exportatrices et importatrices par secteur en termes de chiffre d'affaires.

Activités	Ensemble des entreprises du commerce de gros		En %	
	Ventes	Achats	Poids dans le CA du secteur des entreprises	
	à l'exportation [A]	à l'importation [B]	exportatrices	importatrices
CG de produits agricoles bruts et d'animaux vivants	22,9	7,5	74,9	42,9
- céréales, tabac non manufacturé, semences et aliments pour le bétail	24,7	7,9	79,6	48,8
- autres produits (1)	14,8	5,5	54,0	16,9
CG de produits alimentaires, de boissons et de tabac (a)	15,3	23,4	66,8	55,3
- produits frais (2)	11,4	15,2	68,2	45,7
- boissons (alcoolisées ou non)	25,8	14,9	75,0	44,1
- autres produits (3)	14,9	38,4	61,8	69,8
CG de biens domestiques (a)	17,9	37,2	79,7	59,5
- produits pharmaceutiques	8,2	28,1	72,8	48,2
- autres produits (4)	26,0	46,8	85,5	68,9
CG d'équipements de l'information et de la communication	21,5	59,2	89,9	72,8
- ordinateurs, équipements informatiques périphériques et logiciels	24,7	44,8	87,2	61,6
- composants et équipements électroniques et télécommunication	17,6	77,3	93,1	86,2
CG d'autres équipements industriels	17,4	36,5	81,8	68,2
- équipements de bureau (5)	5,4	53,1	74,1	73,8
- matériel électrique	33,5	17,3	88,9	49,1
- autres produits (6)	13,0	42,0	80,1	74,1
Autres commerces de gros spécialisés	10,9	34,9	60,6	64,9
- combustibles et produits annexes (a)	8,2	40,0	40,5	60,8
- produits pour l'installation de l'habitat et la construction (7)	2,7	21,4	70,7	67,2
- autres produits (8)	24,9	40,4	78,6	68,4
CG non spécialisé	8,6	17,5	79,1	59,0
Intermédiaires du commerce	8,7	17,6	28,9	53,3
- centrales d'achats (b)	1,0	1,8	14,3	53,6
- autres intermédiaires	44,0	44,8	76,7	52,9
Ensemble du commerce de gros (y compris intermédiaires)	15,1	28,9	65,3	59,0

Source : Insee - Enquête sectorielle annuelle dans le commerce 2012

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

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

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

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

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

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

(5) mobilier de bureau, autres machines et équipements de bureau

(6) pour l'industrie, l'agriculture, le commerce et les services.

(7) bois, matériaux de construction, appareils sanitaires, quincaillerie, fournitures pour plomberie et chauffage...

(8) minerais, métaux, produits chimiques...

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

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

Lecture : 11,4 % des ventes des grossistes en produits frais sont exportées. Les entreprises exportatrices réalisent 68,2 % du chiffre d'affaires de ce secteur.

Encadré 3 Évaluation et révision des ventes de marchandises des secteurs du commerce de gros

Principes d'évaluation

Les résultats de l'activité des entreprises (au sens unités légales) du commerce de gros sont présentés en les classant selon leur activité principale. Aussi les évolutions économiques subissent-elles les à-coups des modifications de structure mettant en jeu des entreprises de secteurs différents ou qui changent de secteur d'une année à l'autre, notamment lors de restructurations.

Les résultats de l'année 2012, définitifs, sont basés sur l'exploitation du système d'information sur la statistique d'entreprise Esane. Ceux de 2013 et de 2014, estimés, s'appuient sur les résultats définitifs 2012 et ont été obtenus à partir des indices de chiffres d'affaires calculés par l'Insee.

Les évolutions présentées sur les années 2013 et 2014 sont donc provisoires (p). Elles sont issues des évolutions d'indices de chiffres d'affaires mensuels par secteur d'activité calculées par l'Insee à partir des déclarations CA3 que remplissent les grossistes pour le paiement de la TVA. Par construction, ces indices neutralisent les effets des restructurations connues au moment des évaluations provisoires et ne prennent que partiellement en compte l'évolution démographique des entreprises (créations, cessations). A partir des évolutions de chiffre d'affaires on peut déterminer une évolution des ventes de marchandises par l'application d'un taux de vente (ventes de marchandises / chiffre d'affaires). Ce taux de vente est susceptible d'évoluer, en fonction d'informations annexes disponibles. L'évolution des ventes ne suit donc pas nécessairement celle du chiffre d'affaires.

Par ailleurs, les évolutions provisoires peuvent être revues marginalement.

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

		2009	2010	2011	2012	2013	2014
Rapport de juin 2015 (base 2010)	en valeur	- 12,6	+ 4,5	+ 8,7	+ 2,4 (def)	- 0,2 (sd)	- 1,7 (p)
	en volume	- 6,8	+ 1,6	+ 4,1	+ 0,0 (def)	+ 0,1 (sd)	+ 0,3 (p)
Rapport de décembre 2014 (base 2010)	en valeur	- 12,6	+ 4,5	+ 8,7	+ 2,4 (def)	- 0,2 (p)	
	en volume	- 6,8	+ 1,6	+ 4,1	+ 0,0 (def)	+ 0,2 (p)	
Rapport de juin 2014 (base 2010)	en valeur	- 12,6 (r)	+ 4,5 (r)	+ 8,7 (r)	+ 1,7 (sd)	- 0,2 (p)	
	en volume	- 6,8 (r)	+ 1,6	+ 4,1 (r)	- 0,7 (sd)	+ 0,1 (p)	
Rapport de décembre 2013 (base 2005)	en valeur	- 12,8	+ 4,6	+ 9,0 (def)	+ 1,8 (p)		
	en volume	- 6,5	+ 1,6	+ 4,7 (def)	- 0,8 (p)		
Rapport de juin 2013 (base 2005)	en valeur	- 12,8	+ 4,6	+ 8,4 (p)	+ 1,8 (p)		
	en volume	- 6,5	+ 1,6	+ 4,2 (p)	- 0,8 (p)		
Rapport de décembre 2012 (base 2005)	en valeur	- 12,8	+ 4,6 (def)	+ 8,4 (p)			
	en volume	- 6,5 (r)	+ 1,6 (def)	+ 4,2 (p)			
Rapport de juin 2012 (base 2005)	en valeur	- 12,8 (def)	+ 6,5 (sd)	+ 8,6 (p)			
	en volume	- 6,6 (def)	+ 3,5 (sd)	+ 4,3 (p)			
Rapports de juin et déc. 2011 (base 2005)	en valeur	- 11,9 (sd)	+ 6,4 (p)				
	en volume	- 6,0 (sd)	+ 3,7 (p)				
Rapports de juin et déc. 2010 (base 2000)	en valeur	-11,6(p)					
	en volume	-5,4 (p)					

(def) données devenues définitives

(r) données révisées

(sd) données semi-définitives

(p) données provisoires

n.d. : non disponible

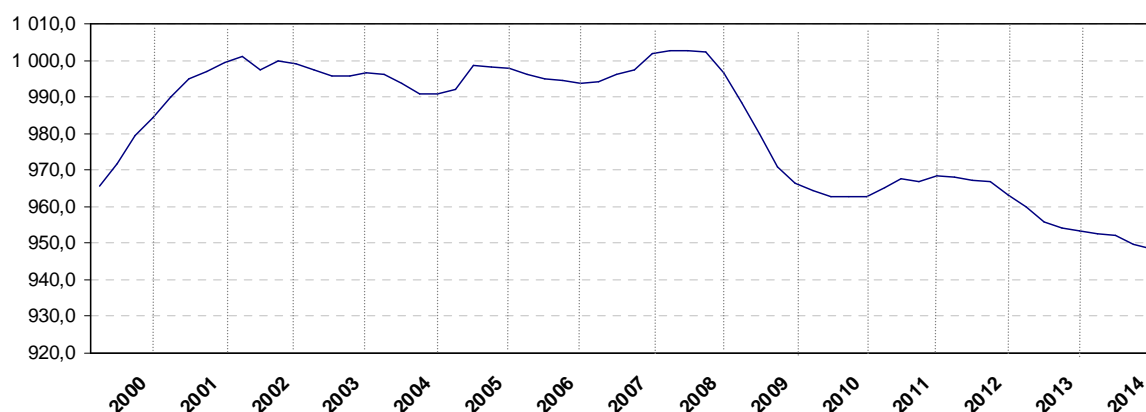
Source Insee - Comptes du commerce

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

Au 31 décembre 2014, le commerce de gros emploie 948 600 salariés, soit près du tiers (32 %) des salariés du commerce.

En glissement annuel, le nombre de salariés du commerce de gros est en repli (- 0,5 %) en 2014. Cette baisse fait suite aux baisses de 2013 (- 1,0 %) et de 2012 (- 0,6 %) et à la hausse de 2011 (+ 0,6 %) mais aussi à trois années de fortes baisses de 2008 à 2010. Fin 2014, l'emploi du commerce de gros est revenu à un niveau proche de celui de fin 1998.

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



Source : Insee - Estimations d'emploi

Deux tiers des actifs du commerce de gros sont des hommes

Contrairement au commerce de détail, le commerce de gros est un secteur majoritairement masculin (66 % d'hommes en 2014). Il s'agit également du secteur du commerce qui emploie le moins de jeunes de 15 à 24 ans (4 %)⁴⁵.

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

Les salariés représentent 94 % des actifs occupés du secteur du commerce de gros. Parmi eux, 13,2 % travaillent à temps partiel. Le temps partiel est le plus répandu chez les intermédiaires du commerce, dans le commerce de gros de biens domestiques et dans le commerce de gros non spécialisé.

En 2012, la durée moyenne des emplois à temps partiel (ou équivalent temps plein du temps partiel) représente 61,6 % d'un temps plein dans le commerce de gros⁴⁶, et le volume d'emploi salarié effectué à temps partiel⁴⁷ équivaut à 8,6 % du volume d'emploi salarié. Si l'emploi à temps partiel était réparti sur l'ensemble des emplois salariés, chaque emploi salarié représenterait 94,9 % d'un emploi à temps plein (équivalent temps plein de l'emploi salarié).

⁴⁵ Cf. tableau V-2 en annexe statistique

⁴⁶ Cf. tableau V-3 en annexe statistique

⁴⁷ Cf. Annexe méthodologique n° VI : Méthodes et sources sur l'emploi

11 - Les créations d'entreprises⁴⁸ diminuent dans le commerce de gros

En 2014, le nombre de créations d'entreprises dans le commerce de gros⁴⁹ diminue (- 5,2 % par rapport à 2013). Cette baisse s'inscrit dans une tendance de repli initiée en 2011. Les créations d'entreprises sont en baisse dans le commerce de gros d'autres équipements industriels, les intermédiaires du commerce de gros, le commerce de gros de produits agricoles bruts et d'animaux vivants, le commerce de gros de biens domestiques et le commerce de gros non spécialisé. Elles augmentent dans le commerce de gros de produits alimentaires, de boissons et tabac, les autres commerces de gros spécialisés et le commerce de gros d'équipements de l'information et de la communication.

Tableau 9 : Nombre de créations de sociétés et d'entreprises individuelles et leur évolution en % entre 2011 et 2014

SECTEURS D'ACTIVITE	Nombre de créations				Evolution en %		
	2011	2012	2013	2014	2012/2011	2013/2012	2014/2013
Intermédiaires du commerce de gros	13 150	12 662	12 321	11 151	-3,7	-2,7	-9,5
CG de produits agricoles bruts et d'animaux vivants	297	304	240	231	2,4	-21,1	-3,8
CG de produits alimentaires, de boissons et de tabac	1 712	1 796	1 884	2 021	4,9	4,9	7,3
CG de biens domestiques	2 961	2 870	2 643	2 551	-3,1	-7,9	-3,5
CG d'équipements de l'info et de la communication	625	631	639	647	1,0	1,3	1,3
CG d'autres équipements industriels	1 337	1 395	1 317	1 229	4,3	-5,6	-6,7
Autres commerces de gros spécialisés	1 866	1 851	1 729	1 767	-0,8	-6,6	2,2
Commerce de gros non spécialisé	2 654	2 198	2 294	2 261	-17,2	4,4	-1,4
COMMERCE DE GROS (y compris intermédiaires)	24 602	23 707	23 067	21 858	-3,6	-2,7	-5,2

Source : Insee - Sirène (France Entière)

Les cessations de l'année 2014 ne sont pas encore suffisamment connues pour estimer le nombre d'entreprises au 1^{er} janvier 2015. Au 1^{er} janvier 2014, le commerce de gros comprend 194 900 entreprises, soit 3,1 % de plus qu'au 1^{er} janvier 2013. Les intermédiaires représentent plus du quart des entreprises du commerce de gros. Le nombre d'entreprises du commerce de gros non spécialisé continue d'augmenter plus fortement que les autres secteurs du commerce de gros (+ 5,0 % entre début 2013 et début 2014).

Tableau 10 : Nombre de sociétés et d'entreprises individuelles* (milliers) au 1^{er} janvier et évolution entre début 2011 et début 2014

SECTEURS D'ACTIVITE	Nombre d'entreprises				Evolution en %		
	2011	2012	2013	2014 (sd)	2012/2011	2013/2012	2014/2013
Intermédiaires du commerce de gros	54,8	54,5	54,6	57,2	-0,4	0,0	4,9
CG de produits agricoles bruts et d'animaux vivants	6,2	6,1	6,1	6,1	-0,7	0,1	-0,4
CG de produits alimentaires, de boissons et de tabac	20,6	20,7	21,1	21,8	0,7	1,8	3,2
CG de biens domestiques	36,2	36,1	36,2	36,7	-0,5	0,5	1,3
CG d'équipements de l'info et de la communication	9,1	9,1	9,1	9,3	0,1	0,4	1,7
CG d'autres équipements industriels	24,4	24,4	24,6	25,1	0,2	0,8	2,1
Autres commerces de gros spécialisés	19,9	20,2	20,5	21,0	1,3	1,5	2,7
Commerce de gros non spécialisé	15,7	16,3	16,8	17,7	3,8	3,4	5,0
COMMERCE DE GROS (y compris intermédiaires)	186,8	187,4	189,1	194,9	0,3	0,9	3,1

Source : Insee - Sirène (France Entière) * Les auto-entreprises non-actives ont été exclues des stocks d'entreprises au 1^{er} janvier 2011, 2012, 2013 et 2014.

⁴⁸ Le terme d' « entreprise » utilisé ici recouvre les sociétés et les entreprises individuelles. Il désigne toute unité légale déclarée au répertoire Sirene. Pour plus de précisions, cf. l'avertissement de la page 24.

⁴⁹ Y compris auto-entrepreneurs

CHAPITRE II : LE COMMERCE DE DÉTAIL

En 2014, l'activité dans le **commerce de détail** amorce une légère reprise (+ 0,8 % en volume). Elle reste néanmoins orientée à la baisse dans les formes de vente à dominante alimentaire avec une variation de - 0,3 % en volume. Comme les années précédentes, la situation est un peu meilleure pour les formes de vente à dominante non alimentaire dont les ventes augmentent en volume de 1,9 %.

En termes de **part de marché**, les ventes des grandes surfaces d'alimentation générale représentent le tiers des ventes du commerce de détail (tous produits confondus). Cette part est stable depuis 2009.

En 2014, les **effectifs salariés** du commerce de détail (hors artisanat commercial) diminuent de 0,2 % en glissement annuel. Ils s'élèvent à 1,68 million au 31 décembre, soit 56 % des effectifs du commerce. Le travail à temps partiel est toujours très fréquent dans le commerce de détail : il concerne le tiers du volume d'emploi salarié.

Le **nombre de créations d'entreprises** dans le commerce de détail diminue de 2,1 % en 2014, tout en restant très élevé après l'explosion enregistrée en 2009 (+ 89,4 %) liée à la mise en place du nouveau statut d'auto-entrepreneur.

L'évolution des ventes est d'abord présentée par *forme de vente* (alimentation spécialisée, grandes surfaces d'alimentation générale...) ⁵⁰. Les *parts de marché* des diverses formes de vente sont ensuite commentées en distinguant les produits alimentaires et non alimentaires. L'emploi et la création d'entreprises dans le secteur du commerce de détail sont abordés en fin de chapitre.

Synthèse sur les évolutions *en volume* des ventes des secteurs du commerce de détail et de l'artisanat commercial (en %)

Formes de vente	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013sd	2014p
Alimentation spécialisée et artisanat commercial (1)	-2,4	-2,0	-0,2	0,7	0,6	-2,6	-1,1	-0,8	1,4	-1,8	-1,8	0,3
Petites surfaces d'alimentation générale et magasins de produits surgelés	1,7	1,3	-1,4	-2,3	0,6	-0,5	0,6	6,4	-2,2	-3,0	-0,6	0,6
Grandes surfaces d'alimentation générale	1,9	0,6	0,1	0,5	2,4	-0,5	-0,9	0,5	1,9	-1,7	-0,5	-0,5
Commerce alimentaire en magasin	1,1	0,2	0,0	0,4	2,0	-0,9	-0,9	0,6	1,5	-1,8	-0,8	-0,3
Grands magasins et autres magasins non alimentaires non spécialisés	1,1	5,1	2,6	0,5	4,7	-0,4	-2,3	1,8	3,2	2,4	0,4	1,7
Magasins non alimentaires spécialisés dont :	3,6	4,7	5,4	5,5	5,3	2,1	-0,8	3,5	1,7	0,6	0,3	1,9
carburant	1,7	-3,4	0,8	-0,6	-0,7	2,6	-14,6	6,1	-1,3	6,6	-1,8	-1,3
pharmacie	6,4	7,6	6,2	7,9	5,4	3,9	5,1	4,1	3,6	2,0	3,8	3,8
autres	3,1	4,7	5,5	5,5	5,8	1,6	-0,9	3,2	1,4	-0,4	-0,4	1,7
Commerce non alimentaire en magasin	3,5	4,7	5,3	5,3	5,3	2,0	-0,9	3,5	1,7	0,6	0,3	1,9
Commerce hors magasin	3,0	5,9	1,4	1,8	1,8	-0,9	-3,0	-2,0	0,6	10,0	0,0	2,0
ENSEMBLE COMMERCE DE DÉTAIL ET ARTISANAT COMMERCIAL	2,3	2,5	2,4	2,7	3,5	0,5	-1,0	1,7	1,6	0,0	-0,2	0,8

Source : Insee - Comptes du commerce

(1) Boulangerie, pâtisserie, charcuterie (cf. définition en annexe XI méthodes et définitions)

⁵⁰ Les formes de ventes correspondent à des établissements et non à des entreprises. Par ailleurs, les résultats des ventes au détail par forme de vente sont présentées ici de façon à assurer la cohérence avec la consommation commercialisable des ménages. Les montants présentés ne correspondent donc pas exactement à ceux qui sont présentés dans les comptes des secteurs commerciaux, ces derniers étant établis en secteur d'entreprise et couvrant l'ensemble de l'activité des détaillants. La réconciliation entre ventes au détail et consommation commercialisable des ménages est présentée en annexe IV méthodes et définitions.

1 - Fléchissement des ventes du commerce de détail

En 2014, les ventes, toutes taxes comprises, de l'ensemble du commerce de détail et de l'artisanat à caractère commercial (boulangeries, pâtisseries, charcuteries) s'élèvent à 492 milliards d'euros (tableaux 1 et 1b). Comparées à leur niveau de 2013, elles diminuent de 0,4 % en valeur, en raison d'une baisse des prix.

L'activité commerciale bénéficie d'une légère reprise de la consommation avec une augmentation des ventes en volume de 0,8 %.

Le commerce **alimentaire** comprend les magasins d'alimentation spécialisée, l'artisanat commercial, les petites surfaces d'alimentation générale, les magasins de produits surgelés et les grandes surfaces d'alimentation générale. En 2014, les ventes des secteurs du commerce alimentaire diminuent de 0,3 % en volume ; en valeur, elles diminuent de 1,0 % car globalement les prix des denrées alimentaires diminuent.

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

Depuis 2010, les secteurs non alimentaires résistent mieux que les secteurs alimentaires et, en 2014, ces secteurs dynamisent l'activité commerciale avec une augmentation de 1,9 % en volume. Dans les magasins non alimentaires spécialisés (y compris pharmacie), cette progression des ventes en volume est tirée, comme en 2013, par le dynamisme des ventes du secteur des technologies de l'information et de la communication (+ 7,7 % en 2013 puis 8,6 % en 2014).

En valeur, les ventes restent stables (+ 0,2 % en 2014) en raison, notamment, de la diminution des prix des carburants. En effet, ces derniers accusent un nouveau repli de 3,6 % après un recul de 2,0 % en 2013.

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

Milliards d'euros

Formes de vente	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013sd	2014p	Valeur 2014p
Alimentation spécialisée et artisanat commercial (1)	1,8	2,9	0,7	2,1	2,5	1,7	-0,8	1,2	4,1	1,5	0,8	1,2	43,6
Boulangeries-pâtisseries	2,6	5,8	1,6	1,7	2,3	2,8	0,9	5,7	2,6	1,5	0,9	2,1	12,9
Boucheries-charcuteries	-1,5	0,8	-0,5	-0,3	1,1	3,0	0,5	-11,1	3,9	0,4	2,2	-0,7	8,9
Autres magasins d'alimentation spécialisée	3,3	2,3	0,7	3,8	3,5	0,5	-2,6	4,5	5,1	2,0	0,2	1,4	21,8
Petites surfaces d'alimentation générale et magasins de produits surgelés	4,4	1,6	-1,1	-0,5	1,9	4,4	-0,2	8,0	0,1	0,0	0,4	-0,4	15,1
Grandes surfaces d'alimentation générale	3,8	1,7	1,2	2,0	3,2	3,8	-2,9	2,3	4,8	1,2	0,1	-1,6	180,0
Ensemble commerce alimentaire en magasin	3,5	1,9	1,0	1,9	3,0	3,4	-2,3	2,4	4,4	1,2	0,2	-1,0	238,7
Grands magasins et autres magasins non alimentaires non spécialisés	1,3	5,0	2,0	0,5	4,7	1,0	-1,8	2,6	5,0	5,4	1,4	1,4	8,5
Magasins non alimentaires spécialisés (y c.pharmacie)	3,6	4,7	5,3	4,8	4,4	3,2	-3,4	3,8	2,6	1,3	-0,7	0,2	213,4
Carburants	4,4	3,9	12,7	4,7	1,1	14,9	-27,8	18,6	12,2	11,8	-3,7	-4,7	15,3
Technologie de l'information et de la communication	3,0	6,0	5,1	5,0	5,4	1,4	-6,1	-7,1	3,5	-3,5	0,1	-0,2	8,9
Équipement du foyer	4,1	6,2	4,7	5,3	6,7	2,3	-1,2	1,6	-1,7	0,8	-0,8	0,5	49,3
Culture, loisirs	2,1	4,9	3,0	2,5	3,6	-1,1	-4,7	3,3	3,5	-4,2	-1,1	2,3	23,6
Autres commerce de détail en magasin spécialisé	3,8	4,0	5,3	5,3	3,9	3,0	-0,1	4,4	3,1	1,7	-0,1	0,4	116,4
Habillage-chaussures	2,8	0,0	4,7	5,4	4,5	0,6	0,6	4,5	2,1	2,5	0,8	0,7	35,8
Autres équip. de la personne	0,6	6,0	3,3	6,5	6,2	2,8	1,1	6,9	5,6	4,5	-1,8	1,8	19,0
Pharmacies, articles médic. et orthop	6,2	6,5	5,1	4,4	3,1	2,2	3,0	2,3	2,0	-0,6	0,1	0,6	41,6
Autres magasins spécialisés	3,9	4,2	8,1	5,9	2,8	9,2	-8,7	6,7	5,0	2,8	-0,7	-1,7	19,9
Ensemble commerce non alimentaire en magasin	3,6	4,6	5,1	4,7	4,4	3,2	-3,4	3,8	2,7	1,4	-0,6	0,3	221,9
Commerce hors magasin	3,8	5,7	0,9	2,1	2,0	0,1	-3,7	-2,7	0,5	11,4	-0,1	0,4	31,4
Commerce sur évenaire ou marché	2,2	0,1	1,6	-0,5	1,8	-0,1	-0,9	-12,1	-3,1	9,8	0,0	0,9	6,7
Ventes à distance et autres formes de commerce	4,5	8,2	0,6	3,2	2,1	0,1	-4,7	0,4	1,5	11,9	-0,1	0,3	24,7
ENSEMBLE COMMERCE DE DÉTAIL ET ARTISANAT COMMERCIAL	3,6	3,3	2,9	3,2	3,6	3,1	-2,9	2,7	3,4	1,9	-0,2	-0,4	492,0
dont : activités artisanales	1,3	5,5	0,8	0,5	2,1	2,8	1,1	-0,5	0,7	2,2	1,0	1,8	14,6
dont : commerce de détail (hors pharmacies) et artisanat commercial (2)	3,4	3,1	2,7	3,0	3,6	3,2	-3,5	2,8	3,5	2,1	-0,2	-0,4	450,4

Source : Insee - Comptes du commerce

(1) boulangeries, pâtisseries, charcuteries

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

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

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

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

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

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

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

Formes de vente	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013sd	2014p
Alimentation spécialisée et artisanat commercial (1)	-2,4	-2,0	-0,2	0,7	0,6	-2,6	-1,1	-0,8	1,4	-1,8	-1,8	0,3
Boulangeries-pâtisseries	-0,3	2,9	0,5	0,5	0,5	-1,4	0,4	5,4	0,6	0,0	-0,3	2,0
Boucheries-charcuteries	-2,6	-1,4	-1,8	-2,3	-0,8	-1,7	-0,7	-11,3	1,3	-2,5	-0,4	-1,4
Autres magasins d'alimentation spécialisée	-3,7	-5,7	0,3	2,5	1,6	-3,8	-2,3	0,7	2,0	-2,5	-3,3	0,1
Petites surfaces d'alimentation générale et magasins de produits surgelés	1,7	1,3	-1,4	-2,3	0,6	-0,5	0,6	6,4	-2,2	-3,0	-0,6	0,6
Grandes surfaces d'alimentation générale	1,9	0,6	0,1	0,5	2,4	-0,5	-0,9	0,5	1,9	-1,7	-0,5	-0,5
ENSEMBLE Commerce alimentaire en magasin	1,1	0,2	0,0	0,4	2,0	-0,9	-0,9	0,6	1,5	-1,4	-0,8	-0,3
Grands magasins et autres magasins non alimentaires non spécialisés	1,1	5,1	2,6	0,5	4,7	-0,4	-2,3	1,8	3,2	2,4	0,4	1,7
Magasins non alimentaires spécialisés (y c.pharmacie)	3,6	4,7	5,4	5,5	5,3	2,1	-0,8	3,5	1,7	0,6	0,3	1,9
Carburants	1,7	-3,4	0,8	-0,6	-0,7	2,6	-14,6	6,1	-1,3	6,6	-1,8	-1,3
Technologie de l'information et de la communication	7,6	12,1	12,3	11,3	12,7	11,8	3,7	0,5	11,5	2,0	7,7	8,6
Équipement du foyer	4,3	7,1	6,3	6,4	8,0	2,6	-0,2	2,9	-1,1	0,4	-0,3	1,8
Culture, loisirs	1,7	3,9	4,2	3,7	4,6	-2,2	-6,0	1,4	1,6	-6,2	-3,1	0,8
Autres commerce de détail en magasin spécialisé	3,8	4,2	5,2	6,0	4,3	2,0	1,8	4,3	2,5	1,2	1,0	2,0
Habillement-chaussures	3,3	-0,1	4,5	5,3	3,9	0,0	-0,3	4,0	1,4	0,4	-0,1	0,8
Autres équipements de la personne	-1,2	4,8	2,6	3,8	4,1	1,2	0,3	5,7	3,2	2,3	-1,7	3,0
Pharmacies, articles médic et orthop	6,4	7,6	6,2	7,9	5,4	3,9	5,1	4,1	3,6	2,0	3,8	3,8
Autres magasins spécialisés	3,9	4,5	6,5	5,1	3,3	1,9	-0,2	3,7	1,6	0,0	-0,6	-0,4
ENSEMBLE Commerce non alimentaire en magasin	3,5	4,7	5,3	5,3	5,3	2,0	-0,9	3,5	1,7	0,4	0,3	1,9
Commerce hors magasin	3,0	5,9	1,4	1,8	1,8	-0,9	-3,0	-2,0	0,6	10,0	0,0	2,0
Commerce sur éventaire ou marché	0,5	0,5	1,0	-2,3	0,3	-2,7	-1,1	-13,3	-3,9	6,8	-1,7	2,4
Ventes à distance et autres formes de commerce	4,2	8,4	1,6	3,5	2,4	-0,2	-3,7	1,8	1,8	10,9	0,5	1,9
ENSEMBLE COMMERCE DE DÉTAIL ET ARTISANAT COMMERCIAL	2,3	2,5	2,4	2,7	3,5	0,5	-1,0	1,7	1,6	0,0	-0,2	0,8
dont : activités artisanales	-1,3	2,7	-0,3	-0,8	0,3	-1,5	0,4	-0,8	-1,3	0,5	-0,4	1,7
dont : commerce de détail (hors pharmacies) et artisanat à caractère commercial (2)	2,0	2,1	2,1	2,3	3,4	0,1	-1,6	1,5	1,4	-0,2	-0,6	0,6

Source : Insee - Comptes du commerce

(1) boulangeries, pâtisseries, charcuteries

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

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

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

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

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

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

1.1 - Petit commerce alimentaire : rebond des ventes en volume

Le petit commerce alimentaire comprend les secteurs de l'alimentation spécialisée et de l'artisanat commercial, ainsi que les petites surfaces d'alimentation générale et magasins de produits surgelés.

Tableau 1-2 : Évolution des ventes du petit commerce alimentaire *en valeur et en volume T.T.C.*

Évolution des ventes	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013sd	2014p	En %
													Poids 2014p (%)
En valeur													
Alimentation spécialisée et artisanat commercial	1,8	2,9	0,7	2,1	2,5	1,7	-0,8	1,2	4,1	1,5	0,8	1,2	100,0
Boulangeries-pâtisseries	2,6	5,8	1,6	1,7	2,3	2,8	0,9	5,7	2,6	1,5	0,9	2,1	29,6
Boucheries-charcuteries	-1,5	0,8	-0,5	-0,3	1,1	3,0	0,5	-11,1	3,9	0,4	2,2	-0,7	20,4
Autres magasins d'alimentation spécialisée	3,3	2,3	0,7	3,8	3,5	0,5	-2,6	4,5	5,1	2,0	0,2	1,4	50,0
Petites surfaces d'alimentation générale et magasins de produits surgelés	4,4	1,6	-1,1	-0,5	1,9	4,4	-0,2	8,0	0,1	0,0	0,4	-0,4	100,0
En volume													
Alimentation spécialisée et artisanat commercial	-2,4	-2,0	-0,2	0,7	0,6	-2,6	-1,1	-0,8	1,4	-1,8	-1,8	0,3	100,0
Boulangeries-pâtisseries	-0,3	2,9	0,5	0,5	0,5	-1,4	0,4	5,4	0,6	0,0	-0,3	2,0	29,8
Boucheries-charcuteries	-2,6	-1,4	-1,8	-2,3	-0,8	-1,7	-0,7	-11,3	1,3	-2,5	-0,4	-1,4	20,5
Autres magasins d'alimentation spécialisée	-3,7	-5,7	0,3	2,5	1,6	-3,8	-2,3	0,7	2,0	-2,5	-3,3	0,1	49,7
Petites surfaces d'alimentation générale et magasins de produits surgelés	1,7	1,3	-1,4	-2,3	0,6	-0,5	0,6	6,4	-2,2	-3,0	-0,6	0,6	100,0

Source : Insee - Comptes du commerce

▪ L'activité se stabilise pour l'alimentation spécialisée et l'artisanat commercial

Après deux années de contraction de l'activité, les ventes progressent très légèrement dans le secteur de l'alimentation spécialisée et de l'artisanat commercial (+ 0,3 % en volume) et augmentent en valeur de 1,2 %.

Les ventes en **boucheries-charcuteries** enregistrent une baisse de 1,4 % en volume et de 0,7 % en valeur. Le porc est la seule viande dont les achats ont progressé en 2014⁵¹.

Dans le secteur des autres **magasins d'alimentation spécialisée**, l'activité s'est stabilisée par rapport à 2013 (+ 0,1 % en volume). Le volume des ventes de tabac se replie de 4 %, en lien avec une nouvelle hausse des prix des tabacs (+ 5,2 %). Le développement de la cigarette électronique se poursuit.

L'activité se stabilise également en volume et en valeur dans les **commerces de poissons, crustacés et mollusques** (- 0,3 % en volume et - 0,2 % en valeur). Selon France Agrimer, les achats de poissons frais hors saumon (y compris les ventes dans les grandes surfaces alimentaires) restent stables⁵¹.

Dans le **commerce de détail de fruits et légumes**, l'augmentation des ventes de fruits et légumes se confirme avec une hausse en volume de 3,7 % (+ 1,4 % en 2013). Cet accroissement provient notamment d'une fréquence d'achat en hausse avec 66 actes d'achat par acheteur, soit le plus haut niveau observé au cours de ces dernières années⁵¹.

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

En 2014, les ventes des petites surfaces d'alimentation générale et des magasins de produits surgelés augmentent légèrement (0,6 % en volume). Cette hausse fait suite à trois années consécutives de baisse des ventes en volume. Depuis 2011, la valeur des ventes est à peu près stable.

Les ventes en **commerce de détail de produits surgelés** augmentent nettement en volume (+ 4,4 %) et de façon moindre en valeur (+ 2,7 %), du fait du recul des prix.

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

1.2 - Baisse d'activité pour les grandes surfaces à prédominance alimentaire

En 2014, les ventes en volume des grandes surfaces d'alimentation (GSA : hypermarchés, supermarchés et magasins multi-commerces) fléchissent pour la troisième année consécutive⁵⁰. La baisse des ventes en volume s'établit à - 0,5 % en 2014.

⁵¹ Les données et bilans de France Agrimer pour l'année 2014

La baisse du chiffre d'affaires en produits non alimentaires se poursuit dans les hypermarchés (- 2,1 % en 2014) et dans les supermarchés (- 1,7 % en 2014)⁵². En période de crise économique, l'arbitrage des ménages s'effectue vers des achats de première nécessité, induisant ainsi un repli des ventes sur tout ce qui concerne l'univers de la maison ainsi que celui des loisirs, observable dans les supermarchés tout particulièrement.

En 2014, les ventes en volume de produits alimentaires diminuent en particulier dans les supermarchés.

La place des GSA reste néanmoins prépondérante puisqu'elles réalisent plus du tiers des ventes du commerce de détail et de l'artisanat commercial, hors automobile (tous produits confondus). En 2014, les ventes des hypermarchés représentent 58 % de l'ensemble des GSA, celles des supermarchés 40 % (la part des ventes des magasins multi-commerces est de 2 %)⁵³.

Tableau 1-3 : Évolution des ventes des grandes surfaces d'alimentation générale, en valeur et en volume T.T.C

Évolution des ventes													En %	
	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013sd	2014p	Poids 2014p (%)	
En valeur														
Grandes surfaces d'alimentation générale	3,8	1,7	1,2	2,0	3,2	3,8	-2,9	2,3	4,8	1,2	0,1	-1,6	100,0	
Supermarchés	3,3	-1,8	-0,8	0,6	3,5	5,2	-2,0	1,2	6,4	1,0	-1,2	-1,7	40,4	
Hypermarchés	4,3	4,3	2,8	3,0	2,9	2,8	-3,3	3,0	3,9	1,4	1,1	-1,6	57,9	
En volume														
Grandes surfaces d'alimentation générale	1,9	0,6	0,1	0,5	2,4	-0,5	-0,9	0,5	1,9	-1,7	-0,5	-0,5	100,0	
Supermarchés	1,0	-3,4	-2,6	-1,5	2,2	-0,2	-0,2	-1,1	2,9	-2,2	-2,0	-0,6	40,4	
Hypermarchés	2,6	3,4	2,1	1,9	2,5	-0,8	-1,2	1,5	1,3	-1,2	0,6	-0,4	58,0	

Source : Insee - Comptes du commerce

Les ventes des **hypermarchés** restent orientées à la baisse. La situation est également difficile pour les **supermarchés**. Le niveau des ventes diminue respectivement de 0,4 % et de 0,6 % en volume en 2014.

1.3 - Les ventes du commerce non alimentaire non spécialisé progressent

En 2014, les ventes réalisées par le commerce non alimentaire non spécialisé progressent par rapport à 2013 (+ 1,7 % en volume). Ce secteur comprend les grands magasins et les « autres commerces non alimentaires non spécialisés » (de type « bazar »).

Tableau 1-4 : Évolution des ventes du commerce de détail non alimentaire en magasin non spécialisé, en valeur et en volume T.T.C.

Évolution des ventes													En %	
	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013sd	2014p	Poids 2014p (%)	
En valeur														
Commerce de détail non alimentaire en magasin non spécialisé	1,3	5,0	2,0	0,5	4,7	1,0	-1,8	2,6	5,0	5,4	1,4	1,4	100,0	
Grands magasins	-0,8	6,5	1,3	1,0	5,1	-0,3	-2,1	2,9	6,7	3,2	1,1	0,8	71,0	
Autres commerces non alimentaires spécialisés	7,4	0,9	3,9	-1,0	3,6	4,9	-0,9	1,9	1,0	6,5	2,1	2,9	29,0	
En volume														
Commerce de détail non alimentaire en magasin non spécialisé	1,1	5,1	2,6	0,5	4,7	-0,4	-2,3	1,8	3,2	2,4	0,4	1,7	100,0	
Grands magasins	-0,7	6,9	2,1	1,2	5,5	-2,0	-2,6	1,9	4,6	-0,1	0,0	1,2	71,0	
Autres commerces non alimentaires spécialisés	6,5	0,5	3,9	-1,5	2,7	4,3	-1,4	1,4	-0,2	4,3	1,4	3,0	29,0	

Source : Insee - Comptes du commerce

⁵² Enquête EMAGSA

⁵³ Annexe statistique : tableau II-2D « Établissements du commerce de l'alimentation générale »

Dans les **grands magasins**, surtout implantés à Paris et dans les grandes villes, les ventes augmentent légèrement en volume (+ 1,2 %) après avoir stagné les deux années précédentes mais leur croissance en valeur est faible (+ 0,8 %).

Les **autres commerces non alimentaires non spécialisés** (magasins de type « bazar ») connaissent une augmentation du volume de leurs ventes en 2014 (+ 3,0 % après + 1,4 % en 2013). Leurs ventes progressent de 2,9 % en valeur en 2014.

1.4 - Accélération pour le commerce non alimentaire spécialisé

Les ventes des secteurs du commerce non alimentaire spécialisé (y compris carburant et pharmacie) se redressent nettement en volume (+ 1,9 % en 2014 après 0,3 % en 2013).

En 2014, au sein du commerce non alimentaire spécialisé, le secteur le plus dynamique est celui des technologies de l'information et de la communication, tandis que le secteur le plus en difficulté est celui des stations-service.

▪ Poursuite du ralentissement des ventes au détail de carburants

Le ralentissement des ventes de carburants, observé en 2013, se poursuit en 2014 (- 1,3 % en volume). A cette baisse en volume s'ajoute une forte diminution des prix des carburants si bien que les ventes en valeur des stations-service baissent de 4,7 %.

Tableau 1-5 : Évolution des ventes du commerce non alimentaire spécialisé, *en valeur et en volume T.T.C.*

Évolution des ventes	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013sd	2014p	En %
													Poids 2014p (%)
En valeur													
Magasins non alimentaires spécialisés (y c. pharmacies)	3,6	4,7	5,3	4,8	4,4	3,2	-3,4	3,8	2,6	1,3	-0,7	0,2	100,0
- carburant	4,4	3,9	12,7	4,7	1,1	14,9	-27,8	18,6	12,2	11,8	-3,7	-4,7	7,2
- technologie de l'information et de la communication	3,0	6,0	5,1	5,0	5,4	1,4	-6,1	-7,1	3,5	-3,5	0,1	-0,2	4,2
- équipement du foyer	4,1	6,2	4,7	5,3	6,7	2,3	-1,2	1,6	-1,7	0,8	-0,8	0,5	23,1
- culture et loisirs	2,1	4,9	3,0	2,5	3,6	-1,1	-4,7	3,3	3,5	-4,2	-1,1	2,3	11,0
- autres magasins spécialisés (y c.pharmacies)	3,8	4,0	5,3	5,3	3,9	3,0	-0,1	4,4	3,1	1,7	-0,1	0,4	54,5
En volume													
Magasins non alimentaires spécialisés (y c.pharmacies)	3,6	4,7	5,4	5,5	5,3	2,1	-0,8	3,5	1,7	0,6	0,3	1,9	100,0
- carburant	1,7	-3,4	0,8	-0,6	-0,7	2,6	-14,6	6,1	-1,3	6,6	-1,8	-1,3	7,3
- technologie de l'information et de la communication	7,6	12,1	12,3	11,3	12,7	11,8	3,7	0,5	11,5	2,0	7,7	8,6	4,5
- équipement du foyer	4,3	7,1	6,3	6,4	8,0	2,6	-0,2	2,9	-1,1	0,4	-0,3	1,8	23,0
- culture et loisirs	1,7	3,9	4,2	3,7	4,6	-2,2	-6,0	1,4	1,6	-6,2	-3,1	0,8	10,7
- autres magasins spécialisés (y c.pharmacies)	3,8	4,2	5,2	6,0	4,3	2,0	1,8	4,3	2,5	1,2	1,0	2,0	54,5

Source : Insee - Comptes du commerce

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

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

La progression des ventes en volume déjà vive en 2013, continue de croître à un rythme soutenu en 2014 à 8,6 %. Après un fléchissement en 2009, 2010 et 2012, le secteur des TIC renoue, depuis 2013 avec sa croissance moyenne des dix dernières années.

Tableau 1-6 : Évolution des ventes du commerce d'équipements de l'information et de la communication, en valeur et en volume T.T.C.

En %

Évolution des ventes	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013sd	2014p	Poids 2014p (%)
En valeur													
Technologie de l'information et de la communication	3,0	6,0	5,1	5,0	5,4	1,4	-6,1	-7,1	3,5	-3,5	0,1	-0,2	100,0
Ordinateurs, unités périphériques et logiciels	5,7	8,2	7,6	5,8	6,1	1,5	-7,5	-7,8	3,9	-1,5	0,7	1,5	69,5
Matériel de télécommunication	5,7	8,2	7,6	5,8	6,1	4,0	3,6	-2,4	13,1	-2,0	-1,4	-8,3	14,0
Matériel audio et vidéo	0,9	4,2	2,9	4,3	4,7	0,2	-5,1	-7,3	-3,8	-11,9	-0,9	0,3	16,5
En volume													
Technologie de l'information et de la communication	7,6	12,1	12,3	11,3	12,7	11,8	3,7	0,5	11,5	2,0	7,7	8,6	100,0
Ordinateurs, unités périphériques et logiciels	9,8	13,4	13,1	9,4	9,4	11,2	0,6	-0,7	11,7	3,5	8,3	10,4	69,5
Matériel de télécommunication	9,8	13,4	13,1	9,4	9,4	11,4	10,2	7,1	23,6	4,5	8,4	2,3	14,4
Matériel audio et vidéo	5,8	11,1	11,7	12,9	15,7	13,6	10,9	1,1	4,1	-6,3	4,7	6,7	16,1

Source : Insee - Comptes du commerce

Les ventes des magasins spécialisés dans la vente d'**ordinateurs** continuent de progresser en 2014 (+ 10,4 % en volume après + 8,3 % en 2013). En 2014, l'expansion du marché des tablettes numériques se poursuit avec un catalogue considérablement enrichi. Une tendance forte de l'année 2014 est le développement du gaming qui justifie la montée en gamme sur le marché du PC et profite abondamment aux souris et aux claviers⁵⁴. Les ventes en volume des produits de stockage enregistrent une hausse de 2 %. A l'exception des ventes de disques durs externes, plusieurs marchés de stockage se portent bien. C'est le cas des périphériques tels que clés USB, cartes SSD et NAS qui enregistrent des dynamiques très positives en volume⁵⁵. Ce secteur connaît néanmoins une forte baisse des prix.

Le secteur du **matériel de télécommunication** est en repli par rapport à l'année précédente avec une croissance en volume de 2,3 % en 2014 après 8,4 % en 2013. Les ventes de smartphones entretiennent toujours le dynamisme de ce secteur. L'innovation est constante avec le mode photo, vidéo ou en termes d'autonomie ou de puissance du processeur. Comme en 2013, les ventes des grandes tailles d'écran au-dessus de 5 pouces continuent de progresser. Cette taille d'écran séduit près d'un consommateur sur 5 cette année. En 2014, le marché très prometteur des objets connectés émerge avec les montres ou les bracelets autour du poignet⁵⁴. Les ventes du secteur du matériel de télécommunication diminuent de 8,3 % en valeur, en raison d'une forte baisse des prix à qualité constante.

Le **commerce de matériel audio et vidéo** poursuit sa progression entamée en 2013 (+ 6,7 % en volume après + 4,7 % en 2013). Les produits vedettes de 2013 telles que les enceintes Bluetooth, les barres de son, la hifi nouvelle génération, confortent leur statut. Dorénavant, le « sans-fil » comptabilise 53 % du chiffre d'affaires de la hifi et audio-vidéo réunis. L'actualité sportive (Coupe du Monde FIFA) a favorisé les ventes de matériel audio et vidéo. L'électronique de loisirs est tirée de manière naturelle vers les produits connectés grâce à des usages de plus en plus nombreux (le streaming vidéo et audio, le jeu en ligne et la photo) qui poussent les utilisateurs à renouveler leurs équipements audio et photo qui embarquent des fonctions connectées⁵⁴. L'année 2014 voit également l'émergence de nouveaux concepts, tel que celui des enceintes connectées (chaînes multi-room).

▪ Reprise dans l'équipement du foyer

Le commerce de détail d'équipement du foyer comprend le commerce de détail d'équipements ménagers, tels que textiles, quincaillerie, tapis, appareils électriques et électroménager ou meubles, en magasins spécialisés. En 2014, le secteur amorce une reprise (+ 1,8 % en volume), mais les évolutions de l'activité demeurent assez contrastées selon les produits.

La conjoncture a été plus favorable au commerce d'**appareils électroménagers** qu'aux autres secteurs. En effet, c'est le seul secteur dont les ventes continuent de progresser depuis le léger fléchissement de 2011 (+ 10,4 % en volume après 8,4 % en 2013).

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

Le petit électroménager connaît une croissance ininterrompue depuis dix ans. Parmi les produits les plus présents dans les foyers, on compte l'équipement du petit déjeuner, les appareils d'entretien des sols et

⁵⁴ GFK « Communiqué de presse : le marché des biens d'équipement de la maison – mars 2015 »

⁵⁵ GFK « Communiqué de presse : le marché des biens techniques en France – février 2015 »

ceux liés au soin du linge. Les robots multifonctions et les épilateurs à lumière pulsée connaissent un franc succès avec une croissance de 25 % pour les premiers et 71 % pour les seconds. Derrière ces catégories, on retrouve les appareils de coiffure, les « kitchen machines », les tondeuses à barbe et les aspirateurs-balais⁵⁶.

Tableau 1-7 : Évolution des ventes du commerce de détail des autres équipements du foyer, en valeur et en volume T.T.C.

En %

Évolution des ventes	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013sd	2014p	Poids 2014p (%)
En valeur													
Équipement du foyer	4,1	6,2	4,7	5,3	6,7	2,3	-1,2	1,6	-1,7	0,8	-0,8	0,5	100,0
Commerce de détail de textile	-3,7	9,3	2,4	-1,3	2,6	3,6	-2,1	-5,2	-3,1	-0,1	-3,0	-1,9	2,2
Commerce de détail de quincaillerie, peintures et verres (petites surfaces)	0,9	10,7	4,5	6,2	6,3	2,7	-2,3	13,4	0,1	-0,5	-0,5	-2,8	4,6
Commerce de détail de quincaillerie, peintures et verres (grandes surfaces)	10,3	8,2	7,2	6,5	8,2	4,2	-0,4	-0,5	0,2	1,4	-0,3	0,0	36,2
Commerce de détail de tapis, moquette et revêtements de murs et de sols	-0,9	3,0	-4,7	-0,1	7,0	-2,4	-6,9	-4,9	-3,8	-4,8	-5,1	-1,2	1,5
Commerce de détail d'appareils électroménagers	0,9	4,2	2,9	4,3	4,7	0,9	0,6	2,2	-3,7	-1,0	2,7	4,0	16,5
Commerce de détail de meubles	1,7	4,0	14,2	4,6	6,1	1,3	-2,4	3,5	-2,4	-2,6	-2,9	-0,3	30,9
Commerce de détail autres équipements du foyer	5,2	5,6	-30,0	10,5	9,2	1,5	-1,9	0,1	-3,6	0,3	-0,1	1,2	8,2
En volume													
Équipement du foyer	4,3	7,1	6,3	6,4	8,0	2,6	-0,2	2,9	-1,1	0,4	-0,3	1,8	100,0
Commerce de détail de textile	-4,7	8,9	3,2	-1,9	2,7	3,3	-2,7	-3,7	-4,4	-6,1	-5,3	-0,9	2,2
Commerce de détail de quincaillerie, peintures et verres (petites surfaces)	-0,7	9,6	3,6	4,9	4,5	1,4	-3,0	14,9	0,9	-0,9	0,0	-1,3	4,6
Commerce de détail de quincaillerie, peintures et verres (grandes surfaces)	9,2	7,7	7,0	6,0	7,2	2,1	-2,0	-0,9	-0,6	-0,3	-0,8	0,5	35,9
Commerce de détail de tapis, moquette et revêtements de murs et de sols	-1,7	2,3	-4,6	-1,0	5,3	-4,6	-6,7	-4,5	-5,0	-10,0	-5,8	-1,5	1,5
Commerce de détail d'appareils électroménagers	5,8	11,1	11,7	12,9	15,7	9,8	10,3	9,6	2,5	4,1	8,4	10,4	17,2
Commerce de détail de meubles	1,5	4,2	15,5	5,1	6,9	0,4	-2,4	3,9	-2,6	-3,2	-3,3	-0,1	30,5
Commerce de détail autres équipements du foyer	4,9	5,8	-28,9	11,8	10,7	0,6	-1,9	-0,1	-4,5	-1,3	-0,8	1,3	8,1

Source : Insee-Comptes du commerce

Dans le secteur du **bricolage** (grandes surfaces et petites quincailleries), les ventes restent globalement stables avec un léger recul en volume et en valeur pour les petites surfaces (respectivement - 1,3 % et - 2,8 %). Ce secteur évolue sous l'influence de nouvelles pratiques comme celles de la consommation collaborative, la location ou le troc.

L'activité diminue dans le commerce de **textiles** (- 0,9 % en volume) et surtout dans les commerces spécialisés dans les **revêtements de sols et murs** dont les ventes sont orientées à la baisse depuis plusieurs années (- 1,5 % en volume en 2014 après - 5,8 % en 2013) .

En 2014, le secteur du commerce de **meubles** est atone. Les ventes se sont stabilisées à - 0,1 % en volume et à - 0,3 % en valeur. Les consommateurs privilégient la modification de l'existant ou investissent dans la décoration. L'achat de nouveaux meubles n'est plus une priorité et l'économie circulaire représente une véritable tendance de fond. La redistribution avec la brocante, les sites de ventes et d'enchères en lignes, la réparation, le don à travers l'économie sociale et solidaire, le recyclage sont autant de nouveaux modes de consommation dans ce secteur⁵⁷. Comme en 2012 et 2013, seule la literie a enregistré une croissance de ses ventes⁵⁸.

⁵⁶ GIFAM « Groupement Interprofessionnel des Fabricants d'Appareils d'Équipement Ménager »

⁵⁷ Eco-mobilier

⁵⁸ FNAEM « Fédération française du Négoce, de l'Ameublement et de l'Équipement de la Maison »

▪ **Les ventes de biens culturels et de loisirs rebondissent**

L'activité des **magasins dans le secteur culturel et récréatif** repart légèrement à la hausse avec des ventes qui augmentent de + 0,8 % en volume et de + 2,3 % en valeur en 2014. L'activité globale du secteur est pénalisée par la moindre performance du commerce de détail de journaux et papeterie.

Tableau 1-8 : Évolution des ventes du commerce de biens culturels et de loisir, en *valeur* TTC et en *volume*

Évolution des ventes	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013sd	2014p	En %
													Poids 2014p (%)
En valeur													
Culture-loisirs	2,1	4,9	3,0	2,5	3,6	-1,1	-4,7	3,3	3,5	-4,2	-1,1	2,3	100,0
Commerce de détail de livres	-2,7	3,3	-0,6	-1,0	1,5	0,1	0,7	5,7	2,7	-3,0	-3,3	3,1	9,8
Commerce de détail de journaux et papeterie	-2,7	3,3	-0,6	-1,0	1,5	0,2	-4,6	1,2	3,1	1,0	-1,2	2,1	40,7
Commerce de détail d'enregistrements musicaux et vidéo	0,9	4,2	2,9	4,3	4,7	-0,9	-3,4	-3,4	-5,0	-14,4	-12,4	1,8	2,0
Commerce de détail d'articles de sport	8,2	6,5	6,4	5,1	4,8	-2,8	-6,4	5,2	4,5	2,3	0,0	2,6	40,5
Commerce de jeux et jouets	5,7	8,2	7,6	5,8	6,1	3,6	0,1	5,1	4,4	-0,9	-0,6	0,5	7,1
En volume													
Culture-loisirs	1,7	3,9	4,2	3,7	4,6	-2,2	-6,0	1,4	1,6	-6,2	-3,1	0,8	100,0
Commerce de détail de livres	-5,9	-2,2	-1,5	-1,6	-0,1	-1,6	-2,5	3,4	1,5	-5,2	-5,3	1,6	9,7
Commerce de détail de journaux et papeterie	-5,9	-2,2	-1,5	-1,6	-0,1	-2,2	-7,3	-3,2	-1,0	-3,7	-6,1	-1,8	39,7
Commerce de détail d'enregistrements musicaux et vidéo	5,8	11,1	11,7	12,9	15,7	0,6	-2,6	-2,7	-4,4	-14,1	-11,3	3,4	2,0
Commerce de détail d'articles de sport	8,4	6,7	6,4	4,9	4,6	-3,0	-6,5	5,4	4,0	2,4	0,7	3,2	41,4
Commerce de jeux et jouets	9,8	13,4	13,1	9,4	9,4	1,7	-2,4	7,1	6,0	-1,7	-1,6	0,5	7,2

Source : Insee-Comptes du commerce

Depuis une dizaine d'années, les ventes des **commerces de journaux et papeterie** ont tendance à diminuer sous l'effet de la concurrence d'internet et de la presse quotidienne gratuite. La baisse des ventes est cependant ralentie avec - 1,8 % en volume et + 2,1 % en valeur alors que ce repli atteignait - 6,1 % en volume et - 1,2 % en valeur en 2013.

La situation s'améliore pour le **commerce de livres en magasin spécialisé**. Les ventes de ce secteur augmentent de 1,6 % en volume alors qu'elles avaient diminué de 5,3 % l'année précédente. Les librairies doivent toujours faire face à la concurrence croissante de la vente de livres sur internet. Le développement du marché du livre numérique s'est poursuivi en 2014 avec huit millions d'unités téléchargées de façon payante et un chiffre d'affaires en hausse de 45 %. Les catégories souffrant le plus de la baisse des ventes sur le marché « physique » sont les dictionnaires et encyclopédies, les méthodes de langues, les cartes et atlas. Sur le segment des livres pratiques, le succès des ouvrages de coloriage anti-stress pour adultes a stimulé le marché en 2014 avec 1,7 millions d'exemplaires vendus⁵⁹.

La vente **d'articles de sport** est en hausse (+ 3,2 % en volume et + 2,6 % en valeur). Le marché est porté par la chaussure de sport. En terme de disciplines pratiquées, le running, le basketball et les activités pratiquées en clubs de gym sont les moteurs de l'activité⁶⁰.

Après deux années de ralentissement des ventes, le **commerce des jeux et jouets** se stabilise en 2014 (+ 0,5 % en volume et en valeur). L'année a été portée par la Coupe du Monde de football avec l'explosion des ventes de vignettes Panini, les bracelets Loom, les produits de licences et les jouets interactifs. Les ventes se sont également concentrées sur les produits dérivés des derniers films à succès tels que Lego, Cars, la Reine des Neiges, par exemple⁶¹.

⁵⁹ GFK « Bilan du marché du livre en 2014 – mars 2015 »

⁶⁰ Magazine « Filière Sport »

⁶¹ LSA : magazine de la grande distribution – Marché du jouet 2014 – janvier 2015

- **Entre ralentissement et stagnation pour les autres commerces de détail en magasin spécialisé**

Tableau 1-9 : Évolution des ventes des autres commerces de détail en magasin spécialisé, *en valeur et en volume T.T.C.*

En %

Évolution des ventes	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013sd	2014p	2014p
En valeur													
Habillement-chaussures	2,8	0,0	4,7	5,4	4,5	0,6	0,6	4,5	2,1	2,5	0,8	0,7	100,0
Commerce de détail d'habillement	3,4	-1,7	6,5	4,9	4,3	0,5	0,5	4,2	2,3	2,4	0,9	1,0	84,0
Commerce de détail de la chaussure	0,1	8,0	-2,9	7,4	5,3	0,9	1,4	5,8	1,2	2,2	0,5	-0,7	16,0
Autres équipements de la personne	0,6	6,0	3,3	6,5	6,2	2,8	1,1	6,9	5,6	4,5	-1,8	1,8	100,0
Commerce de détail de la maroquinerie et d'articles de voyage	-3,7	5,4	6,7	9,5	8,3	3,4	4,8	17,6	13,7	10,8	-2,5	-2,1	11,8
Commerce de détail de parfumerie et de produits de beauté	-1,2	9,6	3,1	3,7	8,1	3,6	0,6	5,5	6,1	4,9	0,9	2,9	31,6
Commerce de détail d'horlogerie et de bijouterie	-3,3	-0,7	1,5	5,9	7,0	2,8	-1,2	12,4	12,9	6,4	-6,9	4,2	23,7
Commerce de détail d'optique	6,9	8,1	3,7	8,6	3,6	1,8	2,2	2,3	-1,8	0,9	-0,3	0,5	32,9
Pharmacies et commerce articles médicaux et orthop.	6,2	6,5	5,1	4,4	3,1	2,2	3,0	2,3	2,0	-0,6	0,1	0,6	100,0
Autres commerces en magasin spécialisés (1)	3,9	4,2	8,1	5,9	2,8	9,2	-8,7	6,7	5,0	2,8	-0,7	-1,7	100,0
En volume													
Habillement-chaussures	3,3	-0,1	4,5	5,3	3,9	0,0	-0,3	4,0	1,4	0,4	-0,1	0,8	100,0
Commerce de détail d'habillement	4,0	-1,6	6,4	4,8	3,9	0,0	-0,4	3,9	1,7	0,2	0,2	1,2	84,2
Commerce de détail de la chaussure	0,3	7,2	-3,6	7,4	4,0	0,0	0,3	4,5	0,0	0,5	-1,3	-1,5	15,8
Autres équipements de la personne	-1,2	4,8	2,6	3,8	4,1	1,2	0,3	5,7	3,2	2,3	-1,7	3,0	100,0
Commerce de détail de la maroquinerie et d'articles de voyage	-3,3	5,5	5,9	8,8	7,3	2,1	3,8	16,5	10,3	7,2	-4,1	-2,5	11,6
Commerce de détail de parfumerie et de produits de beauté	-4,5	8,2	3,4	2,5	7,1	1,1	-0,8	5,0	5,2	3,7	1,1	4,1	31,6
Commerce de détail d'horlogerie et de bijouterie	-4,6	-1,7	0,3	-3,4	0,4	-4,2	-6,9	2,6	0,3	-1,9	-8,7	6,1	23,8
Commerce de détail d'optique	5,5	6,8	2,6	8,7	3,0	4,9	5,6	5,3	1,2	2,9	1,8	1,8	33,0
Pharmacies et commerce articles médicaux et orthop.	6,4	7,6	6,2	7,9	5,4	3,9	5,1	4,1	3,6	2,0	3,8	3,8	100,0
Autres commerces en magasin spécialisés (1)	3,9	4,5	6,5	5,1	3,3	1,9	-0,2	3,7	1,6	0,0	-0,6	-0,4	100,0

Source : Insee - Comptes du commerce

- **Légère augmentation des ventes des magasins d'habillement-chaussures**

En 2014, les ventes des magasins d'habillement-chaussures augmentent un peu (+ 0,8 % en volume et + 0,7 % en valeur).

Pour les détaillants de l'**habillement** (grandes enseignes d'habillement et boutiques indépendantes), l'activité affiche une croissance faible en volume (+ 1,2 %). Les ventes en magasin spécialisé sont concurrencées par les ventes de vêtements en ligne sur des sites internet spécialisés, qui continuent d'avoir le vent en poupe, notamment en période de soldes et par les ventes des magasins d'occasion qui concernent, depuis la crise, une large partie des consommateurs (succès des boutiques de vêtements vintage).

Après une reprise en 2010, les ventes du secteur de la **chaussure** continuent de fléchir (- 1,5 % en volume). Les ventes en valeur ont plus légèrement baissé (- 0,7 % en valeur) car les prix augmentent peu.

- **Repli des ventes dans les secteurs de la maroquinerie et des articles de voyage**

Les ventes des magasins consacrés aux **autres équipements de la personne** amorcent une légère reprise (+ 3,0 % en volume et + 1,8 % en valeur) après une année 2013 difficile.

En 2014, les ventes du commerce de détail de la **maroquinerie et des articles de voyage** poursuivent leur repli (- 2,5 % en volume et - 2,1 % en valeur). Le secteur ne parvient pas à retrouver le fort dynamisme des années 2004 à 2012.

Le secteur du commerce d'**horlogerie et de bijouterie** bénéficie d'une embellie avec une augmentation des ventes de + 6,1 % en volume et de 4,2 % en valeur. Les bijoux en or tous titres constituent la plus grande part des ventes devant les montres puis les bijoux en argent⁶².

Le secteur de la **parfumerie et des produits de beauté** est très dynamique en 2014. Les ventes progressent de 4,1 % en volume et de 2,9 % en valeur.

Les ventes du commerce d'**optique** progressent de 1,8 % en volume et de 0,5 % en valeur en 2014. L'activité continue d'être portée par les bonnes ventes des verres de correction, situés dans une gamme

⁶² Comité Francéclat

de prix élevés avec une montée en gammes des verres vendus : traitements anti-UV, antireflets de dernière génération qui protègent de la lumière bleue⁶³, lumière la plus éblouissante.

- **Reprise des ventes dans les pharmacies**

Comme en 2013, les ventes des **commerces de produits pharmaceutiques et d'articles médicaux et orthopédiques** progressent à nouveau à un rythme soutenu en volume (+ 3,8 %). En valeur, les ventes restent stables (+ 0,6 %), du fait notamment de la généralisation des médicaments génériques qui entraîne une baisse des prix. Le développement des grands conditionnements pour les traitements de longue durée tire également les prix à la baisse.

1.5 - Commerce hors magasin en légère reprise

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

Tableau 1-10 : Évolution des ventes dans le commerce hors magasin, *en valeur et en volume T.T.C.*

Évolution des ventes	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013sd	2014p	En %
													Poids 2014p (%)
En valeur													
Commerce hors magasin	3,8	5,7	0,9	2,1	2,0	0,1	-3,7	-2,7	0,5	11,4	-0,1	0,4	100,0
Commerce sur éventaire ou marché	2,2	0,1	1,6	-0,5	1,8	-0,1	-0,9	-12,1	-3,1	9,8	0,0	0,9	21,4
Ventes à distance et autres formes de commerce	4,5	8,2	0,6	3,2	2,1	0,1	-4,7	0,4	1,5	11,9	-0,1	0,3	78,6
En volume													
Commerce hors magasin	3,0	5,9	1,4	1,8	1,8	-0,9	-3,0	-2,0	0,6	10,0	0,0	2,0	100,0
Commerce sur éventaire ou marché	0,5	0,5	1,0	-2,3	0,3	-2,7	-1,1	-13,3	-3,9	6,8	-1,7	2,4	21,4
Ventes à distance et autres formes de commerce	4,2	8,4	1,6	3,5	2,4	-0,2	-3,7	1,8	1,8	10,9	0,5	1,9	78,6

Source : Insee - Comptes du commerce

L'activité du **commerce sur éventaire ou marché** augmente. En 2014, les ventes de ce secteur s'accroissent de 2,4 % en volume alors qu'en valeur, elles restent relativement stables (+ 0,9 %).

En 2014, la **vente à distance et les autres formes de commerce** augmentent légèrement en volume et stagnent en valeur. Toutefois, l'évolution des ventes est très hétérogène selon les secteurs. Les ventes à distance sur catalogue spécialisé progressent de 4,4 % en volume alors que celles sur catalogue général se stabilisent à 0,9 %. En valeur, les ventes varient respectivement de + 2,5 % et - 1,0 %.

Le déclin des formes traditionnelles de vente à distance est compensé par la progression du e-commerce (sur catalogue général ou spécialisé).

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

Comme en 2013, les ventes sur internet continuent de progresser. Le rythme de création de sites reste toujours dynamique avec 157 300 sites marchands actifs en 2014, soit une progression de 14 % en un an. La demande est tirée par l'arrivée de nouveaux acheteurs en ligne et par l'augmentation de la fréquence d'achats même si le panier moyen s'affiche toujours en baisse⁶⁴.

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

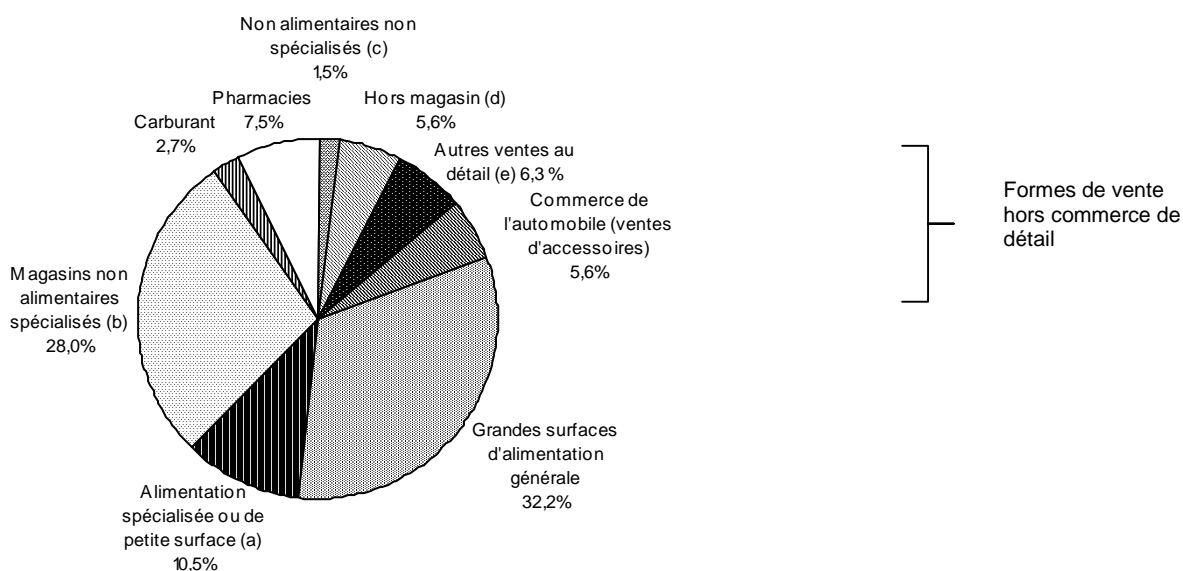
⁶³ GFK « Dépenses d'optique en 2014 – mars 2014 »

⁶⁴ FEVAD « Fédération e-commerce et vente à distance – bilan 2014 »

2 - Les parts de marché par forme de vente

En 2014, l'ensemble du commerce de détail et de l'artisanat à caractère commercial réalise plus de 88 % des ventes de produits commercialisables hors ventes d'automobiles⁶⁵ (graphique 1 et tableau 2). Le secteur du commerce et de la réparation d'automobiles représente 5,6 % de ces ventes (équipements automobiles essentiellement). Les autres secteurs (grossistes, producteurs et prestataires de services) réalisent le complément (6,3 % du total des ventes au détail de produits commercialisables hors automobile), lors de ventes directes aux particuliers à titre accessoire. Un point de part de marché représente, toutes taxes comprises, 5,6 milliards d'euros en 2014.

Graphique 1 : Parts de marché par forme de vente (en pourcentage des ventes des produits commercialisables hors véhicules automobiles) en 2014



Source : Insee - Comptes du commerce

- (a) Alimentation spécialisée, artisanat commercial et petites surfaces d'alimentation générale
- (b) Hors commerces de carburant et pharmacies
- (c) Grands magasins, drugstores, bazars...
- (d) Vente sur marchés, vente à distance et autres...
- (e) Ventes au détail des grossistes et des prestataires de services, ventes directes des producteurs

Les magasins dits de maxidiscount ne constituent pas une catégorie particulière dans les nomenclatures : ils sont classés selon leur superficie en supérettes (moins de 1/3 d'entre eux) ou en supermarchés.

Méthode

La répartition des ventes des secteurs par formes de vente a été ré-estimée à l'occasion du changement de base 2010 en se fondant sur les informations de l'enquête structurelle annuelle (ESA) de 2011. Selon la méthode habituelle des comptes du commerce, cette répartition est supposée stable durant une base des comptes, les parts de marchés se déformant uniquement sous l'effet de l'évolution des ventes des différents secteurs. La raison d'être de cette hypothèse est de s'affranchir des aléas statistiques qui affectent la réponse des entreprises à l'ESA d'une année sur l'autre, rendant la procédure d'estimation fragile. Cette hypothèse peut toutefois être mise en défaut s'il existe des tendances fortes sur les structures des ventes par forme de vente au sein des secteurs, en particulier si le développement des ventes en ligne conduit à réduire, pour une même entreprise, la part des ventes en magasins. A contrario, si le développement du e-commerce passe en premier lieu par celui d'entreprises spécialisées (pure-players), cette structure restera relativement stable.

Selon les données de l'ESA 2009, 2010 et 2011, la part des ventes à distance déclarée pour chaque secteur varie peu d'une année à l'autre. En revanche les ventes par internet se développent particulièrement dans le secteur de la vente à distance sur catalogue général (un peu plus de la moitié des ventes en 2009, les trois quarts en 2011 pour ce secteur).

On étudie en outre la possibilité d'isoler les ventes par internet dans les comptes du commerce. Rappelons toutefois que d'importants acteurs de la vente en ligne non résidents en France échappent au champ des statistiques d'entreprises, ce qui conduit à sous estimer la part des ventes réalisées par le e-commerce. En revanche, les achats auprès des entreprises non résidentes sont pris en compte dans la consommation par produits sur laquelle est calée le montant des ventes.

⁶⁵ Par convention, l'analyse des parts de marché porte sur les ventes au détail TTC de produits commercialisables hors ventes de véhicules, caravanes, remorques, neufs ou d'occasion, et hors entretien et réparation de véhicules, mais y compris produits liés à l'automobile. Les produits liés à l'automobile comprennent les pièces détachées et les pneumatiques, même dans le cas où ils sont montés par les réparateurs, ainsi que les carburants et lubrifiants.

Tableau 2 : Parts de marché (en %) - Ensemble des produits commercialisables (hors véhicules automobiles), en valeur T.T.C.

Formes de vente *	2009	2010	2011	2012	2013sd	2014p
Alimentation spécialisée, artisanat commercial et petites surfaces d'alimentation générale	10,3	10,4	10,4	10,3	10,4	10,5
Grandes surfaces d'alimentation générale	32,2	32,2	32,8	32,6	32,7	32,2
Supermarchés	13,1	13,0	13,5	13,4	13,2	13,0
Hypermarchés	18,5	18,6	18,8	18,7	18,9	18,7
Grands magasins et autres magasins non alimentaires non spécialisés	1,3	1,4	1,4	1,5	1,5	1,5
Magasins non alimentaires spécialisés (y c.pharmacies)	37,9	38,5	38,4	38,3	38,0	38,2
Carburant	2,6	2,5	2,7	3,0	2,9	2,7
Pharmacies (1)	7,7	7,6	7,6	7,4	7,4	7,5
Autres	27,7	28,4	28,2	27,9	27,8	28,0
Commerce hors magasin	4,9	5,2	5,1	5,6	5,6	5,6
Eventaire et marché	1,3	1,2	1,1	1,2	1,2	1,2
Vente à distance	2,7	3,3	3,2	3,5	3,5	3,5
Autres formes	0,9	0,7	0,8	0,9	0,9	0,9
ENSEMBLE COMMERCE DE DÉTAIL ET ARTISANAT A CARACTERE COMMERCIAL	86,6	87,6	88,1	88,3	88,2	88,1
Ventes au détail du commerce automobile (2)	6,4	5,6	5,5	5,3	5,5	5,6
Autres ventes au détail (3)	7,0	6,8	6,3	6,4	6,3	6,3
ENSEMBLE DES VENTES AU DÉTAIL (EN %)	100%	100%	100%	100%	100%	100%
ENSEMBLE DES VENTES AU DÉTAIL EN MILLIARDS D'EUROS TTC	529,0	535,7	550,5	558,8	559,7	558,7

Source : Insee - Comptes du commerce

(1) Pharmacies et commerce d'articles médicaux et orthopédiques

(2) A l'exclusion des ventes et réparations de véhicules automobiles, y compris les ventes et réparations de motocycles

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

* Rappel : la part de marché d'une forme de vente est une estimation de la part de marché de l'ensemble des magasins correspondants

Pour l'ensemble des produits commercialisables (hors véhicules automobiles), la part de marché des grandes surfaces d'alimentation générale s'élève à 32,2 % en 2014. Elle a baissé de 0,6 point depuis 2011 retrouvant son niveau de 2010.

La part des commerces alimentaires spécialisés et des petites surfaces reste stable et s'établit à 10,5 %.

La part des commerces non alimentaires spécialisés atteint 38,2 %. La part de marché des pharmacies est de 7,5 %.

Enfin, la part du commerce et réparation automobile se stabilise à 5,6 % en 2014.

Pour tenir compte des évolutions de la structure de la consommation des ménages, on distingue les parts de marché dans les ventes de produits alimentaires et dans celles de produits non alimentaires.

2.1 - Produits alimentaires

Les **grandes surfaces** d'alimentation générale⁶⁶ commercialisent près des deux tiers des produits alimentaires (hors tabac) (tableau 3). En 2014, leur part de marché sur ces produits s'élève à 65,5 %, en recul de 2,4 points par rapport à 2010.

La part des **petites surfaces alimentaires** (supérettes, alimentations générales, commerces de surgelés) reste stable et s'établit à 7,2 % en 2014. La part des **commerces alimentaires spécialisés**, y compris l'artisanat commercial, s'élève à 18,2 % en 2014, en hausse de 0,3 point par rapport à 2013.

Les **ventes hors magasin** de produits alimentaires représentent 6,3 % des ventes totales de produits alimentaires en 2014, elles sont en augmentation de 1,5 point par rapport à 2010.

Tableau 3 : Parts de marché (en %) - Produits alimentaires (hors tabac), en valeur T.T.C.

Formes de vente *	2009	2010	2011	2012	2013sd	2014p
Alimentation spécialisée et artisanat commercial	18,4	18,1	18,2	17,9	17,9	18,2
Boulangeries-pâtisseries	7,1	7,1	7,1	6,9	6,8	7,0
Boucheries-charcuteries	5,1	5,0	5,0	4,8	4,8	4,8
Autres magasins d'alimentation spécialisée	6,3	6,1	6,2	6,1	6,2	6,4
Petites surfaces d'alimentation générale et magasins de produits surgelés	7,2	7,2	7,3	7,3	7,2	7,2
Grandes surfaces d'alimentation générale	66,6	67,9	66,7	65,7	66,1	65,5
Supermarchés	29,1	30,8	30,0	29,1	28,7	28,3
Hypermarchés	36,3	36,5	35,8	35,7	36,5	36,3
Grands magasins et autres magasins non alimentaires non spécialisés	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1
Magasins non alimentaires spécialisés (y c.pharmacies)	0,8	0,7	1,0	1,2	1,1	1,1
Carburant	0,2	0,1	0,2	0,3	0,2	0,3
Pharmacies (1)	0,3	0,2	0,3	0,3	0,3	0,3
Autres	0,7	0,4	0,5	0,6	0,5	0,5
Commerce hors magasin	5,2	4,8	5,3	6,3	6,2	6,3
Eventaire et marché	2,8	2,1	2,1	2,3	2,3	2,3
Vente à distance	1,2	1,4	1,8	2,3	2,3	2,3
Autres formes	1,2	1,2	1,4	1,7	1,6	1,6
ENSEMBLE COMMERCE DE DÉTAIL ET ARTISANAT A CARACTÈRE COMMERCIAL	98,3	98,9	98,7	98,5	98,5	98,4
Ventes au détail du commerce automobile	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Autres ventes au détail (2)	1,6	1,1	1,3	1,5	1,5	1,6
ENSEMBLE DES VENTES AU DÉTAIL (EN %)	100%	100%	100%	100%	100%	100%
ENSEMBLE DES VENTES AU DÉTAIL EN MILLIARDS D'EUROS TTC	168,0	169,8	174,8	180,9	185,1	184,9

Source : Insee - Comptes du commerce

(1) Pharmacies et commerce d'articles médicaux et orthopédiques

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

* Rappel : la part de marché d'une forme de vente est une estimation de la part de marché de l'ensemble des magasins correspondants

⁶⁶ Les grandes surfaces d'alimentation générale comprennent les supermarchés, les magasins multi-commerces et les hypermarchés. Les magasins dits de maxidiscount ne constituent pas une catégorie particulière dans les nomenclatures. Ils sont classés selon leur superficie en supérettes (moins de 1/3 d'entre eux) ou en supermarchés.

2.2 - Produits non alimentaires

En 2014, la part de marché des **grandes surfaces d'alimentation générale** sur le marché des produits non alimentaires s'élève à 16,6 % (tableau 4), en baisse par rapport aux années précédentes.

L'ensemble du **commerce non alimentaire spécialisé** représente 57,8 % du marché des produits non alimentaires. Si on exclut les commerces de carburant et les pharmacies, la part du commerce non alimentaire spécialisé est de 42,0 %. Le développement de ces commerces s'explique notamment par l'expansion des grandes surfaces spécialisées (la nomenclature ne permettant pas de les isoler directement, elles sont abordées avec une méthodologie différente dans le chapitre 3 sur le grand commerce non alimentaire spécialisé).

La part de marché des **grands magasins**, en produits non alimentaires, a tendance à croître légèrement : elle a augmenté de 0,2 point par rapport à 2010 pour s'établir à 2,3 % en 2014.

La part de marché de la **vente à distance**, principale composante du commerce hors magasin, pour les produits non alimentaires s'établit à 4,3 % en 2014, comme les deux années précédentes. Cette part reste encore modérée. La percée des ventes sur internet compense à peine le déclin de la vente par correspondance.

Tableau 4 : Parts de marché (en %) - Produits non alimentaires (y compris produits énergétiques et liés à l'automobile, hors véhicules automobiles), en valeur T.T.C.

Formes de vente *	2009	2010	2011	2012	2013sd	2014p
Alimentation spécialisée, artisanat commercial et petites surfaces d'alimentation générale	0,9	1,2	1,0	0,9	0,9	0,8
Grandes surfaces d'alimentation générale	16,9	16,3	17,9	17,7	17,0	16,6
Supermarchés	5,9	5,0	6,0	6,1	5,8	5,7
Hypermarchés	10,7	10,8	11,4	11,2	10,8	10,5
Grands magasins et autres magasins non alimentaires non spécialisés	1,9	2,1	2,1	2,2	2,3	2,3
Magasins non alimentaires spécialisés (y c.pharmacies)	56,6	57,1	56,9	57,3	57,6	57,8
Carburant	3,8	3,8	4,1	4,5	4,4	4,2
Pharmacies (1)	11,6	11,6	11,5	11,4	11,5	11,6
Autres	41,2	41,7	41,3	41,4	41,7	42,0
Commerce hors magasin	5,0	5,7	5,3	5,5	5,5	5,6
Eventaire et marché	0,6	0,8	0,7	0,7	0,7	0,7
Vente à distance	3,6	4,4	4,1	4,3	4,3	4,3
Autres formes	0,8	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5
ENSEMBLE COMMERCE DE DÉTAIL ET ARTISANAT A CARACTÈRE COMMERCIAL	81,3	82,5	83,2	83,6	83,3	83,1
Ventes au détail du commerce automobile (2)	9,8	8,6	8,6	8,3	8,7	8,9
Autres ventes au détail (3)	8,9	8,9	8,2	8,1	8,0	8,1
ENSEMBLE DES VENTES AU DÉTAIL EN %	100%	100%	100%	100%	100%	100%
ENSEMBLE DES VENTES AU DÉTAIL EN MILLIARDS D'EUROS TTC	343,8	347,6	356,3	358,0	354,5	353,6

Source : Insee - Comptes du commerce

(1) Pharmacie et commerce d'articles médicaux et orthopédiques

(2) A l'exclusion des ventes et réparations de véhicules automobiles, y compris les ventes et réparations de motocycles

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

* Rappel : la part de marché d'une forme de vente est une estimation de la part de marché de l'ensemble des magasins correspondants

3 - La consommation commercialisable des ménages accélère

Le lien entre l'estimation des ventes en valeur et le chiffre d'affaires des secteurs du commerce de détail d'une part, et la consommation commercialisable des ménages d'autre part, est explicité dans l'encadré 1.

En 2014, la **consommation commercialisable**, y compris le poste « vente et réparation automobile », s'élève à 539 milliards d'euros. Elle augmente de 0,8 % en volume après une baisse de 0,5 % en 2013.

Le **poste « vente et réparation automobile »** diminue légèrement en volume (- 0,9 % en 2014) mais moins qu'en 2013 (- 6,4 %) et 2012 après la suppression de la prime à la casse. La vente de voitures neuves des groupes français se redresse en 2014 contrairement à celles des groupes étrangers.

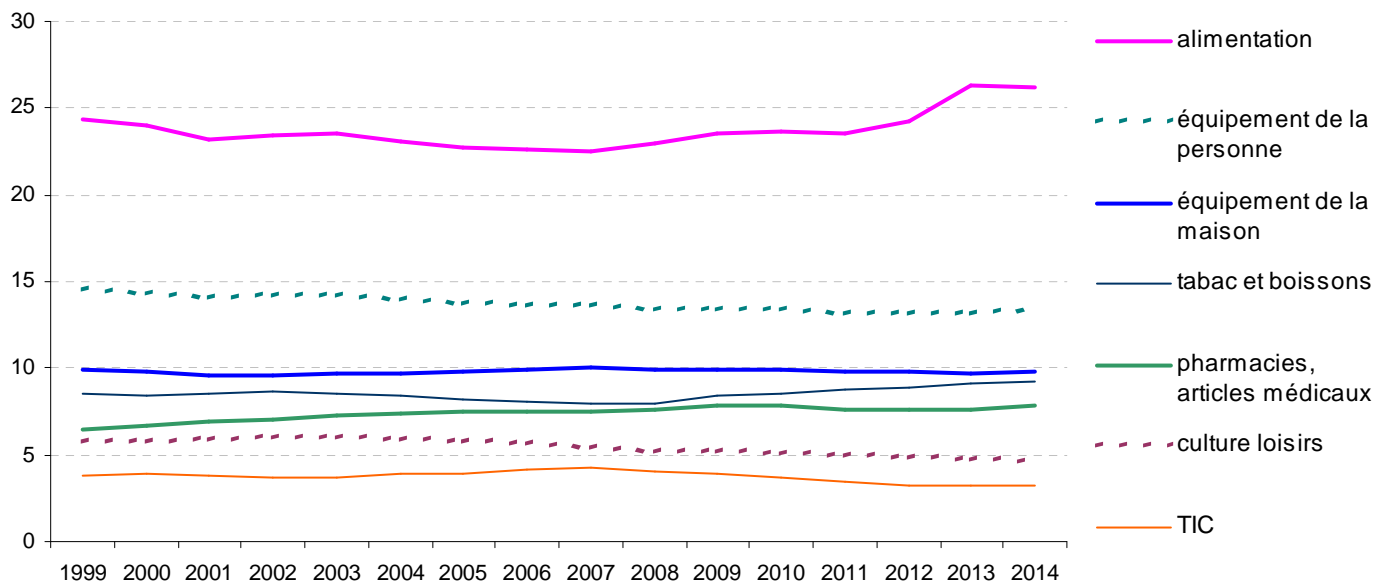
La consommation de **produits alimentaires hors tabac** est globalement stable en volume (+ 0,5 %). La consommation en fruits et légumes reste soutenue en volume (+ 2,6 % en 2014).

En 2014, la consommation de produits non alimentaires, hors achats et réparation d'automobiles augmente légèrement en volume, de 1,5 % en 2014. Ce résultat s'explique par une augmentation de la demande en produits pharmaceutiques, une reprise de la demande en habillement-chaussure (+ 2,3 % en volume après - 0,8 % en 2013) et un accroissement de la demande en micro-informatique et téléphones.

Depuis 1999, la part de l'alimentation ainsi que celle des produits pharmaceutiques et articles médicaux a augmenté de 2 points dans la consommation commercialisable (en valeur). A l'inverse, l'équipement de la personne, les produits culturels et de loisirs et les équipements de l'information et de la communication ont tendance à décliner. Pour les biens d'équipements technologiques, la diminution en valeur traduit la forte baisse des prix de ces produits. Les achats relatifs à l'équipement de la maison sont remarquablement stables et représentent 10 % de la consommation commercialisable des ménages sur toute la période.

La part de la consommation commercialisable des ménages dans la consommation finale effective des ménages est de 35,5 %, et recule de 0,5 point en 2014. Au cours des quinze dernières années, la part de consommation commercialisable a décliné dans la consommation effective des ménages, elle atteignait 40,3 % en 1999.

Graphique 2 : Poids des postes de consommation dans la consommation commercialisable



Source : Insee comptes nationaux
Certains postes (par exemple les achats de carburants) ne sont pas représentés

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

SECTEUR	a	b	c	d	e	f = a+b+c+d+e	g	h	i = f+g+h	j	k=i - j
	Commerce d'alimentation spécialisée et de petite surface (1)	Grandes surfaces d'alimentation générale	Commerce non alimentaire non spécialisé	Commerce non alimentaire spécialisé	Commerce hors magasin	Total commerce de détail et artisanat	Commerce et réparation automobile	Ventes au détail des autres secteurs (2)	Total des ventes au détail (y.c. commerce automobile)	Correction (3)	Consommation commercialisable des ménages
ACTIVITÉS											
Ventes au détail de marchandises (hors auto)											
Produits alimentaires	55,7	121,4	0,2	9,1	11,7	198,2	0,0	6,9	205,1	14,0	191,1
Produits non alimentaires	2,4	36,3	8,2	188,5	19,5	254,9	0,3	25,9	281,1	43,4	237,7
Produits liés à l'automobile	0,6	22,3	0,0	15,8	0,1	38,9	31,1	2,5	72,6	10,5	62,1
Total des ventes au détail (hors auto)	58,7	180,0	8,5	213,4	31,4	492,0	31,4	35,4	558,7	67,9	490,9
Vente et réparation automobile	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	73,8	2,5	76,4	28,5	47,9
Total des ventes au détail et des ventes et réparation automobile en forme de vente (4)	58,7	180,0	8,5	213,4	31,4	492,0	105,2	37,9	635,1	96,4	538,7
Valorisation des commissions en ventes - ventes des activités secondaires (restauration, réparation hors automobile, commerce de gros ...) (5)	10,5	-20,9	-1,6	-17,8	-0,6	-30,5	-81,2				
Chiffre d'affaires en secteur d'entreprise (6)	48,2	201,0	10,1	231,2	32,0	522,5	186,5				

Source : Insee - Comptes du Commerce

Note : pour des raisons d'arrondi, la somme des montants peut différer légèrement de leur total arrondi.

(1) Y compris boulangeries-pâtisseries et boucheries-charcuteries

(2) Ventes au détail des grossistes, des prestataires de services et ventes directes des producteurs

(3) Correction pour biens existants (antiquités, brocante, autres achats d'occasion) et pour ventes au détail à usage professionnel

(4) Ventes au détail et vente et réparation auto = chiffre d'affaires + commissions transformées en ventes - ventes des activités secondaires ne relevant pas du commerce et de la réparation automobile (par exemple : restauration dans des magasins de meubles ou d'objets non automobiles)

(5) Commissions perçues par les commerçants transformées en ventes - ventes relevant d'activités secondaires (hors commerce et réparation automobile)

(6) Chiffre d'affaires du commerce de détail et du commerce et réparation automobile comptabilisant la valeur des commissions perçues (tabac, presse) et non la valeur des ventes correspondantes

Lecture :

a) Le **chiffre d'affaires total du commerce de détail et de l'artisanat** en secteur d'entreprise (colonne f), s'élève à 522,5 milliards d'euros. Pour obtenir les ventes, il a fallu ajouter au chiffre d'affaires la valorisation des ventes de produits sur lesquelles les professionnels du commerce ne perçoivent que des commissions et déduire les ventes qui ne relèvent pas du commerce de détail (commerce de gros, ventes de services, ventes de biens). Une seconde phase consiste à transformer les ventes en secteur d'entreprise en ventes en secteur d'établissement (ou forme de vente) à l'aide d'une matrice de passage.

b) Pour passer à la consommation commercialisable, il a fallu ajouter aux 492,0 milliards d'euros de *ventes au détail* des secteurs du commerce de détail et de l'artisanat les 105,2 milliards des *ventes et réparations du secteur du commerce et réparation automobile* et les 37,9 milliards de *ventes au détail des autres secteurs*. On obtient ainsi l'ensemble des ventes au détail de tous les secteurs de l'économie, soit 635,1 milliards d'euros.

c) L'ensemble de la **consommation commercialisable**, de 538,7 milliards d'euros, s'obtient en retranchant à la totalité des 635,1 milliards d'euros de *ventes au détail réalisées par l'ensemble des secteurs de l'économie*, 96,4 milliards de ventes correspondant soit aux *achats effectués au détail par des utilisateurs professionnels*, soit à la *correction appliquée pour les biens existants*. Les biens d'occasion, en effet, ne sont comptabilisés en consommation des ménages que pour la seule valeur de la marge commerciale perçue par l'opérateur commercial.

Encadré 2 : Évaluation et révision des ventes au détail

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

L'évolution des ventes au détail présentée sur l'année 2014 est **provisoire** (p). Elle est issue de la version provisoire de la consommation commercialisable et des évolutions d'indices de chiffres d'affaires mensuels par secteur d'activité calculés par l'Insee à partir des déclarations que remplissent les entreprises pour le paiement de la TVA. Par construction, le traitement des restructurations pour ces indices au moment des évaluations provisoires diffère légèrement du traitement effectué *in fine* sur les déclarations fiscales des entreprises.

Les évolutions de 2012 sont **définitives**. Elles se fondent sur la version définitive de la consommation commercialisable, et les chiffres d'affaires calculés par l'Insee à partir des déclarations fiscales des entreprises et de leur réponse à l'enquête structurelle annuelle (ESA).

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

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

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

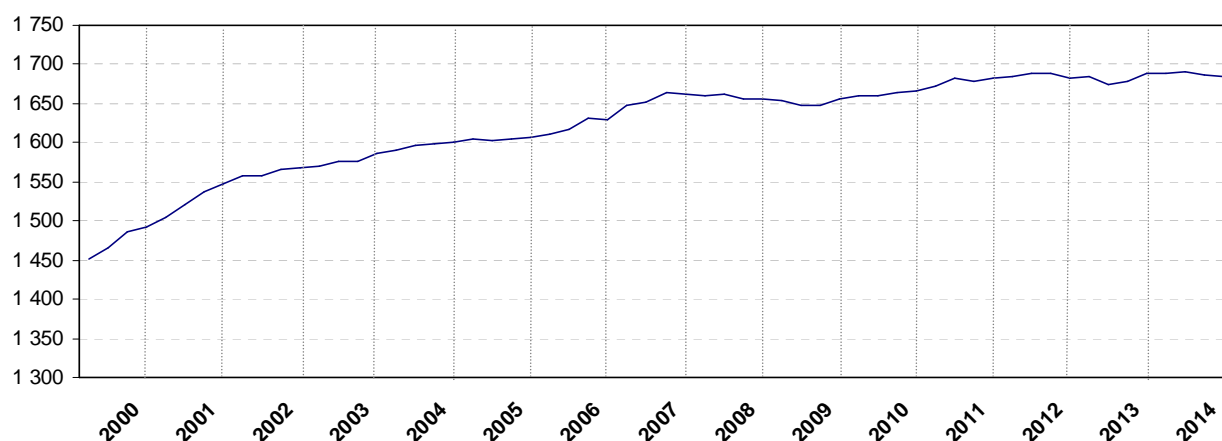
4 - Légère baisse des effectifs salariés dans le commerce de détail

Au 31 décembre 2014, le commerce de détail (hors artisanat commercial) emploie 1 684 900 salariés, soit plus de la moitié (56 %) des effectifs salariés du commerce. Selon l'enquête emploi de 2014, 46 % des actifs occupés du commerce de détail sont des employés, 43 % sont des artisans, commerçants et chefs d'entreprise et 11 % sont des ouvriers.

4.1 - En 2014, l'emploi salarié diminue légèrement en glissement annuel

Le commerce de détail (hors artisanat commercial) perd 4 000 salariés en 2014. L'emploi salarié diminue donc légèrement en 2014 (- 0,2 %), après avoir augmenté en 2013 (+ 0,4 %) et être resté quasiment stable en 2012 (- 0,1 %).

Graphique 3 : Emploi salarié trimestriel dans le commerce de détail hors artisanat commercial (en milliers) CVS



Source : Insee - Estimations d'emploi

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

Le commerce de détail et l'artisanat commercial sont des secteurs particulièrement jeunes (en 2014, respectivement 13,1 % et 22,8 % des actifs occupés de ces secteurs ont moins de 25 ans). Le commerce de détail est également très féminisé (59,9 % de femmes parmi les actifs occupés). Près de la moitié des actifs occupés du commerce de détail sont des employés, proportion élevée par rapport à l'ensemble de l'économie (28,4 %) ⁶⁷.

Les emplois salariés sont prédominants dans le commerce de détail

L'emploi à temps partiel est environ trois fois plus répandu parmi les salariés du commerce de détail (35,7 % de l'emploi en 2012) que dans le commerce de gros et le commerce et la réparation d'automobiles où il représente respectivement 13,2 % et 10,8 % de l'emploi total. En conséquence, en 2012, le volume d'emploi salarié effectué à temps partiel ⁶⁸ représente 27,1 % du volume d'emploi salarié dans le commerce de détail, contre seulement 8,6 % dans le commerce de gros et 6,4 % dans le commerce et la réparation automobile.

En 2012, la durée moyenne des emplois à temps partiel (ou équivalent temps plein du temps partiel) a représenté 66,8 % d'un temps plein dans le commerce de détail ⁶⁹. Si l'emploi à temps partiel était réparti uniformément sur l'ensemble des emplois salariés, chaque emploi salarié représenterait 88,1 % d'un emploi à temps plein (équivalent temps plein de l'emploi salarié).

L'emploi salarié à temps partiel concerne essentiellement les femmes : elles sont 43,7 % à travailler à temps partiel dans le commerce de détail, contre seulement 22,1 % des hommes. En particulier, dans les

⁶⁷ Cf. tableau V-2 en annexe

⁶⁸ Cf. annexe méthodologique n° VI : Méthodes et sources sur l'emploi

⁶⁹ Cf. tableau V-3 en annexe

grandes surfaces à prédominance alimentaire, 53,7 % des femmes travaillent à temps partiel, tandis que 24,7 % des hommes sont dans ce cas.

4.3 - 22 % des actifs du commerce de détail travaillent le dimanche en 2014

En 2014, 21 % des actifs tous secteurs confondus travaillent le dimanche occasionnellement ou habituellement. Ils sont 22 % dans le commerce de détail. Les plus concernés par le travail dominical sont les vendeurs du commerce de tabac (plus des deux tiers d'entre eux). Plus de 60 % des vendeurs du commerce de détail de fleurs et la moitié des vendeurs de produits sur éventaires et marchés travaillent également le dimanche.

Le commerce est loin d'être le secteur dans lequel le travail dominical est le plus fréquent. En effet, il l'est davantage dans l'agriculture (54 %) et dans l'hébergement et la restauration (52 %). Il est aussi fréquent dans le domaine de l'administration publique, l'enseignement, la santé humaine et l'action sociale (29 %).

D'autre part, 39 % des actifs tous secteurs confondus travaillent le samedi occasionnellement ou habituellement en 2014. Parmi les employés du commerce de détail, ce taux s'élève à 78 % en 2014. En effet, le samedi est le jour de la semaine où le commerce de détail réalise la part la plus importante de son chiffre d'affaires.

4.4 - Le taux de sous-emploi et le temps partiel subi restent stables entre 2013 et 2014 dans le commerce de détail

En 2014, le taux de sous-emploi⁷⁰ est resté stable après avoir augmenté de 2 points en 2013 et diminué d'un point en 2012. Parmi les personnes travaillant à temps partiel dans le commerce de détail, la part de temps partiel subi⁷¹ reste stable après avoir fortement augmenté en 2013 (+ 6 points) et diminué en 2012 (- 3 points). La part de temps partiel subi augmente pour les hommes de 3 points et diminue pour les femmes d'un point.

En 2014, la part des formes particulières d'emploi⁷² dans le commerce de détail est stable par rapport à 2013. Les formes particulières d'emploi concernent 11 % des actifs occupés du commerce de détail. Toutes catégories socioprofessionnelles confondues, elles concernent 12 % des femmes (comme en 2013) et 10 % des hommes (9 % en 2012).

Tableau 5 : Part des formes particulières d'emploi dans le commerce de détail en 2012, 2013 et 2014

	Part des formes particulières d'emploi (en %)								
	2012			2013			2014		
	Hommes	Femmes	Ensemble	Hommes	Femmes	Ensemble	Hommes	Femmes	Ensemble
Employés	18	17	17	16	16	16	16	15	15
Ouvriers	17	14	16	13	16	14	16	16	16
Autres *	4	6	5	3	6	5	3	6	5
Ensemble	10	12	12	9	12	11	10	12	11

Source : Insee - Enquêtes emploi de 2012, 2013 et 2014

* Artisans, commerçants et chefs d'entreprise, Cadres et professions intellectuelles supérieures, Professions intermédiaires.

Champ : actifs occupés du secteur du commerce de détail

⁷⁰ Le sous-emploi comprend les personnes actives occupées au sens du BIT qui remplissent l'une des conditions suivantes :

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

⁷¹ La part de temps partiel subi rapporte le nombre de personnes à temps partiel en situation de sous-emploi au nombre total de personnes travaillant à temps partiel.

⁷² Sous le terme formes particulières d'emploi, sont regroupés les statuts d'emploi qui ne sont pas des contrats à durée indéterminée. Ce sont l'intérim, les contrats à durée déterminée, l'apprentissage et les contrats aidés.

Tableau 6 : Sous-emploi dans le commerce de détail en 2012, 2013 et 2014

	Taux de sous-emploi (en %)		
	2012	2013	2014
Femmes	11	13	13
Hommes	4	5	6
Ensemble	8	10	10

Source : Insee - Enquêtes emploi de 2012, 2013 et 2014

* Artisans, commerçants et chefs d'entreprise, Cadres et professions intellectuelles supérieures, Professions intermédiaires.

Tableau 7 : Part de temps partiel subi dans le commerce de détail en 2012, 2013 et 2014

	Part de temps partiel subi (en %)		
	2012	2013	2014
Femmes	33	38	37
Hommes	36	44	47
Ensemble	33	39	39

Source : Insee - Enquêtes emploi de 2012, 2013 et 2014

* Artisans, commerçants et chefs d'entreprise, Cadres et professions intellectuelles supérieures, Professions intermédiaires.

5 - Les créations d'entreprises du commerce de détail diminuent mais restent à un niveau élevé

Au 1^{er} janvier 2014, le commerce de détail représente 62 % des entreprises (sociétés non financières et entreprises individuelles) commerciales. C'est dans ce secteur qu'on recense le plus de créations d'entreprises commerciales (64 % des créations dans les secteurs commerciaux en 2014). Les créations d'entreprises dans le commerce de détail diminuent (- 2,1 %) en 2014 à l'instar des années précédentes mais le nombre de créations reste très élevé après l'explosion enregistrée en 2009 (+ 89,4 %) causée par la mise en place du nouveau statut d'auto-entrepreneur.

Tableau 8 : Nombre de créations de sociétés et d'entreprises individuelles et leur évolution en % entre 2011 et 2014

SECTEURS D'ACTIVITE	Nombre de créations				Evolution en %		
	2011	2012	2013	2014	2012/2011	2013/2012	2014/2013
Commerce de détail en magasin non spécialisé	3 925	3 790	4 135	3 967	-3,4	9,1	-4,1
CD alimentaire en magasin spécialisé	4 538	4 325	4 449	4 607	-4,7	2,9	3,6
CD non alimentaire en magasins spécialisés	23 475	22 189	22 818	21 064	-5,5	2,8	-7,7
<i>CD de carburants en magasin spécialisé</i>	121	122	99	78	0,8	-18,9	-21,2
<i>CD d'équipements de l'info et de la communication en mag spé</i>	1 255	1 121	1 195	1 303	-10,7	6,6	9,0
<i>CD d'autres équipements du foyer en mag spé</i>	3 514	3 228	3 190	2 699	-8,1	-1,2	-15,4
<i>CD de biens culturels et de loisirs en mag spé</i>	1 930	1 763	1 659	1 625	-8,7	-5,9	-2,0
<i>Autres commerces de détail en mag spé</i>	16 655	15 955	16 675	15 359	-4,2	4,5	-7,9
Commerce de détail sur éventaires et marchés	24 621	23 461	21 808	24 158	-4,7	-7,0	10,8
Commerce de détail hors magasin, éventaires ou marchés	20 578	19 291	17 188	15 094	-6,3	-10,9	-12,2
COMMERCE DE DETAIL	77 137	73 056	70 398	68 890	-5,3	-3,6	-2,1

Source : Insee - Sirène (France Entière)

On ne connaît pas encore suffisamment les cessations d'entreprises de l'année 2014 pour estimer leur nombre au 1^{er} janvier 2015. Entre début 2013 et début 2014, le stock d'entreprises du commerce de détail (hors artisanat commercial) a augmenté de 5,0 %, après plusieurs années de hausse modérée et une forte hausse en 2009 (+ 7,4 % entre le 1^{er} janvier 2009 et le 1^{er} janvier 2010) liée à la création du régime d'auto-entrepreneur.

Tableau 9 : Nombre de sociétés et d'entreprises individuelles* en milliers au 1^{er} janvier et leur évolution en % entre début 2011 et début 2014

SECTEURS D'ACTIVITE	Nombre d'entreprises				Evolution en %		
	2011	2012	2013	2014 (sd)	2012/2011	2013/2012	2014/2013
Commerce de détail en magasin non spécialisé	35,0	37,3	38,0	39,5	6,6	1,8	3,8
CD alimentaire en magasin spécialisé	47,2	47,4	47,9	49,5	0,6	0,9	3,4
CD non alimentaire en magasins spécialisés	236,3	236,3	237,5	244,3	0,0	0,5	2,9
<i>CD de carburants en magasin spécialisé</i>	4,0	4,0	3,9	3,9	-1,9	-0,8	-1,1
<i>CD d'équipements de l'info et de la communication en mag</i>	8,3	8,4	8,7	9,1	1,3	3,0	5,0
<i>CD d'autres équipements du foyer en mag spé</i>	39,3	38,8	38,4	38,9	-1,2	-1,0	1,4
<i>CD de biens culturels et de loisirs en mag spé</i>	27,3	26,8	26,4	26,6	-1,7	-1,5	0,6
<i>Autres commerces de détail en mag spé</i>	157,4	158,2	160,0	165,8	0,6	1,1	3,6
Commerce de détail sur éventaires et marchés	98,3	96,4	98,3	105,0	-2,0	2,0	6,8
Commerce de détail hors magasin, éventaires ou marchés	36,0	38,4	43,3	49,8	6,8	12,6	15,0
COMMERCE DE DETAIL	452,8	455,8	464,9	488,1	0,7	2,0	5,0

Source : Insee - Sirène (France Entière)

* Les auto-entreprises non-actives ont été exclues des stocks d'entreprises au 1^{er} janvier 2012, 2013 et 2014.

CHAPITRE III : LE « GRAND COMMERCE » NON ALIMENTAIRE SPÉCIALISÉ

Avertissement :

Contrairement au chapitre précédent sur le commerce de détail, les données et analyses présentées ici concernent des chiffres d'affaires (et non pas seulement des ventes de marchandises au détail) en secteurs d'entreprises (et non en secteur d'établissements ou formes de vente⁷³). Les évolutions ne sont donc pas parfaitement comparables.

Définition :

Le grand commerce non alimentaire spécialisé est défini⁷⁴ comme l'ensemble des entreprises⁷⁵ dont l'activité principale relève du commerce non alimentaire en magasin spécialisé (NAF 474, 475, 476, 477 hors commerces de produits pharmaceutiques, de combustibles et de biens d'occasion) et répondant à l'une des 3 conditions suivantes :

- employer 100 salariés ou plus ;
- employer 50 salariés ou plus, et :
 - soit exploiter 10 magasins ou plus ;
 - soit exploiter au moins un magasin de 2 500 m² et plus de surface de vente.

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

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

En 2014, l'activité du grand commerce non alimentaire en magasin spécialisé croît à un rythme plus élevé que l'année précédente. Cette augmentation s'observe aussi bien en valeur (+ 1,2 % en 2014 contre + 0,6 % en 2013) qu'en volume (+ 3,2 % en 2014 contre + 1,8 % en 2013).

Les ventes de l'ensemble du commerce non alimentaire spécialisé en 2014 progressent également mais plus modérément que celles du grand commerce non alimentaire spécialisé (+ 0,7 % en volume et + 2,6 % en valeur). Aussi en 2014, la part du grand commerce, qui s'élève à 50,9 % du chiffre d'affaires de l'ensemble du commerce non alimentaire en magasin spécialisé, progresse.

⁷³ Une même entreprise peut posséder plusieurs magasins (établissements) ayant des formes de vente différentes, par exemple superette et supermarché. Le secteur d'établissement correspond à la forme de vente alors que le secteur d'entreprise est déterminé par la forme de vente la plus importante.

⁷⁴ Définition arrêtée par la Commission des comptes commerciaux de la nation en 1987, révisée en 1998

⁷⁵ Le terme d' « entreprise » utilisé ici recouvre les sociétés et les entreprises individuelles. Il désigne toute unité légale déclarée au répertoire Sirene. Pour plus de précisions, cf. l'avertissement de la page 24.

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

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

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

Source : Insee - *Ésane et Comptes du Commerce*

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

Secteurs	2011	2012	2013p	2014p	Mds d'euros 2014p
En valeur					
TIC	4,1	-3,6	0,3	-1,0	7,3
Équipement du foyer	-1,7	1,0	-0,3	0,2	48,5
Culture et loisirs	3,6	-3,5	-0,8	2,0	16,3
Habillement-Chaussures	2,1	2,8	1,1	0,4	34,3
Équipement de la personne	6,1	5,1	-1,7	1,7	17,2
Autres (4776Z et 4778C)	3,0	1,8	-2,2	0,8	13,9
Ensemble du commerce non alimentaire en magasin spécialisé	1,5	1,2	-0,4	0,7	137,5
En volume					
TIC	15,8	3,3	10,4	9,1	
Équipement du foyer	-2,5	-0,2	-0,6	0,7	
Culture et loisirs	2,8	-4,2	-0,8	2,8	
Habillement-Chaussures	2,1	0,3	0,3	0,9	
Équipement de la personne	2,0	1,7	-2,6	2,9	
Autres (4776Z et 4778C)	13,0	9,5	7,1	9,3	
Ensemble du commerce non alimentaire en magasin spécialisé	2,3	0,8	0,7	2,6	

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

Source : Insee - *Esane et Comptes du Commerce*

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

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

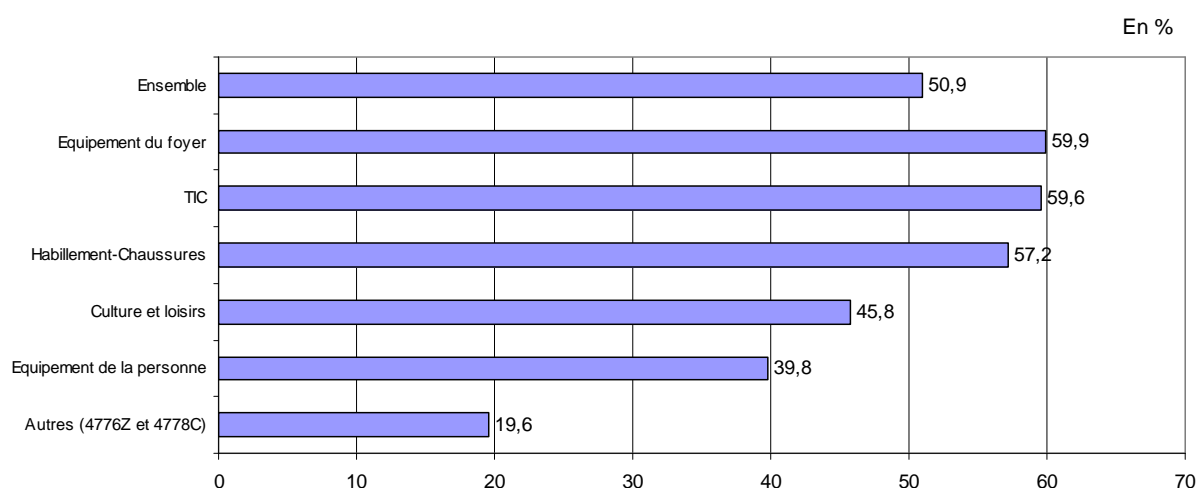
Dans le secteur des TIC, le grand commerce enregistre une croissance du chiffre d'affaires en volume de 10,8 %. Cette forte croissance en volume s'accompagne d'une chute des prix sur le marché de l'électronique grand public. Ce phénomène n'est pas nouveau mais il est particulièrement marqué en 2014. En valeur, la hausse est faible (+ 0,6 %).

Plus largement, au sein des entreprises du commerce⁷⁶ de détail des TIC, le chiffre d'affaires augmente en volume (+ 9,1 %) mais baisse en valeur (- 1,0 %).

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

Les entreprises du grand commerce des TIC réalisent 59,6 % du chiffre d'affaires de l'ensemble du secteur.

Graphique 1 : Part du chiffre d'affaires HT du grand commerce dans l'ensemble du commerce non alimentaire en magasin spécialisé en 2014



Source : Insee - Esane et Comptes du Commerce

▪ Équipement du foyer

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

Les ventes du grand commerce de l'équipement du foyer augmentent en 2014 (+ 1,8 % en valeur et + 2,3 % en volume). Pour l'équipement du foyer dans son ensemble, la hausse est plus mesurée (+ 0,2 % en valeur et + 0,7 % en volume) en 2014.

Le marché de l'électroménager est en croissance. Les produits en forte croissance de l'électroménager en 2014 ont été dans le domaine des appareils de préparation culinaire (robots culinaires) et dans le domaine de la santé et le bien-être (appareils pour coiffure, épilateurs à lumière pulsée) adopté par un nombre grandissant de foyers⁷⁷.

Le marché du meuble continue de baisser en 2014 en raison notamment de l'atonie du marché de l'immobilier (baisse du nombre de transactions de logements anciens et de mises en chantier).

Avec 59,9 % du chiffre d'affaires en 2014, l'équipement du foyer est le secteur où le grand commerce a le poids le plus important dans l'ensemble du commerce non alimentaire en magasin spécialisé.

⁷⁷ GIFAM : « Bilan 2014 »

▪ Culture-loisirs

Ce secteur regroupe les magasins de sport, les librairies-papeteries-journaux, les magasins de jeux et jouets et les magasins spécialisés dans les enregistrements musicaux et vidéos. Le chiffre d'affaires du grand commerce dans ce secteur est en hausse en 2014 (+ 0,6 % en valeur et + 1,3 % en volume) après avoir baissé en 2013 (- 1,4 % en valeur et en volume).

La croissance est soutenue par les enseignes spécialisées dans le sport. Le running, le basket-ball, le football ainsi que les activités sportives pratiquées en club de gym (yoga, fitness) ont tiré les ventes de ce secteur en 2014. A l'inverse du mouvement observé dans les autres secteurs, la situation des petites entreprises du secteur est plus favorable que celles du grand commerce puisque la croissance du secteur dans son ensemble est plus importante (+ 2,0 % en valeur et + 2,8 % en volume) que celle du grand commerce.

La part du chiffre d'affaires des entreprises du grand commerce s'élève à 45,8 % de l'ensemble du secteur.

▪ Habillement-chaussure

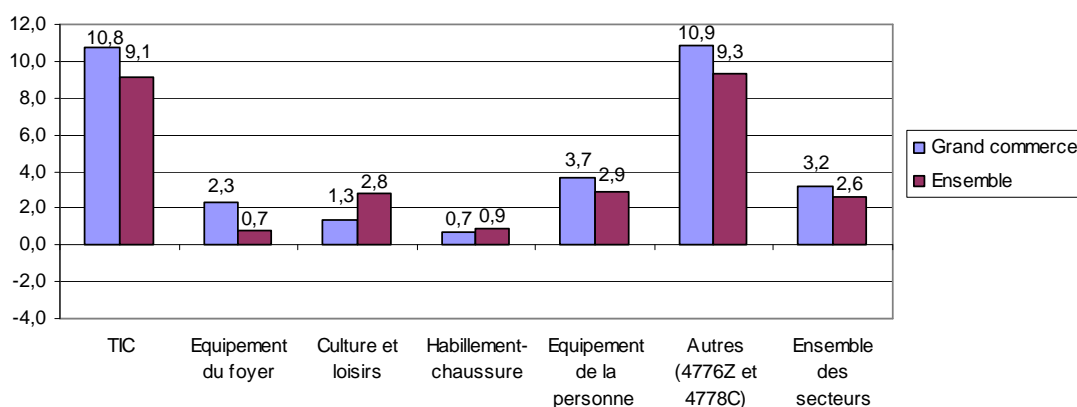
La croissance du chiffre d'affaires du grand commerce dans l'habillement-chaussure ralentit en 2014 (+ 0,2 % en valeur et + 0,7 % en volume). Dans le secteur dans son ensemble, la croissance se situe dans les mêmes proportions (+ 0,4 % en valeur et 0,9 % en volume). La concurrence de plus en plus importante des achats sur internet pour ce type de biens explique en grande partie le ralentissement du secteur en 2014. Les grandes enseignes de l'habillement-chaussure réalisent en 2014 57,2 % du chiffre d'affaires du secteur.

▪ Équipements de la personne (hors habillement-chaussure)

Les ventes du grand commerce spécialisé dans les secteurs des autres équipements de la personne (parfumerie et produits de beauté, optique, maroquinerie et articles de voyage, horlogerie et bijouterie) augmentent en 2014 aussi bien en valeur (+ 2,5 %) qu'en volume (+ 3,7 %). Cette hausse fait suite à une baisse en 2013 (- 0,8 % en valeur et - 1,7 % en volume) mais les ventes du secteur sont en expansion ces dernières années. Dans le secteur dans son ensemble, la tendance est la même en 2014 (+1,7% en valeur et +2,5% en volume). Le marché de l'horlogerie bijouterie est porté en 2014 par la croissance des exportations.⁷⁸

Le marché de la parfumerie croît grâce à la bonne tenue des ventes des parfums très haut de gamme (parfum à plus de 100 euros le flacon). Le poids du chiffre d'affaires des entreprises du grand commerce s'élève à 39,8 % de l'ensemble du secteur.

Graphique 2 : Évolution du chiffre d'affaires *en volume* HT en 2014 dans le grand commerce et dans l'ensemble des secteurs concernés (en %)



Source : Insee - Esane Comptes du Commerce

⁷⁸ Comité Francéclat : comité professionnel de développement de l'horlogerie, de la bijouterie, de la joaillerie, de l'orfèvrerie et des arts de la table

2 - Une définition élargie du grand commerce ?

Deux secteurs qui n'appartiennent pas au grand commerce non alimentaire en magasin spécialisé, tel qu'il a été défini précédemment, sont présentés ici en adoptant une définition élargie du grand commerce :

- le commerce de détail hors magasin, éventaires ou marchés (479), dans lequel le e-commerce (commerce électronique) occupe une place de plus en plus grande, en prenant comme seul critère d'appartenance au grand commerce le fait d'employer 50 salariés ou plus.
- les grands magasins et autres commerces de détail en magasin non spécialisé (4719A et 4719B) en étendant dans ce cas le grand commerce aux magasins non spécialisés sans changer les critères de nombre de salariés, nombre de magasins ou surface utilisée.

2.1 - Commerce de détail hors magasin, éventaires ou marchés⁷⁹

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

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

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

Hors magasins, éventaires ou marchés	2012	2013p	2014p
En valeur			
Grand commerce (50 salariés ou plus)	1,8	-1,9	-2,8
Ensemble	14,6	0,1	0,0
En volume			
Grand commerce (50 salariés ou plus)	0,4	-2,2	-2,0
Ensemble	13,0	-0,1	0,8

Source : Insee - Esane Comptes du Commerce

⁷⁹ Ce secteur regroupe l'ensemble des entreprises dont l'activité principale est la vente à distance. Ne sont pas comptabilisées les entreprises ayant une autre activité principale et un site de vente en ligne à titre d'activité secondaire.

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

Le grand commerce du secteur grands magasins et autres commerces de détail en magasin non spécialisé (essentiellement des bazars) correspond simplement à un élargissement du champ aux magasins non spécialisés. Les critères de nombre de salariés, nombre de magasins ou surface sont les mêmes.

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

Grands magasins et autres commerce de détail en magasin non spécialisé	2012	2013p	2014p
En valeur			
Grand commerce	6,6	1,1	1,3
Ensemble	5,8	1,7	1,1
En volume			
Grand commerce	4,9	0,3	1,6
Ensemble	4,1	0,9	1,4

Source : Insee - Esane Comptes du Commerce

Les ventes du grand commerce des grands magasins croissent en 2014 aussi bien en volume (+ 1,6 %) qu'en valeur (+ 1,3 %). Les évolutions de l'ensemble du secteur sont du même ordre (+ 1,4 % en volume et + 1,1 % en valeur).

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

3 - L'emploi dans le grand commerce en 2012

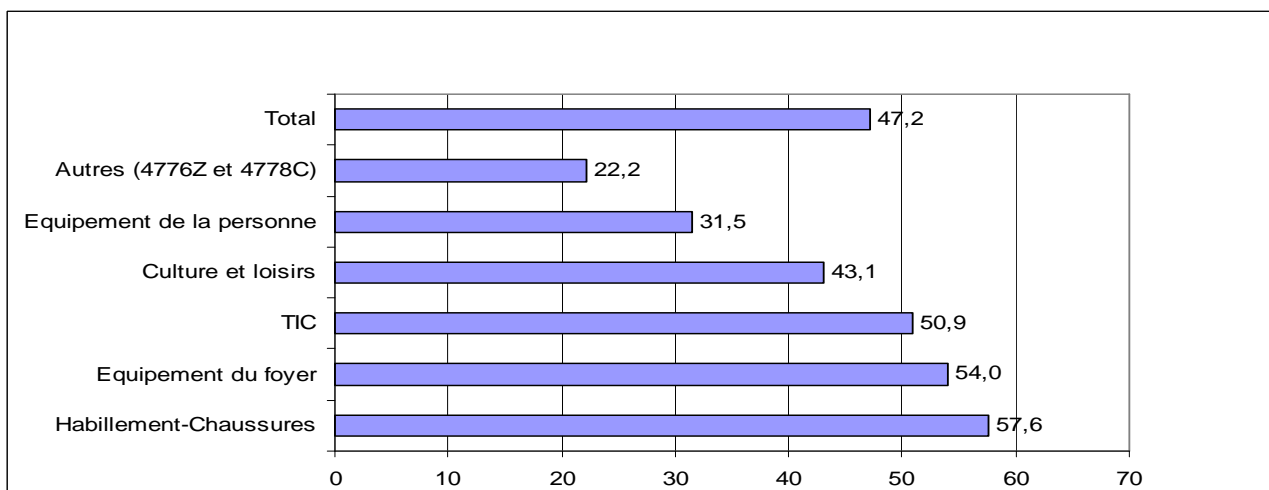
Au 31 décembre 2012, 313 400 personnes travaillent dans le grand commerce tel que défini par la commission des comptes commerciaux de la Nation, ce qui représente 47,2 % de l'ensemble des salariés des secteurs du commerce de détail non alimentaire en magasin spécialisé. Comme le chiffre d'affaires du grand commerce s'élève en 2012 à un peu plus de la moitié du chiffre d'affaires de l'ensemble (50,2 %), la productivité relative du travail mesurée ici par le rapport entre la part du chiffre d'affaires réalisé et la proportion des salariés est donc un peu plus élevée dans le grand commerce que dans les autres établissements des secteurs concernés⁸⁰.

Le secteur de l'habillement-chaussures est celui où la part de salariés dans le grand commerce est la plus élevée (57,6 %) avec 110 600 personnes. La productivité relative du travail y est de 1 en 2012. Pour le secteur de l'équipement du foyer, les grandes enseignes emploient plus de la moitié des salariés du secteur (54 %) pour une productivité relative de 1,1.

Le secteur des TIC emploie 12 700 personnes dans le grand commerce, ce qui représente 50,9 % des effectifs du secteur. Moins de la moitié des salariés travaillent dans le grand commerce dans les secteurs de la culture et des loisirs et le secteur de l'équipement de la personne (respectivement 43,1 % et 31,5 %).

Enfin le secteur « autres » (4776Z et 4778C) est celui où la part des salariés travaillant dans le grand commerce est la plus faible avec 22,2 % ce qui correspond à 16 800 personnes.

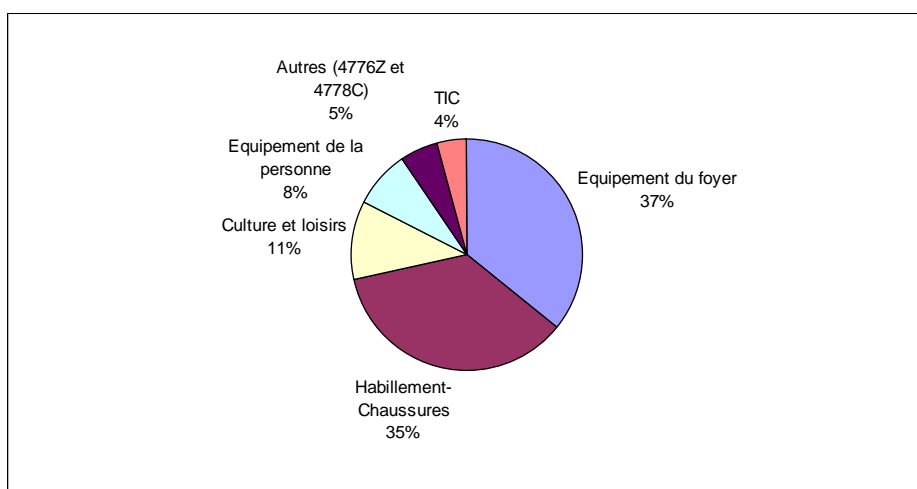
Graphique 3 : Part des salariés* des secteurs du commerce non alimentaire spécialisé travaillant dans le grand commerce en 2012



Source : Insee - Comptes du Commerce (année 2012)

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

Graphique 4 : Répartition des salariés du grand commerce selon le secteur d'activité au 31/12/2012



Source : Insee - Comptes du Commerce (année 2012)

⁸⁰ Lorsque ce rapport est supérieur à 1, la productivité des entreprises du grand commerce est supérieure à celle de l'ensemble des entreprises du secteur.

CHAPITRE IV : L'ÉQUIPEMENT COMMERCIAL

1 - La structure de l'équipement commercial du commerce de détail : 94 % des entreprises n'ont qu'un seul magasin

Pour le commerce de détail, l'enquête sectorielle annuelle d'entreprise dans le commerce, d'où sont issues les données présentées ici, donne la situation du parc fin 2012. S'agissant d'une enquête par sondage, la précision des résultats ne doit pas être considérée à l'unité près.

Dans le commerce de détail alimentaire (y compris artisanat commercial) et non-alimentaire, les magasins de moins de 400 m² restent très majoritaires (respectivement 91 % et 88 % du parc). Les magasins de plus de 2 500 m² sont pour l'essentiel des hypermarchés ou des magasins d'équipement du foyer.

En 2012, 96 % des entreprises⁸⁹ du **commerce de détail à prédominance alimentaire** ne comptent qu'un seul magasin. Ces entreprises réalisent plus de la moitié du chiffre d'affaires du secteur (57 %). Même si les entreprises possédant dix magasins ou plus sont très peu nombreuses (0,4 %), elles génèrent 38 % du chiffre d'affaires du secteur. Dans le commerce alimentaire en grandes surfaces, les entreprises ayant seulement un ou deux magasins correspondent généralement aux supermarchés et aux hypermarchés des réseaux d'indépendants (principalement les enseignes Leclerc, Intermarché, Système U). Elles représentent 97 % des entreprises et réalisent 53 % du chiffre d'affaires du secteur. À l'opposé, les grandes entreprises succursalistes possédant au moins dix magasins, peu nombreuses (1 %), réalisent 44 % du chiffre d'affaires.

Dans le **commerce de détail non alimentaire en magasin (hors pharmacies et carburants)**, les entreprises du secteur habillement-chaussures ayant 10 magasins ou plus (c'est à dire 0,7 % des entreprises) réalisent 53 % du chiffre d'affaires et celles qui possèdent un ou deux magasins (c'est-à-dire 96 % des entreprises) réalisent 38 % du chiffre d'affaires du secteur. Dans le domaine des biens culturels et de loisirs, les entreprises possédant 10 magasins ou plus sont peu nombreuses (0,3 % des entreprises) mais génèrent à elles seules près de la moitié du chiffre d'affaires du secteur (47 %). Dans le commerce de détail d'équipements de l'information et de la communication, les entreprises qui possèdent un seul magasin (c'est à dire 94 % des entreprises) réalisent 44 % du chiffre d'affaires du secteur. Enfin, dans le commerce de détail des autres équipements de la personne, la part des entreprises ayant un ou deux magasins s'élève à 96 % pour une part de chiffre d'affaires de 51 %.

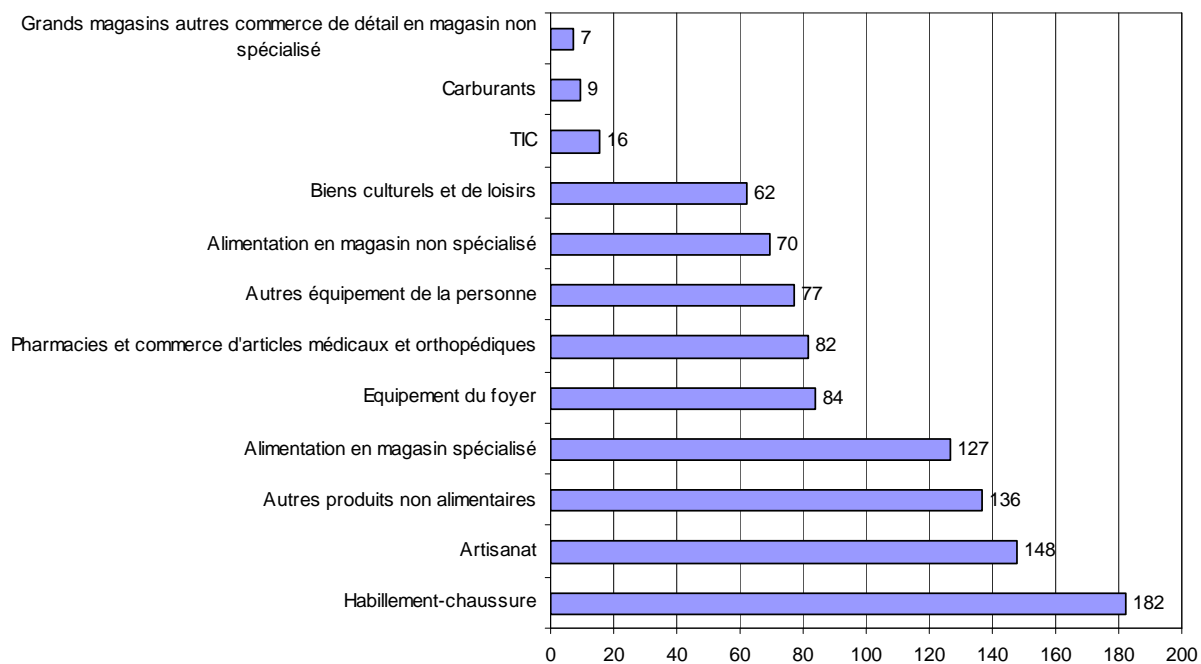
Tableau 1 : Le nombre de magasins des entreprises⁸¹ du commerce de détail et de l'artisanat commercial en 2012

Secteurs d'activité	2012
Prédominance alimentaire en magasins	126 300
Moins de 120 m ²	99 900
de 120 m ² à moins de 400 m ²	14 500
De 400 m ² à moins de 2500 m ²	9 800
2500 m ² et plus	2 100
Non alimentaire en magasins hors carburants	239 900
Moins de 120 m ²	172 000
de 120 m ² à moins de 400 m ²	43 000
De 400 m ² à moins de 2500 m ²	22 100
2500 m ² et plus	2 800
Carburants	3 500
Moins de 120 m ²	2 800
Plus de 120 m ²	700

Source : Insee - Enquête sectorielle annuelle sur le commerce en 2012

⁸¹ Le terme d' « entreprise » utilisé ici recouvre les sociétés et les entreprises individuelles. Il désigne toute unité légale déclarée au répertoire Sirene. Pour plus de précisions, cf. l'avertissement de la page 24.

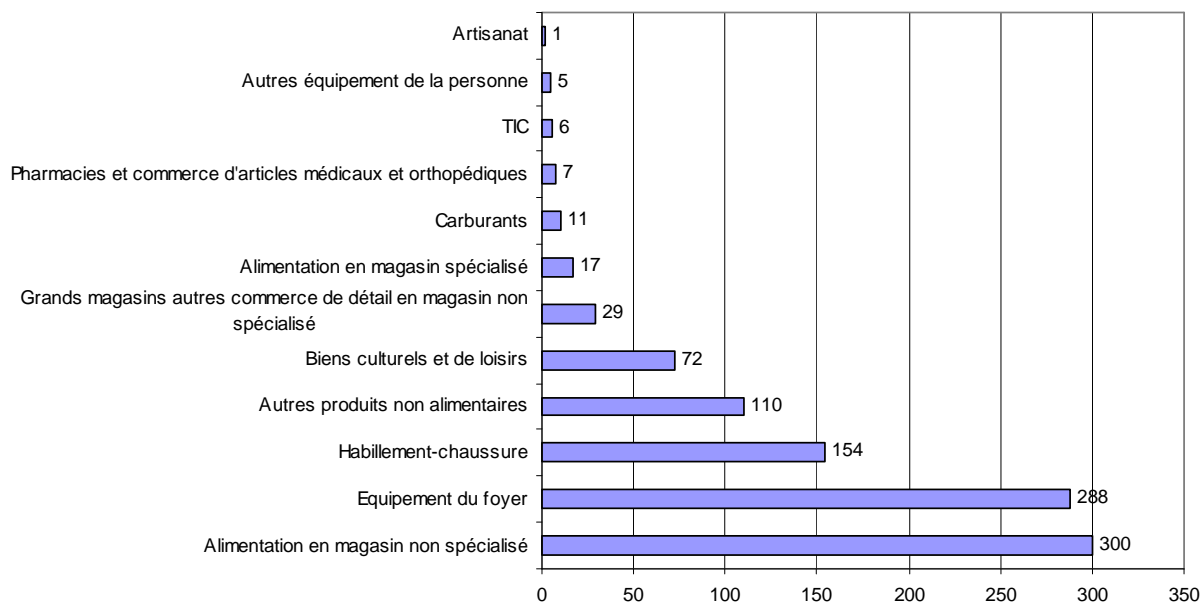
Graphique 1 : Répartition du nombre de magasins de moins de 400 m² par secteur d'activité en 2012



Note de lecture : sur 1 000 magasins de moins de 400 m², 182 sont des magasins de l'habillement-chaussure.

Source : Insee - Enquête sectorielle annuelle sur le commerce en 2012

Graphique 2 : Répartition du nombre de magasins de plus de 400 m² par secteur d'activité en 2012



Note de lecture : sur 1 000 magasins de plus de 400 m², 300 sont des magasins d'alimentation en magasin non spécialisé

Source : Insee - Enquête sectorielle annuelle sur le commerce en 2012

1.1 - Le nombre de stations-service diminue toujours

La Direction Générale de l'Énergie et du Climat (DGEC), recense 10 950 points de vente de carburants à la fin de l'année 2013, soit 218 de moins par rapport à fin 2012. En 2012, le nombre de stations-services avait diminué de 832 unités. Dans le même temps, le nombre de points de vente de carburants des grandes et moyennes surfaces a décliné de 7 unités et celui des points de vente situés en bordure d'autoroute de 12 unités.

Depuis 30 ans, le parc automobile s'accroît, mais le nombre de distributeurs de carburants s'est fortement réduit : on dénombrait 40 400 points de vente en 1980, soit près de 4 fois plus qu'aujourd'hui. Leur implantation s'est beaucoup modifiée. Ainsi, 423 points de vente sont situés en bordure d'autoroute, contre 226 en 1980, et 4 983 sont implantés sur un site d'hypermarché ou de supermarché, contre 1 290 en 1980.

Le nombre de stations-services liées d'une manière ou d'une autre aux raffineurs, diminue de 2,2 % en 2013. Elles ne représentent plus que 47 % des stations-services en 2013 (80 % en 2002). Les autres sont des indépendants qui s'approvisionnent auprès de grossistes en carburants.

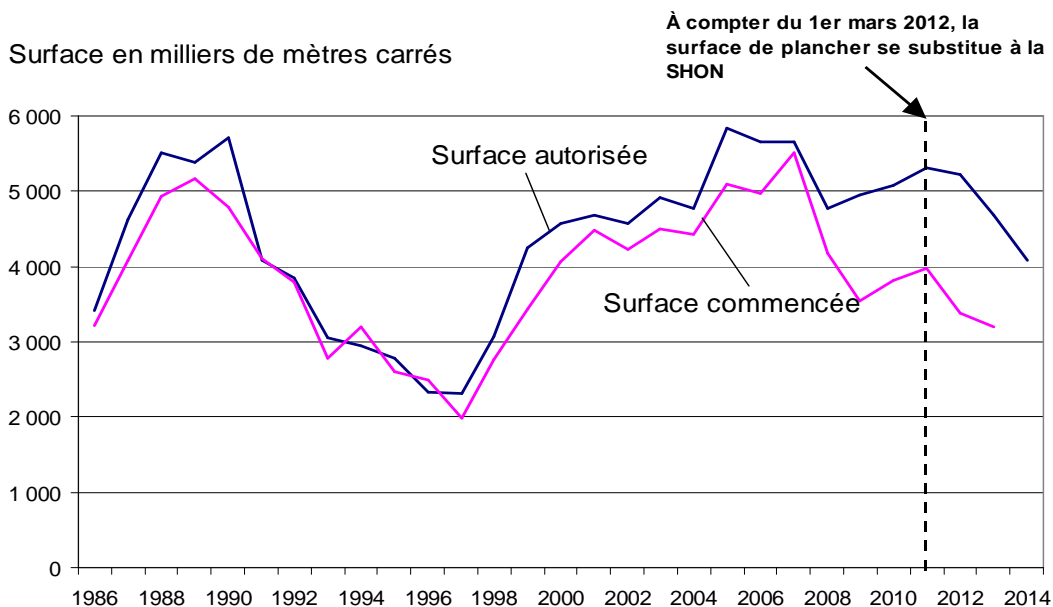
1.2 - La construction de locaux du commerce

Avertissement

L'ordonnance n° 2011-1539 du 16 novembre 2011 modifie la définition des surfaces de plancher prises en compte dans le droit de l'urbanisme. À compter du 1^{er} mars 2012, la surface de plancher se substitue à la fois à la surface de plancher hors œuvre brute (SHOB) et à la surface de plancher hors œuvre nette (SHON).

En 2013, les surfaces commencées continuent de reculer (- 3,1 % de surface de plancher commencée en 2013 par rapport à 2012 après - 14,3 % en 2012). Elles avaient fortement baissé en 2008 et 2009 (- 24,1 % en 2008 et - 15,3 % en 2009), puis augmenté (+ 7,8 % en 2010 et + 4,3 % en 2011). En 2013, les surfaces autorisées à la construction sont en forte baisse (- 7,9 % de surface de plancher autorisée en 2013 par rapport à 2012). Les surfaces autorisées continuent de baisser en 2014 (- 12,6 % de surface de plancher autorisée en 2014 par rapport à 2013).

Graphique 3 : Surfaces commencées et autorisées pour l'ensemble du commerce

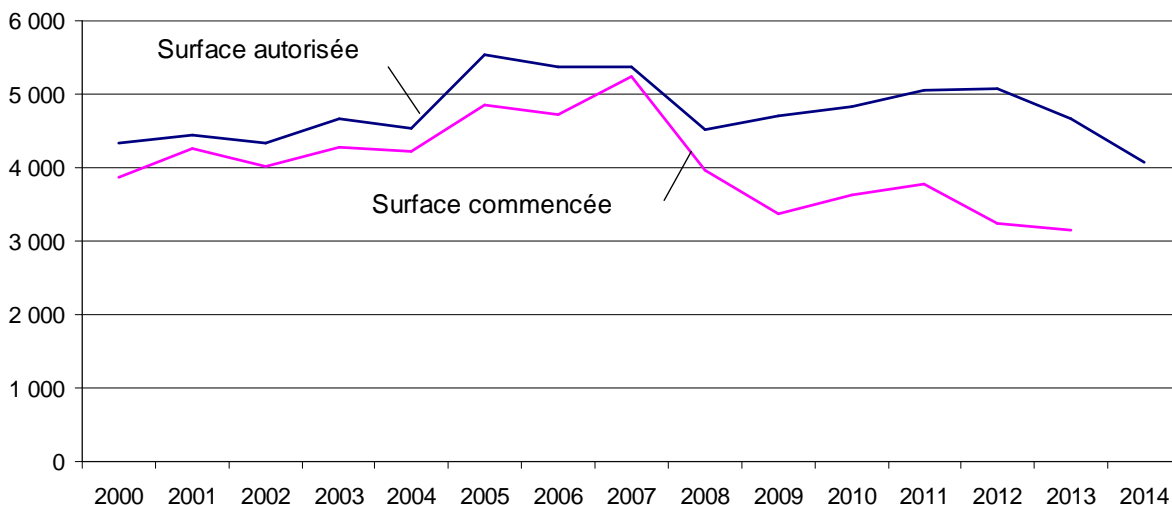


Note : surface de plancher hors œuvre nette (jusqu'au 1^{er} mars 2012) puis surface de plancher

Source : SoeS - Sit@del2, données en date réelle collectées, extraction du 29/04/2015 (France entière)

Graphique 4 : Surfaces de plancher commencées et autorisées pour l'ensemble du commerce

Surface de plancher en milliers de mètres carrés



Note : la réforme intervenue au 1er mars 2012 crée le concept de surface de plancher en lieu et place des précédentes SHON et SHOB.

Les résultats diffusés dans ce graphique sont exprimés en surface de plancher sur l'ensemble de la période.

Source : SoeS - Sit@del2, données en date réelle établies au 29/04/2015 (France entière)

Tableau 2 : Surfaces commencées et autorisées en milliers de m² pour l'ensemble du commerce et évolution en % de 2011 à 2014

	2011	2012 (1)	2013 (1)	2014 (1)	2012/2011 (1)	2013/2012 (1)	2014/2013 (1)
Surface autorisée	5 318,6	5 222,2	4 675,3	4082	-1,8	-10,5	-12,7
Surface commencée	3 981,3	3 387,4	3 202,1	nd	-14,9	-5,5	nd

Source : SoeS - Sit@del2, données en date réelle collectées, extraction du 29/04/2015 (France entière)

(1) : La réforme des surfaces intervenue au 1er mars 2012 implique de considérer avec précaution les résultats postérieurs à cette date. En fonction de la date de dépôt et/ou de modification du permis, des agrégats de surfaces collectées pour 2012 voire pour 2013 ou 2014 peuvent cumuler des résultats exprimés en Shon (ancienne norme) ou en surface de plancher (nouvelle norme). L'observation montre que la remontée d'informations en Shon est de moins en moins fréquente, mais seuls les résultats rétropolés en surface de plancher calculés sont comparables.

Tableau 3 : Surfaces de plancher commencées et autorisées en milliers de m² pour l'ensemble du commerce et évolution en % de 2011 à 2014

	2011	2012	2013	2014	2012/2011	2013/2012	2014/2013
Surface autorisée	5 053,1	5 069,7	4 669,1	4082	0,3	-7,9	-12,6
Surface commencée	3 782,4	3 243,4	3 142,1	nd	-14,3	-3,1	nd

Note : les résultats diffusés dans ce tableau sont exprimés en surface de plancher sur l'ensemble de la période.

Source : SoeS - Sit@del2, données en date réelle établies au 29/04/2015 (France entière)

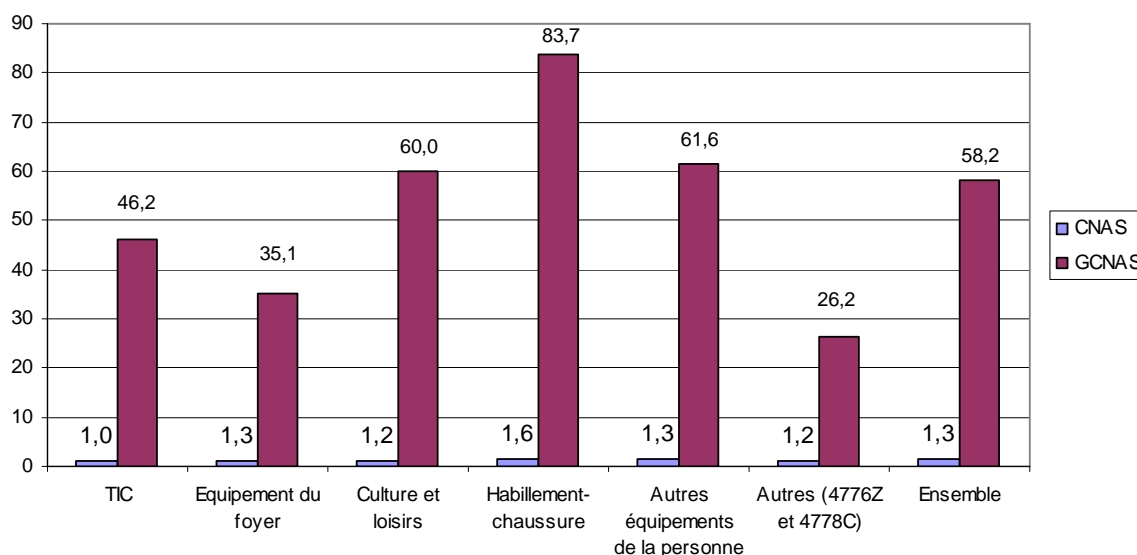
2 - L'équipement commercial dans le grand commerce non alimentaire spécialisé⁸²

En 2012, les entreprises du grand commerce non alimentaire spécialisé possèdent en moyenne 58 magasins. Ce nombre est fonction des secteurs et n'est pas forcément corrélé à la part des ventes du grand commerce dans l'ensemble du secteur.

Le secteur de l'équipement du foyer est par exemple caractérisé par un nombre moyen de magasins par entreprise pour le grand commerce nettement inférieur à la moyenne. Cependant, ces magasins peu nombreux mais de grande taille génèrent à eux seuls plus de la moitié du chiffre d'affaires de l'ensemble du secteur. Il en va de même dans le secteur des technologies de l'information et de la communication. En comparaison, les grandes enseignes de l'habillement-chaussure qui ont en moyenne 84 magasins ne réalisent qu'un peu plus de la moitié du chiffre d'affaires de l'ensemble du secteur. Ce fort nombre moyen de magasins par entreprise s'explique par la présence dans ce secteur de très grosses enseignes succursalistes faisant partie du grand commerce. Mais hors du grand commerce, ce secteur comprend aussi de nombreuses entreprises de petite taille, souvent adhérentes à un réseau d'enseigne (notamment en franchise) et qui réalisent une part importante du chiffre d'affaires du secteur.

Sur l'ensemble du commerce de détail non alimentaire spécialisé, la moyenne dépasse à peine un magasin quel que soit le secteur.

Graphique 5 : Nombre moyen de magasins par entreprises⁸³ pour le grand commerce en 2012



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

⁸² On s'en tient ici à la définition traditionnelle du grand commerce non alimentaire spécialisé.

⁸³ Le terme d'« entreprise » utilisé ici recouvre les sociétés et les entreprises individuelles. Il désigne toute unité légale déclarée au répertoire Sirene. Pour plus de précisions, cf. l'avertissement de la page 24.

3 - L'équipement en grandes surfaces

3.1 - Le nombre de grandes surfaces par département en 2014

Les grandes surfaces sont les magasins dont la surface de vente est supérieure ou égale à 400m². On distingue ici les grandes surfaces alimentaires (GSA) et non alimentaires (GSNA).

Les GSA regroupent les catégories suivantes :

- les hypermarchés, d'une surface de vente supérieure ou égale à 2500 m² ;
- les supermarchés « classiques » d'une surface comprise entre 400 et 2500 m² ;
- les magasins de hard discount d'une surface comprise entre 400 et 2500 m² ;
- les « magasins multicommerces » (dénommés « magasins populaires » en Naf rév. 1).

Les GSNA sont toutes les autres grandes surfaces (y compris grands magasins et magasins de vente de produits surgelés).

Le nombre de grandes surfaces est estimé à partir de plusieurs sources :

- Les fichiers issus de la taxe sur les surfaces commerciales (Tascom) ; ces fichiers comprennent en particulier la surface de vente, le chiffre d'affaires et le numéro Siret du magasin ; on utilise en premier lieu le fichier 2014, qui donne une photographie du parc début 2014.
- Ces fichiers ne sont pas tout à fait exhaustifs pour différentes raisons : les magasins créés avant 1960 ne sont pas concernés par Tascom, il existe un seuil de CA pour la déclaration (460 000 euros), les identifiants d'établissements peuvent être saisis avec erreur ...
- Pour ces raisons, on complète les données de Tascom en utilisant le répertoire Sirene et les données des DADS agrégées au niveau des établissements ; ces données complémentaires renseignent en particulier sur l'effectif salarié de l'établissement, sa date de création, de cessation, et son code d'activité. On utilise l'information sur les effectifs salariés pour repérer les grandes surfaces. Pour cela, on fixe un seuil d'effectifs salariés au-delà duquel on est pratiquement sûr (à 90%) que l'établissement a une surface de plus de 400 m². On détermine ces seuils grâce à l'enquête Points de vente 2010, qui comporte une information à la fois sur les surfaces et sur l'emploi.
- On utilise enfin des « contours de réseaux » constitués à la division Commerce de l'Insee dressant la liste des établissements appartenant aux plus grands réseaux d'enseignes.

Les chiffres présentés dans les tableaux suivants doivent ainsi être considérés comme des estimations.

Rappelons en outre que :

- par construction, les différentes catégories de grandes surfaces reposent sur des seuils de surface de vente ; un supermarché de 2499 m² apparaîtra en hypermarché dans certaines sources, en supermarché dans d'autres sources ;
- Les magasins de hard discount (« maxidiscomptes ») ne sont pas isolés par la nomenclature d'activité Naf rév.2 ; ils ne peuvent être identifiés qu'à partir des contours de réseaux ou de l'enseigne du magasin ; celle-ci n'est pas toujours disponible. Il est rappelé que seuls les hard discounts d'une surface de plus de 400 m² font partie des GSA.

Tableau 3 : Nombre de Grandes surfaces alimentaires par département

Départements		Nombre de grandes surfaces alimentaires			
		Hypermarchés	Supermarchés	Hard Discount	"Magasins multicommerce"
1	Ain	28	54	31	1
2	Aisne	23	47	60	4
3	Allier	12	42	28	3
4	Alpes-de-Hte-Provence	6	23	15	1
5	Hautes-Alpes	6	27	7	1
6	Alpes-Maritimes	19	125	37	6
7	Ardèche	8	36	23	
8	Ardennes	7	35	30	
9	Ariège	5	26	17	
10	Aube	12	33	32	1
11	Aude	13	29	32	2
12	Aveyron	8	42	14	2
13	Bouches-du-Rhône	40	134	137	11
14	Calvados	32	73	56	3
15	Cantal	S	19	7	
16	Charente	17	37	22	
17	Charente-Maritime	30	74	33	2
18	Cher	12	38	27	
19	Corrèze	8	39	24	
21	Côte-d'Or	21	69	41	1
22	Côtes-d'Armor	39	68	42	2
23	Creuse	6	15	9	1
24	Dordogne	16	54	33	1
25	Doubs	18	67	42	1
26	Drôme	17	48	35	
27	Eure	27	55	53	1
28	Eure-et-Loir	16	44	40	
29	Finistère	47	112	55	5
30	Gard	26	70	67	3
31	Haute-Garonne	38	123	87	2
32	Gers	10	25	17	
33	Gironde	57	141	92	4
34	Hérault	35	95	79	6
35	Ille-et-Vilaine	52	99	51	2
36	Indre	9	34	15	
37	Indre-et-Loire	23	60	33	2
38	Isère	32	106	67	4
39	Jura	9	50	23	
40	Landes	20	54	25	
41	Loir-et-Cher	13	34	22	1
42	Loire	21	71	49	1
43	Haute-Loire	6	28	13	
44	Loire-Atlantique	61	101	58	3
45	Loiret	19	77	41	1
46	Lot	5	31	12	2
47	Lot-et-Garonne	18	32	28	
48	Lozère	S	9	S	
49	Maine-et-Loire	37	70	39	1
50	Manche	20	67	40	1

Tableau 3 (suite et fin)

		Nombre de grandes surfaces alimentaires			
Départements		Hypermarchés	Supermarchés	Hard Discount	"Magasins multicommerce"
51	Marne	19	53	56	1
52	Haute-Marne	9	22	20	
53	Mayenne	13	31	17	
54	Meurthe-et-Moselle	24	64	78	3
55	Meuse	9	19	22	1
56	Morbihan	38	101	42	3
57	Moselle	41	86	136	
58	Nièvre	10	32	18	1
59	Nord	67	249	257	6
60	Oise	38	58	62	2
61	Orne	13	27	22	
62	Pas-de-Calais	41	169	178	1
63	Puy-de-Dôme	14	71	37	1
64	Pyrénées-Atlantiques	20	73	39	1
65	Hautes-Pyrénées	8	31	18	4
66	Pyrénées-Orientales	16	63	34	1
67	Bas-Rhin	38	105	69	2
68	Haut-Rhin	27	64	55	1
69	Rhône	30	145	65	10
70	Haute-Saône	12	29	24	1
71	Saône-et-Loire	23	67	53	1
72	Sarthe	28	55	50	1
73	Savoie	12	65	25	2
74	Haute-Savoie	27	91	32	5
75	Paris	9	364	42	56
76	Seine-Maritime	41	107	100	2
77	Seine-et-Marne	41	120	72	3
78	Yvelines	29	119	48	6
79	Deux-Sèvres	20	36	18	
80	Somme	20	64	63	2
81	Tarn	18	28	31	1
82	Tarn-et-Garonne	9	29	23	
83	Var	26	116	70	2
84	Vaucluse	21	50	48	
85	Vendée	42	49	30	2
86	Vienne	14	40	26	2
87	Haute-Vienne	15	50	26	1
88	Vosges	18	46	50	1
89	Yonne	18	36	31	1
90	Territoire de Belfort	6	12	8	1
91	Essonne	33	97	71	2
92	Hauts-de-Seine	14	156	28	24
93	Seine-Saint-Denis	31	104	51	13
94	Val-de-Marne	18	117	41	13
95	Val-d'Oise	24	86	54	4
97	DOM	32	174	S	6
2A	Corse-du-Sud	4	28		1
2B	Haute-Corse	8	22		
Total		2098	6663	4183	273

Sources : répertoire Sirene, enquête d'amélioration du répertoire 2013, Contours de réseaux, Tascom
Calculs Insee

Tableau 4 : Nombre de Grandes surfaces non alimentaires par département

Départements		Nombre de grandes surfaces non alimentaires						
		Total	Habillement	Meuble	Bricolage	Jardinerie	Sport	Chaussure
1	Ain	192	33	25	24	18	11	16
2	Aisne	151	28	18	17	16	9	13
3	Allier	121	17	18	20	8	7	14
4	Alpes-de-Hte-Provence	43	7	3	7	5	5	4
5	Hautes-Alpes	58	7	7	11	4	7	3
6	Alpes-Maritimes	222	39	50	19	8	21	11
7	Ardèche	91	14	7	13	10	9	5
8	Ardennes	73	14	7	8	6	3	11
9	Ariège	48	8	6	7	7	5	4
10	Aube	125	35	17	13	8	6	8
11	Aude	136	27	14	14	12	11	7
12	Aveyron	94	15	14	16	S	6	9
13	Bouches-du-Rhône	400	73	51	48	20	37	29
14	Calvados	226	42	30	25	12	17	9
15	Cantal	56	9	8	10	3	3	4
16	Charente	112	16	17	16	19	8	9
17	Charente-Maritime	207	38	32	34	20	11	15
18	Cher	105	18	13	17	9	S	9
19	Corrèze	95	13	14	13	11	5	7
21	Côte-d'Or	164	28	22	21	20	7	11
22	Côtes-d'Armor	207	36	28	29	23	14	9
23	Creuse	33	6	3	6	7	S	S
24	Dordogne	158	24	19	24	12	14	9
25	Doubs	192	28	29	23	13	13	15
26	Drôme	149	22	18	21	11	11	9
27	Eure	152	28	19	24	19	9	12
28	Eure-et-Loir	120	16	16	14	12	6	12
29	Finistère	337	60	56	39	41	24	12
30	Gard	192	32	23	23	10	15	11
31	Haute-Garonne	350	71	41	49	31	28	16
32	Gers	50	6	4	12	11	S	3
33	Gironde	438	77	57	61	25	38	31
34	Hérault	303	61	42	31	15	27	24
35	Ille-et-Vilaine	324	67	46	38	24	18	15
36	Indre	71	15	14	11	4	S	5
37	Indre-et-Loire	171	32	28	23	10	8	12
38	Isère	362	61	40	48	31	32	27
39	Jura	88	14	13	12	11	6	7
40	Landes	134	16	14	46	7	8	5
41	Loir-et-Cher	95	11	12	12	14	7	7
42	Loire	181	27	28	21	12	13	19
43	Haute-Loire	63	11	8	12	S	6	4
44	Loire-Atlantique	381	77	64	55	21	27	20
45	Loiret	211	39	26	29	18	16	13
46	Lot	57	6	12	13	4	4	3
47	Lot-et-Garonne	129	20	22	12	12	10	9
48	Lozère	29	S	4	7		3	S
49	Maine-et-Loire	234	45	41	26	21	10	12
50	Manche	189	38	31	35	10	10	7

Tableau 4 (suite et fin)

Départements		Nombre de grandes surfaces non alimentaires						
		Total	Habillement	Meuble	Bricolage	Jardinerie	Sport	Chaussure
51	Marne	188	35	26	20	13	9	13
52	Haute-Marne	66	11	11	10	8	4	6
53	Mayenne	112	11	15	18	16	6	6
54	Meurthe-et-Moselle	201	36	26	21	14	11	19
55	Meuse	56	8	6	10	6	3	S
56	Morbihan	279	50	49	26	32	20	10
57	Moselle	354	59	45	33	19	21	27
58	Nièvre	87	14	11	16	8	6	5
59	Nord	618	133	71	55	46	47	48
60	Oise	227	50	20	19	28	12	21
61	Orne	85	17	9	15	5	6	S
62	Pas-de-Calais	490	77	75	37	60	23	34
63	Puy-de-Dôme	190	36	24	20	11	18	17
64	Pyrénées-Atlantiques	204	32	30	25	20	14	12
65	Hautes-Pyrénées	68	11	7	12	4	4	5
66	Pyrénées-Orientales	133	21	15	15	10	14	9
67	Bas - Rhin	258	43	36	26	21	20	17
68	Haut - Rhin	196	32	31	19	13	13	16
69	Rhône	333	70	46	33	18	23	26
70	Haute-Saône	84	13	10	9	9	6	9
71	Saône-et-Loire	229	38	28	30	20	15	19
72	Sarthe	223	48	29	32	12	15	14
73	Savoie	161	22	27	18	11	28	9
74	Haute-Savoie	272	39	43	27	20	28	14
75	Paris	431	218	49	19	5	17	4
76	Seine-Maritime	339	74	50	38	24	16	19
77	Seine-et-Marne	395	97	48	36	28	18	35
78	Yvelines	295	62	39	25	22	17	21
79	Deux-Sèvres	129	18	24	19	9	7	6
80	Somme	164	36	16	20	17	7	14
81	Tarn	117	21	14	18	13	9	9
82	Tarn-et-Garonne	81	12	12	12	7	3	6
83	Var	227	30	25	25	16	23	11
84	Vaucluse	177	38	30	17	10	20	8
85	Vendée	229	33	34	30	32	16	14
86	Vienne	133	26	19	12	15	9	10
87	Haute-Vienne	125	19	17	15	13	9	11
88	Vosges	140	28	20	16	9	7	14
89	Yonne	107	17	11	21	11	7	7
90	Territoire de Belfort	55	10	10	4	6	3	5
91	Essonne	273	52	29	31	22	22	21
92	Hauts-de-Seine	112	32	7	22	4	5	8
93	Seine-Saint-Denis	197	68	21	15	5	11	12
94	Val-de-Marne	218	63	28	17	9	9	17
95	Val-d'Oise	242	52	32	16	20	13	21
97	DOM	222	32	36	50	12	17	5
2A	Corse-du-Sud	32	S	7	6	S	4	3
2B	Haute-Corse	35	S	5	9	S	1	3
Total		17 715	3 380	2 404	2 149	1 384	1 209	1 173

Sources : répertoire Sirene, enquête d'amélioration du répertoire 2013, Contours de réseaux, Tascom
Calculs Insee

3.2 - Densité en grandes surfaces par département

Pour compléter l'analyse locale de l'équipement commercial, le nombre de magasins a été rapporté à la population de chaque département.

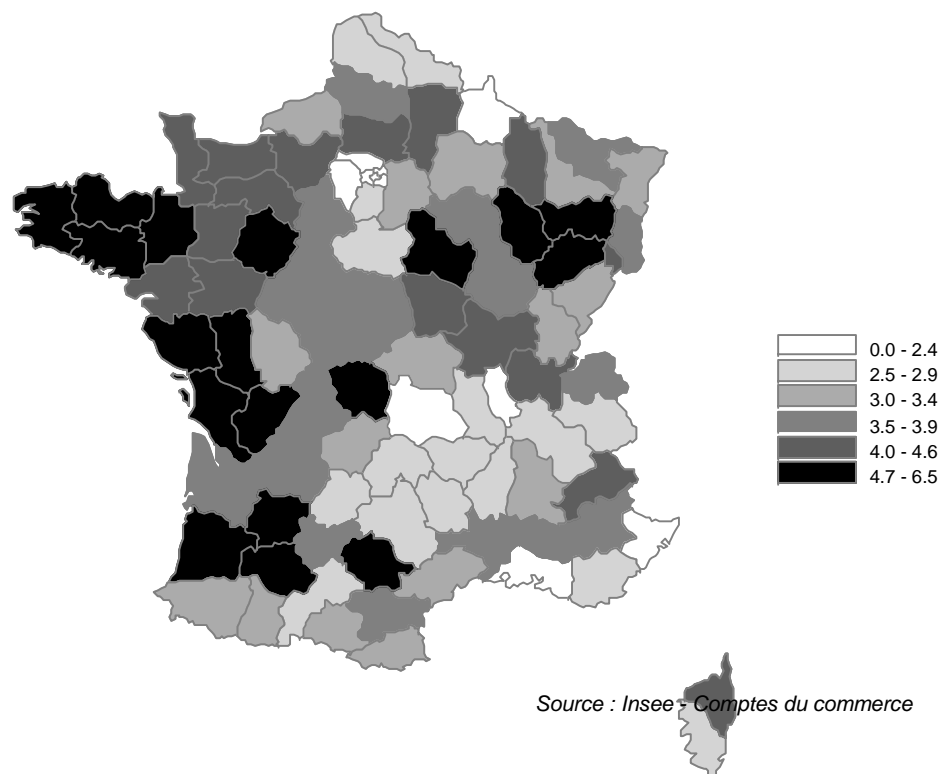
Les cartes suivantes montrent la densité en grandes surfaces par département (en nombre de magasins pour 100 000 habitants).

En regard du nombre total des grandes surfaces alimentaires (GSA) et des grandes surfaces non alimentaires (GSNA) pour 100 000 habitants, sont cartographiés le nombre de salariés des GSA et GSNA pour 100 000 habitants. Ceci permet de prendre en compte l'hétérogénéité de la taille des magasins dans le calcul de la densité en grandes surfaces. Notons ainsi qu'en Ile-de-France, si le nombre de GSNA pour 100 000 habitants est le moins dense, dans cette même région le nombre de salariés de ces grandes surfaces est au contraire le plus élevé pour 100 000 habitants.

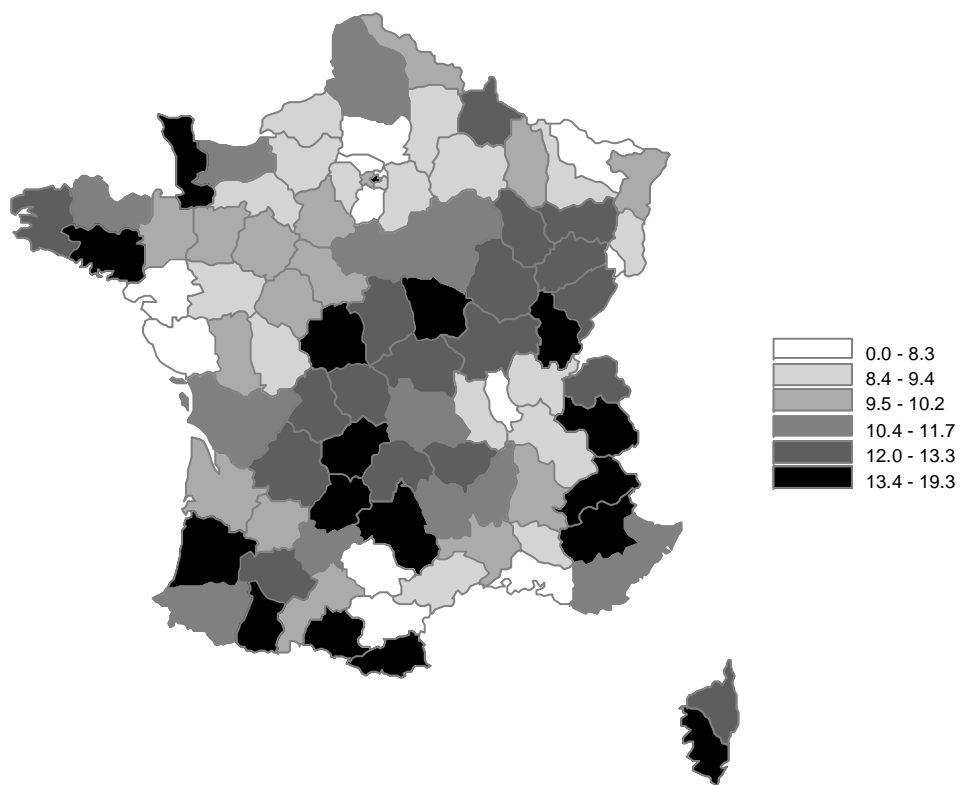
Les différentes cartes mettent en évidence des disparités selon les régions. Ainsi, concernant l'alimentaire, les départements de l'ouest restent les plus dotés en hypermarchés par habitant, tandis que le centre de la France concentre davantage les supermarchés. 10% environ des hard-discount reste localisé dans la région Nord-Pas-de-Calais. N'oublions pas que les premiers magasins Lidl et Aldi, lancés en Allemagne sont tout d'abord apparus dans le nord de la France à la fin des années 80.

Dans les autres secteurs, d'autres disparités apparaissent. Si les grandes surfaces d'habillement rapportées au nombre d'habitants se concentre davantage dans le nord-ouest, à l'opposé, dans l'est et au centre se situent les grandes surfaces de chaussures. Les grandes surfaces de sport restent plus concentrées dans le sud de la France ; leur densité est aussi élevée en Bretagne. Les grandes surfaces de jardinerie sont peu présentes dans le sud, celles de bricolage se trouvent davantage dans le centre et le sud-ouest.

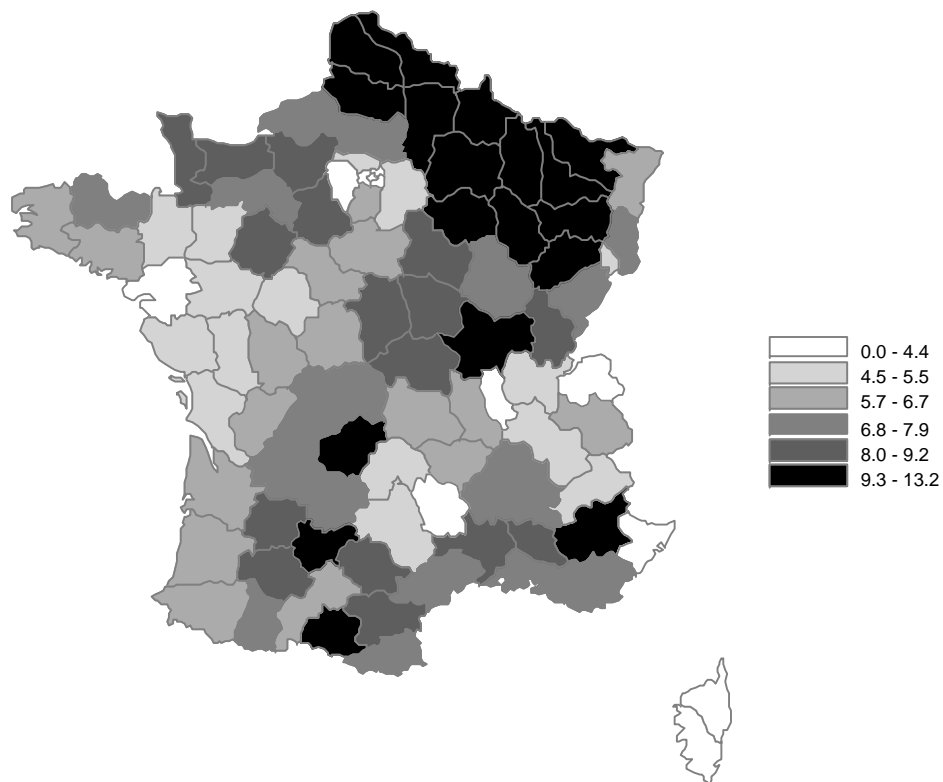
Nombre d'hypermarchés pour 100 000 habitants



Nombre de supermarchés pour 100 000 habitants

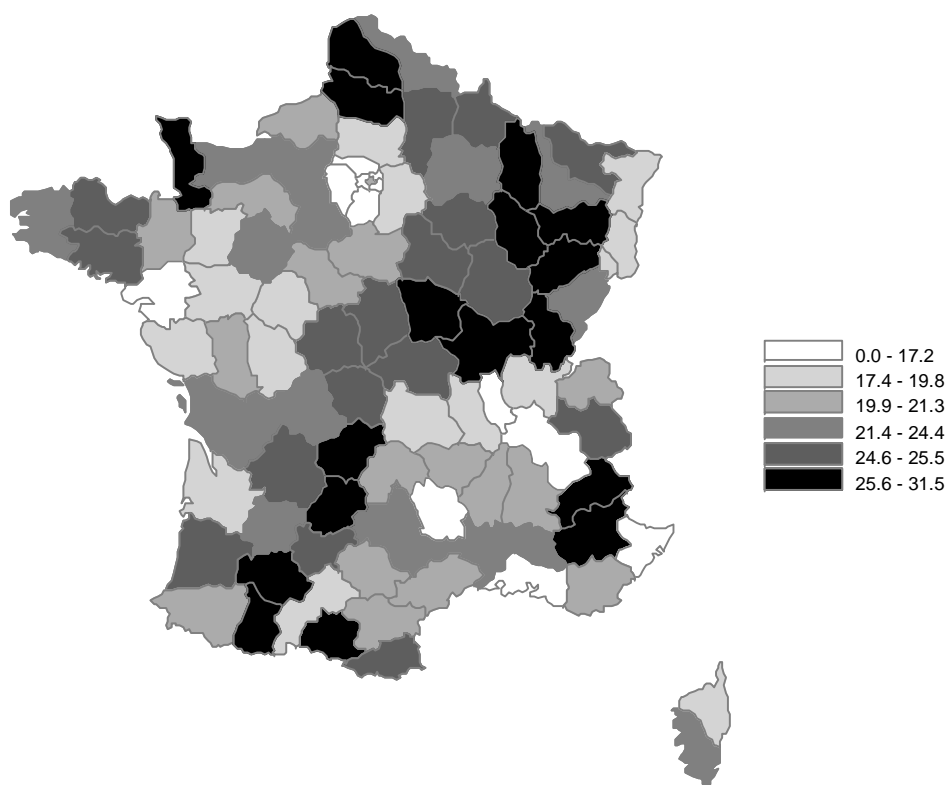


Nombre de Hard Discount pour 100 000 habitants

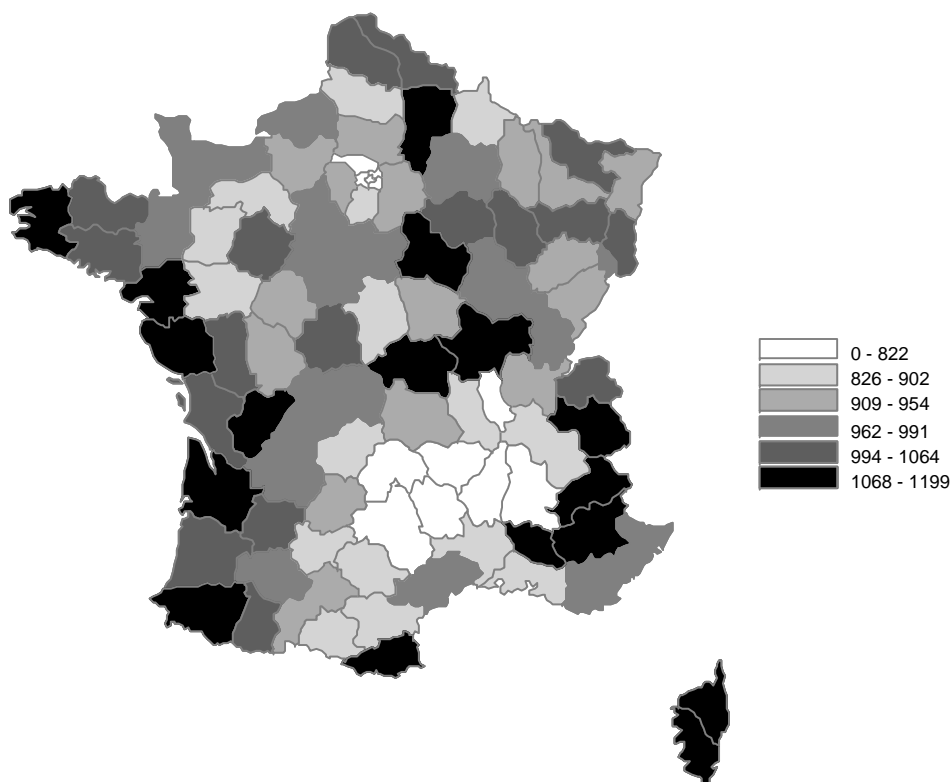


Source : Insee - Comptes du commerce

Nombre de GSA pour 100 000 habitants

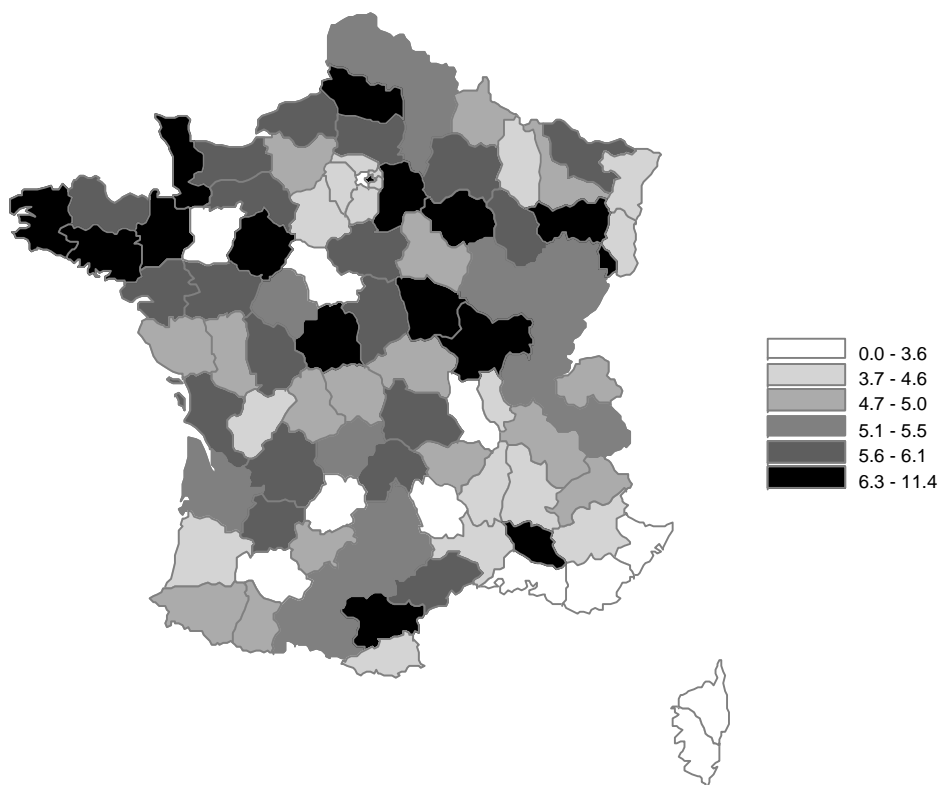


Salariés de GSA pour 100 000 habitants

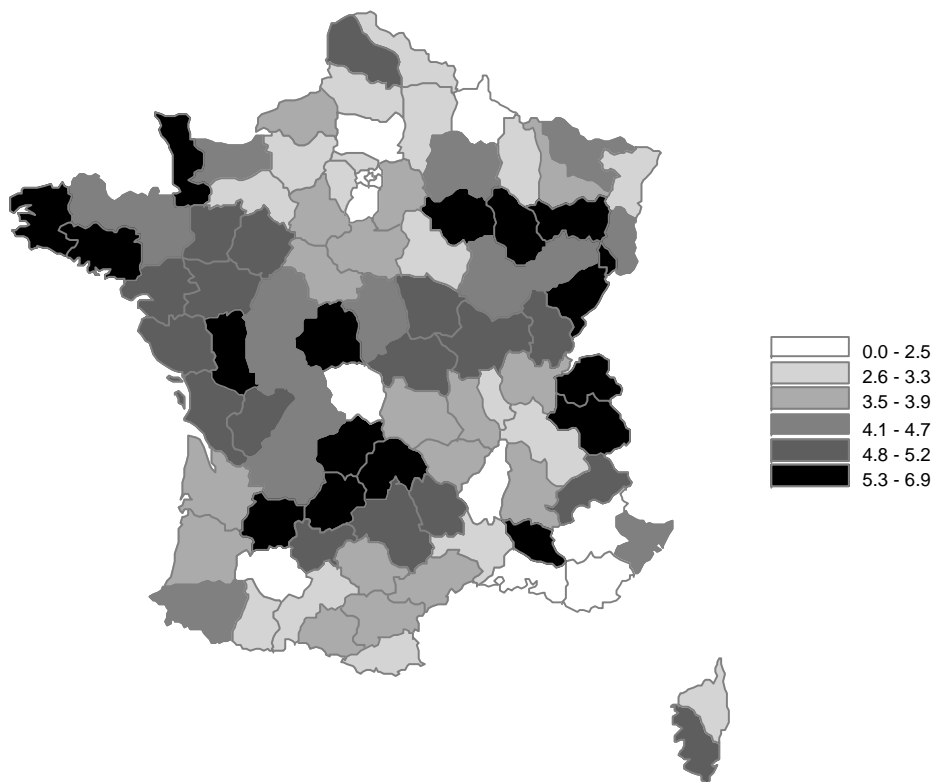


Source : Insee - Comptes du commerce

Nombre de GS d'habillement pour 100 000 habitants

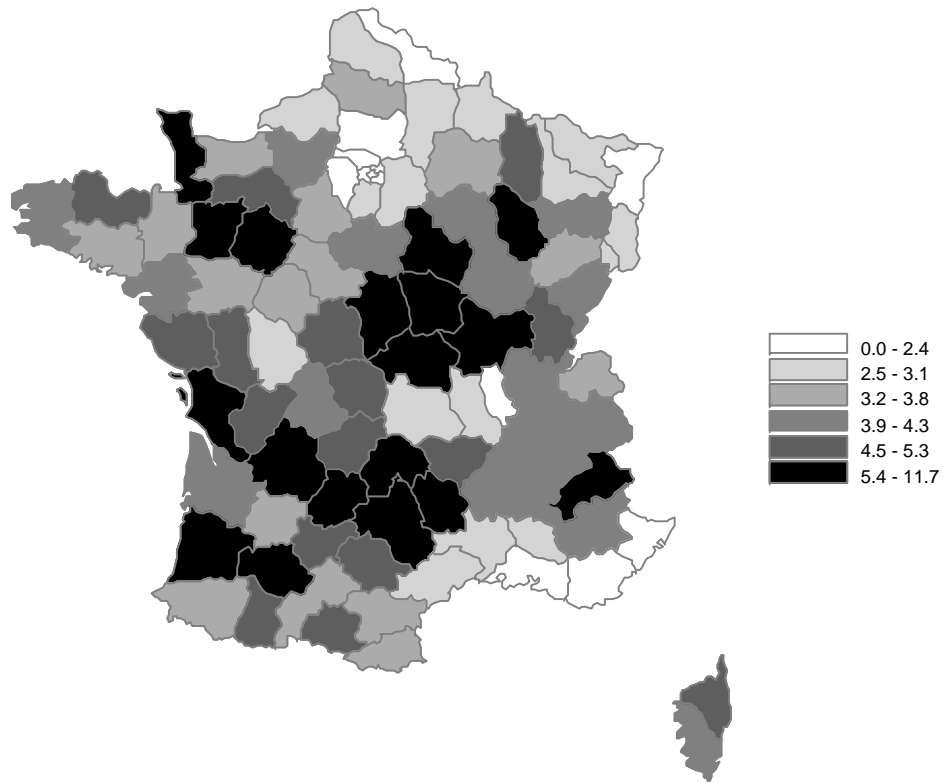


Nombre de GS de meubles pour 100 000 habitants

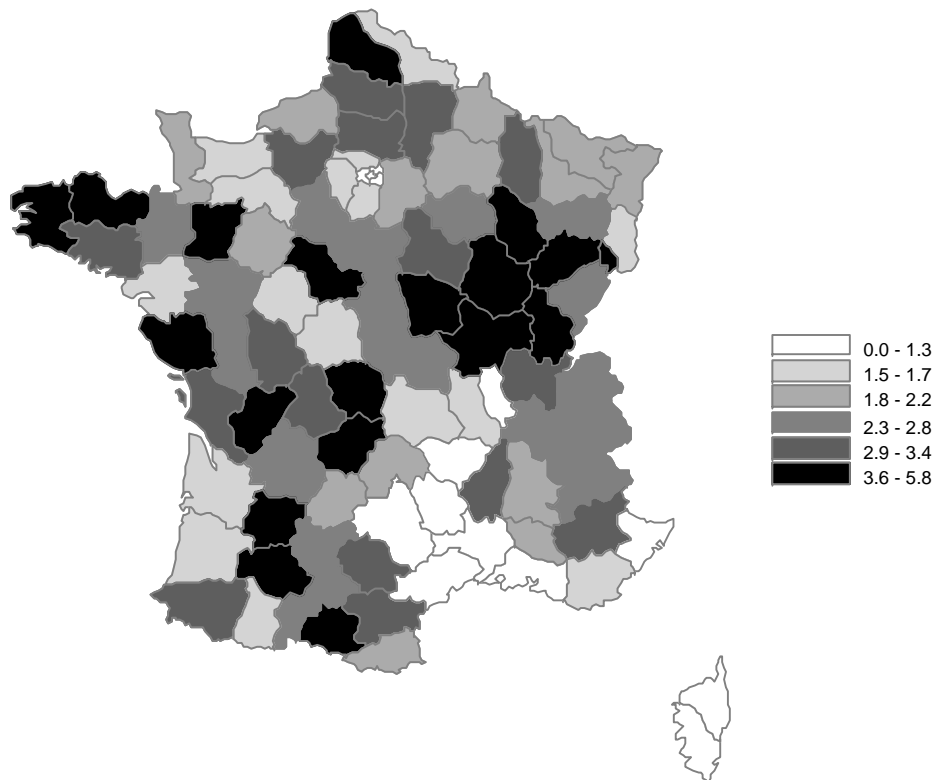


Source : Insee - Comptes du commerce

Nombre de GS de bricolage pour 100 000 habitants

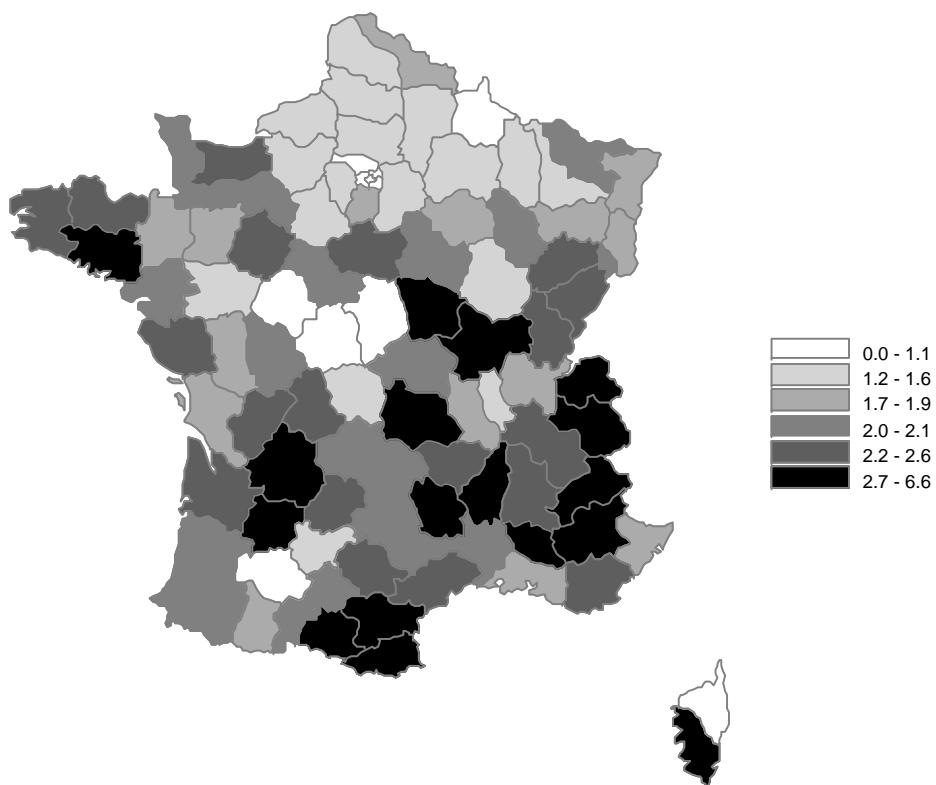


Nombre de GS de jardinerie pour 100 000 habitants

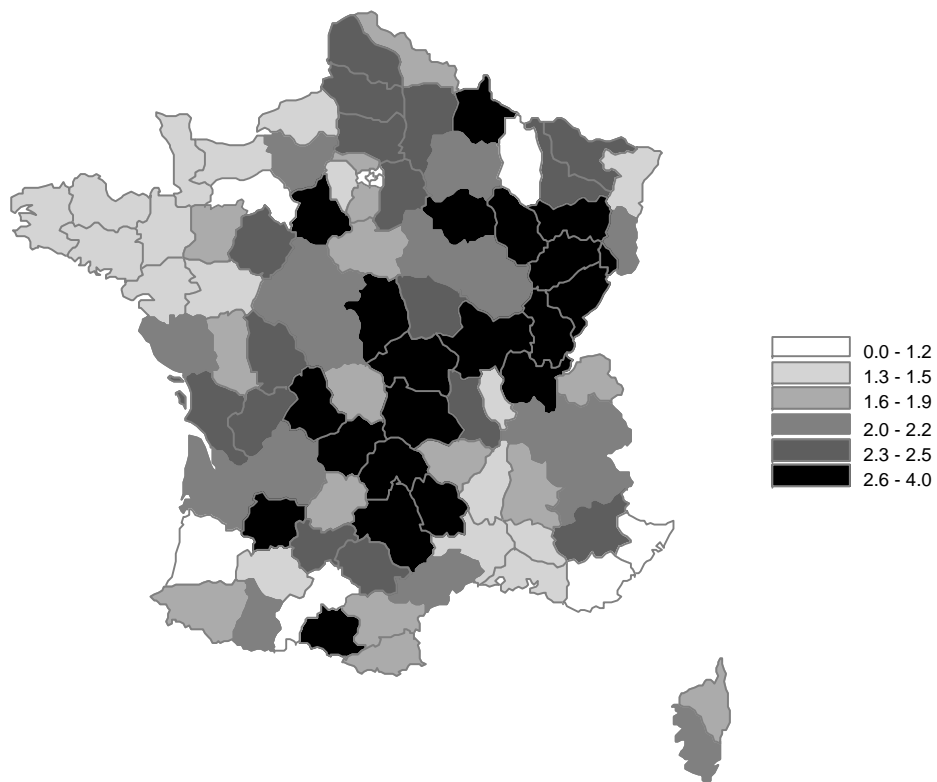


Source : Insee - Comptes du commerce

Nombre de GS de sport pour 100 000 habitants

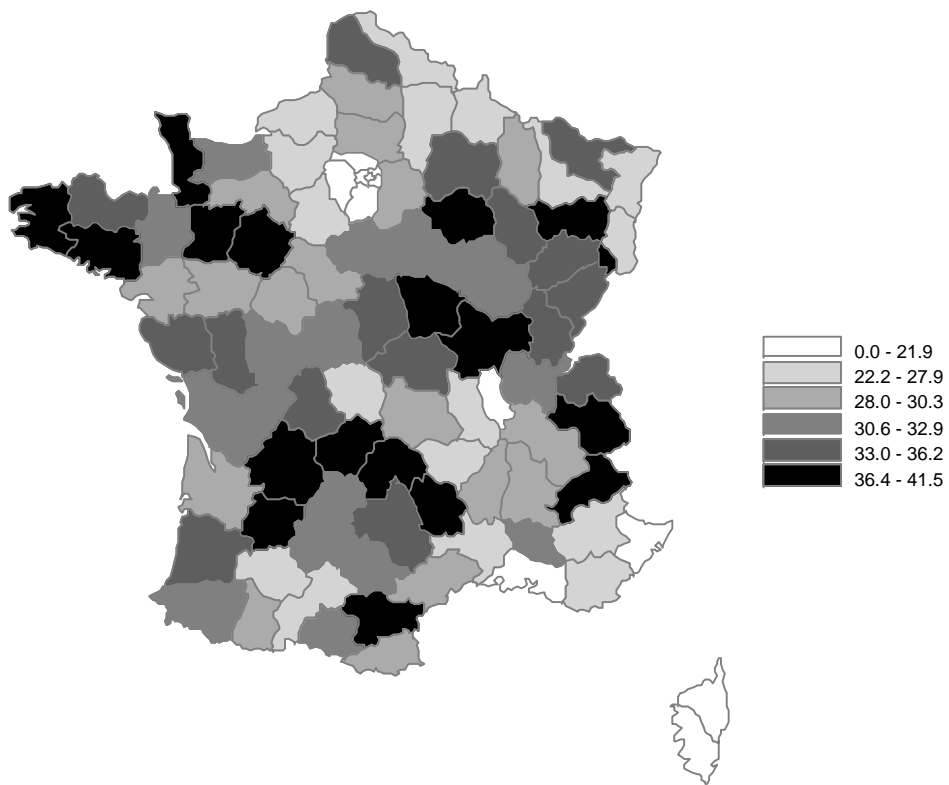


Nombre de GS de chaussures pour 100 000 habitants

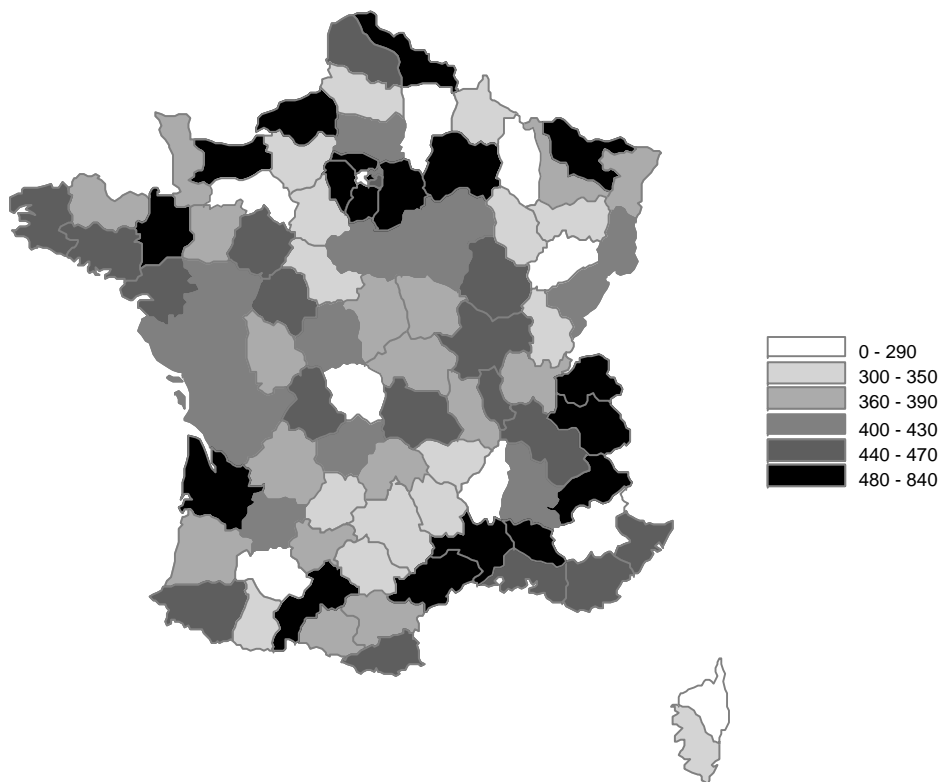


Source : Insee - Comptes du commerce

Nombre de GSNA pour 100 000 habitants



Salariés de GSNA pour 100 000 habitants



Source : Insee - Comptes du commerce

CHAPITRE V : LE COMMERCE ET LA RÉPARATION D'AUTOMOBILES

Après deux années de repli, les ventes de l'ensemble **du commerce et de la réparation d'automobiles**⁸⁴ se stabilisent en volume en 2014. Du fait de l'augmentation des prix, elles progressent en valeur de 1,6 %, pour atteindre **103,6 milliards d'euros** (tableau 1).

Le commerce de véhicules automobiles repart légèrement à la hausse en 2014 après deux années très difficiles, qui ont suivi la fin des mesures de soutien au marché (prime à la casse). L'activité du secteur progresse de 0,7 % en volume et de 2,3 % en valeur. Le commerce de réparation de motocycles, qui avait également beaucoup souffert au cours des deux années précédentes, renoue également avec la croissance (tableau 2).

A l'inverse le secteur de l'entretien et réparation automobile reste orienté à la baisse. En outre, le commerce de détail d'équipements automobiles subit une contraction de son activité en 2014 pour la première fois depuis 2010.

Cette stagnation de l'activité ne permet pas d'enrayer la diminution de l'emploi salarié dans l'ensemble du commerce et de la réparation d'automobile. Les effectifs salariés du secteur sont en repli de 1,7 % en 2014 après une baisse comparable en 2013 (- 1,9 %).

Les créations d'entreprises sont en hausse en 2014 (+ 4,9 %) comme les années précédentes.

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

Activités	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013sd	2014p	Valeur 2014p (en G €)
Commerce de véhicules automobiles	-0,2	5,5	7,1	1,6	6,4	-0,4	1,8	3,6	5,0	-6,0	-2,7	2,3	71,9
Entretien et réparation de véhicules automobiles	3,1	7,3	2,4	4,3	4,1	1,8	-3,6	-8,7	-0,3	-1,1	-0,4	-0,2	20,1
Commerce de gros d'équipements automobiles	5,1	-0,4	7,9	6,4	4,2	0,8	-5,6	13,3	11,6	3,7	-1,2	1,2	1,2
Commerce de détail d'équipements automobiles	4,1	-1,2	8,4	1,5	4,6	2,0	1,3	-3,0	9,6	6,4	2,8	-0,7	7,7
Commerce et réparation de motocycles	1,8	5,0	-3,3	3,9	1,4	0,7	-7,6	4,5	1,7	-7,4	-3,4	3,1	2,7
ENSEMBLE COMMERCE ET RÉPARATION AUTOMOBILE	0,7	5,5	5,9	2,3	5,7	0,2	0,4	0,7	4,2	-4,3	-1,9	1,6	103,6

Source : Insee - Comptes du commerce

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

Activités	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013sd	2014p
Commerce de véhicules automobiles	-2,3	3,0	5,4	0,0	3,9	-2,6	1,9	2,7	2,6	-8,0	-4,0	0,7
Entretien et réparation de véhicules automobiles	-0,2	3,1	-1,8	0,8	0,4	-3,3	-4,0	-11,5	-3,2	-3,5	-1,8	-1,6
Commerce de gros d'équipements automobiles	3,2	-4,1	5,1	3,5	0,6	-2,8	-7,6	12,1	11,6	1,8	-2,3	0,3
Commerce de détail d'équipements automobiles	2,6	-4,9	5,5	-1,4	0,7	-2,2	-0,2	-4,5	9,0	4,5	1,8	-1,7
Commerce et réparation de motocycles	1,2	3,3	-4,1	3,1	-0,1	0,0	-8,5	4,6	0,8	-7,8	-4,5	2,0
ENSEMBLE COMMERCE ET RÉPARATION AUTOMOBILE	-1,5	2,6	3,7	0,2	2,9	-2,6	0,2	-0,6	1,9	-6,3	-3,2	0,1

Source : Insee - Comptes du commerce

⁸⁴ Rappel : le commerce de carburant qui se trouvait dans le secteur du commerce et réparation automobile en ancienne nomenclature se trouve désormais avec le commerce de détail.

1 - Le commerce de véhicules automobiles redémarre en douceur

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

▪ Légère hausse des immatriculations de véhicules particuliers neufs

D'après les données du Soes, le nombre d'immatriculations de voitures particulières neuves augmente de 0,5 % en moyenne annuelle en 2014, malgré une baisse au second semestre.

Les ventes de voitures neuves des groupes français se redressent en 2014 contrairement à celles des groupes étrangers (respectivement + 3,9 % contre - 3,8 %). Les marques de groupes français sont majoritaires dans les immatriculations neuves de voitures particulières : leur part s'élève à 55,3 % en 2014. Si l'on exclut les voitures de constructeurs étrangers appartenant à des groupes français, la part des marques françaises s'établit à 48,3 % en 2014 selon le service de l'observation et des statistiques (Soes) du ministère du développement durable⁸⁵.

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

Le succès des modèles économiques et inférieurs ne se dément pas. La part des modèles d'entrée de gamme s'accroît en effet de 1,2 points (53,9 % des immatriculations contre 52,7% l'année précédente). A contrario, les modèles de moyenne gamme perdent des parts de marché alors que la part des catégories supérieures et de luxe se maintient (4,7 % du marché).

La part des véhicules diesel dans les immatriculations de voitures particulières neuves se replie en 2014, comme cela avait déjà été le cas en 2013. La part des voitures à motorisation alternative atteint 3,5 % des immatriculations. En 2014, les immatriculations de voitures électriques neuves progressent fortement (10,6 milliers d'unités contre 8,8 en 2013) mais celles des véhicules hybrides, qui représentent une part plus importante des immatriculations, reculent de 46,7 milliers d'unités à 43,1 milliers.

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

▪ Voitures d'occasion : des transactions en hausse

Le nombre de transactions de voitures d'occasion est nettement plus élevé que le nombre de voitures particulières neuves vendues : 5,5 millions de voitures particulières d'occasions sont immatriculées en 2014 contre 1,8 millions de voitures neuves. Néanmoins, la majorité des transactions n'est pas réalisée par des professionnels du secteur mais directement par des particuliers. La demande en véhicules d'occasion repart à la hausse en 2014. Elle augmente de 2,4 %, après deux années de baisse (- 1,0 % en 2012 et en 2013).

⁸⁵ Chiffres et statistiques n° 609, février 2015 – Commissariat général au développement durable

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

Les ventes du secteur de **l'entretien et réparation** de véhicules automobiles continuent de diminuer en volume (- 1,6 % en 2014 après - 1,8 % en 2013).

Depuis 2008, ce secteur subit chaque année une érosion de son activité. La fiabilité croissante des véhicules et l'évolution des comportements des automobilistes (éco-conduite et moindre usage du véhicule) ainsi que le mouvement de baisse tendanciel du nombre d'accidents corporels de la route⁸⁶ (à l'exception de 2014) engendrent une diminution structurelle des ventes de réparation et d'entretien.

La diminution des interventions s'accompagne toutefois d'un coût unitaire plus élevé et l'activité du secteur se maintient presque en valeur (- 0,2 % en 2014).

S'agissant du commerce d'**équipements automobiles**, les ventes sont stables en volume dans les secteurs du commerce de gros (+ 0,3 %) alors qu'elles diminuent dans le commerce de détail (- 1,7 %).

Les professionnels classés dans le **commerce de détail d'équipements automobiles** (centres-autos) sont souvent au croisement de la distribution de pièces et de la pose et l'entretien des véhicules les plus anciens, alors que l'entretien-réparation des véhicules de moins de 2 ans est essentiellement réalisé par les entreprises des réseaux constructeurs, classés plus souvent dans le secteur du commerce de véhicules automobiles selon l'observatoire de l'Association Nationale pour la Formation Automobile.

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

L'activité du commerce et réparation de motocycles (motos et scooters de plus de 50 C) est à nouveau orientée à la hausse. Ses ventes augmentent de 2,0% en volume et de 3,1% en valeur. C'est le secteur le plus dynamique du commerce et de la réparation d'automobiles. Ce secteur avait été particulièrement affecté par la crise et les ventes peinaient à se redresser. Au climat conjoncturel défavorable, s'est ajoutée la mise en place d'une formation obligatoire pour les primo-accédants (étendue en 2011) qui a pu détourner une partie des acheteurs potentiels de 2-roues.

⁸⁶ Observatoire national interministériel de la sécurité routière, bilans annuels

Encadré 1 : Révisions des ventes au détail du commerce et réparation automobile

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

Les évolutions des ventes au détail présentées sur l'année 2013 et 2014 sont **provisoires**. Elles sont issues de la version semi-définitive ou provisoire de la consommation commercialisable et des évolutions d'indices de chiffres d'affaires mensuels par secteur d'activité calculés par l'Insee à partir des déclarations que remplissent les entreprises pour le paiement de la TVA. Par construction, le traitement des restructurations pour ces indices au moment des évaluations provisoires diffère légèrement du traitement effectué *in fine* sur les déclarations fiscales des entreprises.

Les évolutions de 2012 sont **définitives**. Elles reprennent les chiffres d'affaires calculés par l'Insee à partir des déclarations fiscales des entreprises et de leur réponse à l'enquête structurelle annuelle (ESA).

Entre le rapport publié en décembre 2013 et celui de juin 2014, une révision importante des séries est intervenue en raison du changement de base.

Évolution des ventes du commerce et de la réparation d'automobiles (données provisoires et révisées)

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

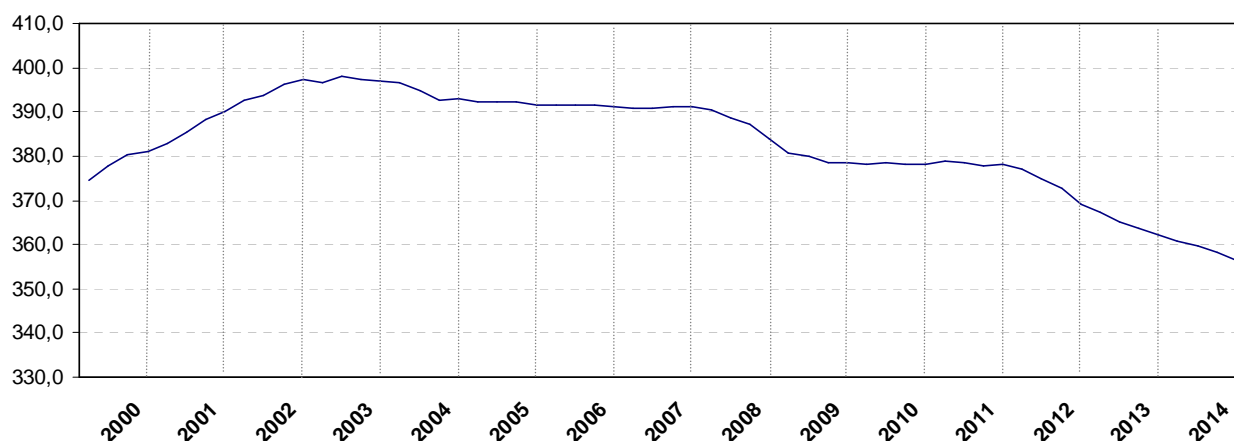
Rapport de décembre 2013 (base 2005)	en valeur	+ 1,0	+ 5,0 (def)	- 3,8 (p)
	en volume	- 0,6	+ 2,5 (def)	- 5,7 (p)
Rapport de juin 2013 (base 2005)	en valeur	+ 1,0	+ 4,1 (p)	- 3,9 (p)
	en volume	- 0,6	+ 1,7 (p)	- 5,8 (p)
Rapport de déc.2012 (base 2005)	en valeur	+ 1,0 (def)	+ 3,8 (p)	
	en volume	- 0,6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

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

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

Au 31 décembre 2014, 356 300 salariés travaillent dans le secteur du commerce et de la réparation d'automobiles. Ils représentent 12 % des salariés du commerce et 2,25 % des secteurs principalement marchands. En 2014, le commerce automobile perd 6 000 salariés (- 1,7 %). Cette baisse fait suite aux baisses de 2013 (- 1,9 %) et de 2012 (- 2,2 %). En glissement annuel, entre décembre 2002 et décembre 2014, le secteur a perdu 41 100 salariés.

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



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

Le secteur du commerce et de la réparation d'automobiles se caractérise par une part croissante de travailleurs non salariés parmi les actifs occupés (cf. vue d'ensemble).

En 2014, avec 82 % d'hommes parmi les actifs occupés, le commerce et la réparation d'automobiles est un secteur très masculin. Une part importante des actifs occupés sont des ouvriers (37 %), et parmi eux, la majorité (74 %) sont des ouvriers qualifiés. Parmi les seuls salariés, la part d'ouvriers est plus importante (57 %).

Le temps partiel est peu répandu dans le commerce et la réparation d'automobiles : il concerne 10,8 % des salariés en 2012. Comme dans les autres secteurs, il touche plus les femmes (26,2 %) que les hommes (7,4 %). Ce sont des temps partiels relativement courts : en moyenne, le nombre d'heures d'un salarié à temps partiel représente 56,0 % d'un temps plein. Le volume d'emploi salarié effectué à temps partiel⁸⁷ représente 6,4 % du volume d'emploi salarié. Si l'emploi était réparti uniformément sur l'ensemble des emplois salariés, il reviendrait à ce que chaque emploi salarié représente en moyenne 95,2 % d'un emploi à temps plein (équivalent temps plein de l'emploi salarié).

⁸⁷ Cf. Annexe méthodologique n° VI : Méthodes et sources sur l'emploi.

5 - Les créations d'entreprises du commerce et de la réparation automobile continuent de croître en 2014

Le nombre de créations d'entreprises augmente à nouveau en 2014 dans le secteur du commerce et de la réparation d'automobiles (+ 4,9 %), comme les deux années précédentes.

Tableau 3 : Nombre de créations de sociétés et d'entreprises individuelles et leur évolution en % entre 2011 et 2014

SECTEURS D'ACTIVITE	Nombre de créations				Evolution en %		
	2011	2012	2013	2014	2012/2011	2013/2012	2014/2013
Commerce de véhicules automobiles	6 179	7 331	7 717	7 560	18,6	5,3	-2,0
Entretien et réparation de véhicules automobiles	5 857	6 566	6 564	6 813	12,1	0,0	3,8
Commerce d'équipements automobiles	1 155	1 154	1 310	1 973	-0,1	13,5	50,6
Commerce et réparation de motocycles	758	679	634	678	-10,4	-6,6	6,9
COMMERCE ET REPARATION D'AUTOMOBILES	13 949	15 730	16 225	17 024	12,8	3,1	4,9

Source : Insee - Sirène (France Entière)

Les cessations de l'année 2014 ne sont pas encore entièrement connues pour estimer le nombre d'entreprises au 1^{er} janvier 2015. Début 2014, le secteur du commerce et de la réparation d'automobiles compte 99 200 entreprises, soit 6,7 % de plus qu'en 2013. Cette forte augmentation est due au régime d'auto-entrepreneur qui a stimulé les créations d'entreprises depuis 2009. Cette progression concerne tous les sous-secteurs du commerce et de la réparation d'automobiles.

Tableau 4 : Nombre de sociétés et d'entreprises individuelles* en milliers au 1^{er} janvier et évolution en % entre début 2011 et début 2014

SECTEURS D'ACTIVITE	Nombre d'entreprises				Evolution en %		
	2011	2012	2013	2014 (sd)	2012/2011	2013/2012	2014/2013
Commerce de véhicules automobiles	28,9	29,9	31,6	33,6	3,5	5,7	6,3
Entretien et réparation de véhicules automobiles	43,2	44,6	46,8	50,2	3,1	5,1	7,2
Commerce d'équipements automobiles	7,8	8,1	8,4	9,0	4,2	3,9	7,4
Commerce et réparation de motocycles	6,0	6,1	6,1	6,4	2,0	0,7	3,9
COMMERCE ET REPARATION D'AUTOMOBILES	85,8	88,6	93,0	99,2	3,3	4,9	6,7

Source : Insee - Sirène (France Entière)

* Les auto-entreprises non-actives ont été exclues des stocks d'entreprises au 1^{er} janvier 2011, 2012, 2013 et 2014.

ANNEXES - MÉTHODES ET DÉFINITIONS

ANNEXE I - Les comptes du commerce en base 2010

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

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

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

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

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

En base 2010, la méthode retenue consiste à conserver les estimateurs Esane au niveau des groupes de la NAF (3 positions), où cette méthode d'estimation produit des résultats globalement robustes. Au niveau le plus fin des sous-classes, en revanche, la méthode retenue ventile les agrégats estimés au niveau des groupes entre les sous-classes qui les constituent, à partir des données fiscales individuelles exhaustives (y compris pour les unités qui n'ont pas répondu à l'enquête) plutôt qu'en privilégiant les données des entreprises participant à l'enquête structurelle annuelle⁸⁸. Ces estimations sectorielles en niveau par sous-classe sont ensuite utilisées pour calculer des évolutions. Dit autrement, l'indice d'évolution des ventes au niveau des sous-classes est calculé à partir de l'indice d'évolution des données fiscales exhaustives, en

⁸⁸ En réalité cette méthode ne s'éloigne pas beaucoup de la méthode retenue actuellement par Esane pour la diffusion au niveau des sous-classes : En effet, Esane retient une clé de répartition infra-groupe et non les agrégats composites directement. Le changement repose ici sur l'utilisation d'une clé qui repose sur les données exhaustives plutôt que sur les données pondérées.

corrigeant celui-ci d'un terme qui tient compte du biais d'évolution au niveau du groupe entre les évolutions individuelles issues des données fiscales et celles d'Esane (lesquelles prennent mieux en compte les changements d'APE)⁸⁹.

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

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

⁸⁹ Soit le rapport au niveau du groupe entre l'indice d'évolution ESANE et l'indice d'évolution issu du FARE (données fiscales exhaustives)

ANNEXE II - Le changement de nomenclature dans les secteurs du commerce

Pour une présentation détaillée de la nouvelle nomenclature d'activités, on se reportera utilement au site de l'Insee : www.insee.gouv.fr

Rubriques : -définitions et méthodes, puis
-nomenclatures, puis
-zoom sur la rubrique

1 - Les principaux changements

Les nomenclatures d'activités et de produits françaises, la NAF et la CPF, ont été révisées au 1^{er} janvier 2008. Les révisions de la NAF et de la CPF ont fait l'objet d'une large concertation avec les représentants de l'ensemble des fédérations professionnelles.

La NAF rév2 et la CPF rév2 succèdent à la NAF rév1 et la CPF rév1 qui étaient en vigueur depuis le 1^{er} janvier 2003. Cette opération s'inscrit dans un processus de révision d'ensemble des nomenclatures d'activités et de produits au niveau mondial, européen et français. La NAF est désormais strictement emboîtée dans la nomenclature européenne d'activités, la NACE rév2. La codification de la NAF s'effectue sur cinq positions : quatre chiffres et une lettre ; les quatre chiffres sont ceux de la classe européenne de la NACE, la lettre en cinquième position est propre à la sous-classe française.

1.1 - Les changements dans les contours des activités

Les principales modifications sont les suivantes :

Artisanat commercial : division 10 en partie de la NAF rév. 2

- une partie des classes « charcuterie » et « cuisson de produits de boulangerie » a été transférée dans d'autres activités. La quasi-totalité des entreprises qui sortent du secteur passent dans l'activité « Préparation et cuisson de pizza à emporter ou à livrer » (5610C).

Commerce et réparation d'automobiles : la division 45 associe le commerce de gros ou de détail de véhicules automobiles ou de motocycles et leur réparation ainsi que le commerce de gros ou de détail d'équipements automobiles.

- le commerce de véhicule automobile est éclaté entre commerce de véhicules automobiles légers (moins de 3,5t) (4511Z) et commerce d'autres véhicules automobiles (4519Z) ; la même distinction est retenue pour l'entretien et la réparation ;
- le commerce de détail de carburants en magasin spécialisé quitte le commerce automobile pour rejoindre le commerce de détail (4730Z).

Commerce de gros et intermédiaires : la division 46 couvre le commerce de gros (hors automobile) en distinguant intermédiaires et grossistes

- les centrales d'achat de carburant (4612A) sont isolées des autres centrales d'achats non alimentaires (4619A) ;
- le commerce de gros de bois et celui de matériaux de construction sont regroupés (4673A) ; en revanche, le commerce de gros d'appareils sanitaires relève d'une autre activité (4673B), à laquelle appartient le commerce de gros de produits de décoration (papiers peints et revêtements de sol).

Commerce de détail : la division 47 recouvre le commerce de détail (hors automobiles)

- l'ancienne activité de « commerce de détail divers en magasin spécialisé » est éclatée dans cinq nouvelles NAF, notamment le commerce de détail d'ordinateurs, unités périphériques et logiciels (4741Z), le commerce de détail de matériels de télécommunication (4742Z)... ;
- l'ancienne activité de « commerce de détail d'appareils électroménagers, de radio et de télévision » est éclatée dans quatre nouvelles NAF, notamment le commerce de détail de matériels audio et vidéo (4743Z), le commerce de détail d'appareils électroménagers (4754Z), le commerce de détail d'enregistrement musicaux et vidéo (4763Z) ;
- le « commerce hors magasin », toujours séparé du « commerce en magasin », est éclaté dorénavant en 2 groupes (« éventaires et marchés » et « autres commerces hors magasin ») ; le commerce de détail non alimentaire sur éventaires et marchés est éclaté entre d'une part le textile, l'habillement et les chaussures (4782Z) et d'autre part les autres commerces non alimentaires (4789Z). Des activités classées en services en NAF rév1 sont intégrées au commerce de détail hors magasin : il s'agit des ventes aux enchères hors Internet, classées en 748K « services annexes à la production » en NAF rév1 qui rejoignent le commerce de détail de biens d'occasion

(4779Z) en NAF rév2 ; les ventes aux enchères par Internet (748K) intègrent le commerce de vente à distance spécialisé et général (4791B et 4791A).

- la réparation d'articles domestiques quitte le commerce pour aller dans les services.

1.2 - Les changements de dénomination et de regroupements

Les principales modifications sont les suivantes :

- pour les activités de commerce de gros, il est ajouté entre parenthèses la mention « commerce interentreprises » ;
- la dénomination « magasins populaires » étant obsolète, elle est remplacée par l'intitulé « magasins multi-commerces » (4711E).
- l'appellation « vente par correspondance » ne représentant plus totalement l'activité, la dénomination de cette sous-classe devient « vente à distance » (4791A et 4791B).
- Dans le commerce de gros et le commerce de détail, apparaissent des regroupements spécifiques pour les activités de ventes d'équipements de l'information et de la communication. Celles-ci sortent du commerce de gros de biens de consommation non alimentaires et d'équipements industriels, et du commerce de détail en magasin spécialisé.

1.3 - Les changements dans les principes de détermination de l'activité principale (APE)

Les principales modifications sont les suivantes :

- le « commerce de gros non spécialisé » est séparé du « commerce de gros spécialisé » en fonction du nombre de gammes commerciales (alors qu'auparavant, le classement se faisait sur la base de la déclaration de l'entreprise) ;
- dans le commerce de détail, les « biens d'occasion » ne sont plus isolés dans un groupe séparé ;
- le « commerce de détail non spécialisé » est toujours séparé du « commerce de détail spécialisé », en fonction du nombre de gammes commerciales mais ces gammes sont redéfinies, une gamme étant représentée par une classe NACE ; les différents groupes spécialisés sont au même niveau, alors qu'auparavant, on séparait l' « alimentaire » du « non-alimentaire », puis à l'intérieur de ces derniers la « pharmacie et la parfumerie » du reste. Cela veut dire que pour être spécialisé en alimentaire, il suffit maintenant que le chiffre d'affaires du groupe alimentaire soit plus important que celui de chaque groupe non-alimentaire et non plus que celui de l'ensemble du non-alimentaire.

1.4 - Les changements dans le classement des donneurs d'ordre

Les donneurs d'ordres qui achètent des produits pour la revente en l'état relèvent, pour cette activité, du commerce. Cependant, en NAF rév 1, s'ils ont une implication majeure dans la conception du produit, ils sont considérés comme producteurs. Par exemple, l'entreprise propriétaire de la formule d'un parfum est classée dans l'industrie, même si elle en sous-traite la fabrication.

Au sens de la NAF rév 2, une entreprise qui possède les principales matières premières et qui sous-traite l'ensemble du processus de production industrielle à une autre unité est considérée comme donneur d'ordre et relève de l'industrie manufacturière. En revanche, une entreprise qui ne possède pas les principales matières premières et qui sous-traite l'ensemble du processus de production industrielle à une autre unité n'est pas considérée comme donneur d'ordre et relève du commerce, si c'est sa seule activité.

Ainsi, une entreprise (industrielle en NAF rév1) qui conçoit un produit et le vend, mais le fait fabriquer par un sous-traitant

- sera en NAF rév2 industrielle si elle possède la matière première (son sous-traitant aussi, mais lui rendra un service industriel) ;
- sera en NAF rév2 commerçante (voire entreprise de services, si la partie conception est plus importante que la partie vente) dans le cas contraire. Le sous-traitant, lui, est industriel.

Une entreprise (commerciale en NAF rév1) qui commercialise des produits fabriqués par une autre entreprise sous une marque de distributeur (avec un cahier des charges spécifique...)

- sera en NAF rév2 industrielle, si elle possède les matières premières ;
- restera en NAF rév2 commerçante dans le cas contraire.

Ces changements affectent principalement le commerce de gros de la pharmacie et de la parfumerie où sont reclassées des unités précédemment classées dans l'industrie.

2 - Les principes retenus pour l'évaluation de l'impact de ces changements

Le passage à la NAF rév2 introduit une rupture dans le suivi des secteurs d'activité. Pour assurer une continuité des séries, l'enquête annuelle d'entreprise relative à l'exercice 2006 a reposé sur une nomenclature intermédiaire d'activités, qui a permis de recueillir des données en ancienne et en nouvelle nomenclature. La division commerce a établi à partir de ces observations et des données collectées en NAF rév2 dans l'enquête annuelle d'entreprise, une clé de répartition (en termes de chiffre d'affaires ou de nombre d'entreprises) qui régit le passage de l'ancienne à la nouvelle nomenclature.

3 - L'impact

Cette partie présente la plupart des secteurs qui ont été affectés par le changement de nomenclature

COMMERCE ET RÉPARATION D'AUTOMOBILES

naf rev1	naf rev2	Intitulé de poste rev1	Intitulé de poste rev2	Part dans l'ancien secteur (NAF rév.1) en nombre d'entreprises	Part dans l'ancien secteur (NAF rév.1) en chiffre d'affaires	Remarques
501Z	4511Z	Commerce de véhicules automobiles	Commerce de voitures et de véhicules automobiles légers	85%	91%	Le commerce et réparation d'automobiles dans la nouvelle nomenclature prend en compte la notion de véhicules légers et d'autres véhicules
501Z	4519Z	Commerce de véhicules automobiles	Commerce d'autres véhicules automobiles	8%	8%	
501Z	4520A	Commerce de véhicules automobiles	Entretien et réparation de véhicules automobiles légers	7%	1%	
501Z	4520B	Commerce de véhicules automobiles	Entretien et réparation d'autres véhicules automobiles	0%	0%	
502Z	4520A	Entretien et réparation de véhicules automobiles	Entretien et réparation de véhicules automobiles légers	87%	89%	Le commerce et réparation d'automobiles dans la nouvelle nomenclature prend en compte la notion de véhicules légers et d'autres véhicules
502Z	4520B	Entretien et réparation de véhicules automobiles	Entretien et réparation d'autres véhicules automobiles	12%	10%	
502Z	5221Z	Entretien et réparation de véhicules automobiles	Services auxiliaires des transports terrestres	1%	1%	
505Z	4730Z	Commerce de détail de carburants	Commerce de détail de carburants en magasin spécialisé	100%	100%	Le commerce de détail de carburants ne fait plus partie du commerce automobile. Ce secteur a été intégré dans le commerce de détail spécialisé

Lecture : activité 501Z : 85% des entreprises ayant une activité principale en « commerce de véhicules automobiles », en NAF rév1, sont passées dans une activité de « commerce de voitures et de véhicules automobiles légers », en NAF rév2, avec le nouveau code 4511Z. Ces 85% d'entreprises représentent 91% du chiffre d'affaires du secteur 501Z.

COMMERCE DE GROS ET INTERMÉDIAIRES DU COMMERCE

naf rev1	naf rev2	Intitulé de poste rev1	Intitulé de poste rev2	Part du nombre d'entreprises du secteur	Part de chiffre d'affaires du secteur	Remarques
511U	4612A	Centrales d'achats non alimentaires	Centrales d'achat de carburant	1%	61%	La distinction entre centrale de carburant et autres centrales non alimentaires est désormais visible dans la nomenclature.
511U	4619A	Centrales d'achats non alimentaires	Centrales d'achat non alimentaires	99%	39%	
514F	4643Z	Commerce de gros d'appareils électroménagers et de radios et télévisions	Commerce de gros (commerce interentreprises) d'appareils électroménagers	84%	70%	Dans ce secteur les appareils d'éclairage sont mis à part pour rejoindre le secteur du commerce de gros de meubles et tapis. On distingue aussi les appareils électroménagers qui forment un secteur à part entière. Le reste intégrant le commerce de gros lié à l'électronique et la télécommunication
514F	4647Z	Commerce de gros d'appareils électroménagers et de radios et télévisions	Commerce de gros (commerce interentreprises) de meubles, de tapis et d'appareils d'éclairage	5%	2%	
514F	4652Z	Commerce de gros d'appareils électroménagers et de radios et télévisions	Commerce de gros (commerce interentreprises) de composants et d'équipements électroniques et de télécommunication	11%	27%	
514H	4644Z	Commerce de gros de vaisselle et verrerie de ménage	Commerce de gros (commerce interentreprises) de vaisselle, verrerie et produits d'entretien	80%	67%	On distingue désormais les produits de vaisselle, verrerie pour les rapprocher des produits d'entretiens. Le reste intégrant le commerce de gros d'autres biens domestiques.
514H	4649Z	Commerce de gros de vaisselle et verrerie de ménage	Commerce de gros (commerce interentreprises) d'autres biens domestiques	20%	33%	
514J	4644Z	Commerce de gros de produits pour l'entretien et l'aménagement de l'habitat	Commerce de gros (commerce interentreprises) de vaisselle, verrerie et produits d'entretien	89%	85%	En nouvelle nomenclature les produits liés à l'aménagement de l'habitat et les produits d'entretiens sont distingués. Les produits d'entretien sont rapprochés du commerce de gros de vaisselle et verrerie.
514J	4673B	Commerce de gros de produits pour l'entretien et l'aménagement de l'habitat	Commerce de gros (commerce interentreprises) d'appareils sanitaires et de produits de décoration	11%	15%	

514S	4643Z	Autres commerces de gros de biens de consommation	Commerce de gros (commerce interentreprises) d'appareils électroménagers	2%	10%	La définition de nouveaux secteurs en nouvelle nomenclature redéfinit le secteur « autres commerce de gros de biens de consommation ». Les entreprises sont donc réallouées dans les secteurs correspondants à leurs activités principales
514S	4647Z	Autres commerces de gros de biens de consommation	Commerce de gros (commerce interentreprises) de meubles, de tapis et d'appareils d'éclairage	3%	9%	
514S	4648Z	Autres commerces de gros de biens de consommation	Commerce de gros (commerce interentreprises) d'articles d'horlogerie et de bijouterie	3%	5%	
514S	4649Z	Autres commerces de gros de biens de consommation	Commerce de gros (commerce interentreprises) d'autres biens domestiques	92%	75%	
514S	4673B	Autres commerces de gros de biens de consommation	Commerce de gros (commerce interentreprises) d'appareils sanitaires et de produits de décoration	1%	1%	
515F	4673A	Commerce de gros de matériaux de construction et d'appareils sanitaires	Commerce de gros (commerce interentreprises) de bois et de matériaux de construction	76%	83%	Les secteurs de matériaux de construction et d'appareils sanitaires sont différenciés en nouvelle nomenclature
515F	4673B	Commerce de gros de matériaux de construction et d'appareils sanitaires	Commerce de gros (commerce interentreprises) d'appareils sanitaires et de produits de décoration	24%	17%	
515L	4675Z	Commerce de gros de produits chimiques	Commerce de gros (commerce interentreprises) de produits chimiques	95%	93%	En nouvelle nomenclature les matières plastiques et caoutchouc sont distingués des produits chimiques pour être intégrés dans « autres produits intermédiaires »
515L	4676Z	Commerce de gros de produits chimiques	Commerce de gros (commerce interentreprises) d'autres produits intermédiaires	5%	7%	
518H**	4665Z	Commerce de gros d'autres machines et équipements de bureau	Commerce de gros (commerce interentreprises) de mobilier de bureau	33%	20%	Les produits de mobilier de bureaux et d'équipement de bureaux sont différenciés, en nouvelle nomenclature
518H**	4666Z	Commerce de gros d'autres machines et équipements de bureau	Commerce de gros (commerce interentreprises) d'autres machines et équipements de bureau	67%	80%	

**** Note de lecture :**

activité 518H : 33% des entreprises ayant une activité principale en « Commerce de gros d'autres machines et équipements de bureau », en NAF rév1, sont passées dans une activité de « Commerce de gros (commerce interentreprises) de mobilier de bureau », en NAF rév2, avec le nouveau code 4665Z. Ces 33% d'entreprises représentent 20% du chiffre d'affaires du secteur 518H.

COMMERCE DE DÉTAIL ET RÉPARATIONS

naf rev1	naf rev2	Intitulé de poste rev1	Intitulé de poste rev2	Part du nombre d'entreprises du secteur	Part de chiffre d'affaires du secteur	Remarques
522P	4721Z	Commerces de détail alimentaires spécialisés divers	Commerce de détail de fruits et légumes en magasin spécialisé	14%	16%	Les fruits et légumes ont été élargis aux fruits secs. Ces fruits concernent 14% des commerces de détail alimentaires spécialisés divers
522P	4729Z	Commerces de détail alimentaires spécialisés divers	Autres commerces de détail alimentaires en magasin spécialisé	86%	84%	
524J	4753Z	Commerce de détail d'équipement du foyer	Commerce de détail de tapis, moquettes et revêtements de murs et de sols en magasin spécialisé	7%	3%	Le commerce de détail de revêtement a été élargi aux produits de voilages et rideaux
524J	4759B	Commerce de détail d'équipement du foyer	Commerce de détail d'autres équipements du foyer	93%	97%	
524L	4743Z	Commerce de détail d'appareils électroménagers, de radio et de télévision	Commerce de détail de matériels audio et vidéo en magasin spécialisé	27%	30%	« Le commerce de détail d'appareils électroménagers, de radio et télévision » a été subdivisé en « audio et vidéo » d'une part, en « enregistrement musicaux et vidéo » et en « électroménagers spécialisé » d'autres part. Cette distinction permet de mieux cibler les produits vendus dans ce secteur
524L	4754Z	Commerce de détail d'appareils électroménagers, de radio et de télévision	Commerce de détail d'appareils électroménagers en magasin spécialisé	48%	41%	
524L	4759B	Commerce de détail d'appareils électroménagers, de radio et de télévision	Commerce de détail d'autres équipements du foyer	10%	3%	
524L	4763Z	Commerce de détail d'appareils électroménagers, de radio et de télévision	Commerce de détail d'enregistrements musicaux et vidéo en magasin spécialisé	15%	26%	
524R	4761Z	Commerce de détail de livres, journaux et papeterie	Commerce de détail de livres en magasin spécialisé	66%	60%	Les livres et les journaux ont été séparés dans la nouvelle nomenclature
524R	4762Z	Commerce de détail de livres, journaux et papeterie	Commerce de détail de journaux et papeterie en magasin spécialisé	34%	40%	
524T	4778A	Commerce de détail d'optique et de photographie	Commerces de détail d'optique	96%	98%	L'optique et la photographie ont été séparés dans la nouvelle nomenclature
524T	4778C	Commerce de détail d'optique et de photographie	Autres commerces de détail spécialisés divers	4%	2%	

524W	4764Z	Commerce de détail d'articles de sport et de loisir	Commerce de détail d'articles de sport en magasin spécialisé	96%	98%	Les articles de sport ont rejoint pour 96% d'entre eux le commerce d'articles de sport spécialisé . Avant, ce secteur comprenait le sport et le loisir
524W	4778C	Commerce de détail d'articles de sport et de loisir	Autres commerces de détail spécialisés divers	4%	2%	
524Z	4741Z	Commerces de détail divers en magasin spécialisé	Commerce de détail d'ordinateurs, d'unités périphériques et de logiciels en magasin spécialisé	15%	22%	Toutes les activités du « commerce de détail divers » ont été affinées. Certaines gammes de produits ont été mieux précisées notamment dans le secteur de l'électronique. Désormais on retrouve le commerce d'ordinateurs et de télécommunication comme secteur à part entière
524Z	4742Z	Commerces de détail divers en magasin spécialisé	Commerce de détail de matériels de télécommunication en magasin spécialisé	6%	7%	
524Z	4759A	Commerces de détail divers en magasin spécialisé	Commerce de détail de meubles	1%	0%	
524Z	4765Z	Commerces de détail divers en magasin spécialisé	Commerce de détail de jeux et jouets en magasin spécialisé	9%	14%	
524Z	4776Z	Commerces de détail divers en magasin spécialisé	Commerce de détail de fleurs, plantes, engrais, animaux de compagnie et aliments pour ces animaux en magasin spécialisé	5%	4%	
524Z	4778C	Commerces de détail divers en magasin spécialisé	Autres commerces de détail spécialisés divers	64%	53%	
524Z	4778C	Commerces de détail divers en magasin spécialisé	Autres commerces de détail spécialisés divers	64%	53%	
526E	4782Z	Commerce de détail non alimentaire sur éventaires et marchés	Commerce de détail de textiles, d'habillement et de chaussures sur éventaires et marchés	36%	32%	La part importante que représentent le textile et les chaussures sur les éventaires et marchés est désormais prise en compte dans la nomenclature. L'habillement et les chaussures concernent 36% du commerce sur éventaires et marchés
526E	4789Z	Commerce de détail non alimentaire sur éventaires et marchés	Autres commerces de détail sur éventaires et marchés	64%	68%	

* *Note de lecture :*

activité 526E : 36% des entreprises ayant une activité principale en « commerce de détail non alimentaire sur éventaire et marchés », en NAF rév1, sont passées dans une activité de « Commerce de détail de textiles, habillement et de chaussures sur éventaires et marchés », en NAF rév2, avec le nouveau code 4782Z. Ces 36% d'entreprises représentent 32% du chiffre d'affaires du secteur 526E.

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

La définition est donnée par référence à la nomenclature d'activité NAF Rév.2 (nouvelle nomenclature)
Les intitulés des différents postes de la nomenclature présentés ici sont synthétiques ; la formulation précise et officielle se trouve sur le site de l'Insee, à l'adresse suivante :
<http://www.insee.fr/fr/methodes/default.asp?page=nomenclatures/naf2008/naf2008.htm>

ENSEMBLE DU COMMERCE (NAF 45, 46, 47)

NAF rév. 2 Intitulés

45 Commerce et réparation d'automobiles et de motocycles

45.1 Commerce de véhicules automobiles

- 45.11Z Commerce de voitures et véhicules automobiles légers
- 45.19Z Commerce d'autres véhicules automobiles

45.2 Entretien et réparation de véhicules automobiles

- 45.20A Entretien et réparation de véhicules automobiles légers
- 45.20B Entretien et réparation d'autres véhicules automobiles

45.3 Commerce d'équipements automobiles

- 45.31Z Commerce de gros d'équipements automobiles
- 45.32Z Commerce de détail d'équipements automobiles

45.4 Commerce et réparation de motocycles

- 45.40Z Commerce et réparation de motocycles

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

46.1 Intermédiaires du commerce de gros

- 46.11Z Matières premières agricoles, animaux vivants, textiles et produits semi-finis
- 46.12A Centrales d'achat de carburant
- 46.12B Combustibles, métaux, minéraux et produits chimiques
- 46.13Z Bois et matériaux de construction
- 46.14Z Machines, équipements industriels, navires et avions
- 46.15Z Meubles, articles de ménage et quincaillerie
- 46.16Z Textiles, habillement, fourrures, chaussures et articles en cuir
- 46.17A Centrales d'achat alimentaires
- 46.17B Denrées, boissons et tabac
- 46.18Z Spécialisés dans le commerce d'autres produits spécifiques
- 46.19A Centrales d'achat non alimentaires
- 46.19B Autres intermédiaires du commerce en produits divers

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

- 46.21Z Céréales, tabac non manufacturé, semences, aliments pour le bétail
- 46.22Z Fleurs et plantes
- 46.23Z Animaux vivants
- 46.24Z Cuirs et peaux

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

- 46.31Z Fruits et légumes

- 46.32A Viandes de boucherie
- 46.32B Produits à base de viande
- 46.32C Volailles et gibier
- 46.33Z Produits laitiers, œufs, huiles et matières grasses comestibles
- 46.34Z Boissons
- 46.35Z Produits à base de tabac
- 46.36Z Sucre, chocolat et confiserie
- 46.37Z Café, thé, cacao et épices
- 46.38A Poissons, crustacés et mollusques
- 46.38B Alimentaire spécialisé divers
- 46.39A Produits surgelés
- 46.39B Alimentaire non spécialisé

46.4 Commerce de gros de biens domestiques

- 46.41Z Textiles
- 46.42Z Habillement et chaussures
- 46.43Z Appareils électroménagers
- 46.44Z Vaisselle, verrerie et produits d'entretien
- 46.45Z Parfumerie et produits de beauté
- 46.46Z Produits pharmaceutiques
- 46.47Z Meubles, tapis et appareils d'éclairage
- 46.48Z Articles d'horlogerie et bijouterie
- 46.49Z Autres biens domestiques

46.5 Commerce de gros d'équipements de l'information et de la communication

- 46.51Z Ordinateurs, équipements informatiques périphériques et logiciels
- 46.52Z Composants et équipements électroniques et télécommunication

46.6 Commerce de gros d'autres équipements industriels

- 46.61Z Matériel agricole
- 46.62Z Machines-outils
- 46.63Z Machines pour l'extraction, la construction et le génie civil
- 46.64Z Machines pour l'industrie textile et l'habillement
- 46.65Z Mobilier de bureau
- 46.66Z Autres machines et équipements de bureau
- 46.69A Matériel électrique
- 46.69B Fournitures et équipements industriels divers
- 46.69C Fournitures et équipements divers pour le commerce et les services

46.7 Autres commerces de gros spécialisés

- 46.71Z Combustibles et produits annexes
- 46.72Z Minerais et métaux
- 46.73A Bois, matériaux de construction
- 46.73B Appareils sanitaires, produits de décoration
- 46.74A Quincaillerie
- 46.74B Fournitures pour la plomberie et le chauffage
- 46.75Z Produits chimiques
- 46.76Z Autres produits intermédiaires
- 46.77Z Déchets et débris

46.9 Commerce de gros non spécialisé

- 46.90Z Commerce de gros non spécialisé

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

47.1 Commerce de détail en magasin non spécialisé

- 47.11A Produits surgelés
- 47.11B Alimentation générale
- 47.11C Supérettes
- 47.11D Supermarchés
- 47.11E Magasins multi-commerces
- 47.11F Hypermarchés
- 47.19A Grands magasins
- 47.19B Autres commerces de détail

47.2 Commerce de détail alimentaire en magasin spécialisé

- 47.21Z Fruits et légumes
- 47.22Z Viandes et produits à base de viande
- 47.23Z Poissons, crustacés et mollusques
- 47.24Z Pain, pâtisserie et confiserie
- 47.25Z Boissons
- 47.26Z Produits à base de tabac
- 47.29Z Autres commerces de détail alimentaires

47.3 Commerce de détail de carburants en magasin spécialisé

- 47.30Z Commerce de détail de carburants

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

- 47.41Z Ordinateurs, unités périphériques et logiciels
- 47.42Z Matériels de télécommunication
- 47.43Z Matériels audio et vidéo

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

- 47.51Z Textiles
- 47.52A Quincaillerie, peintures et verres en petites surfaces (moins de 400 m²)
- 47.52B Quincaillerie, peintures et verres en grandes surfaces (400 m² ou plus)
- 47.53Z Tapis, moquettes et revêtements de murs et de sols
- 47.54Z Appareils électroménagers
- 47.59A Meubles
- 47.59B Autres équipements du foyer

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

- 47.61Z Livres
- 47.62Z Journaux et papeterie
- 47.63Z Enregistrements musicaux et vidéo
- 47.64Z Articles de sport
- 47.65Z Jeux et jouets

47.7 Autres commerces de détail en magasin spécialisé

- 47.71Z Habillement
- 47.72A Chaussure
- 47.72B Maroquinerie et articles de voyage
- 47.73Z Produits pharmaceutiques
- 47.74Z Articles médicaux et orthopédiques
- 47.75Z Parfumerie et produits de beauté
- 47.76Z Fleurs, plantes, graines, engrais, animaux de compagnie et aliments pour animaux
- 47.77Z Articles d'horlogerie et bijouterie

- 47.78A Optique
- 47.78B Charbons et combustibles
- 47.78C Autres commerces de détail spécialisés divers
- 47.79Z Biens d'occasion en magasin

47.8 Commerce de détail sur éventaires et marchés

- 47.81Z Alimentaire
- 47.82Z Textiles, habillement et chaussures
- 47.89Z Autres commerces de détail

47.9 Commerce de détail hors magasin, éventaires ou marchés

- 47.91A Vente à distance sur catalogue général
 - 47.91B Vente à distance sur catalogue spécialisé
 - 47.99A Vente à domicile
 - 47.99B Vente par automates et autres commerces hors magasin, éventaires ou marchés n.c.a.
-

ACTIVITÉS ARTISANALES A CARACTERE COMMERCIAL

- 10.13B Charcuterie
- 10.71B Cuisson de produits de boulangerie
- 10.71C Boulangerie et boulangerie-pâtisserie
- 10.71D Pâtisserie

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

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

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

Principes généraux

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

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

La notion de consommation commercialisable

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

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

Détails des opérations

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

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

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

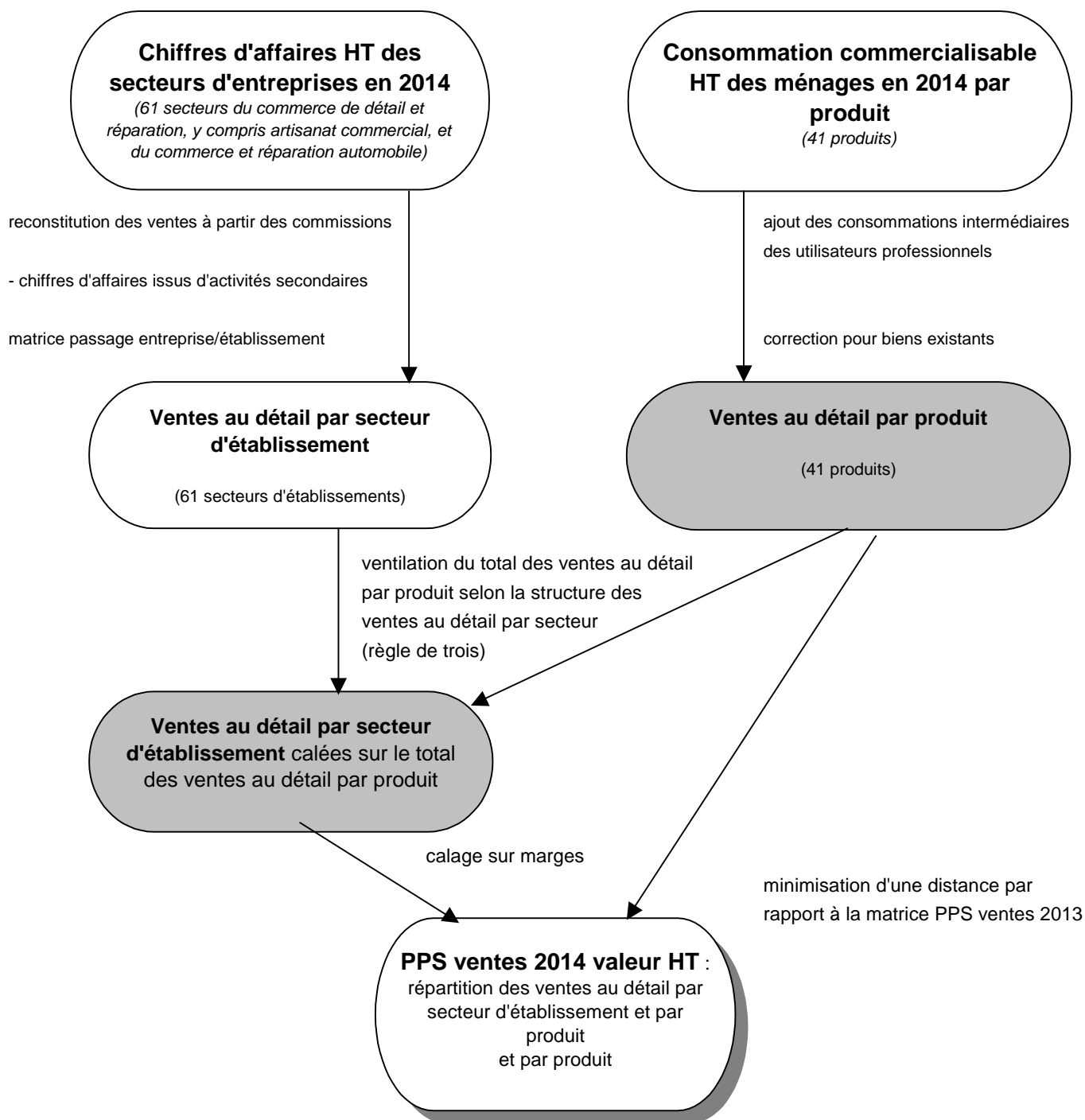
La première étape consiste à effectuer un *passage secteur d'entreprise* → *forme de vente*, c'est-à-dire à estimer les chiffres d'affaires des formes de ventes à partir des chiffres d'affaires des secteurs d'entreprises.

Ce passage est nécessaire car les chiffres d'affaires sont naturellement disponibles au niveau des entreprises alors que la structure par produits des ventes est plus directement liée à l'activité principale des établissements (ou formes de vente⁹⁰) qu'à celle de l'entreprise ; ainsi, la part des produits alimentaires est prépondérante pour les supermarchés alors qu'elle est voisine de la moitié pour les hypermarchés. Or, certaines entreprises du secteur de l'alimentation générale gèrent plusieurs formes de vente (par exemple, des entreprises gérant principalement des hypermarchés peuvent également gérer des supermarchés ou des supérettes). Par conséquent, la ventilation par produits des ventes est plus précise si elle s'appuie sur les CA des secteurs d'établissements.

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

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

⁹⁰ La notion de forme de vente est proche de celle d'établissement ou de magasin. La locution "forme de vente" est plus générale car elle convient mieux au commerce hors magasin (vente à distance, marchés sur éventaies etc..).



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

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

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

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

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

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

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

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

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

ANNEXE V - Les indicateurs de la démographie des entreprises

Avertissement

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

1. Les stocks d'entreprises :

Les bases de stock d'entreprises et d'établissements regroupent les entreprises et les établissements actifs au 1er janvier 2011 du secteur marchand non agricole : champ économique retenu depuis le 1er janvier 2007 pour la démographie des entreprises et des établissements. Ce champ couvre l'ensemble des unités légales locales réunissant trois conditions :

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

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

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

2. Les créations

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

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

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

Le régime de l'auto-entrepreneur :

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

L'auto-entrepreneur bénéficie ainsi :

- d'un régime microsocial simplifié ;
- d'une dispense d'immatriculation au registre du commerce et des sociétés (RCS) pour les commerçants, ou au répertoire des métiers (RM) pour les artisans ;
- d'une exonération de TVA ;

– et sur option, d'un régime microfiscal simplifié (versement libératoire de l'impôt sur le revenu) et d'une exonération de taxe professionnelle pendant trois ans à compter de la date de création.

3. Les défaillances

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

4. Les cessations

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

Les différentes formes juridiques des entreprises

Au sein des entreprises, on distingue :

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

Les sociétés sont généralement classées selon trois catégories :

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

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

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

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

ANNEXE VI - Méthodes et sources sur l'emploi

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

Pour l'emploi salarié :

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

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

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

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

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

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

Pour l'emploi non salarié :

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

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

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

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

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

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

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

Données sur les salaires

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

Source : Déclarations annuelles de données sociales (DADS)

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

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

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

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

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

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

ANNEXE VII - Les comptes du grand commerce non alimentaire

L'établissement des comptes du grand commerce non alimentaire spécialisé

pour les comptes définitifs et semi-définitifs

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

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

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

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

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

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

Les prix utilisés pour l'indice de prix des grossistes

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

Les pondérations utilisées et la prise en compte du commerce extérieur

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

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

La variété des indices de prix élémentaires utilisés

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

En reportant b) dans a), on obtient :

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

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

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

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

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

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

ANNEXE X - Les formes du commerce par taille

Grand commerce / petit et moyen commerce

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

Le grand commerce alimentaire

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

Les grands magasins

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

Les grandes entreprises de vente par correspondance

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

Grand commerce non alimentaire en magasin spécialisé

Ensemble des entreprises du commerce de détail non alimentaire en magasin spécialisé (NAF 474, 475, 476, 477 hors commerces de produits pharmaceutiques, de combustibles et de biens d'occasion) satisfaisant à une des conditions suivantes :

- employer 100 salariés ou plus ;
- employer 50 salariés ou plus, et :
 - > soit exploiter 10 magasins ou plus ;
 - > soit exploiter au moins un magasin de 2 500 m² et plus de surface de vente.

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

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

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

Le petit commerce alimentaire

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

Le petit et moyen commerce non alimentaire

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

ANNEXE XI - Définition de l'artisanat commercial retenu pour les comptes du commerce

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

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

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

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

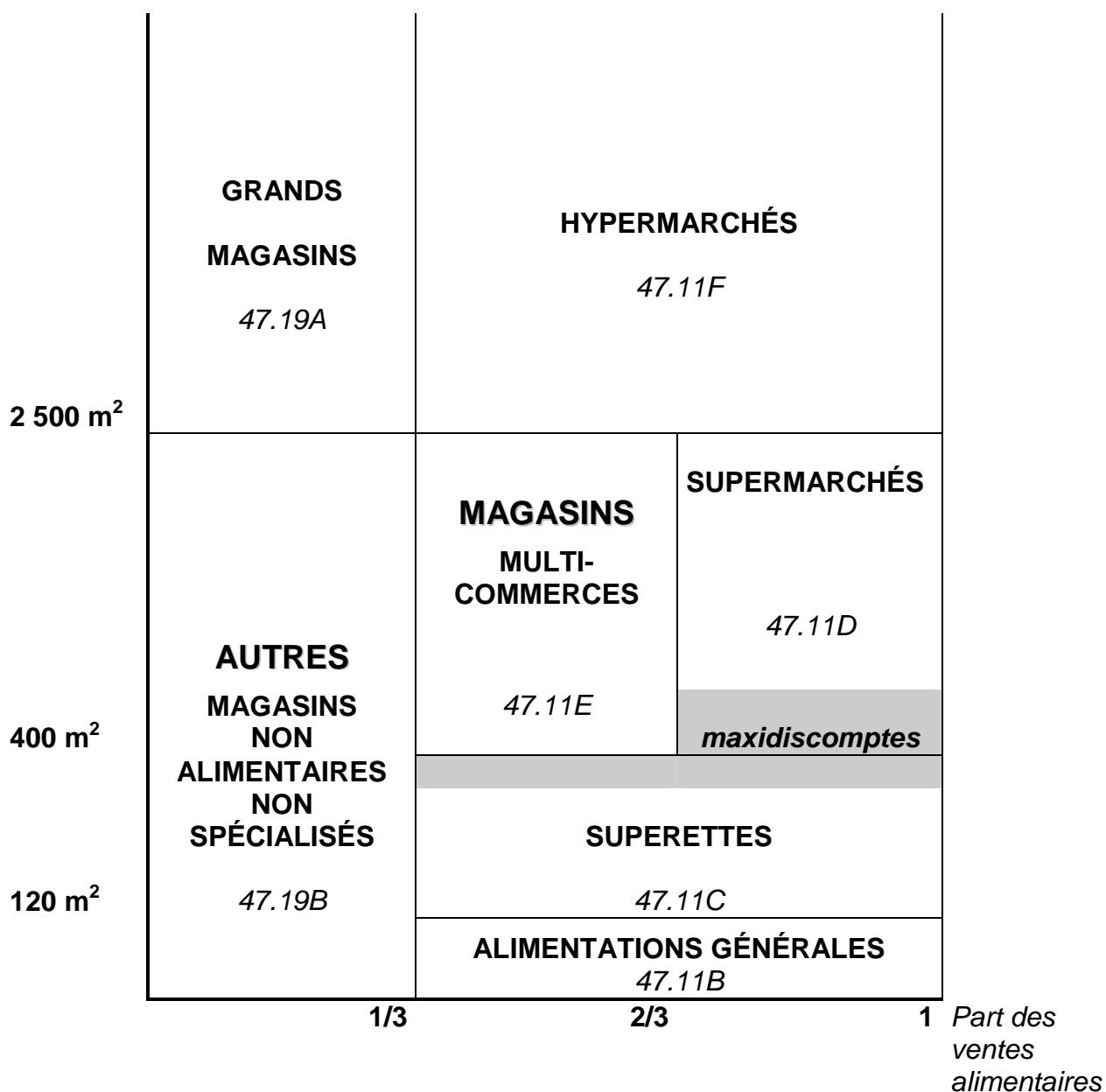
Les entreprises classées dans d'autres NAF et dont l'activité répondrait à la définition ci-dessus sont classées le plus souvent en industrie agro-alimentaires. Il en est ainsi des glaciers et confiseurs.

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

ANNEXE XII - Typologie des magasins non spécialisés

LES MAGASINS NON SPÉCIALISÉS selon la taille et la part des ventes en produits alimentaires

Surfaces
des magasins



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

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

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

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

- les autres magasins non alimentaires non spécialisés (bazars...), dont la surface de vente est inférieure à 2 500 m².

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

- **les grandes surfaces** :

* les « hypermarchés », dont la surface de vente est d'au moins 2 500 m² ;

* les « supermarchés », dont la surface est comprise entre 400 m² et 2 500 m² et qui réalisent plus des deux tiers de leur chiffre d'affaires dans la vente de produits alimentaires ;

* les « magasins multi-commerces » (Monoprix, essentiellement), de même taille que les supermarchés, mais qui réalisent entre un tiers et deux tiers de leur chiffre d'affaires en alimentaire ;

- **les petites surfaces** :

* les « supérettes », dont la surface de vente est comprise entre 120 m² et 400 m² ;

* les « alimentations générales », dont la surface de vente est inférieure à 120 m².

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

ANNEXE XIII - La réglementation du commerce

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

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

Professions réglementées

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

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

Activités réglementées

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

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

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

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

.../...

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

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

Interdiction de la revente à perte

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

Ventes au déballage

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

Ventes en liquidation

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

Soldes

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

Ouverture et fermeture des commerces

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

Commissions départementales d'aménagement commercial (CDAC)

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

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

Pour en savoir plus

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

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

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

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

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

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

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

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

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

ACTIVITÉS ARTISANALES A CARACTERE COMMERCIAL

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

COMMERCE

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

COMMERCE ET RÉPARATION D'AUTOMOBILES

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

COMMERCE DE GROS ET INTERMÉDIAIRES DU COMMERCE

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

COMMERCE DE DÉTAIL

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

COMMERCE DE DÉTAIL A PRÉDOMINANCE ALIMENTAIRE

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

COMMERCE DE DÉTAIL A PRÉDOMINANCE ALIMENTAIRE, EN MAGASIN NON SPECIALISÉ

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

Les différentes gammes de produits alimentaires sont :

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

Ces unités se ventilent en :

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

COMMERCE DE DÉTAIL ALIMENTAIRE, EN MAGASIN SPÉCIALISÉ

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

COMMERCE DE DÉTAIL NON ALIMENTAIRE

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

COMMERCE DE DÉTAIL NON ALIMENTAIRE, EN MAGASIN NON SPÉCIALISÉ

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

Les différentes gammes de produits non alimentaires sont :

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

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

COMMERCE DE DÉTAIL NON ALIMENTAIRE, EN MAGASIN SPÉCIALISÉ

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

COMMERCE DE DÉTAIL HORS MAGASIN

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

CONSOMMATION COMMERCIALISABLE DES MÉNAGES

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

CORRECTION POUR BIENS ÉXISTANTS

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

DÉMARQUE INCONNUE

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

GRAND COMMERCE

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

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

PART DE MARCHÉ

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

PRODUIT COMMERCIALISABLE

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

SURFACE DE VENTE

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

VENTES AU DÉTAIL DU COMMERCE

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

VENTES AU DÉTAIL HORS COMMERCE

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

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

ANNEXE XV - Lexique des définitions statistiques et comptables

CHIFFRE D'AFFAIRES DU COMMERCE (CA)

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

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

VALEUR (ÉVOLUTION EN VALEUR)

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

VOLUME (ÉVOLUTION EN VOLUME)

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

ÉVOLUTION EN GLISSEMENT ANNUEL

Évolution d'une variable entre une période déterminée (mois ou trimestre) d'une année et la même période de l'année précédente.

ÉVOLUTION EN MOYENNE ANNUELLE

Évolution d'une variable entre l'ensemble des mois (ou trimestres) d'une année et l'ensemble des mois (ou trimestres) de l'année précédente.

INDICE DU PRIX DU CHIFFRE D'AFFAIRES D'UN SECTEUR DU COMMERCE DE DÉTAIL

Indice calculé, pour chaque secteur du commerce de détail, en pondérant les indices de prix à la consommation des ménages par produit, par les ventes en ces produits du secteur considéré. Il est "calculé ou implicite", dans la mesure où il ne résulte pas d'une observation directe des prix de vente dans chaque secteur.

INDICE DU PRIX DU CHIFFRE D'AFFAIRES D'UN SECTEUR DU COMMERCE DE GROS

Indice calculé pour chaque secteur en fonction :

- des indices de prix des produits achetés par ce secteur, en tenant compte du poids des importations dans les achats ;
- des indices de prix des produits vendus par ce secteur à destination des consommations intermédiaires ou des ménages, de l'investissement ou de l'exportation.

INDUSTRIE MANUFACTURIERE

Les industries manufacturières sont des industries de transformation des biens, c'est-à-dire principalement des industries de fabrication pour compte propre, mais elles concernent aussi la réparation et l'installation d'équipements industriels, ainsi que des opérations en sous-traitance pour un tiers donneur d'ordre.

ANNEXE I - Les ventes de marchandises du commerce de gros

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

	Taux de croissance en %					
	2009	2010	2011	2012	2013sd	2014p
C.G. de produits agricoles bruts	8,3	-17,7	10,6	2,9	6,6	-3,1
- céréales, tabac non manufacturé, semences et aliments pour le bétail	11,7	-21,2	13,2	4,4	8,9	-4,9
- autres produits (1)	-2,3	-7,4	3,0	-2,6	-2,0	3,3
C.G. de produits alimentaires, de boissons et de tabac	-10,9	3,9	5,3	-1,9	0,3	1,9
- produits frais (2)	-11,7	2,4	3,9	-2,0	0,0	3,0
- boissons (alcoolisées ou non)	-6,3	0,7	9,3	-3,0	-0,3	-1,0
- autres produits (3)	-12,4	8,0	4,9	-1,2	1,2	2,3
C.G. de biens domestiques	-0,6	3,0	5,9	-0,6	-0,5	3,1
- produits pharmaceutiques	3,0	5,1	6,2	3,0	1,0	5,3
- autres produits (4)	-3,1	1,5	5,7	-3,1	-1,6	1,6
C.G. d'équipements de l'information et de la communication	-10,3	8,6	1,3	11,7	-3,9	4,5
- ordinateurs, équipements informatiques périphériques et logiciels	-12,7	12,2	-3,6	12,9	-9,2	8,9
- composants et équipements électroniques et télécommunication	-4,7	1,3	11,1	9,5	5,8	-2,8
C.G. d'autres équipements industriels	-13,1	3,5	7,3	1,5	-1,1	-1,4
- équipements de bureau (5)	-11,9	11,4	-1,8	-11,1	-4,9	-0,6
- matériel électrique	14,2	15,2	5,5	-0,7	-1,3	1,5
- autres équipements (6)	-18,4	-0,2	8,6	3,2	-0,8	-2,3
Autres C.G. spécialisés	-13,5	-1,1	-1,3	-0,8	-0,8	-2,9
- combustibles et produits annexes	-11,3	-5,1	-5,9	3,0	-1,1	-6,1
- produits pour l'installation de l'habitat et la construction (7)	-13,1	0,7	1,6	-3,0	-2,2	-2,3
- autres produits (8)	-16,8	0,8	0,4	-2,7	1,4	0,9
Commerce de gros total : (hors intermédiaires du commerce)	-6,8	1,6	4,1	0,1	0,1	0,3
Intermédiaires du commerce	-0,2	-5,2	2,2	-2,2	1,3	3,1
dont centrales d'achats	3,3	-5,7	1,9	-0,9	1,8	2,8
Commerce de gros et intermédiaires	-5,8	0,6	3,8	-0,3	0,3	0,8

Source : Insee - Comptes du commerce

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

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

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

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

(5) mobilier de bureau, autres machines et équipements de bureau

(6) pour l'industrie, l'agriculture, le commerce et les services

(7) bois, matériaux de construction, appareils sanitaires, quincaillerie, fournitures pour plomberie et chauffage...

(8) minerais, métaux, produits chimiques...

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

	Taux de croissance en %										Mds d'euros 2014p
	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013sd	2014p	
C.G. de produits agricoles bruts	0,8	-0,3	4,3	23,8	-10,8	-9,8	28,2	8,9	1,7	-9,9	59,8
- céréales, tabac non manufacturé, semences et aliments pour le bétail	-0,6	-2,3	7,8	30,0	-11,8	-11,0	34,5	10,2	1,7	-12,4	45,6
- autres produits (1)	4,5	4,7	-3,8	7,7	-7,7	-6,1	10,5	4,4	1,7	-0,9	14,2
C.G. de produits alimentaires, de boissons et de tabac	3,4	3,1	3,8	4,2	-14,7	5,2	7,9	2,7	2,6	0,3	128,1
- produits frais (2)	2,1	1,4	4,1	5,5	-17,9	5,8	5,2	2,4	3,3	0,7	58,6
- boissons (alcoolisées ou non)	4,9	2,6	4,8	3,6	-4,1	0,3	11,6	0,4	2,6	0,4	26,3
- autres produits (3)	4,5	5,8	2,7	2,8	-16,1	7,5	9,5	4,6	1,6	-0,3	43,2
C.G. de biens domestiques	9,3	5,6	3,3	1,3	-1,8	2,8	5,1	-1,0	-0,6	2,1	143,2
- produits pharmaceutiques	14,2	7,2	3,8	2,7	1,2	3,3	2,8	-0,4	-0,3	1,9	59,6
- autres produits (4)	6,3	4,5	3,0	0,4	-3,8	2,5	6,8	-1,4	-0,8	2,3	83,7
C.G. d'équipements de l'information et de la communication	7,1	7,5	3,8	-3,5	-15,3	4,2	0,4	9,7	-2,6	1,4	43,3
- ordinateurs, équipements informatiques périphériques et logiciels	6,4	5,8	3,7	-1,3	-18,5	4,2	-3,9	9,8	-5,4	6,2	28,2
- composants et équipements électroniques et télécommunication	8,7	11,2	4,0	-8,0	-8,3	4,2	9,1	9,5	2,4	-6,4	15,0
C.G. d'autres équipements industriels	5,7	-4,2	8,0	2,7	-12,2	3,0	9,6	3,4	-0,1	-1,2	83,6
- équipements de bureau (5)	6,4	5,8	3,7	-4,8	-12,6	4,6	1,5	-7,6	-2,8	-0,1	4,2
- matériel électrique	6,9	10,4	5,1	1,9	13,6	17,5	8,2	-0,2	-2,1	0,2	17,8
- autres équipements (6)	5,5	-7,4	9,0	3,5	-17,1	-0,9	10,7	5,3	0,6	-1,7	61,6
Autres C.G. spécialisés	3,7	7,3	5,4	8,4	-24,1	8,6	8,9	2,4	-2,9	-5,2	136,0
- combustibles et produits annexes	11,8	6,5	2,8	17,9	-32,7	16,2	12,4	11,2	-4,4	-11,4	48,3
- produits pour l'installation de l'habitat et la construction	4,3	8,5	6,8	2,5	-13,2	1,0	4,0	-2,0	-1,6	-1,7	48,0
- autres produits (8)	-5,0	7,0	6,6	4,9	-26,4	10,6	10,9	-3,0	-2,4	-1,2	39,7
Commerce de gros total : (hors intermédiaires du commerce)	5,4	3,8	4,7	5,4	-12,6	4,5	8,7	2,4	-0,2	-1,7	614,3
Intermédiaires du commerce	4,7	3,7	5,1	7,7	-10,4	2,0	11,1	2,7	1,2	0,3	118,1
dont centrales d'achats	5,7	3,1	5,5	9,5	-7,6	1,8	11,1	4,3	1,6	-0,1	102,3
Commerce de gros et intermédiaires	5,3	3,8	4,8	5,7	-12,3	4,1	9,1	2,5	0,0	-1,4	732,4

Source : Insee, comptes du commerce

ANNEXE II - Les ventes du commerce de détail

Tableau II-1 A

Ventes au détail par produit : commerce de détail et autres opérateurs

Année 2013sd

Millions d'euros courants

FORMES DE VENTE	Commerce de détail	Activités artisanales	Commerce et réparation automobile	Commerce de gros et intermédiaires du commerce	Ventes au détail des autres secteurs	TOTAL DES VENTES	Consommations intermédiaires et correction pour biens existants	CONSOMMATION COMMERCIALISABLE
PRODUITS								
Pain, pâtisserie	5 668	12 100	0	1	197	17 966	2 273	15 693
Fruits et légumes	24 472	2	0	90	18	24 583	0	24 583
Viandes et produits dérivés	37 739	1 606	0	107	409	39 860	5 195	34 665
Poissons, crustacés, coquillages	8 224	0	0	44	2	8 269	0	8 269
TOTAL PRODUITS ALIMENTAIRES FRAIS	76 103	13 708	0	242	625	90 678	7 467	83 211
Chocolaterie, confiserie	7 791	224	2	20	11	8 047	0	8 047
Vins, liqueurs et apéritifs	21 008	136	1	233	259	21 637	5 788	15 849
Boissons non alcoolisées, cidres et bières	13 406	89	0	158	351	14 005	667	13 338
Epicerie, produits alimentaires divers	49 796	130	2	153	671	50 752	0	50 752
TOTAL AUTRES PRODUITS ALIMENTAIRES	92 001	579	4	565	1 292	94 441	6 454	87 987
Tabac et cigarettes	16 028	0	0	1	4 024	20 054	0	20 054
TOTAL ALIMENTAIRE	184 132	14 287	5	807	5 942	205 173	13 922	191 251
Pneumatiques	19	0	3 491	7	8	3 526	943	2 583
Pièces détachées et équipements automobiles	512	0	21 424	153	208	22 297	4 643	17 654
Vente et réparation de motocycles	6	0	2 503	0	1	2 510	138	2 372
Carburants et lubrifiants	40 409	0	3 051	1 219	994	45 672	4 893	40 779
TOTAL PRODUITS LIES A L'AUTOMOBILE	40 946	0	30 469	1 380	1 210	74 005	10 617	63 388
Produits pharmaceutiques	36 817	0	0	1	433	37 251	0	37 251
Matériels médicaux et orthopédiques	2 789	0	0	58	1 264	4 110	0	4 110
TOTAL PHARMACIE	39 606	0	0	59	1 696	41 362	0	41 362
Habillement	38 718	0	0	840	566	40 124	6 347	33 777
Chaussures	9 086	0	0	6	80	9 172	232	8 939
Maroquinerie, articles de voyage	3 570	0	0	0	178	3 748	178	3 570
Parfumerie et produits de beauté	18 516	0	0	270	1 147	19 932	333	19 599
Optique et photographie	8 377	0	0	0	103	8 480	1 383	7 098
Horlogerie, bijouterie	4 977	0	0	19	49	5 045	0	5 045
TOTAL EQUIPEMENT DE LA PERSONNE	83 244	0	0	1 135	2 122	86 501	8 474	78 028
Meubles, literie	15 922	0	0	15	226	16 162	2 756	13 406
Equipelement du foyer	10 282	0	0	108	93	10 484	2 312	8 171
Electroménager	11 548	0	0	122	753	12 424	2 491	9 933
Produits bruns	5 319	0	0	31	89	5 439	868	4 571
Micro-informatique et téléphones	12 887	0	12	259	5 528	18 687	5 948	12 739
Produits d'entretien ménager	7 262	0	0	3	12	7 278	2 153	5 125
Textiles d'ameublement et linge pour la maison	4 326	0	0	29	51	4 406	1 003	3 403
Revêtements sols et murs	2 217	0	1	364	129	2 711	1 334	1 376
Quincaillerie, bricolage, peinture	16 226	0	49	1 176	724	18 177	7 252	10 924
Plantes, fleurs, graines, animaux de compagnie...	8 247	0	0	205	396	8 848	421	8 427
Livres, journaux, papeterie	10 012	9	0	157	2 937	13 114	186	12 928
Vente et réparation de cycles	993	0	174	2	7	1 176	132	1 043
Sports et loisirs	9 961	0	1	30	304	10 295	1 712	8 583
Jeux et jouets	3 800	0	0	9	10	3 819	0	3 819
Autres produits non alimentaires	7 549	2	0	9	1 143	8 703	4 940	3 763
Charbons et combustibles	4 971	0	11	5 880	82	10 944	1 250	9 694
TOTAL AUTRES PRODUITS NON ALIMENTAIRES	131 523	11	249	8 398	12 485	152 665	34 761	117 904
TOTAL NON ALIMENTAIRE	295 319	12	30 717	10 972	17 512	354 533	53 851	300 682
Voitures particulières d'occasion	15	0	29 743	422	425	30 604	19 889	10 716
Voitures particulières neuves	0	0	29 849	420	465	30 734	7 610	23 124
Caravanes, remorques	3	0	1 818	161	27	2 010	335	1 675
Entretien et réparation automobile	27	0	11 446	52	730	12 254	414	11 840
TOTAL AUTOMOBILE	45	0	72 856	1 054	1 647	75 602	28 248	47 354
TOTAL ALIMENTAIRE, NON ALIMENTAIRE ET AUTOMOBILE	479 496	14 299	103 578	12 834	25 101	635 308	96 021	539 287

Source : Insee, comptes du commerce

Tableau II-1 B

Ventes au détail par produit : ensemble du commerce de détail et activités artisanales

Année 2013sd

Millions d'euros courants

FORMES DE VENTE	TOTAL commerce de détail et activités artisanales	Détail alimentaire en magasin spécialisé ou de petite surface				GSA	Détail non alimentaire en magasin					Commerce hors magasin						
		TOTAL	Commerces alimentaires spécialisés et activités artisanales	Petites surfaces d'alimentation générale et magasins de produits surgelés	TOTAL		Non alimentaire non spécialisé	Magasins non alimentaires spécialisés hors pharmacie et carburant	Carburant	Phar-macies	TOTAL	Vente à distance	Autres formes de ventes hors magasin					
PRODUITS																		
Pain, pâtisserie	17 768	12 406	12 279	128	5 312	2	2	0	0	0	47	31	16					
Fruits et légumes	24 474	5 829	3 331	2 498	16 507	49	6	40	2	0	2 089	170	1 919					
Viandes et produits dérivés	39 345	10 456	8 746	1 711	27 434	21	15	6	0	0	1 433	241	1 192					
Poissons, crustacés, coquillages	8 224	1 080	779	301	6 607	4	1	2	0	1	533	40	493					
TOTAL PRODUITS ALIMENTAIRES FRAIS	89 811	29 771	25 135	4 637	55 862	76	23	49	2	1	4 103	483	3 620					
Chocolaterie, confiserie	8 015	2 213	1 483	730	5 012	323	0	134	189	0	466	27	439					
Vins, liqueurs et apéritifs	21 143	4 495	3 175	1 321	14 565	423	5	303	113	3	1 661	615	1 046					
Boissons non alcoolisées, cidres et bières	13 495	1 478	648	830	10 803	132	3	60	67	1	1 083	461	622					
Épicerie, produits alimentaires divers	49 926	8 381	2 626	5 755	36 058	1 330	211	444	80	595	4 157	2 603	1 554					
TOTAL AUTRES PRODUITS ALIMENTAIRES	92 580	16 567	7 931	8 636	66 438	2 208	219	941	448	599	7 367	3 706	3 661					
Tabac et cigarettes	16 028	8 850	8 618	231	288	6 793	0	6 769	24	0	98	89	9					
TOTAL ALIMENTAIRE	198 419	55 189	41 685	13 504	122 587	9 076	242	7 759	474	601	11 567	4 278	7 289					
Pneumatiques	19	0	0	0	0	19	0	1	18	0	0	0	0					
Pièces détachées et équipements automobiles	512	11	4	7	320	169	9	85	75	0	12	11	1					
Vente et réparation de motocycles	6	0	0	0	0	2	0	2	0	0	4	4	0					
Carburants et lubrifiants	40 409	669	168	502	23 170	16 437	6	1 160	15 268	2	132	90	42					
TOTAL PRODUITS LIÉS A L'AUTOMOBILE	40 947	681	172	509	23 490	16 627	15	1 248	15 361	2	148	105	43					
Produits pharmaceutiques	36 817	1	0	0	27	36 751	0	679	0	36 072	39	38	1					
Matériels médicaux et orthopédiques	2 789	1	1	0	5	2 570	0	84	0	2 486	213	110	103					
TOTAL PHARMACIE	39 606	1	1	1	32	39 322	0	763	0	38 558	251	148	104					
Habillement	38 718	58	15	43	2 700	32 270	3 229	28 996	0	46	3 690	3 119	570					
Chaussures	9 086	13	2	11	674	7 539	225	7 301	0	12	860	718	142					
Maroquinerie, articles de voyage	3 570	2	0	1	56	3 231	399	2 829	0	3	281	139	142					
Parfumerie et produits d'hygiène	18 516	741	394	348	8 554	7 977	554	5 320	0	2 103	1 244	989	255					
Optique et photographie	8 377	11	3	8	530	7 477	4	7 457	0	16	359	347	12					
Horlogerie, bijouterie	4 977	7	3	3	267	4 508	423	4 080	0	5	195	177	18					
TOTAL EQUIPEMENT DE LA PERSONNE	83 244	831	417	414	12 782	63 003	4 835	55 983	0	2 185	6 629	5 490	1 139					
Meubles, literie	15 922	8	1	7	461	14 208	377	13 830	0	1	1 245	1 161	84					
Équipement du foyer	10 282	77	11	66	2 751	6 383	982	5 393	3	5	1 071	701	371					
Électroménager	11 548	46	12	34	1 903	8 169	25	8 139	2	3	1 430	1 206	223					
Produits bruns	5 319	13	0	12	966	3 509	1	3 508	0	0	832	735	97					
Micro-informatique et téléphones	12 887	79	45	34	2 579	8 199	17	8 181	0	1	2 031	1 964	67					
Produits d'entretien ménager	7 262	262	4	258	5 092	1 659	238	1 419	0	2	249	43	206					
Textiles d'ameublement et linge pour la maison	4 326	16	1	14	938	2 515	682	1 833	0	0	857	800	57					
Revêtements sols et murs	2 217	3	0	3	125	1 990	86	1 904	0	0	99	61	38					
Quincaillerie, bricolage, peinture	16 227	30	1	29	1 857	13 463	152	13 306	2	4	877	355	522					
Plantes, fleurs, graines, animaux de compagnie...	8 247	31	1	30	1 389	6 343	54	6 288	0	21	484	244	241					
Livres, journaux, papeterie	10 021	748	585	164	2 556	6 085	97	5 988	18	1	631	529	102					
Vente et réparation de cycles	993	1	0	1	37	932	0	932	0	0	23	19	4					
Sports et loisirs	9 961	75	59	16	1 558	7 572	16	7 556	0	0	755	719	36					
Jeux et jouets	3 800	12	1	11	1 018	2 286	189	2 097	0	0	483	474	9					
Autres produits non alimentaires	7 551	66	52	14	205	5 816	286	5 506	18	7	1 464	591	872					
Charbons et combustibles	4 971	91	53	38	627	4 138	70	3 896	159	13	114	22	92					
TOTAL AUTRES PRODUITS NON ALIMENTAIRES	131 534	1 557	825	732	24 063	93 268	3 272	89 737	203	57	12 646	9 623	3 023					
TOTAL NON ALIMENTAIRE	295 331	3 071	1 415	1 655	60 367	212 219	8 122	147 731	15 564	40 802	19 674	15 365	4 309					
Voitures particulières d'occasion	15	0	0	0	0	15	0	15	0	0	0	0	0					
Voitures particulières neuves	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0					
Caravanes, remorques	3	0	0	0	0	3	0	3	0	0	0	0	0					
Entretien et réparation automobile	27	1	1	0	10	15	0	7	8	0	0	0	0					
TOTAL AUTOMOBILE	45	1	1	0	10	33	0	25	8	0	0	0	0					
TOTAL ALIMENTAIRE, NON ALIMENTAIRE ET AUTOMOBILE	493 795	58 261	43 101	15 159	182 965	221 328	8 364	155 516	16 046	41 403	31 242	19 643	11 599					

Source : Insee, comptes du commerce

Tableau II-1 C

Ventes au détail par produit : commerce de détail alimentaire en magasin spécialisé ou de petite surface et activités artisanales

Année 2013sd

Millions d'euros courants

FORMES DE VENTE	Détail alimentaire spécialisé et activités artisanales								Petites surfaces d'alimentation générale et magasins de produits surgelés	TOTAL détail alimentaire en magasin spécialisé ou de petite surface et artisanat
	Boulangeries, pâtisseries	Boucheries, charcuteries	Fruits et légumes	Poissonnerie	Boissons	Tabac	Autres commerces de détail alimentaire	TOTAL ALIMENTAIRE SPECIA-LISE		
PRODUITS										
Pain, pâtisserie	12 170	1	3	0	2	0	103	12 279	128	12 406
Fruits et légumes	9	85	2 462	68	21	0	687	3 331	2 498	5 829
Viandes et produits dérivés	30	8 309	66	5	11	0	323	8 746	1 711	10 456
Poissons, crustacés, coquillages	0	5	33	662	2	0	76	779	301	1 080
TOTAL PRODUITS ALIMENTAIRES FRAIS	12 209	8 400	2 564	735	37	0	1 189	25 135	4 637	29 771
Chocolaterie, confiserie	1 141	1	3	1	52	167	118	1 483	730	2 213
Vins, liqueurs et apéritifs	147	58	24	7	2 605	67	266	3 175	1 321	4 495
Boissons non alcoolisées, cidres et bières	94	33	8	1	271	3	238	648	830	1 478
Epicerie, produits alimentaires divers	122	479	106	38	48	56	1 777	2 626	5 755	8 381
TOTAL AUTRES PRODUITS ALIMENTAIRES	1 504	571	141	46	2 977	294	2 399	7 931	8 636	16 567
Tabac et cigarettes	120	0	1	0	169	8 323	6	8 618	231	8 850
TOTAL ALIMENTAIRE	13 833	8 972	2 706	781	3 182	8 617	3 594	41 685	13 504	55 189
Pneumatiques	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Pièces détachées et équipements automobiles	1	0	0	0	2	1	1	4	7	11
Vente et réparation de motocycles	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Carburants et lubrifiants	77	0	0	0	43	11	36	168	502	669
TOTAL PRODUITS LIES A L'AUTOMOBILE	78	0	0	0	45	12	37	172	509	681
Produits pharmaceutiques	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
Matériels médicaux et orthopédiques	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1
TOTAL PHARMACIE	0	0	0	0	0	0	0	1	1	1
Habillement	0	0	0	0	3	11	1	15	43	58
Chaussures	0	0	0	0	1	0	2	2	11	13
Maroquinerie, articles de voyage	0	0	0	0	0	0	0	0	1	2
Parfumerie et produits d'hygiène	1	0	1	0	85	182	124	394	348	741
Optique et photographie	0	0	0	0	0	3	0	3	8	11
Horlogerie, bijouterie	0	0	0	0	0	3	0	3	3	7
TOTAL EQUIPEMENT DE LA PERSONNE	2	0	1	0	89	199	126	417	414	831
Meubles, literie	0	0	0	0	0	0	1	1	7	8
Equipement du foyer	0	0	1	0	1	0	9	11	66	77
Electroménager	0	0	0	0	0	11	0	12	34	46
Produits bruns	0	0	0	0	0	0	0	0	12	13
Micro-informatique et téléphones	1	0	1	0	3	40	1	45	34	79
Produits d'entretien ménager	0	0	1	0	0	0	2	4	258	262
Textiles d'ameublement et linge pour la maison	0	0	0	0	1	0	0	1	14	16
Revêtements sols et murs	0	0	0	0	0	0	0	0	3	3
Quincaillerie, bricolage, peinture	0	0	0	0	0	0	0	1	29	30
Plantes, fleurs, graines, animaux de compagnie...	0	0	0	0	0	0	0	1	30	31
Livres, journaux, papeterie	20	0	0	0	11	551	3	585	164	748
Vente et réparation de cycles	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1
Sports et loisirs	1	0	0	0	1	57	0	59	16	75
Jeux et jouets	0	0	0	0	0	0	0	1	11	12
Autres produits non alimentaires	3	6	0	0	3	37	4	52	14	66
Charbons et combustibles	0	0	0	0	50	1	2	53	38	91
TOTAL AUTRES PRODUITS NON ALIMENTAIRES	25	6	4	0	71	697	23	825	732	1 557
TOTAL NON ALIMENTAIRE	104	7	5	0	205	908	186	1 415	1 655	3 071
Voitures particulières d'occasion	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Voitures particulières neuves	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Caravanes, remorques	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Entretien et réparation automobile	0	0	0	0	0	0	1	1	0	1
TOTAL AUTOMOBILE	0	0	0	0	0	0	1	1	0	1
TOTAL ALIMENTAIRE, NON ALIMENTAIRE ET AUTOMOBILE	13 937	8 979	2 711	782	3 387	9 525	3 781	43 101	15 159	58 261

Source : Insee, comptes du commerce

Tableau II-1 D

Ventes au détail par produit : établissements du commerce de l'alimentation générale

Année 2013sd

FORMES DE VENTE	Grandes surfaces d'alimentation générale				Petites surfaces d'alimentation générale et produits surgelés			
	Hyper-marchés	Super-marchés	Magasins multi-commerces	TOTAL	Commerces de détail de produits surgelés	Commerces d'alimentation générale	Supérettes	TOTAL
PRODUITS								
Pain, pâtisserie	3 046	1 611	655	5 312	0	24	104	128
Fruits et légumes	8 846	7 615	46	16 507	416	1 162	920	2 498
Viandes et produits dérivés	15 903	11 473	58	27 434	201	410	1 100	1 711
Poissons, crustacés, coquillages	4 040	2 400	167	6 607	217	27	56	301
TOTAL PRODUITS ALIMENTAIRES FRAIS	31 835	23 100	926	55 862	834	1 623	2 180	4 637
Chocolaterie, confiserie	2 707	2 305	1	5 012	0	427	303	730
Vins, liqueurs et apéritifs	7 659	6 897	9	14 565	0	684	637	1 321
Boissons non alcoolisées, cidres et bières	6 285	4 426	92	10 803	0	418	413	830
Epicerie, produits alimentaires divers	19 135	16 354	569	36 058	933	2 238	2 584	5 755
TOTAL AUTRES PRODUITS ALIMENTAIRES	35 785	29 982	670	66 438	933	3 767	3 936	8 636
Tabac et cigarettes	12	263	14	288	0	219	13	231
TOTAL ALIMENTAIRE	67 632	53 345	1 610	122 587	1 767	5 608	6 129	13 504
Pneumatiques	0	0	0	0	0	0	0	0
Pièces détachées et équipements automobiles	270	49	0	320	0	3	4	7
Vente et réparation de motocycles	0	0	0	0	0	0	0	0
Carburants et lubrifiants	12 561	10 541	69	23 170	0	88	414	502
TOTAL PRODUITS LIES A L'AUTOMOBILE	12 831	10 590	69	23 490	0	91	419	509
Produits pharmaceutiques	24	2	0	27	0	0	0	0
Matériels médicaux et orthopédiques	3	1	1	5	0	0	0	0
TOTAL PHARMACIE	27	3	2	32	0	0	0	1
Habillement	2 177	517	6	2 700	0	13	30	43
Chaussures	526	148	0	674	0	3	8	11
Maroquinerie, articles de voyage	45	10	1	56	0	1	1	1
Parfumerie et produits d'hygiène	5 620	2 920	14	8 554	0	119	229	348
Optique et photographie	468	62	0	530	0	2	6	8
Horlogerie, bijouterie	250	17	0	267	0	1	2	3
TOTAL EQUIPEMENT DE LA PERSONNE	9 085	3 675	22	12 782	0	138	275	414
Meubles, literie	379	81	1	461	0	2	5	7
Equipelement du foyer	1 569	955	228	2 751	0	11	55	66
Electroménager	1 608	294	1	1 903	0	13	21	34
Produits bruns	891	75	0	966	0	4	9	12
Micro-informatique et téléphones	2 313	242	24	2 579	0	10	24	34
Produits d'entretien ménager	2 531	2 557	4	5 092	0	98	160	258
Textiles d'ameublement et linge pour la maison	655	159	124	938	0	4	10	14
Revêtements sols et murs	65	60	0	125	0	1	2	3
Quincaillerie, bricolage, peinture	1 308	318	230	1 857	0	12	18	29
Plantes, fleurs, graines, animaux de compagnie...	848	540	1	1 389	0	7	23	30
Livres, journaux, papeterie	1 815	454	288	2 556	0	132	32	164
Vente et réparation de cycles	28	8	0	37	0	0	0	1
Sports et loisirs	1 132	166	260	1 558	0	4	12	16
Jeux et jouets	798	101	119	1 018	0	3	8	11
Autres produits non alimentaires	106	90	9	205	0	7	8	14
Charbons et combustibles	360	267	0	627	0	22	16	38
TOTAL AUTRES PRODUITS NON ALIMENTAIRES	16 407	6 367	1 289	24 063	1	328	403	732
TOTAL NON ALIMENTAIRE	38 350	20 635	1 382	60 367	1	557	1 097	1 655
Voitures particulières d'occasion	0	0	0	0	0	0	0	0
Voitures particulières neuves	0	0	0	0	0	0	0	0
Caravanes, remorques	0	0	0	0	0	0	0	0
Entretien et réparation automobile	5	3	2	10	0	0	0	0
TOTAL AUTOMOBILE	5	3	2	10	0	0	0	0
TOTAL ALIMENTAIRE, NON ALIMENTAIRE ET AUTOMOBILE	105 988	73 984	2 993	182 965	1 768	6 166	7 226	15 159

Millions d'euros courants

Source : Insee, comptes du commerce

Tableau II-1 E
Ventes au détail par produit : commerce de détail non alimentaire spécialisé
(carburant, technologie de l'information et de la communication, équipement du foyer)

Année 2013sd

Millions d'euros courants

FORMES DE VENTE	Carburant	Technologie de l'information et de la communication				Equipelement du foyer						
		Ordinateurs, unités périphériques et logiciels	Matériels de télécommunication	Matériels audio et vidéo	TOTAL	Textiles	Quincaillerie, peintures et verres	Tapis, moquettes, revêtement des sols et murs	Electroménager	Meubles	Autres équipements du foyer	TOTAL
PRODUITS												
Pain, pâtisserie	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Fruits et légumes	2	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1
Viandes et produits dérivés	0	0	0	1	1	0	1	0	0	0	0	1
Poissons, crustacés, coquillages	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
TOTAL PRODUITS ALIMENTAIRES FRAIS	2	0	0	1	1	0	2	0	0	0	1	3
Chocolaterie, confiserie	189	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Vins, liqueurs et apéritifs	113	1	0	2	3	0	1	0	0	0	5	7
Boissons non alcoolisées, cidres et bières	67	1	0	1	2	0	1	0	0	0	5	6
Epicerie, produits alimentaires divers	80	4	0	8	11	2	3	0	1	0	26	32
TOTAL AUTRES PRODUITS ALIMENTAIRES	448	5	0	11	16	2	5	0	1	0	36	45
Tabac et cigarettes	24	2	0	0	2	0	0	0	0	0	0	0
TOTAL ALIMENTAIRE	474	7	0	12	19	2	6	0	1	0	37	48
Pneumatiques	18	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Pièces détachées et équipements automobiles	75	0	0	0	1	0	51	0	3	0	1	55
Vente et réparation de motocycles	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Carburants et lubrifiants	15 268	0	0	0	0	0	4	0	0	0	1	5
TOTAL PRODUITS LIES A L'AUTOMOBILE	15 361	0	0	0	1	0	56	0	3	0	2	61
Produits pharmaceutiques	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Matériels médicaux et orthopédiques	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2	2
TOTAL PHARMACIE	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	2	2
Habillement	0	3	0	14	17	247	38	11	1	10	110	418
Chaussures	0	0	0	4	4	0	0	0	0	0	3	4
Maroquinerie, articles de voyage	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0	1	1
Parfumerie et produits d'hygiène	0	1	0	3	5	1	1	0	0	0	8	10
Optique et photographie	0	956	14	5	975	0	0	0	20	1	2	23
Horlogerie, bijouterie	0	0	0	1	1	0	0	0	0	4	3	7
TOTAL EQUIPEMENT DE LA PERSONNE	0	960	14	27	1 002	249	40	11	21	15	127	463
Meubles, literie	0	17	0	32	49	30	1 153	5	160	11 586	523	13 458
Equipelement du foyer	3	2	8	46	56	28	1 249	9	81	780	2 455	4 602
Electroménager	2	24	16	635	675	10	1 752	3	4 123	1 429	103	7 420
Produits bruns	0	198	45	522	765	2	275	1	1 416	332	22	2 049
Micro-informatique et téléphones	0	4 102	1 256	161	5 520	3	385	1	1 879	215	30	2 514
Produits d'entretien ménager	0	0	0	0	0	3	1 045	89	4	36	235	1 412
Textiles d'ameublement et linge pour la maison	0	1	0	4	5	736	170	17	7	384	160	1 473
Revêtements sols et murs	0	0	1	1	30	1 121	538	6	145	35	1 874	
Quincaillerie, bricolage, peinture	2	1	0	4	5	12	12 072	78	56	247	134	12 600
Plantes, fleurs, graines, animaux de compagnie	0	4	0	5	9	0	594	1	2	42	5	644
Livres, journaux, papeterie	18	500	7	6	513	1	2	0	1	1	11	16
Vente et réparation de cycles	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Sports et loisirs	0	40	4	7	52	0	2	0	18	0	3	23
Jeux et jouets	0	222	3	3	228	0	0	0	1	31	4	37
Autres produits non alimentaires	18	2	0	2	4	7	153	1	16	17	100	295
Charbons et combustibles	159	0	0	0	0	0	37	0	0	0	4	41
TOTAL AUTRES PRODUITS NON ALIMENTAIRES	203	5 114	1 340	1 423	7 877	864	20 011	742	7 771	15 246	3 825	48 459
TOTAL NON ALIMENTAIRE	15 564	6 074	1 355	1 450	8 880	1 112	20 106	753	7 795	15 262	3 957	48 985
Voitures particulières d'occasion	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Voitures particulières neuves	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Caravanes, remorques	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Entretien et réparation automobile	8	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
TOTAL AUTOMOBILE	8	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
TOTAL ALIMENTAIRE, NON ALIMENTAIRE ET AUTOMOBILE	16 046	6 082	1 355	1 462	8 898	1 115	20 113	753	7 796	15 262	3 994	49 033

Source : Insee, comptes du commerce

Tableau II-1 F
Ventes au détail par produit : commerce de détail non alimentaire spécialisé
(culture-loisirs, habillement-chaussures, autres équipements de la personne)

Année 2013sd

Millions d'euros courants

FORMES DE VENTE	Culture-loisirs					Habillement-chaussures			Autres équipements de la personne				
	Livres, journaux, papeterie	Enregistrements musicaux et vidéo	Articles de sport	Jeux et jouets	TOTAL	Habillement	Chaussures	TOTAL	Maroquinerie et articles de voyage	Parfumerie et produits de beauté	Horlogerie-bijouterie	Optique, photographie	TOTAL
PRODUITS													
Pain, pâtisserie	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Fruits et légumes	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Viandes et produits dérivés	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Poissons, crustacés, coquillages	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
TOTAL PRODUITS ALIMENTAIRES FRAIS	0	0	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0
Chocolaterie, confiserie	129	0	0	0	130	0	0	0	0	0	0	0	0
Vins, liqueurs et apéritifs	2	0	0	0	2	7	0	7	1	122	3	0	125
Boissons non alcoolisées, cidres et bières	0	0	0	0	1	6	0	6	0	0	2	0	2
Epicierie, produits alimentaires divers	78	0	1	0	80	29	0	29	0	66	11	0	77
TOTAL AUTRES PRODUITS ALIMENTAIRES	210	0	2	1	212	42	0	42	1	188	16	0	205
Tabac et cigarettes	6 612	2	7	12	6 632	0	0	0	1	97	0	0	98
TOTAL ALIMENTAIRE	6 821	2	9	13	6 845	43	0	43	2	286	16	0	303
Pneumatiques	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Pièces détachées et équipements automobiles	0	0	17	0	17	0	0	0	0	0	0	0	0
Vente et réparation de motocycles	0	0	2	0	2	0	0	0	0	0	0	0	0
Carburants et lubrifiants	0	0	1	0	1	12	0	12	0	0	0	0	0
TOTAL PRODUITS LIES A L'AUTOMOBILE	0	0	20	0	20	12	0	12	0	0	0	0	0
Produits pharmaceutiques	0	0	0	0	0	80	20	100	0	506	10	8	524
Matériels médicaux et orthopédiques	0	0	9	0	10	11	1	12	0	21	3	30	53
TOTAL PHARMACIE	0	0	10	0	10	91	20	112	0	527	13	37	578
Habillement	11	0	1 271	9	1 291	26 287	308	26 595	164	3	16	2	185
Chaussures	0	0	11	0	11	2 085	5 051	7 136	109	1	9	1	120
Maroquinerie, articles de voyage	0	0	0	0	0	501	363	865	1 946	1	11	0	1 957
Parfumerie et produits d'hygiène	2	0	1	0	3	153	2	155	31	5 008	9	1	5 049
Optique et photographie	8	0	0	0	8	31	2	33	0	1	5	6 123	6 129
Horlogerie, bijouterie	0	0	0	0	0	23	0	24	14	0	3 919	60	3 993
TOTAL EQUIPEMENT DE LA PERSONNE	21	0	1 283	9	1 313	29 081	5 726	34 808	2 264	5 014	3 967	6 188	17 433
Meubles, literie	2	0	1	0	3	23	0	23	0	0	1	0	1
Equipelement du foyer	3	0	0	2	6	11	1	12	6	0	5	0	12
Electroménager	7	0	0	0	8	4	0	4	0	0	1	0	1
Produits bruns	0	0	1	0	1	3	0	3	0	0	1	0	1
Micro-informatique et téléphones	3	59	1	5	68	17	0	17	0	0	6	0	6
Produits d'entretien ménage	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Textiles d'ameublement et linge pour la maison	1	0	0	0	1	288	1	288	14	0	3	0	17
Revêtements sols et murs	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Quincaillerie, bricolage, peinture	0	0	7	0	7	7	0	7	0	0	2	0	2
Plantes, fleurs, graines, animaux de compagnie...	0	0	3	0	3	58	4	61	0	2	14	3	19
Livres, journaux, papeterie	4 420	141	13	54	4 629	5	0	5	0	0	2	0	2
Vente et réparation de cycles	2	0	927	1	930	1	0	2	0	0	0	0	0
Sports et loisirs	144	251	6 997	11	7 403	15	1	16	0	0	1	0	2
Jeux et jouets	43	1	23	1 552	1 620	70	0	71	1	0	2	0	3
Autres produits non alimentaires	149	1	10	12	173	25	0	25	2	23	287	12	325
Charbons et combustibles	0	0	0	0	0	36	2	38	0	1	5	1	7
TOTAL AUTRES PRODUITS NON ALIMENTAIRES	4 774	454	7 984	1 639	14 851	563	9	572	24	28	330	17	400
TOTAL NON ALIMENTAIRE	4 796	455	9 296	1 648	16 194	29 748	5 755	35 503	2 289	5 569	4 311	6 242	18 411
Voitures particulières d'occasion	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Voitures particulières neuves	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Caravanes, remorques	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Entretien et réparation automobile	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
TOTAL AUTOMOBILE	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
TOTAL ALIMENTAIRE, NON ALIMENTAIRE ET AUTOMOBILE	11 617	457	9 305	1 660	23 039	29 790	5 755	35 546	2 290	5 855	4 327	6 242	18 714

Source : Insee, comptes du commerce

Tableau II-1 G
**Ventes au détail par produit : commerce de détail non alimentaire spécialisé
(pharmacie et commerce d'articles médicaux, autres magasins spécialisés)**

Année 2013sd

Millions d'euros courants

FORMES DE VENTE	Pharmacie et commerce d'articles médicaux et orthopédiques	Autres magasins spécialisés				TOTAL
		Fleurs, plantes, graines, engrais...	Charbons et com- bustibles	Autres commerces de détail spécialisé	Commerce de biens d'occasion	
PRODUITS						
Pain, pâtisserie	0	0	0	0	0	0
Fruits et légumes	0	35	0	3	0	38
Viandes et produits dérivés	0	0	0	3	0	4
Poissons, crustacés, coquillages	1	0	0	1	0	1
TOTAL PRODUITS ALIMENTAIRES FRAIS	1	36	0	8	0	44
Chocolaterie, confiserie	0	0	3	1	0	4
Vins, liqueurs et apéritifs	3	0	124	34	0	159
Boissons non alcoolisées, cidres et bières	1	0	23	20	0	44
Epicerie, produits alimentaires divers	595	89	2	122	2	215
TOTAL AUTRES PRODUITS ALIMENTAIRES	599	90	152	178	2	421
Tabac et cigarettes	0	0	2	35	0	37
TOTAL ALIMENTAIRE	601	126	154	220	2	502
Pneumatiques	0	0	1	0	0	1
Pièces détachées et équipements automobiles	0	0	10	1	1	12
Vente et réparation de motocycles	0	0	0	0	0	0
Carburants et lubrifiants	2	32	1 092	17	0	1 142
TOTAL PRODUITS LIES A L'AUTOMOBILE	2	33	1 103	18	1	1 155
Produits pharmaceutiques	36 072	7	21	19	7	54
Matériels médicaux et orthopédiques	2 486	1	1	5	1	7
TOTAL PHARMACIE	38 558	7	22	25	8	62
Habillement	46	109	2	331	48	491
Chaussures	12	6	1	18	1	26
Maroquinerie, articles de voyage	3	1	0	4	0	5
Parfumerie et produits d'hygiène	2 103	2	1	94	2	99
Optique et photographie	16	1	1	283	2	288
Horlogerie, bijouterie	5	1	0	54	1	55
TOTAL EQUIPEMENT DE LA PERSONNE	2 185	120	6	784	54	964
Meubles, literie	1	127	0	27	142	297
Equipelement du foyer	5	443	2	256	2	704
Electroménager	3	6	0	21	5	32
Produits bruns	0	0	0	14	675	689
Micro-informatique et téléphones	1	1	0	44	11	56
Produits d'entretien ménager	2	3	0	2	1	6
Textiles d'ameublement et linge pour la maison	0	17	0	31	1	49
Revêtements sols et murs	0	6	0	13	10	29
Quincaillerie, bricolage, peinture	4	440	34	104	106	684
Plantes, fleurs, graines, animaux de compagnie...	21	5 201	3	326	6	5 536
Livres, journaux, papeterie	1	18	1	726	59	803
Vente et réparation de cycles	0	0	0	0	1	1
Sports et loisirs	0	48	0	8	5	60
Jeux et jouets	0	1	0	137	0	138
Autres produits non alimentaires	7	145	1	3 625	914	4 684
Charbons et combustibles	13	12	3 649	148	2	3 810
TOTAL AUTRES PRODUITS NON ALIMENTAIRES	57	6 467	3 691	5 481	1 938	17 578
TOTAL NON ALIMENTAIRE	40 802	6 627	4 822	6 308	2 001	19 758
Voitures particulières d'occasion	0	0	14	1	0	14
Voitures particulières neuves	0	0	0	0	0	0
Caravanes, remorques	0	0	0	3	0	3
Entretien et réparation automobile	0	0	7	0	0	7
TOTAL AUTOMOBILE	0	0	21	4	0	25
TOTAL ALIMENTAIRE, NON ALIMENTAIRE ET AUTOMOBILE	41 403	6 753	4 997	6 533	2 003	20 286

Source : Insee, comptes du commerce

Tableau II-2 A

Ventes au détail par produit : commerce de détail et autres opérateurs

Année 2014p

Millions d'euros courants

FORMES DE VENTE	Commerce de détail	Activités artisanales	Commerce et réparation automobile	Commerce de gros et intermédiaires du commerce	Ventes au détail des autres secteurs	TOTAL DES VENTES	Consommations intermédiaires et correction pour biens existants	CONSOMMATION COMMERCIALISABLE
PRODUITS								
Pain, pâtisserie	5 532	12 261	0	1	177	17 970	2 273	15 697
Fruits et légumes	23 827	2	0	91	17	23 937	0	23 937
Viandes et produits dérivés	37 657	1 614	0	124	439	39 834	5 191	34 643
Poissons, crustacés, coquillages	8 139	0	0	46	1	8 186	0	8 186
TOTAL PRODUITS ALIMENTAIRES FRAIS	75 155	13 877	0	262	634	89 927	7 465	82 463
Chocolaterie, confiserie	7 791	260	2	22	11	8 086	0	8 086
Vins, liqueurs et apéritifs	21 217	164	1	276	284	21 942	5 869	16 073
Boissons non alcoolisées, cidres et bières	13 472	107	0	187	382	14 149	674	13 475
Epicerie, produits alimentaires divers	49 814	142	2	174	695	50 826	0	50 826
TOTAL AUTRES PRODUITS ALIMENTAIRES	92 293	673	5	659	1 372	95 004	6 543	88 461
Tabac et cigarettes	16 198	0	1	1	3 962	20 162	0	20 162
TOTAL ALIMENTAIRE	183 647	14 550	6	922	5 969	205 093	14 008	191 085
Pneumatiques	18	0	3 533	7	7	3 565	953	2 612
Pièces détachées et équipements automobiles	458	0	21 826	153	190	22 627	4 712	17 915
Vente et réparation de motocycles	6	0	2 578	1	1	2 585	142	2 443
Carburants et lubrifiants	38 451	0	3 168	1 246	936	43 802	4 693	39 109
TOTAL PRODUITS LIES A L'AUTOMOBILE	38 933	0	31 105	1 406	1 135	72 579	10 500	62 079
Produits pharmaceutiques	37 254	0	0	2	486	37 742	0	37 742
Matériels médicaux et orthopédiques	2 896	0	0	70	1 395	4 360	0	4 360
TOTAL PHARMACIE	40 149	0	0	72	1 881	42 102	0	42 102
Habillement	39 674	0	0	985	610	41 269	6 529	34 740
Chaussures	9 085	0	0	7	84	9 176	233	8 944
Maroquinerie, articles de voyage	3 585	0	0	0	192	3 778	180	3 598
Parfumerie et produits de beauté	18 467	0	0	303	1 177	19 947	333	19 615
Optique et photographie	8 219	0	0	0	95	8 313	1 355	6 958
Horlogerie, bijouterie	4 917	0	0	17	42	4 976	0	4 976
TOTAL EQUIPEMENT DE LA PERSONNE	83 947	0	0	1 313	2 200	87 460	8 629	78 830
Meubles, literie	15 657	0	0	16	222	15 895	2 711	13 184
Equipelement du foyer	10 306	0	0	120	95	10 521	2 321	8 200
Electroménager	11 621	0	0	134	759	12 514	2 509	10 005
Produits bruns	5 159	0	0	32	86	5 278	843	4 435
Micro-informatique et téléphones	13 004	0	14	287	5 600	18 904	6 017	12 887
Produits d'entretien ménager	7 309	0	0	4	13	7 326	2 167	5 159
Textiles d'ameublement et linge pour la maison	4 407	0	0	34	54	4 494	1 023	3 471
Revêtements sols et murs	2 187	0	1	402	132	2 722	1 340	1 382
Quincaillerie, bricolage, peinture	16 497	0	53	1 341	760	18 652	7 442	11 210
Plantes, fleurs, graines, animaux de compagnie...	8 364	0	0	231	408	9 003	429	8 574
Livres, journaux, papeterie	9 815	9	0	164	2 837	12 826	182	12 644
Vente et réparation de cycles	1 066	0	188	2	7	1 263	142	1 120
Sports et loisirs	9 897	0	1	32	298	10 227	1 701	8 526
Jeux et jouets	3 874	0	0	10	11	3 895	0	3 895
Autres produits non alimentaires	7 401	2	0	9	1 086	8 499	4 825	3 674
Charbons et combustibles	4 183	0	10	5 222	67	9 483	1 084	8 399
TOTAL AUTRES PRODUITS NON ALIMENTAIRES	130 747	12	267	8 039	12 435	151 500	34 734	116 767
TOTAL NON ALIMENTAIRE	293 777	12	31 371	10 830	17 651	353 641	53 863	299 778
Voitures particulières d'occasion	14	0	29 969	406	377	30 767	19 995	10 773
Voitures particulières neuves	0	0	30 522	409	418	31 348	7 762	23 587
Caravanes, remorques	3	0	1 770	136	21	1 929	322	1 608
Entretien et réparation automobile	24	0	11 576	52	666	12 318	417	11 901
TOTAL AUTOMOBILE	41	0	73 837	1 002	1 482	76 363	28 495	47 868
TOTAL ALIMENTAIRE, NON ALIMENTAIRE ET AUTOMOBILE	477 464	14 562	105 214	12 754	25 101	635 096	96 365	538 731

Source : Insee, comptes du commerce

Tableau II-2 B

Ventes au détail par produit : ensemble du commerce de détail et activités artisanales

Année 2014p

Millions d'euros courants

FORMES DE VENTE	TOTAL commerce de détail et activités artisanales	Détail alimentaire en magasin spécialisé ou de petite surface			GSA	Détail non alimentaire en magasin					Commerce hors magasin			
		TOTAL	Commerces alimentaires spécialisés et activités artisanales	Petites surfaces d'alimentation générale et magasins de produits surgelés		TOTAL	Non alimentaire non spécialisé	Magasins non alimentaires spécialisés hors pharmacie et carburant	Carburant	Phar-macies	TOTAL	Vente à distance	Autres formes de ventes hors magasin	
PRODUITS														
Pain, pâtisserie	17 793	12 535	12 424	111	5 215	2	1	0	0	0	42	27	14	
Fruits et légumes	23 829	5 486	3 231	2 255	16 335	44	6	37	1	0	1 964	153	1 811	
Viandes et produits dérivés	39 271	10 547	8 763	1 785	27 164	23	16	7	0	0	1 537	251	1 286	
Poissons, crustacés, coquillages	8 139	1 070	777	293	6 541	4	1	2	0	1	524	38	486	
TOTAL PRODUITS ALIMENTAIRES FRAIS	89 031	29 638	25 196	4 442	55 254	73	24	46	1	1	4 066	469	3 598	
Chocolaterie, confiserie	8 051	2 291	1 562	729	4 966	341	0	143	197	0	453	27	426	
Vins, liqueurs et apéritifs	21 381	4 721	3 327	1 394	14 462	469	5	337	124	3	1 730	657	1 073	
Boissons non alcoolisées, cidres et bières	13 579	1 579	706	873	10 727	146	3	68	73	1	1 127	492	635	
Épicerie, produits alimentaires divers	49 956	8 640	2 787	5 852	35 720	1 330	217	469	84	559	4 267	2 656	1 611	
TOTAL AUTRES PRODUITS ALIMENTAIRES	92 967	17 231	8 382	8 848	65 875	2 285	226	1 017	479	563	7 577	3 832	3 745	
Tabac et cigarettes	16 198	8 849	8 627	223	276	6 978	0	6 955	24	0	94	86	8	
TOTAL ALIMENTAIRE	198 197	55 718	42 205	13 513	121 405	9 336	250	8 018	504	565	11 737	4 386	7 351	
Pneumatiques	18	0	0	0	0	18	0	1	17	0	0	0	0	
Pièces détachées et équipements automobiles	458	10	4	6	282	155	8	77	69	0	11	10	1	
Vente et réparation de motocycles	6	0	0	0	0	2	0	2	0	0	4	4	0	
Carburants et lubrifiants	38 452	613	157	455	22 049	15 668	6	1 139	14 521	2	122	82	40	
TOTAL PRODUITS LIES A L'AUTOMOBILE	38 934	623	161	462	22 331	15 842	14	1 219	14 608	2	137	96	41	
Produits pharmaceutiques	37 254	1	0	0	29	37 182	0	753	0	36 430	42	41	1	
Matériels médicaux et orthopédiques	2 896	1	1	0	6	2 855	0	96	0	2 559	234	121	113	
TOTAL PHARMACIE	40 149	2	1	1	34	39 837	0	849	0	38 988	276	162	114	
Habillement	39 674	61	16	45	2 804	32 931	3 359	29 526	0	46	3 878	3 286	592	
Chaussures	9 085	13	2	11	689	7 495	232	7 252	0	12	887	743	144	
Maroquinerie, articles de voyage	3 585	2	0	1	59	3 227	416	2 807	0	3	298	146	153	
Parfumerie et produits d'hygiène	18 468	756	409	347	8 512	7 938	553	5 427	0	1 958	1 262	1 000	262	
Optique et photographie	8 219	10	3	7	469	7 419	4	7 401	0	14	321	311	11	
Horlogerie, bijouterie	4 917	6	3	3	220	4 526	350	4 173	0	4	165	149	16	
TOTAL EQUIPEMENT DE LA PERSONNE	83 947	847	433	414	12 754	63 535	4 913	56 586	0	2 036	6 811	5 635	1 176	
Meubles, literie	15 657	7	1	6	438	14 020	375	13 644	0	1	1 191	1 109	82	
Équipement du foyer	10 306	76	12	65	2 710	6 450	999	5 443	3	5	1 070	697	373	
Électroménager	11 621	45	12	33	1 846	8 326	26	8 296	2	2	1 404	1 181	223	
Produits bruns	5 159	12	0	12	902	3 459	1	3 458	0	0	786	692	93	
Micro-informatique et téléphones	13 004	80	46	34	2 532	8 366	17	8 348	0	1	2 026	1 959	67	
Produits d'entretien ménager	7 309	264	4	260	5 108	1 633	250	1 430	0	2	255	44	211	
Textiles d'ameublement et linge pour la maison	4 407	16	1	15	958	2 549	694	1 854	0	0	294	825	50	
Revêtements sols et murs	2 187	3	0	3	123	1 965	88	1 877	0	0	96	60	37	
Quincaillerie, bricolage, peinture	16 498	31	1	30	1 885	13 677	161	13 511	2	3	905	363	542	
Plantes, fleurs, graines, animaux de compagnie...	8 364	31	1	30	1 383	6 455	56	6 380	0	19	495	248	247	
Livres, journaux, papeterie	9 825	724	571	153	2 387	6 117	91	6 007	18	1	597	499	98	
Vente et réparation de cycles	1 066	1	0	1	37	1 004	0	1 004	0	0	24	20	4	
Sports et loisirs	9 897	74	59	15	1 484	7 617	15	7 601	0	0	722	688	34	
Jeux et jouets	3 874	12	1	11	1 028	2 342	198	2 144	0	0	493	483	10	
Autres produits non alimentaires	7 403	63	50	13	189	5 780	274	5 483	18	6	1 371	554	816	
Charbons et combustibles	4 183	71	41	30	494	3 526	58	3 327	132	10	92	18	74	
TOTAL AUTRES PRODUITS NON ALIMENTAIRES	130 759	1 510	799	710	23 503	93 336	3 303	89 809	174	51	12 410	9 439	2 971	
TOTAL NON ALIMENTAIRE	293 789	2 981	1 394	1 587	58 622	212 551	8 230	148 462	14 782	41 077	19 634	15 332	4 302	
Voitures particulières d'occasion	14	0	0	0	0	14	0	13	0	0	0	0	0	
Voitures particulières neuves	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
Caravanes, remorques	3	0	0	0	0	3	0	3	0	0	0	0	0	
Entretien et réparation automobile	24	1	1	0	9	14	0	7	7	0	0	0	0	
TOTAL AUTOMOBILE	41	1	1	0	9	31	0	23	7	0	0	0	0	
TOTAL ALIMENTAIRE, NON ALIMENTAIRE ET AUTOMOBILE	492 027	58 701	43 600	15 101	180 037	221 918	8 480	156 503	15 293	41 641	31 371	19 718	11 653	

Source : Insee, comptes du commerce

Tableau II-2 C

Ventes au détail par produit : commerce de détail alimentaire en magasin spécialisé ou de petite surface et activités artisanales

Année 2014p

Millions d'euros courants

FORMES DE VENTE	Détail alimentaire spécialisé et activités artisanales								Petites surfaces d'alimentation générale et magasins de produits surgelés	TOTAL détail alimentaire en magasin spécialisé ou de petite surface et artisanat
	Boulangeries, pâtisseries	Boucheries, charcuteries	Fruits et légumes	Poissonnerie	Boissons	Tabac	Autres commerces de détail alimentaire	TOTAL ALIMENTAIRE SPECIA-LISE		
PRODUITS										
Pain, pâtisserie	12 323	1	3	0	2	0	96	12 424	111	12 535
Fruits et légumes	8	73	2 408	64	19	0	659	3 231	2 255	5 486
Viandes et produits dérivés	35	8 275	75	6	11	0	360	8 763	1 785	10 547
Poissons, crustacés, coquillages	0	5	34	659	2	0	77	777	293	1 070
TOTAL PRODUITS ALIMENTAIRES FRAIS	12 367	8 353	2 520	730	34	0	1 192	25 196	4 442	29 638
Chocolaterie, confiserie	1 205	1	4	1	50	174	127	1 562	729	2 291
Vins, liqueurs et apéritifs	178	58	27	8	2 680	74	302	3 327	1 394	4 721
Boissons non alcoolisées, cidres et bières	114	33	9	1	278	3	268	706	873	1 579
Epicerie, produits alimentaires divers	137	463	117	41	47	59	1 923	2 787	5 852	8 640
TOTAL AUTRES PRODUITS ALIMENTAIRES	1 634	556	157	50	3 055	311	2 619	8 382	8 848	17 231
Tabac et cigarettes	119	0	1	0	158	8 343	6	8 627	223	8 849
TOTAL ALIMENTAIRE	14 120	8 909	2 678	780	3 247	8 654	3 817	42 205	13 513	55 718
Pneumatiques	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Pièces détachées et équipements automobiles	1	0	0	0	1	1	1	4	6	10
Vente et réparation de motocycles	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Carburants et lubrifiants	72	0	0	0	38	10	36	157	455	613
TOTAL PRODUITS LIES A L'AUTOMOBILE	73	0	0	0	40	11	36	161	462	623
Produits pharmaceutiques	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
Matériels médicaux et orthopédiques	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1
TOTAL PHARMACIE	0	0	0	0	0	0	0	1	1	2
Habillement	0	0	0	0	3	11	1	16	45	61
Chaussures	0	0	0	0	1	0	2	2	11	13
Maroquinerie, articles de voyage	0	0	0	0	0	0	0	0	1	2
Parfumerie et produits d'hygiène	2	0	1	0	83	191	133	409	347	756
Optique et photographie	0	0	0	0	0	3	0	3	7	10
Horlogerie, bijouterie	0	0	0	0	0	3	0	3	3	6
TOTAL EQUIPEMENT DE LA PERSONNE	2	0	1	0	87	207	136	433	414	847
Meubles, literie	0	0	0	0	0	0	1	1	6	7
Equipement du foyer	0	0	1	0	1	0	10	12	65	76
Electroménager	0	0	0	0	0	11	0	12	33	45
Produits bruns	0	0	0	0	0	0	0	0	12	12
Micro-informatique et téléphones	1	0	1	0	2	41	1	46	34	80
Produits d'entretien ménager	0	0	1	0	0	0	2	4	260	264
Textiles d'ameublement et linge pour la maison	0	0	0	0	1	0	0	1	15	16
Revêtements sols et murs	0	0	0	0	0	0	0	0	3	3
Quincaillerie, bricolage, peinture	0	0	0	0	0	0	0	1	30	31
Plantes, fleurs, graines, animaux de compagnie...	0	0	0	0	0	0	0	1	30	31
Livres, journaux, papeterie	21	0	0	0	10	537	3	571	153	724
Vente et réparation de cycles	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1
Sports et loisirs	1	0	0	0	1	56	0	59	15	74
Jeux et jouets	0	0	0	0	0	0	0	1	11	12
Autres produits non alimentaires	3	5	0	0	2	36	4	50	13	63
Charbons et combustibles	0	0	0	0	38	1	2	41	30	71
TOTAL AUTRES PRODUITS NON ALIMENTAIRES	25	6	4	0	58	683	23	799	710	1 510
TOTAL NON ALIMENTAIRE	100	6	5	0	185	902	195	1 394	1 587	2 981
Voitures particulières d'occasion	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Voitures particulières neuves	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Caravanes, remorques	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Entretien et réparation automobile	0	0	0	0	0	0	1	1	0	1
TOTAL AUTOMOBILE	0	0	0	0	0	0	1	1	0	1
TOTAL ALIMENTAIRE, NON ALIMENTAIRE ET AUTOMOBILE	14 220	8 915	2 683	780	3 432	9 557	4 013	43 600	15 101	58 701

Source : Insee, comptes du commerce

Tableau II-2 D

Ventes au détail par produit : établissements du commerce de l'alimentation générale

Année 2014p

Millions d'euros courants

FORMES DE VENTE	Grandes surfaces d'alimentation générale				Petites surfaces d'alimentation générale et produits surgelés			
	Hyper-marchés	Super-marchés	Magasins multi-commerces	TOTAL	Commerces de détail de produits surgelés	Commerces d'alimentation générale	Supérettes	TOTAL
PRODUITS								
Pain, pâtisserie	3 033	1 594	588	5 215	0	21	89	111
Fruits et légumes	8 781	7 510	43	16 335	391	1 044	820	2 255
Vianades et produits dérivés	15 786	11 315	63	27 164	219	427	1 138	1 785
Poissons, crustacés, coquillages	4 011	2 367	162	6 541	214	26	52	293
TOTAL PRODUITS ALIMENTAIRES FRAIS	31 611	22 787	856	55 254	825	1 517	2 100	4 442
Chocolaterie, confiserie	2 690	2 276	1	4 966	0	427	301	729
Vins, liqueurs et apéritifs	7 628	6 824	10	14 462	0	724	670	1 394
Boissons non alcoolisées, cidres et bières	6 253	4 375	100	10 727	0	441	432	873
Epicerie, produits alimentaires divers	18 995	16 129	595	35 720	990	2 266	2 596	5 852
TOTAL AUTRES PRODUITS ALIMENTAIRES	35 566	29 604	705	65 875	990	3 859	3 999	8 848
Tabac et cigarettes	11	251	13	276	0	211	12	223
TOTAL ALIMENTAIRE	67 189	52 642	1 575	121 405	1 815	5 587	6 112	13 513
Pneumatiques	0	0	0	0	0	0	0	0
Pièces détachées et équipements automobiles	238	44	0	282	0	3	4	6
Vente et réparation de motocycles	0	0	0	0	0	0	0	0
Carburants et lubrifiants	11 853	10 132	65	22 049	0	80	375	455
TOTAL PRODUITS LIES A L'AUTOMOBILE	12 091	10 175	65	22 331	0	83	380	462
Produits pharmaceutiques	26	3	0	29	0	0	0	0
Matériels médicaux et orthopédiques	3	1	2	6	0	0	0	0
TOTAL PHARMACIE	29	3	2	34	0	0	0	1
Habillement	2 259	539	6	2 804	0	14	31	45
Chaussures	537	152	0	689	0	3	8	11
Maroquinerie, articles de voyage	47	10	1	59	0	1	1	1
Parfumerie et produits d'hygiène	5 585	2 913	14	8 512	0	119	228	347
Optique et photographie	414	55	0	469	0	2	5	7
Horlogerie, bijouterie	206	14	0	220	0	1	2	3
TOTAL EQUIPEMENT DE LA PERSONNE	9 047	3 683	23	12 754	0	139	275	414
Meubles, literie	360	77	1	438	0	2	5	6
Equipement du foyer	1 537	939	233	2 710	0	11	54	65
Electroménager	1 558	286	1	1 846	0	13	20	33
Produits bruns	832	70	0	902	0	3	8	12
Micro-informatique et téléphones	2 270	238	24	2 532	0	10	24	34
Produits d'entretien ménager	2 534	2 570	4	5 108	0	99	161	260
Textiles d'ameublement et linge pour la maison	664	162	131	958	0	4	11	15
Revêtements sols et murs	64	59	0	123	0	1	2	3
Quincaillerie, bricolage, peinture	1 321	323	242	1 885	0	12	18	30
Plantes, fleurs, graines, animaux de compagnie...	843	539	1	1 383	0	7	23	30
Livres, journaux, papeterie	1 685	423	279	2 387	0	124	29	153
Vente et réparation de cycles	29	8	0	37	0	0	0	1
Sports et loisirs	1 070	157	257	1 484	0	4	11	15
Jeux et jouets	801	102	125	1 028	0	3	8	11
Autres produits non alimentaires	98	83	8	189	0	6	7	13
Charbons et combustibles	283	211	0	494	0	17	13	30
TOTAL AUTRES PRODUITS NON ALIMENTAIRES	15 948	6 248	1 307	23 503	1	315	394	710
TOTAL NON ALIMENTAIRE	37 116	20 110	1 397	58 622	1	538	1 049	1 587
Voitures particulières d'occasion	0	0	0	0	0	0	0	0
Voitures particulières neuves	0	0	0	0	0	0	0	0
Caravanes, remorques	0	0	0	0	0	0	0	0
Entretien et réparation automobile	5	3	1	9	0	0	0	0
TOTAL AUTOMOBILE	5	3	1	9	0	0	0	0
TOTAL ALIMENTAIRE, NON ALIMENTAIRE ET AUTOMOBILE	104 309	72 754	2 973	180 037	1 816	6 125	7 160	15 101

Source : Insee, comptes du commerce

Tableau II-2 E
Ventes au détail par produit : commerce de détail non alimentaire spécialisé
(carburant, technologie de l'information et de la communication, équipement du foyer)

Année 2014p

Millions d'euros courants

FORMES DE VENTE	Carburant	Technologie de l'information et de la communication				Equipelement du foyer						
		Ordinateurs, unités périphériques et logiciels	Matériels de télécommunication	Matériels audio et vidéo	TOTAL	Textiles	Quincaillerie, peintures et verres	Tapis, moquettes, revêtement des sols et murs	Electro-ménager	Meubles	Autres équipements du foyer	TOTAL
PRODUITS												
Pain, pâtisserie	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Fruits et légumes	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1
Viandes et produits dérivés	0	0	0	1	1	0	1	0	0	0	0	1
Poissons, crustacés, coquillages	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
TOTAL PRODUITS ALIMENTAIRES FRAIS	1	0	0	1	1	0	2	0	0	0	1	3
Chocolaterie, confiserie	197	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Vins, liqueurs et apéritifs	124	1	0	2	3	0	1	0	0	0	6	7
Boissons non alcoolisées, cidres et bières	73	1	0	1	2	0	1	0	0	0	5	6
Epicerie, produits alimentaires divers	84	4	0	8	12	2	3	0	1	0	27	33
TOTAL AUTRES PRODUITS ALIMENTAIRES	479	6	0	11	17	2	5	0	1	0	38	46
Tabac et cigarettes	24	2	0	0	2	0	0	0	0	0	0	0
TOTAL ALIMENTAIRE	504	8	0	12	20	2	6	0	1	0	39	49
Pneumatiques	17	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Pièces détachées et équipements automobiles	69	0	0	0	0	0	45	0	3	0	1	49
Vente et réparation de motocycles	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Carburants et lubrifiants	14 521	0	0	0	0	0	4	0	0	0	1	5
TOTAL PRODUITS LIES A L'AUTOMOBILE	14 608	0	0	0	0	0	49	0	3	0	2	54
Produits pharmaceutiques	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Matériels médicaux et orthopédiques	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2	2
TOTAL PHARMACIE	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	2	2
Habillement	0	3	0	15	18	248	40	11	1	11	118	430
Chaussures	0	0	0	4	4	0	0	0	0	0	4	4
Maroquinerie, articles de voyage	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0	1	1
Parfumerie et produits d'hygiène	0	1	0	3	5	1	1	0	0	0	8	10
Optique et photographie	0	894	12	5	910	0	0	0	19	1	2	22
Horlogerie, bijouterie	0	0	0	1	1	0	0	0	0	3	3	6
TOTAL EQUIPEMENT DE LA PERSONNE	0	898	12	28	939	250	41	11	21	16	135	473
Meubles, literie	0	17	0	31	49	27	1 095	4	164	11 472	514	13 276
Equipelement du foyer	3	2	7	47	57	26	1 228	9	85	797	2 488	4 634
Electroménager	2	24	15	644	683	10	1 701	3	4 306	1 444	103	7 567
Produits bruns	0	195	39	510	745	2	256	1	1 425	323	22	2 028
Micro-informatique et téléphones	0	4 255	1 156	165	5 576	3	377	1	1 987	220	30	2 618
Produits d'entretien ménager	0	0	0	0	1	3	1 046	90	4	37	244	1 423
Textiles d'ameublement et linge pour la maison	0	1	0	4	5	722	172	17	7	406	168	1 492
Revêtements sols et murs	0	0	0	1	1	29	1 101	527	6	148	35	1 846
Quincaillerie, bricolage, peinture	2	1	0	4	5	12	12 218	79	61	260	140	12 769
Plantes, fleurs, graines, animaux de compagnie	0	4	0	0	5	0	593	1	2	43	6	645
Livres, journaux, papeterie	18	491	6	6	503	1	2	0	1	1	10	15
Vente et réparation de cycles	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Sports et loisirs	0	40	4	7	51	0	2	0	18	0	3	24
Jeux et jouets	0	236	3	3	242	0	0	0	1	33	4	39
Autres produits non alimentaires	18	2	0	2	3	6	141	1	16	17	95	277
Charbons et combustibles	132	0	0	0	0	0	29	0	0	0	4	33
TOTAL AUTRES PRODUITS NON ALIMENTAIRES	174	5 269	1 230	1 426	7 925	842	19 961	732	8 084	15 202	3 865	48 686
TOTAL NON ALIMENTAIRE	14 782	6 168	1 242	1 455	8 865	1 092	20 051	744	8 107	15 218	4 004	49 216
Voitures particulières d'occasion	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Voitures particulières neuves	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Caravanes, remorques	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Entretien et réparation automobile	7	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
TOTAL AUTOMOBILE	7	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
TOTAL ALIMENTAIRE, NON ALIMENTAIRE ET AUTOMOBILE	15 293	6 175	1 242	1 467	8 884	1 094	20 058	744	8 109	15 218	4 043	49 265

Source : Insee, comptes du commerce

Tableau II-2 F
Ventes au détail par produit : commerce de détail non alimentaire spécialisé
(culture-loisirs, habillement-chaussures, autres équipements de la personne)

Année 2014p

Millions d'euros courants

FORMES DE VENTE	Culture-loisirs					Habillement-chaussures			Autres équipements de la personne				
	Livres, journaux, papeterie	Enregistrements musicaux et vidéo	Articles de sport	Jeux et jouets	TOTAL	Habillement	Chaussures	TOTAL	Maroquinerie et articles de voyage	Parfumerie et produits de beauté	Horlogerie-bijouterie	Optique, photographie	TOTAL
PRODUITS													
Pain, pâtisserie	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Fruits et légumes	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Viandes et produits dérivés	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Poissons, crustacés, coquillages	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
TOTAL PRODUITS ALIMENTAIRES FRAIS	0	0	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0
Chocolaterie, confiserie	138	0	0	0	139	0	0	0	0	0	0	0	0
Vins, liqueurs et apéritifs	2	0	0	0	2	7	0	7	1	131	3	0	135
Boissons non alcoolisées, cidres et bières	1	0	1	0	1	6	0	6	0	0	3	0	3
Epicerie, produits alimentaires divers	85	0	1	0	86	28	0	28	0	68	13	0	82
TOTAL AUTRES PRODUITS ALIMENTAIRES	225	0	2	1	228	41	0	41	1	200	20	0	221
Tabac et cigarettes	6 799	2	7	11	6 819	0	0	0	1	95	0	0	96
TOTAL ALIMENTAIRE	7 024	2	9	12	7 047	42	0	42	2	295	20	0	317
Pneumatiques	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Pièces détachées et équipements automobiles	0	0	16	0	16	0	0	0	0	0	0	0	0
Vente et réparation de motocycles	0	0	2	0	2	0	0	0	0	0	0	0	0
Carburants et lubrifiants	0	0	1	0	1	10	0	10	0	0	0	0	0
TOTAL PRODUITS LIES A L'AUTOMOBILE	0	0	19	0	19	10	0	10	0	0	0	0	0
Produits pharmaceutiques	0	0	0	0	0	84	20	105	0	561	14	9	584
Matériels médicaux et orthopédiques	0	0	11	0	11	11	1	12	0	23	3	36	62
TOTAL PHARMACIE	0	0	11	0	11	96	21	117	0	584	17	45	646
Habillement	12	0	1 403	9	1 425	26 612	310	26 922	161	3	20	3	187
Chaussures	0	0	12	0	12	2 078	5 007	7 084	105	1	11	1	118
Maroquinerie, articles de voyage	0	0	0	0	0	508	366	874	1 910	1	14	0	1 925
Parfumerie et produits d'hygiène	2	0	1	0	3	149	2	150	29	5 111	11	1	5 152
Optique et photographie	8	0	0	0	8	27	1	29	0	1	6	6 150	6 157
Horlogerie, bijouterie	0	0	0	0	0	19	0	19	11	0	4 029	56	4 097
TOTAL EQUIPEMENT DE LA PERSONNE	22	0	1 416	9	1 448	29 392	5 687	35 079	2 217	5 117	4 091	6 212	17 636
Meubles, literie	2	0	1	0	3	21	0	21	0	0	1	0	1
Equipement du foyer	3	0	0	2	6	11	1	11	6	0	7	0	13
Electroménager	7	0	0	0	8	4	0	4	0	0	1	0	1
Produits bruns	0	0	1	0	1	2	0	2	0	0	1	0	1
Micro-informatique et téléphones	3	63	1	5	72	17	0	17	0	0	8	0	8
Produits d'entretien ménager	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Textiles d'ameublement et linge pour la maison	1	0	0	0	1	285	1	285	13	0	4	0	17
Revêtements sols et murs	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Quincaillerie, bricolage, peinture	0	0	7	0	8	7	0	7	0	0	2	0	3
Plantes, fleurs, graines, animaux de compagnie...	0	0	3	0	4	56	3	59	0	2	18	3	23
Livres, journaux, papeterie	4 471	141	13	50	4 676	4	0	4	0	0	2	0	3
Vente et réparation de cycles	2	0	998	1	1 001	1	0	2	0	0	0	0	0
Sports et loisirs	150	256	7 035	11	7 451	14	1	15	0	0	2	0	2
Jeux et jouets	48	1	24	1 566	1 640	69	0	69	1	0	2	0	4
Autres produits non alimentaires	148	1	10	11	171	23	0	23	2	22	329	13	366
Charbons et combustibles	0	0	0	0	0	27	1	29	0	1	5	1	7
TOTAL AUTRES PRODUITS NON ALIMENTAIRES	4 836	462	8 095	1 647	15 041	541	8	549	23	27	381	18	448
TOTAL NON ALIMENTAIRE	4 859	463	9 540	1 657	16 519	30 039	5 716	35 755	2 240	5 728	4 488	6 275	18 731
Voitures particulières d'occasion	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Voitures particulières neuves	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Caravanes, remorques	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Entretien et réparation automobile	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
TOTAL AUTOMOBILE	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
TOTAL ALIMENTAIRE, NON ALIMENTAIRE ET AUTOMOBILE	11 883	465	9 549	1 669	23 566	30 081	5 716	35 798	2 241	6 023	4 509	6 275	19 048

Source : Insee, comptes du commerce

Tableau II-2 G
**Ventes au détail par produit : commerce de détail non alimentaire spécialisé
(pharmacie et commerce d'articles médicaux, autres magasins spécialisés)**

Année 2014p

Millions d'euros courants

FORMES DE VENTE	Pharmacie et commerce d'articles médicaux et orthopédiques	Autres magasins spécialisés				TOTAL
		Fleurs, plantes, graines, engrais...	Charbons et com- bustibles	Autres commerces de détail spécialisé	Commerce de biens d'occasion	
PRODUITS						
Pain, pâtisserie	0	0	0	0	0	0
Fruits et légumes	0	32	0	3	0	35
Viandes et produits dérivés	0	0	0	4	0	4
Poissons, crustacés, coquillages	1	0	0	1	0	1
TOTAL PRODUITS ALIMENTAIRES FRAIS	1	32	0	8	0	41
Chocolaterie, confiserie	0	0	3	1	0	4
Vins, liqueurs et apéritifs	3	0	141	39	0	182
Boissons non alcoolisées, cidres et bières	1	0	26	23	0	50
Epicerie, produits alimentaires divers	559	91	2	133	2	228
TOTAL AUTRES PRODUITS ALIMENTAIRES	563	92	173	196	2	463
Tabac et cigarettes	0	0	2	36	0	38
TOTAL ALIMENTAIRE	565	125	175	240	3	542
Pneumatiques	0	0	1	0	0	1
Pièces détachées et équipements automobiles	0	0	10	1	1	12
Vente et réparation de motocycles	0	0	0	0	0	0
Carburants et lubrifiants	2	30	1 075	17	0	1 122
TOTAL PRODUITS LIES A L'AUTOMOBILE	2	30	1 086	18	1	1 135
Produits pharmaceutiques	36 430	8	24	23	8	63
Matériels médicaux et orthopédiques	2 559	1	1	6	1	9
TOTAL PHARMACIE	38 988	8	25	29	9	71
Habillement	46	116	3	373	52	544
Chaussures	12	7	1	20	1	29
Maroquinerie, articles de voyage	3	1	0	5	0	6
Parfumerie et produits d'hygiène	1 958	2	1	102	2	107
Optique et photographie	14	1	1	272	2	276
Horlogerie, bijouterie	4	1	0	48	1	50
TOTAL EQUIPEMENT DE LA PERSONNE	2 036	127	6	819	59	1 011
Meubles, literie	1	124	0	28	143	294
Equipelement du foyer	5	444	2	273	2	721
Electroménager	2	6	1	23	5	33
Produits bruns	0	0	0	14	666	681
Micro-informatique et téléphones	1	1	0	46	12	59
Produits d'entretien ménager	2	3	0	2	1	6
Textiles d'ameublement et linge pour la maison	0	18	0	34	1	53
Revêtements sols et murs	0	6	0	14	10	30
Quincaillerie, bricolage, peinture	3	454	37	114	113	719
Plantes, fleurs, graines, animaux de compagnie...	19	5 283	4	351	7	5 645
Livres, journaux, papeterie	1	17	1	731	58	807
Vente et réparation de cycles	0	0	0	0	1	1
Sports et loisirs	0	46	0	8	5	59
Jeux et jouets	0	1	0	149	1	150
Autres produits non alimentaires	6	136	1	3 619	888	4 644
Charbons et combustibles	10	10	3 121	126	1	3 258
TOTAL AUTRES PRODUITS NON ALIMENTAIRES	51	6 548	3 168	5 532	1 911	17 160
TOTAL NON ALIMENTAIRE	41 077	6 713	4 286	6 398	1 980	19 376
Voitures particulières d'occasion	0	0	13	1	0	13
Voitures particulières neuves	0	0	0	0	0	0
Caravanes, remorques	0	0	0	3	0	3
Entretien et réparation automobile	0	0	7	0	0	7
TOTAL AUTOMOBILE	0	0	19	4	0	23
TOTAL ALIMENTAIRE, NON ALIMENTAIRE ET AUTOMOBILE	41 641	6 838	4 480	6 642	1 982	19 942

Source : Insee, comptes du commerce

ANNEXE III - La consommation commercialisable des ménages

Tableau III-1

Évolution de la consommation commercialisable en volume (en %)

Produits	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013sd	2014p	Valeur 2014 (en milliards d'euros)
Pain, pâtisserie	1,2	1,1	1,2	1,2	0,7	1,5	1,7	1,3	4,3	1,1	1,6	-0,1	15,7
Viandes et produits dérivés	1,6	-1,0	0,9	-0,1	0,2	-1,9	-1,5	3,1	0,4	0,0	-0,6	-0,9	34,6
Autres produits frais (a)	0,6	4,1	0,5	-0,1	1,2	-1,0	1,3	0,7	-2,3	0,1	1,5	1,5	32,1
Boissons, épicerie, produits alimentaires divers (b)	1,1	1,1	1,8	1,5	2,4	0,4	0,4	2,5	2,0	0,7	1,1	0,8	88,5
Tabac et allumettes	-12,7	-17,3	-0,6	1,4	-1,8	-2,3	1,8	0,1	0,1	-3,6	-5,8	-4,5	20,2
Produits alimentaires (1)	-0,4	-0,7	1,1	0,9	1,2	-0,5	0,4	1,9	0,9	0,0	0,2	0,0	191,1
<i>dont produits alimentaires hors tabac</i>	<i>1,1</i>	<i>1,3</i>	<i>1,3</i>	<i>0,8</i>	<i>1,6</i>	<i>-0,2</i>	<i>0,3</i>	<i>2,1</i>	<i>1,0</i>	<i>0,5</i>	<i>0,9</i>	<i>0,5</i>	<i>170,9</i>
Accessoires automobiles, motocycles	4,4	2,2	3,2	1,6	2,1	0,1	-8,2	-1,5	-0,9	-4,0	-0,8	0,0	23,0
Carburants et lubrifiants	-0,2	-1,7	-3,0	-2,1	0,2	-2,6	-2,0	-1,4	-2,1	-1,5	-2,1	-0,5	39,1
Produits pharmaceutiques	5,5	7,2	5,1	6,5	6,7	4,5	4,2	3,7	2,3	3,1	4,1	5,1	42,1
Habillement-chaussures	3,5	1,3	0,7	1,3	2,2	-2,2	-4,0	0,0	-1,1	-2,3	-1,4	2,3	43,7
Autres équipements de la personne ©	0,8	1,4	1,2	2,0	4,4	-0,2	-0,1	3,4	2,8	-0,8	0,2	0,7	35,1
Culture, loisirs	2,1	2,8	3,0	1,0	-0,9	-2,2	-4,7	-0,4	-0,6	-2,9	-2,9	-1,2	26,2
Équipement du foyer et aménagement de l'habitat	3,7	6,4	6,3	6,5	7,9	0,9	-0,2	4,0	1,9	-1,9	-1,7	1,4	57,0
Micro-informatique et téléphones	22,4	29,4	18,2	21,1	21,1	7,9	4,5	4,3	7,5	10,5	12,0	13,4	12,9
Autres produits non alimentaires	2,8	2,0	3,1	2,4	1,6	3,3	-1,3	-1,2	-1,3	0,4	0,8	-3,9	20,6
Produits non alimentaires hors vente et réparation auto.(2)	3,8	4,2	3,4	3,6	4,4	0,5	-1,3	1,5	0,7	-0,7	0,0	1,5	299,8
<i>dont produits non alimentaires hors carburant et hors pharmacie</i>	<i>4,1</i>	<i>4,6</i>	<i>4,1</i>	<i>4,1</i>	<i>4,7</i>	<i>0,3</i>	<i>-2,2</i>	<i>1,5</i>	<i>0,9</i>	<i>-1,2</i>	<i>-0,4</i>	<i>1,2</i>	<i>218,6</i>
Vente et réparation automobile (3)	-4,6	2,5	2,8	-1,3	3,5	-5,7	3,5	-1,8	0,4	-9,3	-6,4	-0,9	47,9
Consommation commercialisable (1)+(2)+(3)	1,5	2,4	2,5	2,2	3,3	-0,5	-0,3	1,3	0,7	-1,3	-0,5	0,8	538,7
<i>dont consommation commercialisable hors automobile</i>	<i>2,2</i>	<i>2,4</i>	<i>2,5</i>	<i>2,6</i>	<i>3,3</i>	<i>0,1</i>	<i>-0,7</i>	<i>1,7</i>	<i>0,8</i>	<i>-0,4</i>	<i>0,1</i>	<i>0,9</i>	<i>490,9</i>

Source : Insee - Comptes nationaux

a : fruits et légumes, poissons et crustacés

b : inclut les produits laitiers et les œufs

c : maroquinerie et articles de voyage, parfumerie et produits d'hygiène, optique, bijouterie-horlogerie

Tableau III-2

Évolution détaillée de la consommation commercialisable en volume (en %)

Produits	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013sd	2014p
Pain, pâtisserie	1,2	1,1	1,2	1,2	0,7	1,5	1,7	1,3	4,3	1,1	1,6	-0,1
Fruits et légumes	-0,2	5,9	1,3	-0,2	1,4	-0,8	0,9	0,4	-2,1	0,8	2,6	2,6
Viandes et produits dérivés	1,6	-1,0	0,9	-0,1	0,2	-1,9	-1,5	3,1	0,4	0,0	-0,6	-0,9
Poissons et crustacés	2,8	-0,7	-1,8	0,4	0,7	-1,4	2,4	1,4	-2,9	-1,5	-1,6	-1,8
Chocolaterie, confiserie	-1,5	2,6	2,5	0,0	3,2	4,6	-1,7	1,0	2,9	1,7	1,7	2,4
Vins, liqueurs et apéritifs	-2,4	0,9	-0,3	1,1	1,6	-1,5	-0,5	2,3	0,9	-0,8	-0,3	-0,6
Boissons non alcoolisées, cidres et bières	7,3	-0,6	3,6	1,1	1,4	-3,0	3,1	2,7	2,6	-0,2	1,4	1,9
Épicerie, produits alimentaires divers	1,3	1,3	1,9	1,9	2,9	1,2	0,4	2,7	2,0	1,2	1,4	0,8
Tabac et allumettes	-12,7	-17,3	-0,6	1,4	-1,8	-2,3	1,8	0,1	0,1	-3,6	-5,8	-4,5
Pneumatiques	5,7	-1,1	5,8	0,9	3,3	-4,0	-1,8	13,8	6,1	0,9	1,9	2,7
Pièces détachées et équipements automobiles	4,7	2,3	2,9	0,9	1,6	0,4	-8,2	-3,7	-1,1	-4,3	0,2	-0,7
Vente et réparation de motocycles	1,7	4,1	2,8	5,8	4,3	1,6	-12,8	-0,3	-5,4	-6,3	-10,1	1,7
Carburants et lubrifiants	-0,2	-1,7	-3,0	-2,1	0,2	-2,6	-2,0	-1,4	-2,1	-1,5	-2,1	-0,5
Produits pharmaceutiques	5,6	7,4	5,2	6,8	6,7	4,4	4,4	3,6	2,1	2,8	3,8	5,0
Matériels orthopédiques	4,3	5,2	4,4	2,7	6,8	5,3	1,9	4,2	3,7	6,4	6,3	6,0
Habillement	3,8	1,7	0,7	0,6	2,3	-2,7	-4,5	-0,3	-1,5	-2,4	-1,4	3,2
Chaussures	2,4	-0,4	1,1	4,1	1,7	0,0	-1,8	1,2	0,5	-2,3	-1,1	-0,9
Maroquinerie, articles de voyage	-1,0	3,1	5,8	6,0	8,3	6,1	0,6	8,5	9,0	5,4	3,3	0,3
Meubles, literie	0,2	4,2	5,3	1,8	5,1	-2,6	-3,7	2,4	1,1	-3,7	-3,9	-2,3
Équipement du foyer	2,7	3,0	1,0	3,9	3,9	-1,5	-6,6	-0,5	1,4	-1,6	-0,4	0,1
Électroménager	7,5	6,4	5,9	6,7	5,8	4,4	0,7	4,6	3,2	3,2	1,6	3,1
Produits bruns	11,0	23,5	24,9	28,7	30,4	13,9	19,6	17,7	3,3	-4,6	-4,1	8,0
Micro-informatique et téléphones	22,4	29,4	18,2	21,1	21,1	7,9	4,5	4,3	7,5	10,5	12,0	13,4
Produits d'entretien ménager	1,0	0,3	3,7	2,0	3,6	-1,1	-0,6	4,7	4,2	-0,1	-1,1	0,3
Textiles d ameublement et linge pour la maison	0,2	2,7	0,9	2,3	5,1	-2,7	-4,6	2,5	-1,3	-7,4	-4,4	3,4
Revêtements sols et murs, rideaux et voilages	1,5	3,7	1,5	1,2	6,9	-7,6	-6,5	-4,2	-0,4	-8,5	-2,0	0,0
Quincaillerie, bricolage, peinture	4,4	6,4	4,8	4,4	3,8	-1,3	-2,0	1,0	1,4	-1,0	-1,1	2,9
Fleurs, plantes, graines, engrais...	3,2	4,1	3,3	2,4	1,5	0,5	1,4	0,6	1,3	-0,5	-2,0	0,5
Parfumerie et produits d hygiène	0,6	0,4	0,6	2,1	3,8	0,0	-0,4	4,1	3,2	-0,1	0,8	1,3
Livres, journaux	-1,5	-0,6	-0,7	0,5	0,7	-2,4	-6,4	-3,9	-3,4	-3,2	-4,7	-3,7
Optique, photographie	4,8	4,2	1,7	4,2	7,2	3,7	6,6	3,7	7,0	3,4	2,7	-0,8
Vente et réparation de cycles	10,1	7,9	5,1	4,1	4,6	0,4	-4,9	-5,0	5,5	-5,4	3,5	7,7
Sport et loisirs	5,8	7,4	7,1	1,0	0,7	-3,1	-4,0	3,3	-0,2	-2,2	-2,2	0,1
Horlogerie, bijouterie	-3,3	0,5	0,8	-3,1	1,0	-9,1	-7,9	-1,9	-7,3	-11,8	-7,1	0,6
Jeux et jouets	4,7	2,0	4,9	1,8	-13,0	0,5	0,6	5,5	7,6	-2,6	0,0	2,0
Autres produits non alimentaires	3,1	2,5	12,7	16,3	16,5	1,5	-4,3	1,6	1,6	0,0	0,1	-1,8
Charbons et combustibles	2,1	-1,0	-1,8	-3,6	-5,3	7,4	-2,3	-4,9	-5,3	1,4	3,5	-8,5
Voitures particulières d occasion	-0,2	2,6	2,3	2,6	6,1	-9,7	-12,5	-1,7	7,4	1,3	-4,4	-0,2
Voitures particulières neuves	-7,8	3,5	3,4	-4,2	3,3	-4,9	17,4	-1,2	-1,3	-15,1	-9,7	-0,1
Caravanes, remorques	4,8	4,2	11,9	6,9	6,3	-6,6	-2,9	-0,7	6,0	-7,8	-7,0	-6,1
Entretien et réparation de véhicules automobiles	-2,5	-0,1	0,7	-0,1	0,7	-3,0	-7,6	-3,6	-2,5	-5,3	-1,0	-2,1
Total consommation commercialisable	1,5	2,4	2,5	2,2	3,3	-0,5	-0,3	1,3	0,7	-1,3	-0,5	0,8
Total automobile	-4,6	2,5	2,8	-1,3	3,5	-5,7	3,5	-1,8	0,4	-9,3	-6,4	-0,9
Total consommation hors automobile	2,2	2,4	2,5	2,6	3,3	0,1	-0,7	1,7	0,8	-0,4	0,1	0,9

Source : Insee, comptes nationaux

Tableau III-3

Structure de la consommation commercialisable des ménages par groupes de produits (en valeur T.T.C.) En %

Produits	2000	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Pain, pâtisserie	2,5	2,6	2,7	2,7	2,8	2,9	2,9	2,9
Viandes et produits dérivés	6,2	6,0	6,1	6,1	6,1	6,3	6,4	6,4
Autres produits frais (a)	5,6	5,6	5,7	5,9	5,6	5,8	6,1	6,0
Boissons, épicerie, produits alimentaires divers (b)	14,8	14,9	15,4	15,4	15,6	16,0	16,3	16,4
Tabac et allumettes	3,5	3,2	3,4	3,5	3,6	3,7	3,7	3,7
Produits alimentaires (1)	32,5	32,3	33,3	33,6	33,7	34,7	35,5	35,5
Accessoires automobiles, motocycles	4,0	4,6	4,5	4,4	4,3	4,2	4,2	4,3
Carburants et lubrifiants	7,8	7,8	6,6	7,1	7,7	7,8	7,6	7,3
Produits pharmaceutiques	6,7	7,6	7,9	7,8	7,7	7,6	7,7	7,8
Habillement-chaussures	9,7	8,6	8,5	8,3	8,0	7,9	7,9	8,1
Autres équipements de la personne ©	5,9	6,0	6,2	6,3	6,5	6,6	6,5	6,5
Culture, loisirs	6,0	5,4	5,4	5,3	5,1	4,9	4,9	4,9
Équipement du foyer et aménagement de l'habitat	11,0	11,3	11,3	11,2	11,0	10,7	10,6	10,6
Micro-informatique et téléphones	2,7	2,7	2,6	2,4	2,3	2,4	2,4	2,4
Autres produits non alimentaires	3,2	4,1	3,6	3,7	3,8	4,0	4,1	3,8
Produits non alimentaires hors vente et réparation auto (2)	56,9	58,0	56,4	56,5	56,3	56,1	55,8	55,6
Vente et réparation automobile (3)	10,6	9,7	10,3	9,9	9,9	9,2	8,8	8,9
Consommation commercialisable = (1)+(2)+(3)	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Part de la consommation commercialisable dans la consommation effective des ménages (en %) (d)	40,1	37,3	36,4	36,3	36,4	36,0	36,0	35,5

Source : Insee -Comptes nationaux

a : fruits et légumes, poissons et crustacés

b : inclut les produits laitiers et les œufs

c :maroquinerie et articles de voyage, parfumerie et produits d'hygiène, optique, bijouterie-horlogerie

d : la consommation effective des ménages recouvre l'ensemble des biens et services que les ménages utilisent effectivement ou consomment

quel que soit l'acteur qui les finance : ménages, administrations ou associations.

La consommation commercialisable comprend les produits susceptibles d'être vendus aux ménages par le commerce et les activités de réparation automobile. Les dépenses d'eau, de gaz et d'énergie en sont exclues, ainsi que les dépenses de services.

ANNEXE IV - Démographie des entreprises commerciales

Tableau IV-1

Nombre de sociétés et d'entreprises individuelles commerciales, en milliers, immatriculées au 1^{er} janvier et leur évolution entre début 2011 et début 2014

SECTEURS D'ACTIVITE	Nombre d'entreprises				Evolution en %		
	2011	2012	2013	2014 (sd)	2012/2011	2013/2012	2014/2013
Intermédiaires du commerce de gros	54,8	54,5	54,6	57,2	-0,4	0,0	4,9
CG de produits agricoles bruts et d'animaux vivants	6,2	6,1	6,1	6,1	-0,7	0,1	-0,4
CG de produits alimentaires, de boissons et de tabac	20,6	20,7	21,1	21,8	0,7	1,8	3,2
CG de biens domestiques	36,2	36,1	36,2	36,7	-0,5	0,5	1,3
CG d'équipements de l'info et de la communication	9,1	9,1	9,1	9,3	0,1	0,4	1,7
CG d'autres équipements industriels	24,4	24,4	24,6	25,1	0,2	0,8	2,1
Autres commerces de gros spécialisés	19,9	20,2	20,5	21,0	1,3	1,5	2,7
Commerce de gros non spécialisé	15,7	16,3	16,8	17,7	3,8	3,4	5,0
COMMERCE DE GROS (y compris intermédiaires)	186,8	187,4	189,1	194,9	0,3	0,9	3,1
Commerce de détail en magasin non spécialisé	35,0	37,3	38,0	39,5	6,6	1,8	3,8
CD alimentaire en magasin spécialisé	47,2	47,4	47,9	49,5	0,6	0,9	3,4
CD non alimentaire en magasins spécialisés	236,3	236,3	237,5	244,3	0,0	0,5	2,9
<i>CD de carburants en magasin spécialisé</i>	4,0	4,0	3,9	3,9	-1,9	-0,8	-1,1
<i>CD d'équipements de l'info et de la communication en mag</i>	8,3	8,4	8,7	9,1	1,3	3,0	5,0
<i>CD d'autres équipements du foyer en mag spé</i>	39,3	38,8	38,4	38,9	-1,2	-1,0	1,4
<i>CD de biens culturels et de loisirs en mag spé</i>	27,3	26,8	26,4	26,6	-1,7	-1,5	0,6
<i>Autres commerces de détail en mag spé</i>	157,4	158,2	160,0	165,8	0,6	1,1	3,6
Commerce de détail sur éventaires et marchés	98,3	96,4	98,3	105,0	-2,0	2,0	6,8
Commerce de détail hors magasin, éventaires ou mar	36,0	38,4	43,3	49,8	6,8	12,6	15,0
COMMERCE DE DETAIL	452,8	455,8	464,9	488,1	0,7	2,0	5,0
Commerce de véhicules automobiles	28,9	29,9	31,6	33,6	3,5	5,7	6,3
Entretien et réparation de véhicules automobiles	43,2	44,6	46,8	50,2	3,1	5,1	7,2
Commerce d'équipements automobiles	7,8	8,1	8,4	9,0	4,2	3,9	7,4
Commerce et réparation de motocycles	6,0	6,1	6,1	6,4	2,0	0,7	3,9
COMMERCE ET REPARATION D'AUTOMOBILES	85,8	88,6	93,0	99,2	3,3	4,9	6,7
TOTAL COMMERCE	725,4	731,9	747,0	782,2	0,9	2,1	4,7
ARTISANAT COMMERCIAL	44,1	43,5	43,3	43,9	-1,3	-0,5	1,2
TOTAL COMMERCE ET ARTISANAT COMMERCIAL	769,5	775,4	790,3	826,1	0,8	1,9	4,5
<i>Ensemble de l'économie française</i>	<i>3 511,5</i>	<i>3 596,6</i>	<i>3 727,4</i>	<i>3 947,1</i>	<i>2,4</i>	<i>3,6</i>	<i>5,9</i>

Source : INSEE - Sirene (France entière)

Tableau IV-2
Les différentes formes d'entreprises commerciales au 1^{er} janvier 2014

SECTEURS D'ACTIVITE (nomenclature NAF)	Entreprises individuelles	Sociétés					TOTAL
		Sociétés de personnes	S.A.R.L.		Sociétés de capitaux	Autres sociétés	
			Unipersonnelles	Autres			
Intermédiaires du commerce de gros	36 225	123	4 324	11 913	432	4 208	57 225
CG de produits agricoles bruts et d'animaux vivants	1 308	54	675	2 597	166	1 316	6 116
CG de produits alimentaires, de boissons et de tabac	2 042	139	2 573	11 442	727	4 859	21 782
CG de biens domestiques	2 821	139	3 951	22 910	824	6 067	36 712
CG d'équipements de l'info et de la communication	545	29	1 028	5 468	297	1 926	9 293
CG d'autres équipements industriels	1 505	116	3 149	13 366	888	6 097	25 121
Autres commerces de gros spécialisés	2 042	76	2 560	10 442	787	5 131	21 038
Commerce de gros non spécialisé	1 871	36	2 578	10 561	73	2 541	17 660
COMMERCE DE GROS (y compris intermédiaires)	48 359	712	20 838	88 699	4 194	32 145	194 947
Commerce de détail en magasin non spécialisé <i>dont grandes surfaces alimentaires (supermarchés, hypermarchés)</i>	14 921 28	391 242	3 519 495	14 618 2 177	620 589	5 401 3 444	39 470 6 975
CD alimentaire en magasin spécialisé	20 510	1 860	5 865	18 660	154	2 436	49 485
CD non alimentaire en magasins spécialisés	81 678	5 281	31 910	107 696	1 652	16 116	244 333
<i>CD de carburants en magasin spécialisé</i>	560	27	345	2 766	22	170	3 890
<i>CD d'équipements de l'info et de la communication en mag spé</i>	2 033	17	1 546	4 826	22	687	9 131
<i>CD d'autres équipements du foyer en mag spé</i>	8 950	123	5 530	20 229	520	3 586	38 938
<i>CD de biens culturels et de loisirs en mag spé</i>	9 962	1 294	2 944	10 604	177	1 606	26 587
<i>Autres CD en mag spé</i>	60 173	3 820	21 545	69 271	911	10 067	165 787
Commerce de détail sur éventaires et marchés	96 696	34	1 655	6 004	10	614	105 013
Commerce de détail hors magasin, éventaires ou marchés	34 210	30	3 387	8 775	111	3 281	49 794
COMMERCE DE DETAIL	248 015	7 596	46 336	155 753	2 547	27 848	488 095
Commerce de véhicules automobiles	9 464	61	4 764	14 218	568	4 514	33 589
Entretien et réparation de véhicules automobiles	19 947	91	7 471	20 026	187	2 450	50 172
Commerce d'équipements automobiles	2 129	17	1 196	4 301	151	1 239	9 033
Commerce et réparation de motocycles	2 256	6	917	2 769	26	391	6 365
COMMERCE ET REPARATION D'AUTOMOBILES	33 796	175	14 348	41 314	932	8 594	99 159
TOTAL COMMERCE	330 170	8 483	81 522	285 766	7 673	68 587	782 201
Boulangerie - pâtisserie	18 100	212	3 880	15 925	49	1 624	39 790
Charcuterie	2 103	15	344	1 441	21	140	4 064
ARTISANAT COMMERCIAL	20 203	227	4 224	17 366	70	1 764	43 854
TOTAL COMMERCE ET ARTISANAT COMMERCIAL	350 373	8 710	85 746	303 132	7 743	70 351	826 055

Source : INSEE - Sirene (France entière)

Tableau IV-3
Les créations de sociétés et d'entreprises individuelles commerciales de 2011 à 2014 en France entière

SECTEURS D'ACTIVITE	Nombre de créations				Evolution en %		
	2011	2012	2013	2014	2012/2011	2013/2012	2014/2013
Intermédiaires du commerce de gros	13 150	12 662	12 321	11 151	-3,7	-2,7	-9,5
CG de produits agricoles bruts et d'animaux vivants	297	304	240	231	2,4	-21,1	-3,8
CG de produits alimentaires, de boissons et de tabac	1 712	1 796	1 884	2 021	4,9	4,9	7,3
CG de biens domestiques	2 961	2 870	2 643	2 551	-3,1	-7,9	-3,5
CG d'équipements de l'info et de la communication	625	631	639	647	1,0	1,3	1,3
CG d'autres équipements industriels	1 337	1 395	1 317	1 229	4,3	-5,6	-6,7
Autres commerces de gros spécialisés	1 866	1 851	1 729	1 767	-0,8	-6,6	2,2
Commerce de gros non spécialisé	2 654	2 198	2 294	2 261	-17,2	4,4	-1,4
COMMERCE DE GROS (y compris intermédiaires)	24 602	23 707	23 067	21 858	-3,6	-2,7	-5,2
Commerce de détail en magasin non spécialisé	3 925	3 790	4 135	3 967	-3,4	9,1	-4,1
CD alimentaire en magasin spécialisé	4 538	4 325	4 449	4 607	-4,7	2,9	3,6
CD non alimentaire en magasins spécialisés	23 475	22 189	22 818	21 064	-5,5	2,8	-7,7
<i>CDde carburants en magasin spécialisé</i>	121	122	99	78	0,8	-18,9	-21,2
<i>CDd'équipements de l'info et de la communication en mag spé</i>	1 255	1 121	1 195	1 303	-10,7	6,6	9,0
<i>CD d'autres équipements du foyer en mag spé</i>	3 514	3 228	3 190	2 699	-8,1	-1,2	-15,4
<i>CD de biens culturels et de loisirs en mag spé</i>	1 930	1 763	1 659	1 625	-8,7	-5,9	-2,0
<i>Autres commerces de détail en mag spé</i>	16 655	15 955	16 675	15 359	-4,2	4,5	-7,9
Commerce de détail sur éventaires et marchés	24 621	23 461	21 808	24 158	-4,7	-7,0	10,8
Commerce de détail hors magasin, éventaires ou marchés	20 578	19 291	17 188	15 094	-6,3	-10,9	-12,2
COMMERCE DE DETAIL	77 137	73 056	70 398	68 890	-5,3	-3,6	-2,1
Commerce de véhicules automobiles	6 179	7 331	7 717	7 560	18,6	5,3	-2,0
Entretien et réparation de véhicules automobiles	5 857	6 566	6 564	6 813	12,1	0,0	3,8
Commerce d'équipements automobiles	1 155	1 154	1 310	1 973	-0,1	13,5	50,6
Commerce et réparation de motocycles	758	679	634	678	-10,4	-6,6	6,9
COMMERCE ET REPARATION D'AUTOMOBILES	13 949	15 730	16 225	17 024	12,8	3,1	4,9
TOTAL COMMERCE	115 688	112 493	109 690	107 772	-2,8	-2,5	-1,7
ARTISANAT COMMERCIAL	2 089	2 083	2 208	2 340	-0,3	6,0	6,0
TOTAL COMMERCE ET ARTISANAT COMMERCIAL	117 777	114 576	111 898	110 112	-2,7	-2,3	-1,6
<i>Ensemble de l'économie française (1)</i>	<i>549 788</i>	<i>549 967</i>	<i>538 182</i>	<i>550 733</i>	<i>0,0</i>	<i>-2,1</i>	<i>2,3</i>

Source : INSEE - Sirene

(1) Dans le cadre de la nouvelle démographie des entreprises, le champ des créations d'entreprises comprend désormais l'ensemble des activités marchandes hors agriculture. Depuis le 1er janvier 2007, la notion de création d'entreprise a été modifiée.

Tableau IV-4
Les créations de sociétés et d'entreprises individuelles commerciales de 2011 à 2014 sans les auto-entrepreneurs

SECTEURS D'ACTIVITE	Nombre de créations				Evolution en %		
	2011	2012	2013	2014	2012/2011	2013/2012	2014/2013
Intermédiaires du commerce de gros	9 162	9 132	9 333	7 511	-0,3	2,2	-19,5
CG de produits agricoles bruts et d'animaux vivants	243	256	196	199	5,3	-23,4	1,5
CG de produits alimentaires, de boissons et de tabac	1 444	1 463	1 531	1 574	1,3	4,6	2,8
CG de biens domestiques	2 484	2 341	2 229	2 215	-5,8	-4,8	-0,6
CG d'équipements de l'info et de la communication	540	503	527	526	-6,9	4,8	-0,2
CG d'autres équipements industriels	1 151	1 178	1 131	1 104	2,3	-4,0	-2,4
Autres commerces de gros spécialisés	1 437	1 356	1 308	1 345	-5,6	-3,5	2,8
Commerce de gros non spécialisé	2 107	1 793	1 709	1 802	-14,9	-4,7	5,4
COMMERCE DE GROS (y compris intermédiaires)	18 568	18 022	17 964	16 276	-2,9	-0,3	-9,4
Commerce de détail en magasin non spécialisé	3 259	2 948	3 019	3 236	-9,5	2,4	7,2
CD alimentaire en magasin spécialisé	3 659	3 417	3 505	3 557	-6,6	2,6	1,5
CD non alimentaire en magasins spécialisés	15 724	13 907	14 149	13 471	-11,6	1,7	-4,8
<i>CD de carburants en magasin spécialisé</i>	120	121	97	73	0,8	-19,8	-24,7
<i>CD d'équipements de l'info et de la communication en mag spé</i>	846	725	754	758	-14,3	4,0	0,5
<i>CD d'autres équipements du foyer en mag spé</i>	2 708	2 329	2 286	2 138	-14,0	-1,8	-6,5
<i>CD de biens culturels et de loisirs en mag spé</i>	1 515	1 410	1 262	1 271	-6,9	-10,5	0,7
<i>Autres commerces de détail en mag spé</i>	10 535	9 322	9 750	9 231	-11,5	4,6	-5,3
Commerce de détail sur éventaires et marchés	3 880	2 973	2 691	2 689	-23,4	-9,5	-0,1
Commerce de détail hors magasin, éventaires ou marchés	4 056	3 805	3 947	3 613	-6,2	3,7	-8,5
COMMERCE DE DETAIL	30 578	27 050	27 311	26 566	-11,5	1,0	-2,7
Commerce de véhicules automobiles	3 007	3 034	3 214	3 323	0,9	5,9	3,4
Entretien et réparation de véhicules automobiles	2 668	2 698	3 426	3 567	1,1	27,0	4,1
Commerce d'équipements automobiles	648	583	611	660	-10,0	4,8	8,0
Commerce et réparation de motocycles	427	317	358	368	-25,8	12,9	2,8
COMMERCE ET REPARATION D'AUTOMOBILES	6 750	6 632	7 609	7 918	-1,7	14,7	4,1
TOTAL COMMERCE	55 896	51 704	52 884	50 760	-7,5	2,3	-4,0
ARTISANAT COMMERCIAL	1 686	1 627	1 753	1 772	-3,5	7,7	1,1
TOTAL COMMERCE ET ARTISANAT COMMERCIAL	57 582	53 331	54 637	52 532	-7,4	2,4	-3,9
<i>Ensemble de l'économie française (1)</i>	<i>258 067</i>	<i>242 489</i>	<i>263 240</i>	<i>267 283</i>	<i>-6,0</i>	<i>8,6</i>	<i>1,5</i>

Source : INSEE - Sirene

(1) Dans le cadre de la nouvelle démographie des entreprises, le champ des créations d'entreprises comprend désormais l'ensemble des activités marchandes hors agriculture. Depuis le 1er janvier 2007, la notion de création d'entreprise a été modifiée.

ANNEXE V - Emploi

Tableau V-1

Effectifs salariés du commerce entre 2002 et 2014 (en milliers)

	Commerce et réparation d'automobiles	Commerce de gros	Commerce de détail	Ensemble du commerce
31/03/2002	392,7	1001,2	1557,0	2950,9
30/06/2002	393,7	997,3	1557,6	2948,7
30/09/2002	396,1	999,7	1564,9	2960,7
31/12/2002	397,4	998,9	1567,7	2964,0
31/03/2003	396,5	997,5	1570,5	2964,5
30/06/2003	398,1	995,8	1576,8	2970,7
30/09/2003	397,4	995,8	1577,0	2970,2
31/12/2003	397,1	996,5	1587,2	2980,8
31/03/2004	396,7	996,1	1590,2	2982,9
30/06/2004	394,7	993,7	1596,9	2985,3
30/09/2004	392,8	990,9	1598,0	2981,7
31/12/2004	393,0	990,7	1601,5	2985,3
31/03/2005	392,3	992,2	1604,2	2988,7
30/06/2005	392,4	998,4	1602,6	2993,4
30/09/2005	392,4	998,1	1605,4	2995,8
31/12/2005	391,4	997,9	1607,4	2996,7
31/03/2006	391,4	996,3	1610,9	2998,6
30/06/2006	391,6	994,9	1617,5	3004,0
30/09/2006	391,5	994,7	1631,6	3017,7
31/12/2006	391,3	993,9	1630,0	3015,2
31/03/2007	390,9	994,2	1647,1	3032,2
30/06/2007	390,7	996,2	1652,5	3039,4
30/09/2007	391,0	997,4	1663,3	3051,7
31/12/2007	391,0	1001,8	1661,8	3054,7
31/03/2008	390,4	1002,8	1659,4	3052,6
30/06/2008	388,7	1002,6	1661,7	3053,0
30/09/2008	387,2	1002,2	1656,6	3046,0
31/12/2008	383,8	996,6	1656,0	3036,3
31/03/2009	380,8	988,6	1653,2	3022,7
30/06/2009	380,1	979,8	1648,4	3008,3
30/09/2009	378,4	970,8	1647,9	2997,1
31/12/2009	378,6	966,5	1655,7	3000,8
31/03/2010	378,2	964,3	1659,7	3002,2
30/06/2010	378,4	962,8	1660,5	3001,7
30/09/2010	378,3	962,9	1663,9	3005,1
31/12/2010	378,2	962,7	1665,9	3006,7
31/03/2011	378,8	965,4	1672,9	3017,1
30/06/2011	378,5	967,6	1682,1	3028,2
30/09/2011	377,7	966,8	1679,4	3023,9
31/12/2011	378,1	968,6	1683,1	3029,7
31/03/2012	377,2	968	1684,3	3029,5
30/06/2012	374,8	967,4	1688,7	3030,9
30/09/2012	372,8	966,8	1689,3	3028,8
31/12/2012	369,2	963,1	1682,1	3014,3
31/03/2013	367,4	960	1683,6	3011
30/06/2013	365,1	956	1673,9	2995,1
30/09/2013	363,5	954,3	1678,9	2996,7
31/12/2013	362,3	953,5	1688,9	3004,7
31/03/2014	360,7	952,7	1689,6	3003
30/06/2014	359,8	952,1	1691	3003
30/09/2014	358,2	949,7	1686,5	2994,4
31/12/2014	356,3	948,6	1684,9	2989,8

Source : INSEE, estimations d'emploi

Tableau V-2

Actifs occupés du commerce en 2014

SECTEURS D'ACTIVITE	% Hommes	% Femmes	% ouvriers	% employés	% autres (*)	% 15-24 ans	% 25-49 ans	% 50 ans et +
Commerce de détail	40,1	59,9	11,0	45,8	43,2	13,1	63,7	23,3
Commerce et réparation d'automobiles	81,7	18,3	37,2	13,8	49,0	12,5	60,9	26,7
Commerce de gros	66,0	34,0	24,1	17,7	58,2	4,4	67,4	28,3
Artisanat commercial	51,0	49,0	40,6	35,0	24,4	22,8	54,2	23,1
Commerce (hors artisanat)	52,9	47,2	18,1	33,5	48,4	10,4	64,4	25,2
Ensemble de l'économie	52,0	48,0	21,8	28,4	49,9	8,0	62,3	29,7

(*) cadres, professions intermédiaires, chefs d'entreprises

Source : INSEE - enquête emploi en 2014

Tableau V-3
Équivalent temps plein des emplois salariés à temps partiel et des emplois salariés totaux dans les DADS en 2012

Secteurs d'activité	ETP* du temps partiel (1) en %	Proportion de salariés travaillant à temps partiel	Volume d'emploi (1) réalisé à temps partiel (en %)	ETP* de l'emploi salarié (1) en %
Intermédiaires du commerce de gros	59,1	18,4	11,8	92,5
CG de produits agricoles bruts et d'animaux vivants	61,6	12,6	8,1	95,2
CG de produits alimentaires, de boissons et de tabac	62,2	14,0	9,2	94,7
CG de biens domestiques	62,0	18,4	12,3	93,0
CG d'équipements de l'information et de la communication	63,5	11,0	7,3	96,0
CG d'autres équipements industriels	62,5	9,8	6,4	96,3
Autres CG spécialisés	61,5	9,6	6,1	96,3
CG non spécialisé	58,3	18,1	11,4	92,5
Commerce de gros	61,6	13,2	8,6	94,9
CD petites surfaces à prédominance alimentaire	64,3	39,8	29,8	85,8
CD grandes surfaces à prédominance alimentaire	72,0	43,2	35,4	87,9
CD alimentaire en magasin spécialisé	58,4	29,0	19,2	87,9
CD non alimentaire en magasin non spécialisé	67,1	32,1	24,1	89,4
Pharmacies et commerces d'articles médicaux et orthopédiques	62,7	37,5	27,3	86,0
CD d'habillement et de chaussures	67,5	45,4	35,9	85,2
CD d'autres équipements de la personne	61,2	23,5	15,8	90,9
CD de biens culturels et de loisirs en magasin spécialisé	61,7	31,7	22,3	87,9
CD de l'équipement du foyer et de l'aménagement de l'habitat	63,1	22,6	15,6	91,7
CD d'équipements de l'information et de la communication en magasin spécialisé	64,8	20,6	14,4	92,7
CD de carburants en magasin spécialisé	60,6	32,6	22,6	87,2
Autres CD en magasin spécialisé	56,9	22,6	14,2	90,3
CD sur éventaies ou marchés	54,3	50,1	35,3	77,1
CD hors magasin, éventaies ou marchés	53,4	26,6	16,2	87,6
Commerce de détail	66,8	35,7	27,1	88,1
Commerce de véhicules automobiles	55,9	9,2	5,4	95,9
Entretien et réparation de véhicules automobiles	55,0	13,8	8,1	93,8
Commerce d'équipements automobiles	59,5	9,2	5,7	96,3
Commerce et réparation de motocycles	54,3	13,0	7,5	94,1
Commerce et réparation d'automobiles et de motocycles	56,0	10,8	6,4	95,2
Ensemble du commerce	65,1	26,0	18,6	90,9
Charcuterie	55,0	25,3	15,7	88,6
Boulangerie-Pâtisserie	59,5	24,0	15,8	90,3
Artisanat Commercial	59,1	24,0	15,8	90,2

Résultats obtenus sur l'échantillon au 1/12 du fichier DADS

(*) : ETP est l'équivalent temps plein.

(1) : voir encadré "Les indicateurs de mesure de l'emploi salarié à temps partiel".

Source : Insee - DADS 2012 (1/12)

Tableau V-4
Équivalent temps plein des emplois salariés à temps partiel et des emplois salariés masculins dans les DADS en 2012

Secteurs d'activité	ETP* du temps partiel (1) en %	Proportion de salariés travaillant à temps partiel	Volume d'emploi (1) réalisé à temps partiel (en %)	ETP* de l'emploi salarié (1) en %
Intermédiaires du commerce de gros	55,8	12,5	7,4	94,5
CG de produits agricoles bruts et d'animaux vivants	58,3	8,8	5,3	96,3
CG de produits alimentaires, de boissons et de tabac	60,2	10,2	6,4	95,9
CG de biens domestiques	59,9	13,3	8,4	94,7
CG d'équipements de l'information et de la communication	61,9	7,6	4,8	97,1
CG d'autres équipements industriels	60,7	6,8	4,2	97,3
Autres CG spécialisés	57,9	6,1	3,6	97,4
CG non spécialisé	54,5	14,8	8,6	93,3
Commerce de gros	59,2	8,9	5,5	96,4
CD petites surfaces à prédominance alimentaire	61,1	30,5	21,2	88,1
CD grandes surfaces à prédominance alimentaire	69,9	24,7	18,6	92,6
CD alimentaire en magasin spécialisé	54,2	19,1	11,3	91,3
CD non alimentaire en magasin non spécialisé	61,7	22,3	15,1	91,5
Pharmacies et commerces d'articles médicaux et orthopédiques	56,6	22,7	14,2	90,1
CD d'habillement et de chaussures	62,9	33,4	24,0	87,6
CD d'autres équipements de la personne	56,8	13,0	7,8	94,4
CD de biens culturels et de loisirs en magasin spécialisé	60,2	24,2	16,1	90,4
CD de l'équipement du foyer et de l'aménagement de l'habitat	60,0	14,0	8,9	94,4
CD d'équipements de l'information et de la communication en magasin spécialisé	64,5	16,2	11,1	94,2
CD de carburants en magasin spécialisé	60,2	30,1	20,6	88,0
Autres CD en magasin spécialisé	54,3	16,8	9,9	92,3
CD sur éventaies ou marchés	52,6	44,6	29,7	78,9
CD hors magasin, éventaies ou marchés	55,8	18,1	11,0	92,0
Commerce de détail	63,2	22,1	15,2	91,9
Commerce de véhicules automobiles	54,1	6,6	3,7	97,0
Entretien et réparation de véhicules automobiles	52,8	8,9	4,9	95,8
Commerce d'équipements automobiles	55,2	6,1	3,5	97,3
Commerce et réparation de motocycles	52,7	8,9	4,9	95,8
Commerce et réparation d'automobiles et de motocycles	53,7	7,4	4,1	96,6
Ensemble du commerce	61,1	14,2	9,2	94,5
Charcuterie	51,5	14,8	8,2	92,8
Boulangerie-Pâtisserie	54,0	10,7	6,1	95,1
Artisanat Commercial	53,7	11,1	6,3	94,9

Résultats obtenus sur l'échantillon au 1/12 du fichier DADS

(*) : ETP est l'équivalent temps plein.

(1) : voir encadré " Les indicateurs de mesure de l'emploi salarié à temps partiel ".

Source : Insee - DADS 2012 (1/12)

Tableau V-5
Équivalent temps plein des emplois salariés à temps partiel et des emplois salariés féminins dans les DADS en 2012

Secteurs d'activité	ETP* du temps partiel (1) en %	Proportion de salariés travaillant à temps partiel	Volume d'emploi (1) réalisé à temps partiel (en %)	ETP* de l'emploi salarié (1) en %
Intermédiaires du commerce de gros	61,6	26,1	17,9	90,0
CG de produits agricoles bruts et d'animaux vivants	65,6	21,6	15,3	92,6
CG de produits alimentaires, de boissons et de tabac	64,4	21,0	14,6	92,5
CG de biens domestiques	63,4	23,1	16,0	91,5
CG d'équipements de l'information et de la communication	65,6	18,1	12,7	93,8
CG d'autres équipements industriels	65,2	18,5	12,9	93,6
Autres CG spécialisés	65,3	18,3	12,8	93,6
CG non spécialisé	62,1	23,3	15,8	91,2
Commerce de gros	64,1	21,1	14,6	92,4
CD petites surfaces à prédominance alimentaire	66,1	46,9	36,9	84,1
CD grandes surfaces à prédominance alimentaire	73,1	53,7	45,9	85,6
CD alimentaire en magasin spécialisé	61,3	39,4	28,5	84,8
CD non alimentaire en magasin non spécialisé	69,0	36,5	28,4	88,7
Pharmacies et commerces d'articles médicaux et orthopédiques	63,6	40,4	30,1	85,3
CD d'habillement et de chaussures	68,3	47,9	38,6	84,8
CD d'autres équipements de la personne	62,1	26,5	18,3	90,0
CD de biens culturels et de loisirs en magasin spécialisé	62,9	37,9	27,7	85,9
CD de l'équipement du foyer et de l'aménagement de l'habitat	64,8	31,3	22,8	89,0
CD d'équipements de l'information et de la communication en magasin spécialisé	65,2	27,4	19,7	90,5
CD de carburants en magasin spécialisé	61,0	35,2	24,9	86,3
Autres CD en magasin spécialisé	59,9	31,6	21,6	87,3
CD sur éventaies ou marchés	56,2	56,0	41,7	75,5
CD hors magasin, éventaies ou marchés	52,6	34,3	21,5	83,7
Commerce de détail	68,2	43,7	34,6	86,1
Commerce de véhicules automobiles	58,7	20,2	12,9	91,7
Entretien et réparation de véhicules automobiles	58,3	38,3	26,5	84,0
Commerce d'équipements automobiles	65,3	22,3	15,8	92,3
Commerce et réparation de motocycles	57,1	32,7	21,8	86,0
Commerce et réparation d'automobiles et de motocycles	59,5	26,2	17,5	89,4
Ensemble du commerce	67,3	38,1	29,3	87,5
Charcuterie	57,2	37,3	25,4	84,0
Boulangerie-Pâtisserie	62,2	36,9	26,7	86,1
Artisanat Commercial	61,9	36,9	26,6	85,9

Résultats obtenus sur l'échantillon au 1/12 du fichier DADS

(*) : ETP est l'équivalent temps plein.

(1) : voir encadré " Les indicateurs de mesure de l'emploi salarié à temps partiel ".

Source : Insee - DADS 2012 (1/12)

ANNEXE VI - Comptes des secteurs commerciaux

Commerce et réparation d'automobiles et de motocycles

en millions d'euros courants

	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
COMPTE DE PRODUCTION										
Chiffre d'affaires hors TVA	133 825	140 867	150 529	155 722	162 842	163 239	149 667	155 149	163 907	157 813
Ventes de marchandises	116 218	122 317	131 284	135 556	141 810	147 925	134 540	139 857	148 047	142 588
- Coût d'achat des marchandises	99 864	105 377	113 455	117 312	123 015	127 476	115 352	119 531	126 967	122 460
= Marge commerciale (au prix de base)	16 354	16 940	17 829	18 244	18 795	20 449	19 188	20 326	21 080	20 128
+ Production vendue de biens et services	17 606	18 550	19 245	20 166	21 032	15 314	15 127	15 292	15 860	15 225
+ Production stockée et immobilisée	50	54	67	70	70	70	82	75	56	105
= Production totale au prix de base	34 011	35 544	37 141	38 480	39 897	35 834	34 397	35 693	36 996	35 458
- Consommations intermédiaires	15 932	16 398	17 399	18 277	18 730	15 235	15 427	15 510	16 036	16 110
= Valeur ajoutée au prix de base	18 079	19 146	19 741	20 204	21 167	20 599	18 970	20 182	20 960	19 348
COMPTE D'EXPLOITATION										
Valeur ajoutée	18 079	19 146	19 741	20 204	21 167	20 599	18 970	20 182	20 960	19 348
+ Subventions d'exploitation	111	109	104	100	97	152	117	144	130	130
- Frais de personnel	12 648	13 088	13 402	13 893	14 268	15 416	14 735	15 113	15 597	15 575
- Impôts et taxes sur la production	1 049	1 143	1 226	1 368	1 428	1 495	1 441	1 326	1 397	1 394
= Excédent brut d'exploitation	4 494	5 023	5 217	5 043	5 567	3 841	2 911	3 887	4 096	2 509
ELEMENTS DU COMPTE DE RESULTAT										
Excédent brut d'exploitation	4 494	5 023	5 217	5 043	5 567	3 841	2 911	3 887	4 096	2 509
+ Autres produits d'exploitation et financiers	716	866	893	886	1 090	1 501	1 003	882	1 087	706
- Autres charges d'exploitation et financières	1 096	1 176	1 304	1 517	1 607	1 956	1 241	1 155	1 178	803
= Profit brut courant avant impôt	4 114	4 713	4 806	4 411	5 051	3 387	2 674	3 614	4 006	2 412

Champ : Entreprises individuelles + sociétés et quasi-sociétés

Source : Insee - Comptes du commerce

Commerce de gros

en millions d'euros courants

	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
COMPTE DE PRODUCTION										
Chiffre d'affaires hors TVA	618 921	646 335	679 829	706 782	740 389	782 575	681 881	707 749	768 872	790 462
Ventes de marchandises	569 413	594 712	626 024	650 385	681 368	732 328	638 690	664 722	724 966	742 728
- Coût d'achat des marchandises	462 252	482 555	509 079	527 254	551 485	601 439	510 055	532 200	587 626	603 088
= Marge commerciale (au prix de base)	107 161	112 157	116 945	123 131	129 883	130 888	128 635	132 522	137 340	139 640
+ Production vendue de biens et services	49 508	51 623	53 805	56 397	59 021	50 247	43 192	43 027	43 906	47 733
+ Production stockée et immobilisée	141	116	412	653	660	707	421	847	605	164
= Production totale au prix de base	156 810	163 896	171 162	180 182	189 564	181 843	172 247	176 397	181 851	187 537
- Consommations intermédiaires	84 306	87 587	92 151	96 146	101 196	90 371	92 628	97 007	100 852	106 420
= Valeur ajoutée au prix de base	72 505	76 309	79 010	84 036	88 368	91 471	79 619	79 390	80 998	81 117
COMPTE D'EXPLOITATION										
Valeur ajoutée	72 505	76 309	79 010	84 036	88 368	91 471	79 619	79 390	80 998	81 117
+ Subventions d'exploitation	520	404	366	374	385	409	334	391	286	286
- Frais de personnel	47 121	49 000	50 972	53 443	55 377	53 351	52 320	52 913	55 287	55 454
- Impôts et taxes sur la production	4 942	5 327	5 897	6 673	6 884	6 772	6 535	7 543	7 762	6 418
= Excédent brut d'exploitation	20 962	22 385	22 508	24 294	26 492	31 757	21 098	19 325	18 235	19 530
ELEMENTS DU COMPTE DE RESULTAT										
Excédent brut d'exploitation	20 962	22 385	22 508	24 294	26 492	31 757	21 098	19 325	18 235	19 530
+ Autres produits d'exploitation et financiers	9 248	8 411	8 667	9 508	11 813	11 244	14 570	16 604	15 965	16 225
- Autres charges d'exploitation et financières	7 558	7 711	8 173	8 868	9 796	11 307	9 975	7 969	8 772	8 411
= Profit brut courant avant impôt	22 652	23 085	23 002	24 934	28 510	31 693	25 693	27 960	25 428	27 344

Champ : Entreprises individuelles + sociétés et quasi-sociétés

Source : Insee - Comptes du commerce

Commerce de détail

en millions d'euros courants

	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
COMPTE DE PRODUCTION										
Chiffre d'affaires hors TVA	362 629	375 154	388 555	401 500	414 560	427 680	408 928	425 563	440 140	450 807
Ventes de marchandises	339 403	350 178	361 864	373 698	385 815	411 377	389 559	408 234	421 690	432 946
- Coût d'achat des marchandises	247 243	254 786	264 444	273 084	281 444	297 139	276 233	289 123	299 848	308 040
= Marge commerciale (au prix de base)	92 160	95 392	97 420	100 614	104 371	114 238	113 326	119 112	121 842	124 906
+ Production vendue de biens et services	23 226	24 976	26 691	27 802	28 746	16 303	19 369	17 328	18 450	17 862
+ Production stockée et immobilisée	143	153	235	243	256	263	211	243	276	247
= Production totale au prix de base	115 529	120 522	124 346	128 659	133 372	130 804	132 906	136 683	140 569	143 015
- Consommations intermédiaires	46 604	49 244	51 923	53 601	55 322	48 848	54 327	55 002	57 510	59 638
= Valeur ajoutée au prix de base	68 925	71 278	72 423	75 058	78 049	81 956	78 579	81 680	83 059	83 377
COMPTE D'EXPLOITATION										
Valeur ajoutée	68 925	71 278	72 423	75 058	78 049	81 956	78 579	81 680	83 059	83 377
+ Subventions d'exploitation	222	266	282	317	291	286	293	349	257	257
- Frais de personnel	40 033	42 075	44 049	46 198	47 918	51 130	49 148	50 688	51 566	53 802
- Impôts et taxes sur la production	4 356	4 578	4 916	5 215	5 437	5 810	5 641	5 515	5 944	5 962
= Excédent brut d'exploitation	24 759	24 891	23 741	23 962	24 985	25 301	24 083	25 826	25 805	23 870
ELEMENTS DU COMPTE DE RESULTAT										
Excédent brut d'exploitation	24 759	24 891	23 741	23 962	24 985	25 301	24 083	25 826	25 805	23 870
+ Autres produits d'exploitation et financiers	3 762	3 341	3 634	3 981	4 072	4 500	4 037	3 846	3 875	4 144
- Autres charges d'exploitation et financières	3 731	3 711	3 884	4 023	4 496	4 846	4 146	4 049	4 292	4 168
= Profit brut courant avant impôt	24 789	24 521	23 491	23 920	24 561	24 955	23 974	25 623	25 387	23 846

Champ : Entreprises individuelles + sociétés et quasi-sociétés

Source : Insee - Comptes du commerce

Commerce de véhicules automobiles

en millions d'euros courants

	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
COMPTE DE PRODUCTION										
Chiffre d'affaires hors TVA	96 757	101 800	109 632	113 059	118 664	118 391	106 798	111 878	118 345	111 656
Ventes de marchandises	88 338	92 973	100 498	103 592	108 728	112 434	100 919	105 556	112 028	105 452
- Coût d'achat des marchandises	78 814	83 180	89 940	92 853	97 649	101 016	90 467	94 155	100 098	94 448
= Marge commerciale (au prix de base)	9 524	9 793	10 557	10 739	11 079	11 418	10 452	11 401	11 930	11 003
+ Production vendue de biens et services	8 419	8 828	9 134	9 467	9 936	5 957	5 879	6 322	6 317	6 204
+ Production stockée et immobilisée	37	38	46	46	47	55	59	41	7	58
= Production totale au prix de base	17 980	18 658	19 738	20 252	21 062	17 430	16 391	17 764	18 254	17 265
- Consommations intermédiaires	8 757	8 866	9 551	9 943	10 094	7 307	7 959	8 123	8 433	8 489
= Valeur ajoutée au prix de base	9 224	9 792	10 187	10 309	10 968	10 122	8 431	9 641	9 821	8 776
COMPTE D'EXPLOITATION										
Valeur ajoutée	9 224	9 792	10 187	10 309	10 968	10 122	8 431	9 641	9 821	8 776
+ Subventions d'exploitation	56	55	50	48	48	97	56	79	78	78
- Frais de personnel	6 690	6 841	7 007	7 241	7 376	7 666	7 159	7 535	7 655	7 372
- Impôts et taxes sur la production	617	674	722	809	841	868	799	794	847	837
= Excédent brut d'exploitation	1 973	2 333	2 508	2 307	2 800	1 685	529	1 391	1 397	645
ELEMENTS DU COMPTE DE RESULTAT										
Excédent brut d'exploitation	1 973	2 333	2 508	2 307	2 800	1 685	529	1 391	1 397	645
+ Autres produits d'exploitation et financiers	472	604	585	568	654	1 127	595	549	860	693
- Autres charges d'exploitation et financières	683	756	849	1 073	1 100	1 442	806	734	782	748
= Profit brut courant avant impôt	1 763	2 181	2 244	1 802	2 354	1 370	319	1 206	1 474	590

Champ : Entreprises individuelles + sociétés et quasi-sociétés

Source : Insee - Comptes du commerce

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

en millions d'euros courants

	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
COMPTE DE PRODUCTION										
Chiffre d'affaires hors TVA	43 610	44 028	44 419	43 983	46 026	57 792	52 479	48 011	61 604	67 665
Ventes de marchandises	41 100	41 361	41 715	41 553	43 471	55 097	51 839	46 769	59 962	65 287
- Coût d'achat des marchandises	36 035	36 518	36 951	36 640	38 328	48 828	45 313	41 438	52 976	57 065
= Marge commerciale (au prix de base)	5 065	4 842	4 764	4 913	5 144	6 269	6 525	5 330	6 985	8 222
+ Production vendue de biens et services	2 510	2 667	2 704	2 431	2 555	2 695	641	1 243	1 642	2 378
+ Production stockée et immobilisée	-15	-51	10	9	9	38	21	18	14	22
= Production totale au prix de base	7 560	7 458	7 478	7 353	7 708	9 003	7 187	6 590	8 642	10 622
- Consommations intermédiaires	4 640	4 428	4 527	4 422	4 541	5 434	3 005	4 035	5 571	6 536
= Valeur ajoutée au prix de base	2 920	3 030	2 951	2 931	3 166	3 568	4 182	2 556	3 070	4 086
COMPTE D'EXPLOITATION										
Valeur ajoutée	2 920	3 030	2 951	2 931	3 166	3 568	4 182	2 556	3 070	4 086
+ Subventions d'exploitation	167	128	94	84	66	61	47	43	31	31
- Frais de personnel	1 900	1 909	1 947	1 942	2 010	1 849	1 788	1 806	1 860	2 104
- Impôts et taxes sur la production	223	224	238	249	255	251	242	229	251	280
= Excédent brut d'exploitation	964	1 025	860	825	967	1 530	2 199	563	990	1 733
ELEMENTS DU COMPTE DE RESULTAT										
Excédent brut d'exploitation	964	1 025	860	825	967	1 530	2 199	563	990	1 733
+ Autres produits d'exploitation et financiers	401	478	441	495	542	447	471	398	591	516
- Autres charges d'exploitation et financières	451	576	432	428	546	683	478	354	634	557
= Profit brut courant avant impôt	914	927	870	891	963	1 294	2 191	607	947	1 692

Champ : Entreprises individuelles + sociétés et quasi-sociétés

Source : Insee - Comptes du commerce

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

en millions d'euros courants

	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
COMPTE DE PRODUCTION										
Chiffre d'affaires hors TVA	106 666	107 608	111 831	115 987	120 514	125 829	111 170	117 287	124 702	129 505
Ventes de marchandises	100 824	101 369	105 016	108 424	112 609	121 003	106 820	112 346	121 239	124 560
- Coût d'achat des marchandises	79 674	79 831	82 385	84 851	88 080	97 698	83 972	87 017	97 507	98 988
= Marge commerciale (au prix de base)	21 150	21 538	22 631	23 573	24 530	23 305	22 848	25 329	23 733	25 572
+ Production vendue de biens et services	5 842	6 240	6 815	7 563	7 905	4 826	4 350	4 941	3 462	4 945
+ Production stockée et immobilisée	31	24	32	37	39	81	72	58	48	-146
= Production totale au prix de base	27 023	27 801	29 478	31 173	32 473	28 212	27 269	30 328	27 243	30 371
- Consommations intermédiaires	16 179	16 837	18 344	19 516	20 582	15 986	16 778	18 699	15 738	20 128
= Valeur ajoutée au prix de base	10 844	10 964	11 133	11 657	11 892	12 227	10 491	11 629	11 505	10 243
COMPTE D'EXPLOITATION										
Valeur ajoutée	10 844	10 964	11 133	11 657	11 892	12 227	10 491	11 629	11 505	10 243
+ Subventions d'exploitation	117	107	98	93	120	125	90	108	91	91
- Frais de personnel	6 664	6 795	7 036	7 224	7 378	7 012	6 399	6 670	6 676	6 940
- Impôts et taxes sur la production	1 224	1 373	1 422	1 532	1 546	1 290	1 207	1 319	2 088	494
= Excédent brut d'exploitation	3 073	2 904	2 773	2 994	3 089	4 050	2 976	3 748	2 832	2 900
ELEMENTS DU COMPTE DE RESULTAT										
Excédent brut d'exploitation	3 073	2 904	2 773	2 994	3 089	4 050	2 976	3 748	2 832	2 900
+ Autres produits d'exploitation et financiers	1 098	1 080	1 158	1 210	1 415	1 823	1 144	1 901	1 132	1 665
- Autres charges d'exploitation et financières	1 096	1 008	1 111	1 083	1 264	1 441	1 225	1 284	1 324	1 527
= Profit brut courant avant impôt	3 075	2 975	2 821	3 121	3 239	4 432	2 896	4 365	2 640	3 038

Champ : Entreprises individuelles + sociétés et quasi-sociétés

Source : Insee - Comptes du commerce

Commerce de gros de biens domestiques

en millions d'euros courants

	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
COMPTE DE PRODUCTION										
Chiffre d'affaires hors TVA	122 604	124 218	135 388	142 508	146 868	148 642	137 610	140 987	149 072	148 507
Ventes de marchandises	114 234	115 849	125 764	132 481	136 569	143 335	131 886	135 606	142 575	141 125
- Coût d'achat des marchandises	82 830	83 061	89 444	94 691	97 534	99 497	90 655	93 062	98 060	96 105
= Marge commerciale (au prix de base)	31 404	32 788	36 320	37 790	39 035	43 838	41 230	42 544	44 515	45 020
+ Production vendue de biens et services	8 370	8 368	9 624	10 027	10 299	5 307	5 724	5 380	6 497	7 381
+ Production stockée et immobilisée	31	71	55	138	140	244	22	159	189	116
= Production totale au prix de base	39 805	41 228	45 999	47 955	49 474	49 389	46 977	48 084	51 201	52 518
- Consommations intermédiaires	21 912	22 382	24 940	25 489	26 525	23 152	25 671	26 302	28 010	28 127
= Valeur ajoutée au prix de base	17 893	18 846	21 059	22 466	22 949	26 237	21 306	21 782	23 191	24 391
COMPTE D'EXPLOITATION										
Valeur ajoutée	17 893	18 846	21 059	22 466	22 949	26 237	21 306	21 782	23 191	24 391
+ Subventions d'exploitation	104	41	41	53	51	76	45	67	46	46
- Frais de personnel	10 845	11 394	12 281	13 161	13 440	13 315	13 423	13 728	14 413	14 095
- Impôts et taxes sur la production	1 219	1 348	1 649	2 022	2 071	1 971	2 007	2 076	2 170	2 367
= Excédent brut d'exploitation	5 933	6 145	7 171	7 336	7 490	11 027	5 921	6 045	6 655	7 975
ELEMENTS DU COMPTE DE RESULTAT										
Excédent brut d'exploitation	5 933	6 145	7 171	7 336	7 490	11 027	5 921	6 045	6 655	7 975
+ Autres produits d'exploitation et financiers	2 996	2 354	2 429	2 381	2 664	3 032	5 702	6 614	6 896	7 567
- Autres charges d'exploitation et financières	2 479	2 443	2 674	2 897	3 382	4 460	3 619	2 637	2 669	2 632
= Profit brut courant avant impôt	6 449	6 056	6 925	6 820	6 772	9 598	8 003	10 022	10 882	12 910

Champ : Entreprises individuelles + sociétés et quasi-sociétés

Source : Insee - Comptes du commerce

Commerce de gros d'équipements de l'information et de la communication

en millions d'euros courants

	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
COMPTE DE PRODUCTION										
Chiffre d'affaires hors TVA	38 388	42 946	45 039	48 363	50 173	48 447	41 257	42 351	43 605	47 215
Ventes de marchandises	33 702	37 413	40 055	43 080	44 719	45 054	38 176	39 774	39 933	43 808
- Coût d'achat des marchandises	27 376	30 839	33 419	36 033	37 492	37 920	31 788	33 417	33 772	36 829
= Marge commerciale (au prix de base)	6 326	6 575	6 637	7 048	7 227	7 134	6 387	6 357	6 162	6 979
+ Production vendue de biens et services	4 686	5 533	4 984	5 282	5 454	3 393	3 081	2 576	3 672	3 407
+ Production stockée et immobilisée	14	-2	1	147	147	44	34	80	20	19
= Production totale au prix de base	11 026	12 105	11 622	12 477	12 828	10 571	9 502	9 013	9 853	10 404
- Consommations intermédiaires	5 370	6 225	5 713	5 929	6 039	5 122	5 147	4 831	5 494	6 191
= Valeur ajoutée au prix de base	5 656	5 880	5 909	6 547	6 788	5 449	4 355	4 182	4 359	4 213
COMPTE D'EXPLOITATION										
Valeur ajoutée	5 656	5 880	5 909	6 547	6 788	5 449	4 355	4 182	4 359	4 213
+ Subventions d'exploitation	13	18	21	27	33	3	17	14	5	5
- Frais de personnel	4 326	4 454	4 512	4 746	4 870	3 704	3 310	3 120	3 441	3 558
- Impôts et taxes sur la production	263	285	310	348	360	284	255	240	263	274
= Excédent brut d'exploitation	1 080	1 160	1 108	1 481	1 592	1 464	807	836	660	387
ELEMENTS DU COMPTE DE RESULTAT										
Excédent brut d'exploitation	1 080	1 160	1 108	1 481	1 592	1 464	807	836	660	387
+ Autres produits d'exploitation et financiers	769	474	523	534	556	874	537	382	329	360
- Autres charges d'exploitation et financières	543	679	627	807	689	699	557	658	547	575
= Profit brut courant avant impôt	1 306	955	1 004	1 208	1 459	1 638	786	560	442	172

Champ : Entreprises individuelles + sociétés et quasi-sociétés

Source : Insee - Comptes du commerce

Commerce de gros d'autres équipements industriels

en millions d'euros courants

	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
COMPTE DE PRODUCTION										
Chiffre d'affaires hors TVA	77 041	80 999	85 726	82 778	89 122	91 428	79 246	80 219	87 755	90 547
Ventes de marchandises	68 354	71 569	75 553	72 675	78 277	86 029	72 609	74 818	81 970	84 730
- Coût d'achat des marchandises	52 855	55 216	59 105	55 131	59 432	65 073	53 420	54 936	60 777	63 453
= Marge commerciale (au prix de base)	15 499	16 353	16 448	17 544	18 845	20 956	19 189	19 882	21 193	21 277
+ Production vendue de biens et services	8 687	9 429	10 173	10 104	10 845	5 399	6 637	5 401	5 785	5 817
+ Production stockée et immobilisée	79	45	52	291	292	136	67	398	199	218
= Production totale au prix de base	24 265	25 827	26 673	27 939	29 982	26 491	25 893	25 681	27 176	27 312
- Consommations intermédiaires	11 269	12 130	12 558	12 778	13 427	9 918	12 453	12 348	12 750	12 602
= Valeur ajoutée au prix de base	12 995	13 697	14 115	15 161	16 555	16 573	13 439	13 333	14 426	14 710
COMPTE D'EXPLOITATION										
Valeur ajoutée	12 995	13 697	14 115	15 161	16 555	16 573	13 439	13 333	14 426	14 710
+ Subventions d'exploitation	30	27	31	33	32	52	64	62	60	60
- Frais de personnel	9 661	9 862	10 151	10 572	11 088	11 019	10 592	10 513	11 012	11 347
- Impôts et taxes sur la production	627	676	731	828	877	866	833	771	807	854
= Excédent brut d'exploitation	2 737	3 186	3 264	3 795	4 622	4 739	2 078	2 111	2 668	2 569
ELEMENTS DU COMPTE DE RESULTAT										
Excédent brut d'exploitation	2 737	3 186	3 264	3 795	4 622	4 739	2 078	2 111	2 668	2 569
+ Autres produits d'exploitation et financiers	827	891	938	914	1 293	1 139	3 161	3 728	3 674	3 203
- Autres charges d'exploitation et financières	897	973	959	922	1 015	1 063	1 075	935	1 249	998
= Profit brut courant avant impôt	2 667	3 105	3 243	3 786	4 900	4 816	4 164	4 903	5 093	4 774

Champ : Entreprises individuelles + sociétés et quasi-sociétés

Source : Insee - Comptes du commerce

Autres commerces de gros spécialisés

en millions d'euros courants

	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
COMPTE DE PRODUCTION										
Chiffre d'affaires hors TVA	115 828	126 296	131 335	140 972	148 721	161 526	125 549	135 967	148 850	152 161
Ventes de marchandises	109 624	119 912	124 528	133 964	141 292	157 595	122 165	132 627	144 372	147 808
- Coût d'achat des marchandises	87 776	96 153	100 882	108 123	113 675	131 240	96 864	106 381	117 062	122 284
= Marge commerciale (au prix de base)	21 848	23 759	23 646	25 841	27 617	26 354	25 301	26 246	27 310	25 524
+ Production vendue de biens et services	6 204	6 384	6 807	7 009	7 429	3 932	3 384	3 340	4 478	4 353
+ Production stockée et immobilisée	21	36	105	34	35	120	137	71	60	-96
= Production totale au prix de base	28 073	30 179	30 558	32 883	35 081	30 406	28 822	29 656	31 848	29 781
- Consommations intermédiaires	13 662	14 258	14 485	15 681	16 720	12 880	14 142	14 209	18 226	17 046
= Valeur ajoutée au prix de base	14 412	15 921	16 073	17 203	18 361	17 526	14 681	15 447	13 622	12 735
COMPTE D'EXPLOITATION										
Valeur ajoutée	14 412	15 921	16 073	17 203	18 361	17 526	14 681	15 447	13 622	12 735
+ Subventions d'exploitation	42	24	24	25	26	23	-3	24	23	23
- Frais de personnel	9 136	9 597	9 871	10 362	10 810	10 463	10 224	10 320	10 638	10 391
- Impôts et taxes sur la production	844	920	1 026	1 106	1 157	1 242	1 075	2 046	1 272	1 320
= Excédent brut d'exploitation	4 475	5 428	5 201	5 760	6 420	5 844	3 378	3 105	1 735	1 046
ELEMENTS DU COMPTE DE RESULTAT										
Excédent brut d'exploitation	4 475	5 428	5 201	5 760	6 420	5 844	3 378	3 105	1 735	1 046
+ Autres produits d'exploitation et financiers	1 850	1 958	1 968	2 608	3 771	2 259	2 044	1 589	2 064	1 787
- Autres charges d'exploitation et financières	1 180	1 184	1 275	1 535	1 675	1 830	2 103	1 166	1 362	1 161
= Profit brut courant avant impôt	5 144	6 203	5 894	6 833	8 516	6 273	3 319	3 528	2 437	1 672

Champ : Entreprises individuelles + sociétés et quasi-sociétés

Source : Insee - Comptes du commerce

Commerce de détail en magasin non spécialisé

en millions d'euros courants

	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
COMPTE DE PRODUCTION										
Chiffre d'affaires hors TVA	172 041	175 088	177 937	181 187	186 237	193 089	184 246	191 204	199 487	202 786
Ventes de marchandises	162 080	164 477	167 018	170 259	175 005	186 368	176 753	184 600	192 459	194 964
- Coût d'achat des marchandises	133 631	136 082	138 928	141 547	145 516	150 667	140 871	146 782	153 960	155 729
= Marge commerciale (au prix de base)	28 449	28 395	28 090	28 711	29 489	35 701	35 882	37 818	38 499	39 235
+ Production vendue de biens et services	9 961	10 610	10 919	10 929	11 233	6 722	7 493	6 604	7 028	7 823
+ Production stockée et immobilisée	15	11	26	23	23	34	31	34	43	6
= Production totale au prix de base	38 425	39 016	39 035	39 663	40 744	42 456	43 406	44 456	45 570	47 063
- Consommations intermédiaires	14 269	14 667	15 157	14 867	15 112	16 272	17 667	17 744	18 805	20 340
= Valeur ajoutée au prix de base	24 156	24 350	23 878	24 796	25 632	26 184	25 739	26 713	26 765	26 724
COMPTE D'EXPLOITATION										
Valeur ajoutée	24 156	24 350	23 878	24 796	25 632	26 184	25 739	26 713	26 765	26 724
+ Subventions d'exploitation	57	59	63	76	67	80	95	99	75	75
- Frais de personnel	14 226	14 705	15 209	15 929	16 230	17 643	17 952	18 451	19 331	19 825
- Impôts et taxes sur la production	2 005	1 997	2 076	2 137	2 236	2 405	2 489	2 483	2 573	2 697
= Excédent brut d'exploitation	7 982	7 707	6 656	6 805	7 233	6 215	5 393	5 878	4 937	4 277
ELEMENTS DU COMPTE DE RESULTAT										
Excédent brut d'exploitation	7 982	7 707	6 656	6 805	7 233	6 215	5 393	5 878	4 937	4 277
+ Autres produits d'exploitation et financiers	1 355	1 254	1 309	1 604	1 376	1 630	1 657	1 434	1 687	1 731
- Autres charges d'exploitation et financières	986	864	928	910	1 070	1 274	1 077	1 041	1 195	1 110
= Profit brut courant avant impôt	8 351	8 097	7 037	7 500	7 538	6 572	5 972	6 272	5 429	4 897

Champ : Entreprises individuelles + sociétés et quasi-sociétés

Source : Insee - Comptes du commerce

Commerce de détail alimentaire en magasin spécialisé

en millions d'euros courants

	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
COMPTE DE PRODUCTION										
Chiffre d'affaires hors TVA	16 211	16 817	17 079	17 528	18 067	18 595	16 894	17 485	18 372	18 555
Ventes de marchandises	14 752	15 232	15 429	15 772	16 254	17 179	15 508	15 733	16 825	17 105
- Coût d'achat des marchandises	9 599	9 906	10 012	10 226	10 575	10 855	10 057	9 747	10 381	10 637
= Marge commerciale (au prix de base)	5 152	5 327	5 417	5 546	5 679	6 324	5 451	5 986	6 443	6 468
+ Production vendue de biens et services	1 459	1 585	1 650	1 756	1 813	1 416	1 386	1 752	1 548	1 450
+ Production stockée et immobilisée	8	4	16	20	22	27	4	17	20	16
= Production totale au prix de base	6 620	6 915	7 083	7 322	7 514	7 767	6 841	7 755	8 011	7 934
- Consommations intermédiaires	2 399	2 536	2 664	2 794	2 901	2 194	1 834	1 935	1 787	1 642
= Valeur ajoutée au prix de base	4 221	4 380	4 419	4 528	4 613	5 573	5 007	5 819	6 224	6 292
COMPTE D'EXPLOITATION										
Valeur ajoutée	4 221	4 380	4 419	4 528	4 613	5 573	5 007	5 819	6 224	6 292
+ Subventions d'exploitation	20	26	24	27	29	31	22	31	21	21
- Frais de personnel	2 032	2 198	2 283	2 376	2 495	2 670	2 004	2 282	2 424	2 550
- Impôts et taxes sur la production	246	248	261	277	288	280	243	206	211	207
= Excédent brut d'exploitation	1 964	1 960	1 900	1 902	1 859	2 654	2 783	3 361	3 610	3 557
ELEMENTS DU COMPTE DE RESULTAT										
Excédent brut d'exploitation	1 964	1 960	1 900	1 902	1 859	2 654	2 783	3 361	3 610	3 557
+ Autres produits d'exploitation et financiers	91	106	129	121	135	169	73	84	65	58
- Autres charges d'exploitation et financières	172	174	192	194	234	277	150	149	199	222
= Profit brut courant avant impôt	1 882	1 891	1 837	1 829	1 760	2 547	2 705	3 296	3 476	3 392

Champ : Entreprises individuelles + sociétés et quasi-sociétés

Source : Insee - Comptes du commerce

Commerce de détail de carburants en magasin spécialisé

en millions d'euros courants

	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
COMPTE DE PRODUCTION										
Chiffre d'affaires hors TVA	9 454	9 851	11 186	11 809	11 909	13 757	10 764	12 910	14 493	16 260
Ventes de marchandises	8 343	8 716	10 079	10 661	10 751	13 456	10 534	12 680	14 432	16 111
- Coût d'achat des marchandises	7 191	7 540	8 828	9 377	9 457	11 971	9 652	11 489	12 902	14 738
= Marge commerciale (au prix de base)	1 152	1 177	1 252	1 285	1 295	1 485	882	1 191	1 530	1 373
+ Production vendue de biens et services	1 110	1 134	1 106	1 148	1 157	301	231	230	61	149
+ Production stockée et immobilisée	0	0	2	0	1	10	8	-1	0	1
= Production totale au prix de base	2 262	2 311	2 359	2 432	2 453	1 796	1 121	1 420	1 592	1 522
- Consommations intermédiaires	956	999	1 012	1 064	1 081	826	454	510	486	483
= Valeur ajoutée au prix de base	1 306	1 313	1 347	1 368	1 372	971	666	910	1 106	1 039
COMPTE D'EXPLOITATION										
Valeur ajoutée	1 306	1 313	1 347	1 368	1 372	971	666	910	1 106	1 039
+ Subventions d'exploitation	36	59	64	73	61	24	19	19	19	19
- Frais de personnel	946	969	1 000	1 031	1 034	506	449	463	420	398
- Impôts et taxes sur la production	82	93	101	116	120	280	61	147	404	467
= Excédent brut d'exploitation	314	310	310	294	280	209	176	319	300	194
ELEMENTS DU COMPTE DE RESULTAT										
Excédent brut d'exploitation	314	310	310	294	280	209	176	319	300	194
+ Autres produits d'exploitation et financiers	63	71	68	71	86	59	32	31	33	32
- Autres charges d'exploitation et financières	83	80	84	92	99	52	24	45	49	13
= Profit brut courant avant impôt	294	301	294	274	268	215	184	305	285	213

Champ : Entreprises individuelles + sociétés et quasi-sociétés

Source : Insee - Comptes du commerce

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

en millions d'euros courants

	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
COMPTE DE PRODUCTION										
Chiffre d'affaires hors TVA	6 210	6 840	7 354	7 706	8 159	8 277	7 885	7 326	7 630	7 355
Ventes de marchandises	5 445	5 966	6 346	6 547	6 933	7 502	7 088	6 783	6 853	6 751
- Coût d'achat des marchandises	3 677	4 035	4 340	4 520	4 789	5 603	5 433	5 090	5 375	5 396
= Marge commerciale (au prix de base)	1 769	1 931	2 005	2 027	2 145	1 900	1 655	1 693	1 479	1 354
+ Production vendue de biens et services	765	875	1 009	1 159	1 225	775	797	544	777	604
+ Production stockée et immobilisée	5	14	27	18	18	6	9	6	6	8
= Production totale au prix de base	2 538	2 820	3 040	3 204	3 388	2 680	2 461	2 242	2 261	1 966
- Consommations intermédiaires	1 137	1 300	1 423	1 526	1 623	1 205	1 124	986	1 019	931
= Valeur ajoutée au prix de base	1 401	1 520	1 618	1 677	1 765	1 476	1 337	1 257	1 243	1 035
COMPTE D'EXPLOITATION										
Valeur ajoutée	1 401	1 520	1 618	1 677	1 765	1 476	1 337	1 257	1 243	1 035
+ Subventions d'exploitation	6	7	8	9	10	3	4	5	4	4
- Frais de personnel	639	731	794	847	914	1 012	934	895	970	888
- Impôts et taxes sur la production	73	84	96	107	115	84	81	68	72	75
= Excédent brut d'exploitation	695	713	736	732	746	382	326	299	204	76
ELEMENTS DU COMPTE DE RESULTAT										
Excédent brut d'exploitation	695	713	736	732	746	382	326	299	204	76
+ Autres produits d'exploitation et financiers	180	79	87	90	109	56	56	52	81	35
- Autres charges d'exploitation et financières	123	109	117	121	134	69	44	56	58	48
= Profit brut courant avant impôt	753	683	706	700	721	369	338	295	228	63

Champ : Entreprises individuelles + sociétés et quasi-sociétés

Source : Insee - Comptes du commerce

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

en millions d'euros courants

	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
COMPTE DE PRODUCTION										
Chiffre d'affaires hors TVA	37 873	40 297	42 315	44 559	47 277	48 310	47 670	48 961	48 112	48 583
Ventes de marchandises	35 328	37 569	38 967	40 826	43 321	46 595	45 033	46 671	45 565	46 207
- Coût d'achat des marchandises	22 633	23 909	25 037	26 377	27 899	30 416	28 676	29 620	28 115	28 872
= Marge commerciale (au prix de base)	12 695	13 660	13 930	14 449	15 422	16 179	16 357	17 051	17 450	17 334
+ Production vendue de biens et services	2 545	2 729	3 348	3 732	3 956	1 715	2 638	2 290	2 547	2 376
+ Production stockée et immobilisée	58	61	47	64	66	46	40	47	71	83
= Production totale au prix de base	15 298	16 450	17 325	18 245	19 443	17 940	19 034	19 388	20 068	19 793
- Consommations intermédiaires	6 412	6 981	7 519	8 079	8 698	6 859	8 843	8 860	9 411	9 556
= Valeur ajoutée au prix de base	8 885	9 469	9 806	10 166	10 745	11 081	10 192	10 529	10 657	10 237
COMPTE D'EXPLOITATION										
Valeur ajoutée	8 885	9 469	9 806	10 166	10 745	11 081	10 192	10 529	10 657	10 237
+ Subventions d'exploitation	18	24	25	31	27	26	37	44	25	25
- Frais de personnel	6 043	6 401	6 704	7 015	7 384	7 593	7 277	7 632	7 655	7 600
- Impôts et taxes sur la production	517	598	663	705	755	766	777	756	778	799
= Excédent brut d'exploitation	2 344	2 493	2 464	2 476	2 634	2 748	2 174	2 186	2 250	1 862
ELEMENTS DU COMPTE DE RESULTAT										
Excédent brut d'exploitation	2 344	2 493	2 464	2 476	2 634	2 748	2 174	2 186	2 250	1 862
+ Autres produits d'exploitation et financiers	463	402	417	478	591	685	766	685	575	704
- Autres charges d'exploitation et financières	470	492	495	605	639	626	622	553	606	594
= Profit brut courant avant impôt	2 337	2 403	2 386	2 350	2 586	2 806	2 318	2 317	2 218	1 973

Champ : Entreprises individuelles + sociétés et quasi-sociétés

Source : Insee - Comptes du commerce

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

en millions d'euros courants

	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
COMPTE DE PRODUCTION										
Chiffre d'affaires hors TVA	13 457	14 367	15 192	15 856	16 548	16 225	15 320	16 124	16 701	16 111
Ventes de marchandises	11 916	12 734	13 487	14 109	14 742	14 385	13 424	13 970	14 677	14 327
- Coût d'achat des marchandises	8 226	8 844	9 428	9 959	10 405	9 615	8 696	8 971	9 143	8 930
= Marge commerciale (au prix de base)	3 690	3 890	4 059	4 150	4 337	4 771	4 729	4 999	5 534	5 397
+ Production vendue de biens et services	1 542	1 633	1 705	1 747	1 806	1 839	1 896	2 154	2 024	1 784
+ Production stockée et immobilisée	6	10	15	15	15	9	7	7	-43	6
= Production totale au prix de base	5 237	5 533	5 779	5 912	6 158	6 619	6 631	7 160	7 515	7 187
- Consommations intermédiaires	2 080	2 254	2 440	2 587	2 736	3 395	3 467	3 634	3 635	3 616
= Valeur ajoutée au prix de base	3 157	3 279	3 339	3 325	3 422	3 224	3 164	3 525	3 880	3 571
COMPTE D'EXPLOITATION										
Valeur ajoutée	3 157	3 279	3 339	3 325	3 422	3 224	3 164	3 525	3 880	3 571
+ Subventions d'exploitation	11	13	13	16	16	15	13	32	19	19
- Frais de personnel	1 754	1 859	1 958	2 037	2 146	2 196	2 158	2 209	2 310	2 286
- Impôts et taxes sur la production	171	190	209	228	241	243	246	237	254	249
= Excédent brut d'exploitation	1 243	1 242	1 186	1 076	1 051	800	772	1 112	1 335	1 056
ELEMENTS DU COMPTE DE RESULTAT										
Excédent brut d'exploitation	1 243	1 242	1 186	1 076	1 051	800	772	1 112	1 335	1 056
+ Autres produits d'exploitation et financiers	261	223	265	282	354	428	85	153	102	94
- Autres charges d'exploitation et financières	148	176	174	190	221	281	157	195	195	185
= Profit brut courant avant impôt	1 357	1 289	1 276	1 169	1 184	947	700	1 070	1 243	964

Champ : Entreprises individuelles + sociétés et quasi-sociétés

Source : Insee - Comptes du commerce

Autres commerces de détail en magasin spécialisé

en millions d'euros courants

	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
COMPTE DE PRODUCTION										
Chiffre d'affaires hors TVA	83 991	87 255	92 686	97 376	100 555	103 632	101 516	107 290	110 863	113 236
Ventes de marchandises	80 317	83 211	88 179	92 549	95 533	101 402	98 015	104 899	107 579	110 695
- Coût d'achat des marchandises	50 955	52 674	55 903	58 731	60 328	64 284	59 617	64 356	66 245	68 074
= Marge commerciale (au prix de base)	29 362	30 537	32 276	33 818	35 205	37 118	38 397	40 543	41 333	42 621
+ Production vendue de biens et services	3 675	4 044	4 507	4 827	5 022	2 230	3 501	2 390	3 284	2 542
+ Production stockée et immobilisée	31	37	79	80	83	57	42	58	78	40
= Production totale au prix de base	33 068	34 618	36 862	38 725	40 310	39 405	41 941	42 991	44 695	45 202
- Consommations intermédiaires	11 764	12 379	13 492	14 394	15 018	11 592	14 840	15 186	16 539	16 749
= Valeur ajoutée au prix de base	21 303	22 239	23 370	24 330	25 293	27 813	27 101	27 805	28 156	28 454
COMPTE D'EXPLOITATION										
Valeur ajoutée	21 303	22 239	23 370	24 330	25 293	27 813	27 101	27 805	28 156	28 454
+ Subventions d'exploitation	66	68	73	75	72	97	86	94	81	81
- Frais de personnel	11 594	12 309	13 137	13 951	14 630	16 239	15 417	15 823	15 402	16 855
- Impôts et taxes sur la production	968	1 066	1 187	1 301	1 336	1 398	1 429	1 324	1 345	1 125
= Excédent brut d'exploitation	8 808	8 932	9 120	9 153	9 399	10 273	10 341	10 752	11 489	10 555
ELEMENTS DU COMPTE DE RESULTAT										
Excédent brut d'exploitation	8 808	8 932	9 120	9 153	9 399	10 273	10 341	10 752	11 489	10 555
+ Autres produits d'exploitation et financiers	769	649	789	829	923	957	1 034	1 083	1 008	1 154
- Autres charges d'exploitation et financières	1 396	1 432	1 515	1 540	1 698	1 853	1 761	1 719	1 687	1 728
= Profit brut courant avant impôt	8 181	8 150	8 394	8 442	8 625	9 377	9 614	10 115	10 811	9 981

Champ : Entreprises individuelles + sociétés et quasi-sociétés

Source : Insee - Comptes du commerce

TEXTES OFFICIELS RELATIFS À LA COMMISSION DES COMPTES COMMERCIAUX DE LA NATION

Décret n° 77-292 du 25 mars 1977 portant réforme de la commission des comptes commerciaux de la Nation.

Le Premier ministre, ministre de l'Économie et des Finances, sur le rapport du ministre délégué auprès du Premier ministre chargé de l'Économie et des Finances et du ministre du Commerce et de l'Artisanat.

Vu le décret n° 63-160 du 8 février 1963 portant création d'une commission des comptes commerciaux de la nation.

Décrète :

Article 1 - La commission des comptes commerciaux de la Nation, instituée par le décret précité du 8 février 1963 auprès du Ministre de l'Économie et des Finances, a pour objet, dans le cadre des comptes de la nation, de déterminer la valeur ajoutée par le commerce à la production nationale et d'en analyser les éléments constitutifs.

Article 2 - Le ministre de l'Économie et des Finances préside la commission des comptes commerciaux de la nation. Il en nomme le vice-président en accord avec le ministre du Commerce et de l'Artisanat.

Article 3 - Sont membres de droit de la commission des comptes commerciaux :

Le commissaire du plan d'équipement et de la productivité

Le directeur général des impôts au ministère de l'Économie et des Finances

Le directeur général de la concurrence et des prix au ministère de l'Économie et des Finances

Le directeur général de l'INSEE

Le directeur de la prévision au ministère de l'Économie et des Finances

Le chef du service central de la pharmacie et des médicaments au ministère de la santé

Le directeur de la technologie, de l'environnement industriel et des mines au ministère de l'Industrie et de la Recherche

Le directeur du commerce intérieur au ministère du Commerce et de l'Artisanat

Le directeur de l'artisanat au ministère du Commerce et de l'Artisanat

Article 4 - La commission des comptes commerciaux comprend des représentants des organisations professionnelles du commerce et des personnalités spécialement qualifiées par leur compétence ou leurs travaux en matière économique et commerciale. Ces membres sont nommés conjointement par le ministre de l'Économie et des Finances et le ministre du Commerce et de l'Artisanat.

Article 5 - La commission des comptes commerciaux se réunit sur la convocation du ministre de l'Économie et des Finances.

Article 6 - Le rapport sur les comptes commerciaux de la nation est présenté par l'institut national de la statistique et des études économiques.

Article 7 - Le secrétariat de la commission est assuré par la direction du commerce intérieur au ministère du Commerce et de l'Artisanat.

Article 8 - Le ministre délégué auprès du Premier ministre chargé de l'Économie et des Finances et le ministre du Commerce et de l'Artisanat sont chargés, chacun en ce qui le concerne, de l'exécution du présent décret, qui sera publié au Journal Officiel de la République Française.

Fait à Paris, le 25 mars 1977

Par le Premier ministre,
Raymond BARRE
ministre de l'Économie et des Finances

Le ministre délégué auprès du Premier ministre
chargé de l'Économie et des Finances
Michel DURAFOR

Le ministre du Commerce
Pierre BROUSSE

RÉPUBLIQUE FRANÇAISE

Ministère de l'Economie,
du Redressement productif
et du Numérique

Arrêté du 27 juin 2014 portant nomination à la Commission des Comptes Commerciaux de la Nation

Le ministre de l'Economie, du Redressement productif et du Numérique,

La Secrétaire d'Etat chargée du commerce, de l'artisanat, de la consommation et de l'économie sociale et solidaire

Vu le décret n° 77-297 du 25 mars 1977 modifiant le décret n° 63-160 du 8 février 1963 portant création d'une commission des comptes commerciaux de la nation ;

Vu l'arrêté du 7 juin 2011 portant nomination à la commission des comptes commerciaux de la nation ;

ARRETE

Article 1^{er}

Sont nommés membres de la commission des comptes commerciaux de la nation pour une durée de trois ans, à compter du 1er janvier 2014 :

En qualité de représentants des organisations professionnelles du commerce :

- Le président national du conseil national des professions de l'automobile ou son représentant;
- Le président de la commission économie de la Fédération des syndicats pharmaceutiques de France ou son représentant;
- Le président de la confédération générale des petites et moyennes entreprises ou son représentant;
- Le président de l'union du grand commerce de centre-ville ou son représentant;
- Le président de la fédération des enseignes du commerce associé ou son représentant;
- Le président de la fédération de la vente directe ou son représentant;
- Le président de la fédération nationale des détaillants en chaussures de France ou son représentant;
- Le président de l'assemblée des chambres françaises de commerce et d'industrie ou son représentant
- Le président de la confédération générale de l'alimentation de détail ou son représentant;
- Le président de la fédération des enseignes de l'habillement ou son représentant ;

Le président de la fédération professionnelle des entreprises du sport et des loisirs ou son représentant;

Le président de la fédération des magasins de bricolage ou son représentant;

Le président de la fédération des entreprises de vente à distance ou son représentant;

Le président du conseil du commerce de France ou son représentant;

Le président de la confédération générale du commerce interentreprises (commerce de gros-commerce international) ou son représentant;

Le président de la fédération des entreprises et de la distribution ou son représentant;

Le président de la fédération française du négoce de l'ameublement et de l'équipement de la maison ou son représentant;

Le président de la fédération française de la franchise ou son représentant.

Article 2

En qualité de personnalités spécialement qualifiées par leurs compétences et leurs travaux en matière économique et commerciale :

Mme Allam (Delila), maître de conférences à l'Université Paris I ;

M. Badot (Olivier), professeur à l'Université Rennes I ;

M. Bénavent (Christophe), professeur à l'Université Paris-Ouest ;

M. Biacabe (Jean-Luc), directeur de la prospective économique et sectorielle de la chambre de commerce et d'industrie de Paris ;

M. Bonneau (Jacques), directeur d'études, TMO Régions ;

M. Bresson (Bernard), secrétaire général de l'Association française de recherches et études statistiques et commerciales ;

Mme Chastenet de Géry (Catherine), enseignant-chercheur à Advancia-Négocia ;

M. Choukroun (Michel), conseil d'entreprises ;

M. Cliquet (Gérard), professeur à l'Université Rennes I ;

M. Dietsch (Michel), professeur à l'Institut d'Etudes Politiques de Strasbourg, Université Robert Schuman ;

M. Ducrocq (Cédric), directeur de Diamart ;

M. Dupuis (Marc), professeur à l'Ecole supérieure de commerce de Paris ;

M. Gallouj (Camal), professeur à l'Université Paris XIII ;

M. Ladoux (Gérard), secrétaire général de l'association pour le commerce et les services en ligne ;

Mme Lemarchand (Nathalie), professeure à l'Université Paris VIII-Vincennes-Saint-Denis ;

M. Merlière (Yvon), directeur général du centre de recherche pour l'étude et l'observation des conditions de vie ;

M. Moati (Philippe), professeur à l'Université Paris-Diderot ;

M. Volle (Pierre), professeur en sciences de gestion à l'Université Paris-Dauphine.

Article 3

Sont nommés :

Vice-président de la commission : M. Merlière (Yvon) ;

Rapporteur général de la commission: le chef de la division commerce de l'INSEE ;

Secrétaire général de la commission : le chef du bureau des activités artisanales et commerciales à la direction générale de la compétitivité, de l'industrie et des services.

Article 4

Le directeur général de la compétitivité, de l'industrie et des services est chargé de l'exécution du présent arrêté, qui sera publié au Bulletin officiel du ministère de l'Economie, du Redressement productif et du Numérique et du ministère des Finances et des Comptes Publics.

Fait à Paris, le **27 JUIN 2014**

Le ministre de l'économie, du redressement
productif et du numérique


Arnaud MONTEBOURG

La Secrétaire d'Etat chargée du
commerce, de l'artisanat, de la
consommation
et de l'économie sociale et solidaire


Carole DELGA

REPUBLIQUE FRANCAISE

MINISTERE DE L'ECONOMIE, DE L'INDUSTRIE ET DU NUMERIQUE

SECRETARIAT D'ETAT CHARGÉ DU COMMERCE, DE L'ARTISANAT, DE LA CONSOMMATION ET DE
L'ECONOMIE SOCIALE ET SOLIDAIRE

ARRETE 19 MAI 2015

portant nomination à la Commission des comptes commerciaux de la nation

NOR :

Le ministre de l'économie, de l'industrie et du numérique et la secrétaire d'état chargée du commerce, de l'artisanat, de la consommation et de l'économie sociale et solidaire

VU le décret n° 63-160 du 8 février 1963 portant création d'une commission des comptes commerciaux de la nation ;
VU le décret n° 77-297 du 25 mars 1977 portant réforme de la commission des comptes commerciaux de la nation ;
VU les arrêtés des 16 avril 2002, 28 juillet 2003 et 7 septembre 2004 portant nominations à la Commission des comptes commerciaux de la nation ;
VU l'arrêté du 22 novembre 2005 portant nominations à la Commission des comptes commerciaux de la nation ;
VU l'arrêté du 9 juin 2008 portant nominations à la Commission des comptes commerciaux de la nation, notamment ses articles 2 et 3.
VU l'arrêté du 27 juin 2014 portant nominations à la Commission des comptes commerciaux de la nation ;

ARRETEMENT :

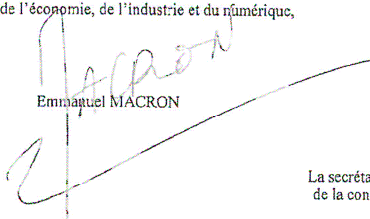
Article 1^{er} – M. Régis Bigot, directeur général du centre de recherche pour l'étude et l'observation des conditions de vie est nommé en remplacement de M. Yvon Merlière en qualité de personnalité spécialement qualifiée pour sa compétence et ses travaux en matière économique ou commerciale.

Article 2 – M. Bigot Régis est désigné comme vice-président de la Commission des comptes commerciaux de la Nation.

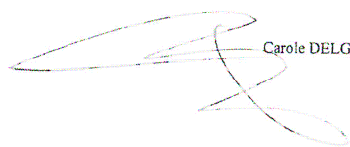
Article 3 – Le directeur général des entreprises est chargé de l'exécution du présent arrêté qui sera publié au Bulletin officiel de l'administration centrale des ministères économiques et financiers.

Fait le 19 MAI 2015

Le ministre de l'économie, de l'industrie et du numérique,


Emmanuel MACRON

La secrétaire d'État chargée du commerce, de l'artisanat,
de la consommation et de l'économie sociale et solidaire,


Carole DELGA

BIBLIOGRAPHIE

1. LES COMPTES DU COMMERCE (publication annuelle)

Collection « **Comptes nationaux** » :

Le commerce en 2014, Rapport sur le situation du commerce - Insee (www.insee.fr)
Le commerce en 2013, Rapport sur le situation du commerce - Insee (www.insee.fr)
Le commerce en 2012, Rapport sur le situation du commerce - Insee (www.insee.fr)
Le commerce en 2011, Rapport sur le situation du commerce - Insee (www.insee.fr)
Le commerce en 2010, Rapport sur le situation du commerce - Insee (www.insee.fr)
Le commerce en 2009, Rapport sur la situation du commerce - Insee (www.insee.fr).

Collection « **Synthèses** » :

N° 80 Le commerce en 2002 (Août 2004)
N° 69 Le commerce en 2001 (avril 2003)
N° 60 Le commerce en 2000 (mars 2002)
N° 53-54 Le commerce en 1999 (août 2001)

Collection « **Insee-résultats (Économie générale)** » :

N° 160-161 Les comptes du commerce en 1996 (janvier 1998)
N° 138-139 Les comptes du commerce en 1995 (janvier 1997)

Collection « **Insee première** » :

N°1504 « Le commerce en 2013. L'activité reste freinée par la faiblesse de la demande intérieure », juin 2014
N°1457 « Le commerce en 2012. Le secteur n'échappe pas à la crise », juillet 2013
N°1407 « Le commerce en 2011. Les ventes ont continué de se redresser », juillet 2012
N°1363 « Le commerce en 2010, retour contrasté à la croissance », août 2011
N°1322 « Le commerce en 2009, baisses de l'activité et de l'emploi », novembre 2010
N°1244 « Le commerce en 2008, ralentissement de l'activité », juin 2009
N°1198 « Le commerce en 2007, une année dynamique », juin 2008
N°1138 « Le commerce en 2006, seul le commerce de détail maintient sa croissance », juin 2007
N°1079 « Le commerce en 2005, une activité qui ralentit », mai 2006
N°1023 « Le commerce en 2004 », juin 2005
N° 965 « Le commerce en 2003 », mai 2004

2. RÉSULTATS D'ENQUÊTES

- **L'Enquête Annuelle d'Entreprise (EAE) et l'enquête sectorielle annuelle (ÉSA)**

www.insee.fr

- Principales caractéristiques des entreprises en 2008, 2009, 2010, 2011 et 2012
- l'Enquête annuelle d'entreprises dans le commerce de gros 2007
- l'Enquête annuelle d'entreprises dans le commerce de détail et le commerce automobile 2006

- **Les Enquêtes Thématiques**

- Insee Résultats - Enquête sur les réseaux du commerce de détail en 2009
- Insee Résultats - Enquête sur les technologies de l'information et de la communication et le commerce électronique en 2012
- Insee Résultats - Enquête sur les réseaux du commerce de détail en 2006
- Insee Résultats - Enquête sur les points de vente du commerce de détail en 2004

3. INDICES MENSUELS DE CHIFFRES D'AFFAIRES ET RÉSULTATS DES ENQUÊTES DE CONJONCTURE DANS LE COMMERCE

Collection Informations rapides, thème « **Activité dans le commerce et les services** », Insee
Bulletin mensuel de statistique de l'Insee

4. ANALYSES DIVERSES SUR LE COMMERCE

Collection Insee première :

- N°1547 « Les acteurs de la vente en ligne en 2014, vers une meilleure articulation avec les points de vente physiques », mai 2015
- N°1533 « Le temps des courses depuis 1974 : de moins en moins fréquentes et toujours plus longues le samedi », janvier 2015
- N°1525 « Les pharmacies depuis 2000. Mutations d'un secteur très réglementé », décembre 2014
- N°1517 « Le commerce de biens culturels à l'heure d'Internet et de la dématérialisation », octobre 2014
- N°1489 « Le commerce électronique en 2012 : Les pure-players dominent les ventes web du commerce de détail », fév. 2014
- N°1459 « Le commerce spécialisé d'habillement-chaussures : des petites entreprises dynamiques dans un secteur qui se concentre », juillet 2013
- N° 1453 « En 2012, plus d'une personne sur deux a déjà acheté sur Internet », juin 2013
- N° 1404 « Grandes surfaces et réseaux d'enseignes dominent le commerce de détail », juin 2012
- N° 1386 « Le commerce de bricolage : sur un marché dynamique, des acteurs toujours plus costauds », janvier 2012
- N° 1373 « Le commerce d'articles de sport et loisir : avant la crise, un secteur en forte expansion », octobre 2011
- N°1359 « Le commerce alimentaire spécialisé : déclin enrayé ? », juin 2011
- N°1358 « Travailler dans le commerce de détail ou l'artisanat commercial », juin 2011
- N°1310 « Les relations contractuelles au sein des réseaux du commerce », août 2010
- N°1298 « Les réseaux d'enseignes dans l'habillement », juin 2010
- N°1292 « Le commerce de proximité », mai 2010
- N°1269 « Les réseaux dans le commerce - groupements dans l'alimentaire, succursales dans l'habillement », décembre 2009
- N°1268 « Le commerce de détail en Europe - diversité et convergence des tissus commerciaux », décembre 2009
- N°1267 « L'activité des pharmacies de 2000 à 2006 - Dynamisme du chiffre d'affaires, fléchissement de la marge commerciale », novembre 2009
- N°1245 « A la campagne, comme à la ville, des commerces traditionnels proches de la population », juin 2009
- N°1200 « Les déchets des grands établissements commerciaux en 2006 », juillet 2008
- N°1140 « Les réseaux d'enseignes, très présents dans le commerce », juin 2007
- N°1115 « Les groupes dans le commerce: une présence croissante », janvier 2007
- N°1095 « Les points de vente en 2004, les grandes surfaces grignotent aussi le non-alimentaire », août 2006
- N°1040 « Le commerce électronique, une demande en expansion, une offre qui s'adapte », septembre 2005
- N°999 « Les acteurs du commerce électronique », janvier 2005
- N° 992 « Le partenariat inter-entreprises dans le grand commerce et les services aux entreprises », déc.2004
- N° 955 « Activité des pharmacies et revenus des pharmaciens », avril 2004
- N° 936 « Les filiales commerciales des groupes industriels : un rôle majeur », décembre 2003
- N° 935 « Le commerce de gros s'adapte aux pressions du marché », décembre 2003
- N° 891 « Hypermarchés et grand commerce spécialisé : séduire et fidéliser sa clientèle par l'innovation », avril 2003
- N° 874 « L'innovation : une stratégie dans le tertiaire lié aux entreprises », décembre 2002
- N° 842 « Le commerce de détail sous enseigne : centenaire, il s'informatise », avril 2002
- N° 831 « Les petites entreprises du commerce depuis 30 ans : beaucoup moins d'épiceries, un peu plus de fleuristes », février 2002
- N° 771 « Le commerce de détail s'initie à la vente par Internet », avril 2001
- N° 686 « Grandes surfaces alimentaires : vers le modèle américain en matière de services ? », décembre 1999
- N° 638 « Commerce du bricolage : l'informatique fédère les entreprises dans les réseaux », mars 1999
- N° 636 « De la grande surface au marché : à chacun ses habitudes », mars 1999
- N° 634 « Électronique domestique : les nouveaux lieux d'achat », février 1999
- N° 609 « Fidélité aux enseignes, fidélité aux marques : les choix des consommateurs », septembre 1998
- N° 597 « Le commerce du sport : un secteur en forme », juillet 1998
- N° 567 « Marché de l'habillement : les enseignes développent leurs marques », janvier 1998
- N° 485 « Mondialisation industrielle, le rôle des filiales de commerce de gros des groupes étrangers », sept. 1996
- N° 465 « Le commerce de gros non alimentaire : ouverture internationale », juin 1996

Collection Insee-Focus :

N°28 « En 2013, l'emploi dans le commerce de gros n'a pas retrouvé son niveau d'avant la crise », mai 2015.

Collection Insee-Analyses :

N°16 « Les réformes des relations commerciales des années 2000 ont-elles restauré la concurrence par les prix ? », fév. 2014.

Collection Références :

Les entreprises en France – Insee Références édition 2013 (dossier « La productivité dans le commerce : l'impact du renouvellement des entreprises, de l'innovation et de l'appartenance à un réseau »)

Le commerce en France - Insee Références édition 2011 .

Collection Économie et Statistique :

- « Le grand commerce spécialisé s'affirme face aux hypermarchés » - n°344, 2001
- « Relations producteurs-distributeurs : les enseignements du secteur de l'habillement » - n°303, 1997
- « Le commerce de détail en Europe : nouveaux marchés et spécialisation » - n°267, 1993

Collection Insee-Résultats :

- N°141 soc - Les salaires dans l'industrie, le commerce et les services en 2010
- N°60 éco - Enquête sur les points de vente du commerce de détail en 2009, sept 2012
- N° 57 éco - Créations et créateurs d'entreprises sous le régime de l'auto-entrepreneur - Enquête auto-entrepreneurs 2010
- N° 43 éco - Les déchets non dangereux des grands établissements commerciaux en 2006, juillet 2009
- N°32 éco - Enquête sur les réseaux du commerce de détail en 2006, sept. 2007
- N°29 éco - Enquête sur les points de vente du commerce de détail en 2004, mai 2007
- N° 131 - Les réseaux de commercialisation de l'habillement , août 1997
- N° 86 - Les points de vente du commerce de détail : enquête établissement de 1992 (mai 1995)

Collection Documents de travail de l'Insee :

- Réglementer ou libéraliser : les relations commerciales en France des années 1990 aux années 2000, N°E2014/02
- L'activité des officines pharmaceutiques et les revenus de leurs titulaires - situation en 2006 et évolutions depuis 2001, N°E2009/04.
- Rapport du groupe de travail sur le commerce électronique, N°E2008/09.
- Caractérisation d'environnement local des magasins, N° E2008/08.