

# Une forte augmentation du commerce de détail en ligne entre 2009 et 2019, portée par le développement des ventes à distance des grands commerçants traditionnels

Sous l'impulsion de la vente en ligne, le chiffre d'affaires de la vente à distance a explosé au cours de la dernière décennie (+ 132 % en euros courants entre 2009 et 2019). Les frontières entre vente à distance et en magasin sont moins nettes qu'avant, de plus en plus d'entreprises développant simultanément leurs activités sur ces deux formes de ventes.

Deux principales catégories d'acteurs du commerce de détail peuvent être distinguées sur la période 2009-2019 en fonction de leur activité dans le commerce en ligne.

La première catégorie, les « commerçants spécialistes de la vente à distance » réalisent 68 % des ventes de ce secteur à distance en 2019, cette part se stabilisant après un net repli entre 2009 et 2016.

La deuxième catégorie, les « commerçants traditionnels » dont l'activité s'exerce essentiellement en magasin ont progressivement investi le champ de la vente à distance. Alors qu'ils réalisaient 10 % du total des ventes à distance en 2009, cette part s'établit autour de 30 % depuis 2016. Le chiffre d'affaires de la vente à distance de ces commerçants traditionnels résulte pour deux tiers de l'activité des grands commerçants non spécialisés (supermarchés et hypermarchés). En revanche, les petits commerçants traditionnels restent sur la période à l'écart de la vente à distance puisqu'ils représentent seulement 1 % du chiffre d'affaires réalisé en ligne en 2019, alors qu'ils comptent pour 20 % du chiffre d'affaires et pour un emploi sur cinq du secteur.

Le recours au commerce en ligne s'est fortement accru au cours de la dernière décennie, aussi bien pour les particuliers que pour les entreprises ► **encadré**. En 2019, en France, trois entreprises commerciales sur dix réalisent des ventes en ligne contre une sur dix en 2009, et sept Français sur dix effectuent un achat en ligne au cours de l'année contre quatre sur dix en 2009<sup>1</sup>.

## ► Encadré – La définition du commerce en ligne

La définition internationale du **commerce en ligne** (ou commerce électronique) comprend la vente ou l'achat de biens et services effectués par toute entité publique ou privée (entreprise, particulier, administration, notamment) et inclut le *drive*, les commandes à une borne en magasin, le retrait en magasin et la livraison à domicile [OCDE, 2011].

Les données actuellement disponibles ne permettent de mesurer qu'une approximation du commerce en ligne, de la **vente à distance** (code 47.91 de la NAF rév. 2) qui comprend les ventes par Internet (commande passée en ligne y compris *drive*, livraison à domicile et retrait en magasin) et des ventes par correspondance.

La vente à distance se distingue du commerce électronique sur trois points majeurs :

- en tant que branche du commerce de détail, elle ne comprend ni les ventes de services, ni le commerce de gros, d'automobiles et de motocycles ;
- les commandes à une borne en magasin n'y sont pas intégrées ;
- les ventes par correspondance (téléphone, courriers, courriels) non prises en compte dans le commerce électronique sont incluses dans la vente à distance ; elles représentent 11 % de la vente à distance en 2019, 12 points de moins qu'en 2014.

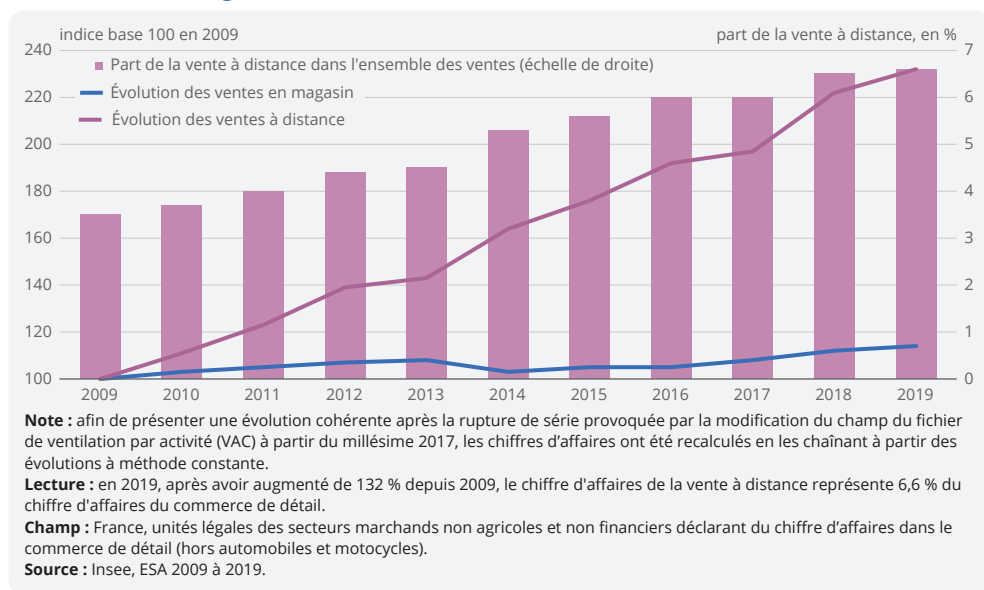
<sup>1</sup> À partir des enquêtes sur les technologies de l'information et de la communication (TIC) auprès des entreprises et auprès des ménages diffusées par Eurostat en 2019.

Bien que le commerce en ligne recouvre la vente de services comme de biens, les statistiques analysées ici portent sur le seul commerce de détail de biens, activité principalement destinée à une clientèle de particuliers. Par ailleurs, le commerce de détail en ligne est approché ici par la vente à distance qui est une des deux formes de vente du commerce de détail, avec la vente en magasin, et qui inclut la vente par correspondance traditionnelle, aujourd'hui très minoritaire. Les deux expressions « vente à distance » ou « commerce de détail en ligne » sont employées par la suite sans distinction de sens.

L'enquête sectorielle annuelle (ESA) ► **sources** mobilisée ici ventile le chiffre d'affaires des entreprises par branche d'activité. Les chiffres d'affaires par branche sont disponibles au niveau le plus détaillé (cinq caractères) de la nomenclature d'activité (NAF rév. 2). Cette source permet, d'une part, d'avoir une mesure précise des ventes à distance des **unités légales** dont cette forme de vente est l'activité principale. Elle permet, d'autre part, de les identifier au sein des entreprises ayant une activité principale distincte de la vente à distance, y compris lorsqu'elle est hors commerce de détail.

Sur ce champ restreint au commerce de détail de biens (hors commerce d'automobiles et de motos), la croissance de la vente à distance est sans commune mesure avec celle de la vente en magasin au cours des dix dernières années : le chiffre d'affaires en magasin a augmenté de 14 % en euros courants entre 2009 et 2019, tandis que celui de la vente à distance a bondi (en hausse de 132 %) ► **figure 1**. Les ventes à distance représentaient 3,5 % de celles du commerce de détail en 2009 ; leur part a quasi doublé en 2019.

### ► 1. Évolution du chiffre d'affaires des deux formes de ventes du commerce de détail et part des ventes en ligne dans l'ensemble des ventes



### Trois classes d'acteurs dans le commerce de détail

Sur la période 2009 à 2019, les acteurs du commerce de détail (hors automobiles et motos) peuvent être répartis en trois classes d'unités légales ► **méthode** ► **figure 2** :

- classe 1 : les commerçants traditionnels qui réalisent l'essentiel de leur activité dans le commerce de détail (96 % de leur chiffre d'affaires) et dont l'activité est essentiellement dédiée à la vente au détail en magasin (98 % de leur chiffre d'affaires au sein du commerce de détail) ;

- classe 2 : les commerçants spécialistes de la vente à distance qui, eux aussi, ont essentiellement une activité de commerce de détail (91 % de leur chiffre d'affaires), mais cette fois très largement à distance (94 % de leur chiffre d'affaires du commerce de détail) ;
- classe 3 : les commerçants non spécialisés dans le commerce de détail (41 % de leur chiffre d'affaires) avec une vente au détail presque toujours en magasin (99,5 % de leur chiffre d'affaires du commerce de détail). Pour ces commerçants, 38 % du chiffre d'affaires provient du commerce de gros et 20 % est issu d'activités hors commerce. La moitié des commerçants peu spécialisés dans le commerce de détail ont en effet des activités principales dans le commerce de gros, les services funéraires, les services de coiffure et soins de beauté, l'industrie manufacturière ou la restauration.

## ► 2. Répartition du chiffre d'affaires cumulé du commerce de détail de 2009 à 2019 selon les classes d'unités légales

Classes	Par forme de vente		Par branche			
	À distance	En magasin	Commerce de détail <sup>1</sup>	Commerce de gros <sup>1</sup>	Commerce et réparation d'automobiles et de motocycles	Hors commerce
	en %					
1 – Commerçants traditionnels	1,6	98,4	96	1	0	3
2 – Commerçants spécialistes de la vente à distance	94,1	5,9	91	1	0	8
3 – Commerçants peu spécialisés dans le commerce de détail	0,5	99,5	41	38	1	20

<sup>1</sup> Hors commerce et réparation d'automobiles et de motocycles.

**Lecture** : entre 2009 et 2019, les commerçants traditionnels ont réalisé 1,6 % de leur chiffre d'affaires du commerce de détail dans la vente à distance. Alors que le commerce de détail a représenté 96 % du chiffre d'affaires total des commerçants traditionnels, ces derniers ont également réalisé du chiffre d'affaires dans le commerce de gros (1 %) et dans les activités hors commerce (3 %).

**Champ** : France, unités légales des secteurs marchands non agricoles et non financiers déclarant du chiffre d'affaires dans le commerce de détail (code 47 de la NAF rév. 2). Sont retenues uniquement les unités légales déclarant plus de 20 % de leur chiffre d'affaires dans la branche du commerce de détail.

**Source** : Insee, ESA 2009 à 2019, Ésane 2009 à 2019.

Sur l'ensemble de la période 2009-2019, les commerçants traditionnels forment l'essentiel de la population des commerçants (78 % des unités légales dans le commerce de détail), ils emploient 83 % des salariés (en équivalent temps plein – ETP) et réalisent 88 % du chiffre d'affaires du commerce de détail ► **figure 3**. Les spécialistes de la vente à distance sont quant à eux peu nombreux (5 % des unités légales dans le commerce de détail) et représentent 3 % des salariés et 4 % du chiffre d'affaires total du secteur sur l'ensemble de la période observée. Les commerçants peu spécialisés dans le commerce de détail pèsent pour 17 % des unités légales, 14 % des salariés et 7 % du chiffre d'affaires du secteur.

## ► 3. Caractéristiques du commerce de détail de 2009 à 2019 selon les classes d'unités légales

Classes	Unités légales		Répartition du total des emplois en équivalent temps plein (en %)	Répartition du chiffre d'affaires (en %)	
	Nombre (moyenne annuelle)	Répartition (en %)		Ensemble des ventes	Uniquement de la vente à distance
1 – Commerçants traditionnels	315 000	78	83	88	25
2 – Commerçants spécialistes de la vente à distance	20 500	5	3	4	74
3 – Commerçants peu spécialisés dans le commerce de détail	71 000	17	14	7	1
<b>Ensemble</b>	<b>406 500</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

**Lecture** : entre 2009 et 2019, les commerçants traditionnels ont représenté 78 % de la population d'unités légales du commerce de détail français, 83 % du total des emplois en équivalent temps plein, 88 % du chiffre d'affaires du commerce de détail et 25 % du chiffre d'affaires de la vente à distance.

**Champ** : France, unités légales des secteurs marchands non agricoles et non financiers déclarant du chiffre d'affaires dans le commerce de détail (code 47 de la NAF rév. 2). Sont retenues uniquement les unités légales déclarant plus de 20 % de leur chiffre d'affaires dans la branche du commerce de détail.

**Source** : Insee, ESA 2009 à 2019, DADS 2009 à 2019.

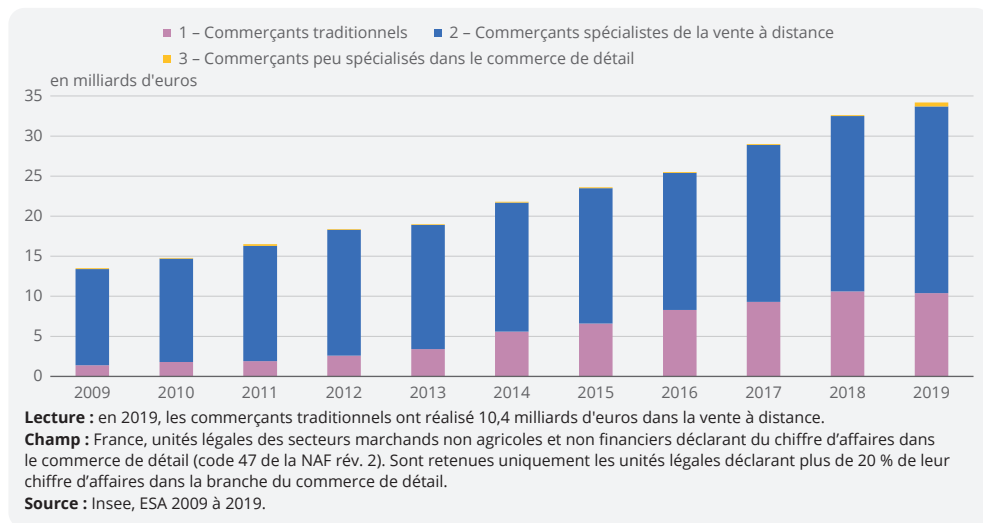
Les commerçants traditionnels et les spécialistes de la vente à distance représentent 99 % du chiffre d'affaires de la vente à distance.

Par ailleurs, il convient de signaler que les spécialistes de la vente à distance présentent dans l'ensemble des caractéristiques proches de celle d'un *pure-player* (acteur n'ayant pas de point de vente et exclusivement dédié au commerce en ligne). Ainsi, les unités légales fortement spécialisées dans la vente à distance (80 % de leur chiffre d'affaires dans la vente à distance), assimilables à des *pures-players*, représentent 89 % des spécialistes de la vente à distance et 92 % du chiffre d'affaires dans la vente à distance de la classe.

### Entre 2009 et 2019, les spécialistes de la vente à distance réalisent la majeure partie du chiffre d'affaires du commerce de détail

Les ventes des spécialistes de la vente à distance du commerce de détail ont doublé en euros courants entre 2009 et 2019 et leur poids reste dominant dans l'ensemble des ventes à distance du secteur. Toutefois, ce dernier a reculé de 89 % en 2009 à 68 % en 2016 ; il est stable depuis ► [figure 4](#).

#### ► 4. Répartition du chiffre d'affaires du commerce de détail dans la vente à distance de 2009 à 2019 par classe d'unités légales



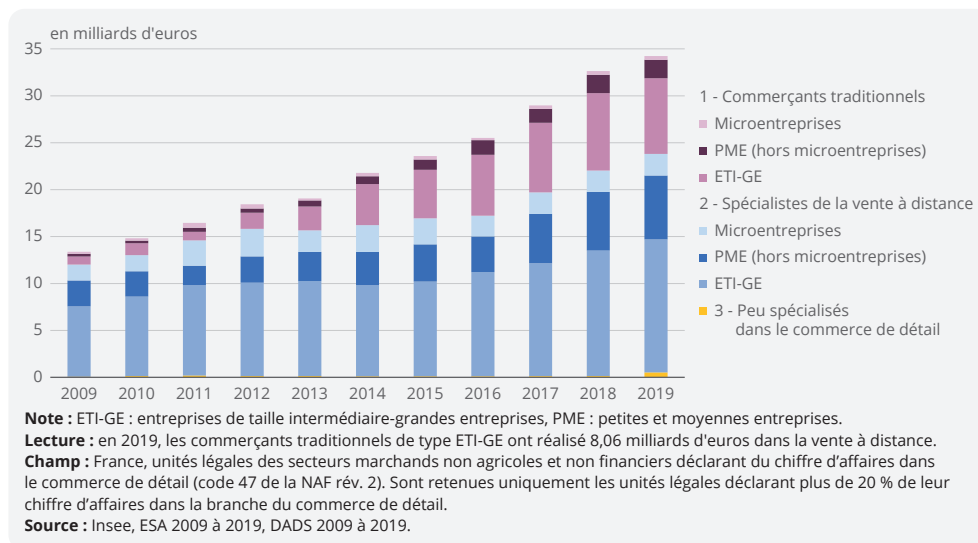
Sur cette même période 2009-2016, les commerçants traditionnels ont en effet développé leur activité sur cette forme de vente. Ils ont triplé leur part dans le chiffre d'affaires global de la vente à distance en passant de 10 % en 2009 à 33 % en 2016, pour se stabiliser ensuite. Notamment, en deux ans, de 2012 à 2014, la part de chiffre d'affaires dans la vente à distance imputable à cette classe de commerçants a quasi doublé, passant de 14 % à 26 %.

Analysé au niveau de l'entreprise et non de l'unité légale, le poids des spécialistes de la vente à distance est moindre. Ainsi, en 2019, les entreprises spécialistes de la vente à distance concentrent 51 % du chiffre d'affaires total de la vente à distance, contre 68 % lorsque le calcul est réalisé au niveau de l'unité légale. Cela s'explique par le fait que certaines grandes unités légales spécialisées dans la vente à distance appartiennent à des entreprises non spécialisées dans la vente à distance (ces entreprises sont non spécialisées dans la vente en distance car elles regroupent davantage d'unités légales peu présentes dans la vente à distance).

## Les grandes entreprises portent la croissance de la vente à distance du commerce traditionnel

Le développement progressif des commerçants traditionnels dans la vente à distance est quasi intégralement porté par les **entreprises de taille intermédiaire (ETI)** et les **grandes entreprises (GE)** ► **figure 5**. En effet, le poids des ETI et GE de commerce traditionnel dans l'ensemble du chiffre d'affaires de la vente à distance est passé de 6 % en 2009 à 25 % en 2016. Cela représente une contribution à hauteur de 71 % de la croissance de chiffre d'affaires dans la vente à distance de la classe des commerçants traditionnels entre 2009 et 2016. Malgré un triplement de 2 % à 6 % entre 2009 et 2019, le poids des **petites et moyennes entreprises (PME ; hors microentreprises)** du commerce traditionnel dans le chiffre d'affaires de la vente à distance reste relativement faible, au regard de leur poids en nombre d'emplois en ETP (25 %) et de leur part dans le chiffre d'affaires global du commerce de détail (28 %).

### ► 5. Répartition du chiffre d'affaires du commerce de détail généré dans la vente à distance française de 2009 à 2019 par classe d'unités légales et selon la catégorie d'entreprise

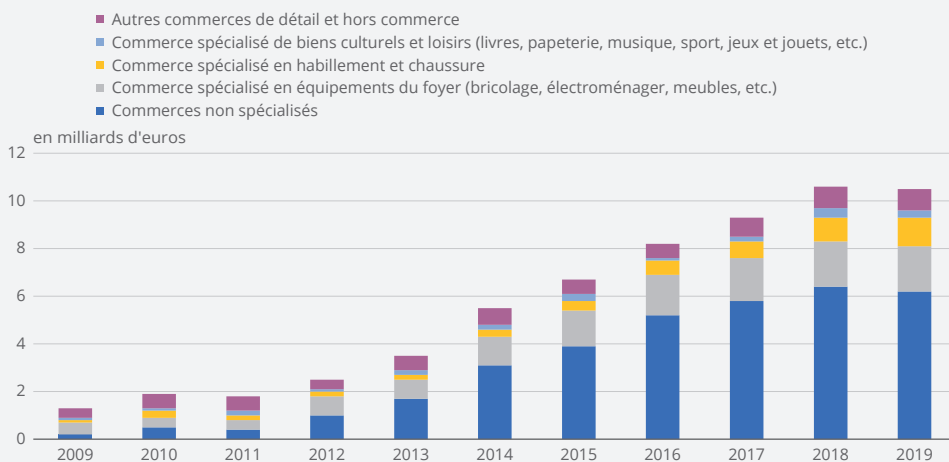


Les microentreprises commerçantes traditionnelles restent, quant à elles, à l'écart de la vente à distance avec environ 1 % du chiffre d'affaires total de cette forme de vente tout au long de la période, alors qu'elles représentent 21 % des emplois en ETP et 20 % du chiffre d'affaires global du commerce de détail sur la période 2009-2019.

En revanche, si le poids des microentreprises spécialistes de la vente à distance a diminué (- 6 points entre 2009 et 2019), elles représentent une part non négligeable du chiffre d'affaires de la vente à distance : elles pèsent pour 7 % du chiffre d'affaires total de cette forme de vente en 2019, alors qu'elles représentent 7 % des unités légales du commerce de détail cette même année.

En 2019, près de 60 % du chiffre d'affaires de la vente à distance des commerçants traditionnels sont générés par des commerçants non spécialisés (quasi exclusivement des supermarchés et hypermarchés) ► **figure 6**. Le complément provient essentiellement des commerces spécialisés, partagé entre les spécialistes d'équipement du foyer (18 %), ceux de l'habillement-chaussure (11 %) et, plus faiblement, ceux en biens culturels et loisirs (3 %). Au sein des ETI et GE du commerce traditionnel, la répartition est sensiblement la même, avec près de 60 % du chiffre d'affaires de leurs ventes à distance dans le commerce non spécialisé, 21 % dans les équipements du foyer, 13 % dans l'habillement-chaussure et 2 % dans les biens culturels et de loisirs.

## ► 6. Répartition du chiffre d'affaires du commerce de détail dans la vente à distance de 2009 à 2019 pour la classe des commerçants traditionnels selon l'activité principale de l'unité légale



**Lecture :** en 2019, les commerçants traditionnels ayant comme activité principale le commerce non spécialisé ont réalisé 6,2 milliards d'euros de chiffre d'affaires dans la vente à distance.

**Champ :** France, unités légales des secteurs marchands non agricoles et non financiers déclarant du chiffre d'affaires dans le commerce de détail (code 47 de la NAF rév. 2). Sont retenues uniquement les unités légales déclarant plus de 20 % de leur chiffre d'affaires dans la branche du commerce de détail.

**Source :** Insee, ESA 2009 à 2019, É sane 2009 à 2019.

### L'essor de la vente à distance assuré par quelques centaines d'unités légales

Chaque année, les unités légales réalisant plus d'un euro dans la vente à distance, sont classées dans quatre grands ensembles de concentration selon leur chiffre d'affaires dans la vente à distance. Le premier ensemble regroupe le premier millième des unités légales qui réalisent le plus de chiffre d'affaires dans la vente à distance ; le deuxième et le troisième regroupent les unités légales qui génèrent respectivement du 2<sup>e</sup> au 10<sup>e</sup> millième et du 11<sup>e</sup> au 100<sup>e</sup> millième les plus élevés de chiffre d'affaires dans la vente à distance. Enfin, le quatrième regroupe les unités légales réalisant le moins de chiffre d'affaires dans la vente à distance (du 101<sup>e</sup> millième au dernier millième).

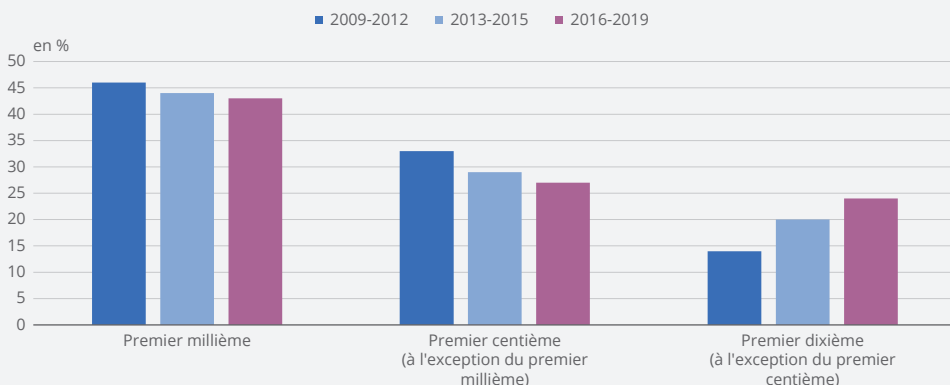
La vente à distance est très concentrée : les unités légales de la seule classe des spécialistes de la vente à distance concentrent 74 % du chiffre d'affaires réalisé dans la vente à distance entre 2009 et 2019, alors qu'elles ne représentent que 5 % des unités légales du commerce de détail ► **figure 3**. Toutefois, le chiffre d'affaires dans la vente à distance généré par le premier millième diminue sur la période 2009-2019.

Entre 2009 et 2012, le premier millième de la vente à distance concentrait 46 % du chiffre d'affaires total de cette forme de vente, contre 44 % entre 2013 et 2015 puis 43 % entre 2016 et 2019

► **figure 7**. La part de la vente à distance du 2<sup>e</sup> au 10<sup>e</sup> millième diminue également au cours du temps, contrairement à la part du 11<sup>e</sup> au 100<sup>e</sup> millième qui passe de 14 % à 24 %.

Par ailleurs, les unités légales du premier millième changent de profil au cours du temps, en matière d'activité principale. Les unités légales dont l'activité principale est la vente à distance contribuaient à hauteur de 98 % des ventes à distance du premier millième entre 2009 et 2012, mais seulement à hauteur de 72 % entre 2016 et 2019 ► **figure 8**. Cela est dû à l'entrée dans le premier millième de commerçants en magasin non spécialisés (19 % des ventes à distance entre 2016 et 2019) et de commerçants d'autres équipements du foyer en magasin spécialisé (9 % des ventes à distance entre 2016 et 2019).

## ► 7. Part du chiffre d'affaires de la vente à distance selon le niveau de concentration

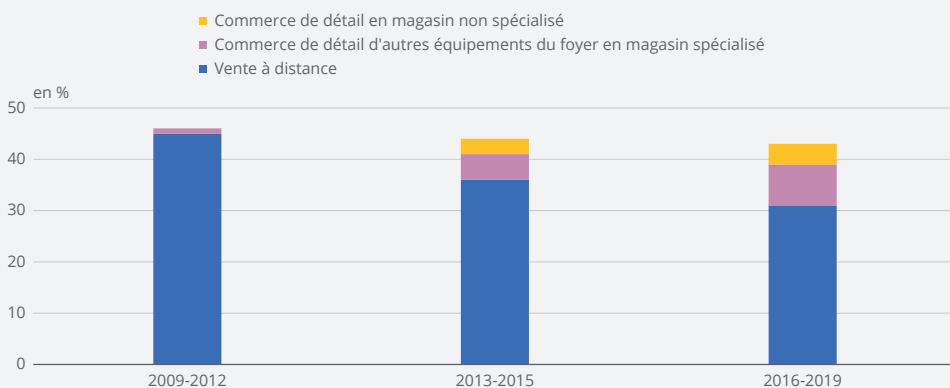


**Lecture :** entre 2009 et 2012, les unités légales appartenant au premier millième de la vente à distance ont généré 46 % du chiffre d'affaires de la vente à distance.

**Champ :** France, unités légales des secteurs marchands non agricoles et non financiers déclarant du chiffre d'affaires dans la vente à distance (code 47.91 de la NAF rév. 2).

**Source :** Insee, ESA 2009 à 2019.

## ► 8. Part du chiffre d'affaires de la vente à distance des unités légales du premier millième selon leur activité principale



**Lecture :** entre 2016 et 2019, les unités légales appartenant au premier millième de la vente à distance ont généré 43 % du chiffre d'affaires de la vente à distance. 31 points de pourcentage sont dus aux unités légales avec une activité principale dans la vente à distance, 8 points sont générés par celles du commerce de détail en magasin spécialisé en autres équipements du foyer et les 4 points restants relèvent de celles du commerce de détail en magasin non spécialisé.

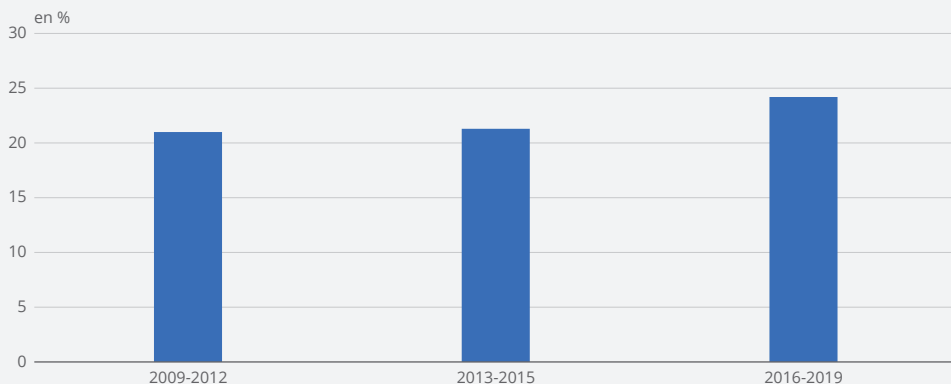
**Champ :** France, unités légales des secteurs marchands non agricoles et non financiers déclarant du chiffre d'affaires dans la vente à distance (code 47.91 de la NAF rév. 2).

**Source :** Insee, ESA 2009 à 2019.

Cette relative diversification est cependant à nuancer. Le poids des quatre unités légales faisant le plus de chiffre d'affaires en vente à distance s'est en effet accru : au cours de la période 2016 à 2019, ce podium à quatre concentre 24,2 % du chiffre d'affaires de la vente à distance, contre 21,0 % au cours de la période précédente 2009-2012 ► [figure 9](#).

La vente à distance est beaucoup plus concentrée que la vente au détail, y compris au niveau des groupes d'unités légales : en 2019, 31 groupes de sociétés concentrent 50 % de la vente à distance en France, tandis que 669 groupes concentrent 50 % du chiffre d'affaires du commerce de détail en magasin.

### ► 9. Part du chiffre d'affaires de la vente à distance détenue par les quatre plus grandes unités légales selon la période



**Lecture :** de 2016 à 2019, les quatre plus grandes unités légales de la vente à distance concentrent 24,2 % du chiffre d'affaires de la vente à distance.

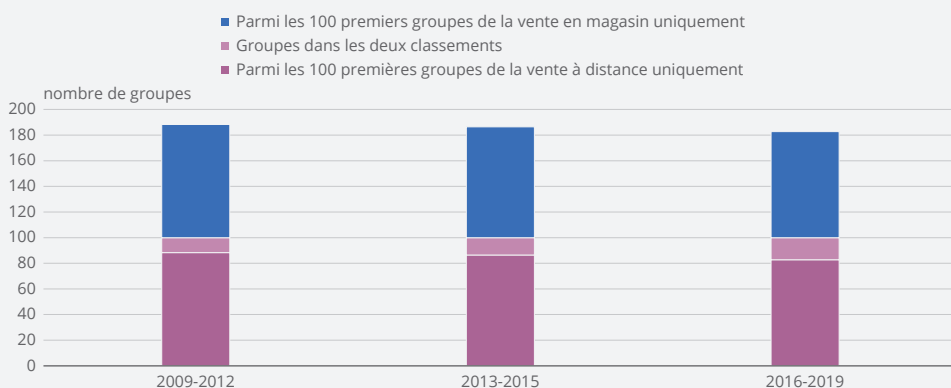
**Champ :** France, unités légales des secteurs marchands non agricoles et non financiers déclarant du chiffre d'affaires dans le commerce de détail (code 47 de la NAF rév. 2).

**Source :** Insee, ESA 2009 à 2019.

### Les frontières entre vente en ligne et vente physique tendent à se réduire

Les frontières entre la vente à distance et la vente en magasin tendent à se réduire, notamment en ce qui concerne les plus grands groupes. En effet, 12 groupes du top 100 de la vente à distance étaient également dans le top 100 de la vente en magasin entre 2009 et 2012, contre 14 entre 2013 et 2015 puis 17 entre 2016 et 2019 ► [figure 10](#).

### ► 10. Chevauchements entre les 100 plus grands groupes de la vente à distance et ceux de la vente en magasin selon la période



**Lecture :** de 2016 à 2019, 17,3 groupes en moyenne font simultanément partie des 100 premiers groupes (en matière de chiffre d'affaires) des plus grands groupes de la vente en magasin et de la vente à distance.

**Champ :** France, unités légales des secteurs marchands non agricoles et non financiers déclarant du chiffre d'affaires dans le commerce de détail (code 47 de la NAF rév. 2).

**Source :** Insee, ESA 2009 à 2019, Lifi 2009 à 2019.



La situation de ces 100 plus grands groupes de la vente à distance est toutefois contrastée au regard du poids que représente cette vente à distance dans leur chiffre d'affaires. Ainsi, 44 des 100 plus grands groupes de la vente à distance en 2019 font plus de 90 % de leur chiffre d'affaires dans la vente à distance, tandis que 34 groupes en font moins de 30 %.

## Auteur :

Ivo Montecino (DGE)

### ► Méthode - Classification des unités légales du commerce de détail au cours de la période 2009-2019

Une **étape préliminaire** a consisté à exclure de l'échantillon d'analyse les unités légales peu actives dans le commerce de détail, celles déclarant moins de 20 % de leur chiffre d'affaires total dans le commerce de détail (en moyenne 170 000 unités légales annuellement, pour seulement 2 % du chiffre d'affaires total du commerce de détail et 0 % de la vente à distance).

**Dans une première étape, une analyse en composantes principales (ACP)** est menée avec cinq variables actives : la part de la vente à distance dans le commerce de détail, la part de la branche du commerce de détail dans le chiffre d'affaires total, la part de la branche du commerce de gros dans le chiffre d'affaires total, la part de l'ensemble des branches hors commerce dans le chiffre d'affaires total et le chiffre d'affaires dans le commerce de détail.

À la suite de l'ACP, trois nouvelles dimensions ont été retenues : spécialisation dans la vente à distance, taille dans le commerce de détail et spécialisation hors commerce.

**Dans une seconde étape, une classification** est réalisée avec la méthode dites des *k-moyennes* (ou *k-means*) à partir des trois dimensions lors de la première étape. Des partitionnements de 1 à 12 classes ont été testés et finalement le partitionnement avec 3 classes a été privilégié. Si une entreprise a répondu à plusieurs reprises à l'ESA ► **sources**, chaque réponse est prise en compte séparément dans la classification et l'entreprise peut donc changer de classe au cours du temps.

### ► Sources

#### Sources mobilisables

La Fédération du e-commerce et de la vente à distance (Fevad) publie annuellement des chiffres clés, notamment le chiffre d'affaires global du commerce en ligne et le poids des sites de commerce en ligne les plus fréquentés par les internautes en France [Fevad, 2020]. L'enquête sur les technologies de l'information et de la communication auprès des entreprises (TIC entreprises) permet également d'identifier le développement du commerce en ligne, en particulier son adoption par les entreprises en France [Cohen, 2019].

Ces sources d'information ne permettent pas l'analyse des trajectoires des entreprises selon leur poids dans le commerce de détail en ligne et portent sur des champs limités ; l'enquête TIC entreprises exclut ainsi les entreprises avec moins de 10 personnes occupées. Par ailleurs, les exploitations des données individuelles comptables des entreprises (par exemple les fichiers approchés du résultat d'Ésane, FARE) reposent sur le secteur d'appartenance de l'entreprise et donc son activité principale : elles ne peuvent donc pas faire apparaître le développement d'activité de commerce, en particulier du commerce en ligne, si cette activité est minoritaire au sein de l'entreprise.

#### Données exploitées dans le dossier et comparaison aux autres sources d'information sur le commerce en ligne

Le champ de l'étude correspond aux entreprises implantées en France métropolitaine et dans les départements d'outre-mer (DOM), actives dans le commerce de détail, y compris comme activité secondaire (en 2019, 11 % du chiffre d'affaires du commerce de détail étaient générés par des unités légales dont ce n'est pas l'activité principale).

La principale source de données exploitée dans cette étude provient de l'**enquête sectorielle annuelle (ESA)** de l'Insee qui permet de ventiler le chiffre d'affaires des entreprises ayant une activité de commerce de détail suivant la forme de vente : vente en magasin ou vente à distance. L'enquête porte annuellement sur 16 000 à 25 000 unités légales actives dans le commerce de détail, dont 8 % ont déclaré avoir réalisé plus d'un euro de chiffre d'affaires dans la vente à distance entre 2009 et 2019. Ces données issues de l'enquête ESA ont été complétées avec d'autres sources de données : Fare (données comptables individuelles complémentaires), DADS (données d'emploi), Lifi (données sur les liaisons financières entre unités légales).

Contrairement à l'enquête TIC entreprises, le champ de l'ESA comprend les entreprises de moins de 10 personnes occupées. La restriction du champ de l'enquête TIC entreprises aux entreprises de plus de 10 personnes occupées exclut plus de neuf entreprises françaises sur dix.

Ces données n'incluent pas les activités des entreprises étrangères livrant en France, contrairement aux chiffres publiés par la Fevad. En 2019, à partir de données de transactions, la Fevad évalue à 45,5 milliards d'euros le chiffre d'affaires du commerce en ligne de biens, contre 34,3 milliards d'euros à partir de l'ESA (calcul réalisé pour cette étude). Plusieurs imputations et corrections ont été réalisées afin d'incorporer, pour certaines années, des grandes unités légales absentes de l'échantillon ainsi que des chutes de chiffre d'affaires soudaines dans la vente à distance : en 2019 ces imputations et corrections ont donc permis de fixer le chiffre d'affaires global de la vente à distance à 34,3 milliards d'euros au lieu des 30,9 milliards d'euros initialement présents.

## ► Définitions

L'**unité légale** est une entité juridique de droit public ou privé (morale ou physique). À partir du millésime 2017, la statistique structurelle d'entreprises est diffusée entièrement selon la définition économique de l'entreprise (telle que précisée par le décret n° 2008-1354 pris en application de la loi de modernisation de l'économie). Cette définition permet de dépasser l'approche juridique basée sur les unités légales et de prendre en compte les organisations en groupe de sociétés, afin de mieux appréhender les nouvelles réalités économiques provoquées notamment par la mondialisation.

Un **groupe d'unités légales** est un ensemble des sociétés détenues directement ou indirectement à plus de 50 % par une société mère, tête de groupe ; la société mère n'est détenue majoritairement, ni directement ni indirectement, par aucune autre société. Cette définition correspond au contour restreint du groupe ou « noyau dur ».

Une **microentreprise** est une entreprise occupant moins de 10 personnes, et qui a un chiffre d'affaires annuel ou un total de bilan n'excédant pas 2 millions d'euros. Les microentreprises font partie des petites et moyennes entreprises (PME).

Les **petites et moyennes entreprises (PME)** sont celles qui occupent moins de 250 personnes, et qui ont un chiffre d'affaires annuel n'excédant pas 50 millions d'euros ou un total de bilan n'excédant pas 43 millions d'euros. Elles incluent la catégorie des microentreprises.

Une **entreprise de taille intermédiaire (ETI)** est une entreprise qui a entre 250 et 4 999 salariés, et soit un chiffre d'affaires n'excédant pas 1,5 milliard d'euros soit un total de bilan n'excédant pas 2 milliards d'euros.

Une **grande entreprise (GE)** est une entreprise qui vérifie au moins une des deux conditions suivantes :

- avoir au moins 5 000 salariés ;
- avoir plus de 1,5 milliard d'euros de chiffre d'affaires et plus de 2 milliards d'euros de total de bilan.

## ► Pour en savoir plus

- **Bouziani Z., Ferrante A.**, « Le commerce électronique en 2012 : les *pure-players* dominent les ventes web du commerce de détail », *Insee Première* n° 1489, février 2014.
- **Cohen C.**, « Le commerce électronique, révélateur d'une fracture numérique entre sociétés », *Insee Focus* n° 147, mars 2019.
- **Fevad**, « Les chiffres-clés du e-commerce en 2020 », juillet 2020.
- **Insee**, fiche « TIC et commerce électronique », in *Les entreprises en France*, coll. « Insee Références », édition 2020.
- **OCDE**, « *OECD Guide to Measuring the Information Society 2011* », 2011.