



Le commerce en 2013

L'activité reste freinée par la faiblesse de la demande intérieure

Après avoir marqué le pas en 2012, l'activité dans le commerce est pénalisée en 2013 par la contraction de l'investissement des entreprises et le faible dynamisme de la demande des ménages. Le commerce automobile reste le secteur le plus en difficulté : les ventes baissent de 3,3 % en volume, après un recul de 6,6 % en 2012. Dans le commerce de détail, elles se replient de 0,7 %, alors que l'activité remonte faiblement dans le commerce de gros. L'emploi salarié dans les secteurs commerciaux diminue entre fin 2012 et fin 2013, avec la même amplitude que dans l'ensemble des secteurs principalement marchands (-0,4%).

Virginie Andrieux, Catherine Bourdeaux, Sonia Le Faucheur, Florent Royer, Rémi Segreto, Benoît Trinquier, division Commerce, Insee

Après une baisse générale en 2012, l'activité peine à se maintenir en 2013 dans les secteurs du commerce. En effet, le marché intérieur demeure peu porteur. Le pouvoir d'achat des ménages se stabilise, après un recul historique en 2012, et leur consommation suit le même mouvement. Par ailleurs, les entreprises réduisent leurs investissements.

En 2013, les ventes (*définitions*) du commerce de gros et des intermédiaires du commerce s'élèvent à 743 milliards d'euros, dont 621 milliards pour le seul commerce de gros ; elles se redressent légèrement en volume (*définitions*). Les ventes du commerce de détail et de l'artisanat commercial (boulangeries, pâtisseries, charcuteries) atteignent 489 milliards d'euros, toutes taxes comprises ; elles restent orientées à la baisse en volume. Enfin, les ventes du commerce et de la réparation automobiles s'élèvent à 103 milliards d'euros ; elles continuent de se replier nettement, en volume comme en valeur.

Ces comptes sont établis pour la première fois en base 2010 (*encadré*).

Commerce de gros : l'activité se redresse faiblement

Dans le commerce de gros, y compris intermédiaires du commerce, les ventes

en volume augmentent de 0,4 %, après une diminution de même ampleur en 2012 (*figure 1*). Ce rebond est tiré entièrement par les grossistes en produits agricoles et les intermédiaires. Parallèlement, les prix de vente en gros diminuent légèrement (-0,3 %), après trois années de hausse. En effet, les cours des matières premières sont en baisse, en particulier ceux des productions céréalières.

Le commerce de gros de **produits agricoles** est le secteur le plus dynamique en 2013. Ses ventes progressent de 6,9 % en volume, grâce à la bonne tenue des exportations de céréales vers l'Union européenne et l'Afrique du Nord. Les ventes augmentent également en valeur, malgré le net fléchissement des cours des matières premières : ces derniers sont redescendus en 2013 après leur envolée à la mi-2012.

Dans le commerce de gros de **produits alimentaires**, les ventes se maintiennent en volume. Elles reculent dans les secteurs des fruits et légumes et des viandes, mais sont dynamiques dans celui des produits laitiers et des œufs. Le secteur des boissons pâtit du ralentissement de l'activité dans les économies émergentes : les exportations progressent moins vigoureusement qu'en 2012. En valeur,

Le passage des comptes du commerce en base 2010

Comme les comptes de la Nation, (*sources*), les comptes du commerce sont passés de la base 2005 à la base 2010. Ce changement s'est traduit par des modifications de concepts et par la révision de méthodes. Hormis une meilleure prise en compte du négoce international, et un examen détaillé de la cohérence des données de consommation et de ventes, les changements liés à la nouvelle base des comptes nationaux ont peu affecté le commerce. En revanche, le changement de base a été l'occasion de réaliser une expertise du chiffrage des évolutions des ventes au niveau sectoriel fin.

Du fait de la révision à la hausse du niveau du produit intérieur brut, le poids des secteurs (*définitions*) commerciaux dans la valeur ajoutée totale est revu légèrement à la baisse. En 2011, il s'élève à 10,4 % (la valeur en base 2005 était de 10,7 %).

En termes de branches (*définitions*), le commerce contribue à 10,3 % de la valeur ajoutée totale en 2013 et à 13,4 % de la valeur ajoutée des branches principalement marchandes. En 2012, le commerce représente 18,6 % de l'emploi intérieur des branches principalement marchandes (en équivalent temps plein).

les ventes du commerce de gros de produits alimentaires continuent de croître en 2013 au même rythme qu'en 2012 : les prix augmentent moins vite, mais le volume des ventes ne chute plus. La hausse des prix demeure élevée pour les fruits et légumes.

Dans le commerce de gros en **biens domestiques**, les ventes en volume marquent le pas en 2013 (-0,5 % après +1,0 %). Le marché intérieur est atone et les échanges extérieurs sont moins dynamiques, notamment pour les produits pharmaceutiques et certains produits de l'industrie du luxe (joaillerie, parfums et cosmétiques, horlogerie, habillement). Le commerce de gros de textiles et celui d'équipements du foyer réalisent les moins bons résultats du secteur.

Les grossistes en **équipements de l'information et de la communication** sont pénalisés sur le marché intérieur par le moindre investissement des entreprises en matériel informatique. Les ventes en volume reculent globalement de 3,6 %. Elles continuent toutefois de progresser dans le secteur des composants électroniques, malgré le repli des exportations.

Les ventes des grossistes en **autres équipements industriels** diminuent de 1,2 %, après avoir légèrement augmenté en 2012. Le secteur des équipements de bureau est particulièrement affecté. À l'inverse, celui des agroéquipements bénéficie, comme en 2012, du dynamisme des investissements dans l'agriculture, favorisé par le niveau assez élevé des cours agricoles.

Les **intermédiaires du commerce**, dont l'activité consiste à mettre en relation vendeurs et acheteurs, sont dans une situation plus favorable que celle des négociants au sens strict, qui achètent et vendent des marchandises. Les ventes en volume réalisées *via* les intermédiaires continuent de

progresser à un rythme assez soutenu pour la troisième année consécutive, en particulier dans les centrales d'achat.

Commerce de détail : le non-alimentaire résiste mieux

Dans le commerce de détail, les ventes en volume diminuent pour la deuxième année consécutive (-0,7 % après -0,5 % en 2012 ; *figure 2*). Comme les années précédentes, les ventes sont plus dynamiques dans le secteur non alimentaire (+0,2 %) que dans l'alimentaire (-1,5 %). L'année 2013 est par ailleurs marquée par un net ralentissement des prix de vente au détail. Après une progression de l'ordre de 2 % en 2011 et 2012, ils sont quasiment stables en 2013.

En 2013, comme en 2012, tous les secteurs du commerce alimentaire sont confrontés à une baisse d'activité en volume. Les ventes des **magasins d'alimentation spécialisée et d'artisanat commercial** diminuent de 1,8 %, à un rythme un peu moins fort qu'en 2012. Celles du commerce de détail de

produits surgelés reculent de 3,1 %. Le secteur pâtit notamment de la désaffection des ménages pour les plats cuisinés à base de viande, suite au scandale de la viande de cheval qui a éclaté au printemps 2013. Les ventes des **petites surfaces d'alimentation générale** résistent mieux (-0,4 % pour les magasins d'alimentation générale et -0,8 % pour les supérettes).

Dans les **grandes surfaces d'alimentation générale**, le volume d'activité est orienté à la baisse (-1,5 %). L'érosion des ventes de produits non alimentaires, à l'œuvre depuis 2009, se poursuit. À l'inverse, les ventes de produits alimentaires résistent. Dans l'ensemble, les prix de vente des grandes surfaces fléchissent en 2013, en particulier sous l'effet du reflux des prix des carburants ; ils ne soutiennent plus les ventes en valeur, comme cela avait été le cas en 2012.

Dans le commerce non alimentaire en magasin, comme les années précédentes, les ventes en volume sont les plus dynamiques dans l'**équipement de l'information et de la communication**. Malgré tout, elles

1 Les ventes de marchandises du commerce de gros et des intermédiaires du commerce

	Évolution des ventes en volume aux prix de l'année précédente (en %)					Valeur 2013 (en Mds d'euros)
	2009	2010	2011	2012 sd	2013 p	
Commerce de gros (hors intermédiaires)	-6,8	1,6	4,1	-0,7	0,1	621
Produits agricoles bruts et animaux vivants	8,3	-17,7	10,6	-3,0	6,9	63
Produits alimentaires, boissons et tabac	-10,9	3,9	5,3	-2,4	0,0	127
Biens domestiques	-0,6	3,0	5,9	1,0	-0,5	143
Équipements de l'information et de la communication	-10,3	8,6	1,3	2,4	-3,6	39
Autres équipements industriels	-13,1	3,5	7,3	0,6	-1,2	84
Autres commerces de gros spécialisés	-13,5	-1,1	-1,3	-1,2	-0,7	143
Intermédiaires du commerce	-0,2	-5,1	2,2	1,4	1,5	122
Commerce de gros et intermédiaires	-5,8	0,6	3,8	-0,4	0,4	743

sd : compte semi-définitif ; p : compte provisoire.
Source : Insee, *comptes du commerce*, base 2010.

2 L'activité des formes de vente* du commerce de détail

Formes de vente	Évolution des ventes en volume (TTC) aux prix de l'année précédente (en %)					Valeur 2013 (en Mds d'euros)
	2009	2010	2011	2012 sd	2013 p	
Commerce à dominante alimentaire en magasin	-0,8	0,6	1,5	-1,4	-1,5	240
Alimentation spécialisée et artisanat commercial**	-1,1	-0,8	1,4	-2,5	-1,8	43
Petites surfaces d'alimentation générale et magasins de produits surgelés	0,6	6,4	-2,2	-1,4	-0,9	15
Grandes surfaces d'alimentation générale	-0,9	0,5	1,9	-1,2	-1,5	182
Commerce non alimentaire en magasin	-0,9	3,5	1,7	0,4	0,2	221
Grands magasins et autres magasins non alimentaires non spécialisés	-2,4	1,8	3,2	1,1	0,3	8
Magasins non alimentaires spécialisés (y c. pharmacies) :	-0,8	3,5	1,7	0,3	0,2	212
Équipements de l'information et de la communication	4,7	0,5	11,5	1,9	7,5	9
Autres équipements du foyer	-0,2	2,9	-1,1	-1,0	-0,4	48
Biens culturels et de loisirs	-7,0	1,4	1,6	-1,6	-3,2	24
Autres commerces de détail en magasin spécialisé, dont :	1,8	4,3	2,5	1,4	0,9	116
habillage-chaussures	-0,3	4,0	1,4	0,2	-0,1	35
autres équipements de la personne	0,3	5,7	3,2	2,5	-1,7	19
pharmacies, articles médicaux et orthopédiques	5,0	4,1	3,6	2,2	3,8	41
Carburants	-12,1	6,1	-1,3	-1,4	-1,9	15
Commerce hors magasin	-3,3	-2,0	0,6	0,1	-0,3	28
Ensemble du commerce de détail et de l'artisanat commercial	-1,0	1,7	1,6	-0,5	-0,7	489

sd : compte semi-définitif ; p : compte provisoire.

* L'activité de certaines entreprises relève de plusieurs formes de vente (par exemple hypermarchés, supermarchés et petites surfaces d'alimentation) ; leurs ventes sont alors réparties entre ces formes de vente.

** Artisanat commercial : boulangeries, pâtisseries, charcuteries.

Source : Insee, *comptes du commerce*, base 2010.

stagnent en valeur : les prix des tablettes, téléviseurs et ordinateurs diminuent encore plus fortement en 2013. Dans les magasins de **biens culturels et de loisirs**, en particulier dans les secteurs du livre et des enregistrements musicaux et audio, les ventes en volume continuent de reculer, à un rythme plus marqué qu'en 2012. Les ventes en valeur sont également en baisse, car, contrairement à l'année 2012, les prix se replient. Les détaillants en **autres équipements du foyer** (meubles, électroménager...) souffrent d'une conjoncture immobilière morose. Le faible dynamisme du pouvoir d'achat est également peu propice à l'acquisition de biens durables. Le commerce de petit électroménager tire toutefois son épingle du jeu. Le secteur de **l'habillement-chaussures** est stable en volume. Dans les magasins spécialisés en **autres équipements de la personne**, qui profitaient encore en 2012 d'une forte demande des touristes étrangers pour les produits de luxe, les ventes diminuent en 2013. En particulier pour la première fois depuis 2003, celles de maroquinerie s'essouffent. Les ventes des **pharmacies** restent dynamiques en volume.

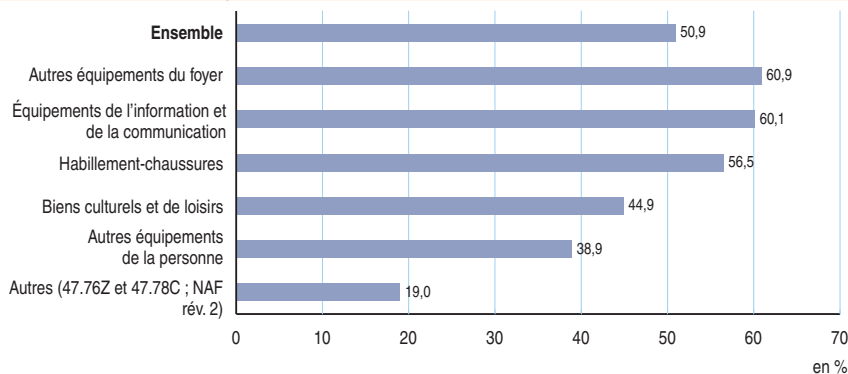
Les **grands magasins**, surtout implantés dans les grandes villes, pâtissent aussi de la morosité du climat économique ; leurs ventes se replient en volume pour la deuxième année consécutive. Dans les **autres commerces non alimentaires non spécialisés** (magasins de type « bazar »), les ventes s'accroissent un peu moins en 2013. Au final les ventes en volume des magasins non alimentaires non spécialisés augmentent très faiblement à la différence des années précédentes.

Malgré la progression du e-commerce, l'activité du **commerce hors magasin** se replierait légèrement en 2013, du fait du déclin de la vente par correspondance. La vente hors magasin inclut aussi celle sur éventaires et marchés, à distance sur catalogue ou par automate.

L'activité du grand commerce non alimentaire spécialisé ralentit

Le grand commerce non alimentaire spécialisé (*définitions*) correspond à la grande distribution non alimentaire spécialisée. Il

3 Part du chiffre d'affaires (HT) du grand commerce* dans le commerce de détail non alimentaire en magasin spécialisé en 2013



* Voir *définitions*.

Source : Insee, *comptes du commerce*, base 2010.

représente la moitié de l'activité et 46 % des emplois salariés des secteurs du commerce de détail non alimentaire en magasin spécialisé.

Son poids est prédominant dans les secteurs des autres équipements du foyer (électroménager, meubles...), dont il réalise 61 % du chiffre d'affaires hors taxes (*figure 3*), ceux de l'information et de la communication (60 %), de l'habillement-chaussures (57 %) et des biens culturels et de loisirs (45 %).

En 2013, l'activité du grand commerce ralentit : son chiffre d'affaires augmente de 2 % en volume, après + 3,3 % en 2012. La hausse reste toutefois plus soutenue que celle de l'ensemble du commerce non alimentaire spécialisé.

Une année encore difficile pour le commerce et la réparation automobiles

En 2013, les ventes au détail de l'ensemble des secteurs du commerce et de la réparation automobiles accusent un nouveau recul (- 3,3 % ; *figure 4*), après une année 2012 particulièrement difficile (- 6,6 %).

Les achats de voitures neuves accélèrent en fin d'année, car les consommateurs anticipent un nouveau durcissement des conditions du bonus écologique. Mais ce mouvement n'est pas suffisant pour compenser la baisse continue des ventes au premier semestre 2013. Au final, l'activité du **commerce de véhicules automobiles** se replie de 4,1 % en volume en 2013, après avoir déjà très fortement diminué en 2012

(- 8,2 %). Le nombre d'immatriculations descend quasiment à son point bas de 1997. Contrairement à 2012, les marques étrangères souffrent davantage que celles des groupes français. Ces dernières gagnent des parts de marché (53,4 % des immatriculations en 2013 après 52,6 % en 2012).

Les ventes d'**entretien et réparation de véhicules automobiles** diminuent régulièrement, du fait de la baisse tendancielle des distances moyennes parcourues, du développement des comportements d'écoconduite, de la fiabilité croissante des véhicules et de la diminution des accidents de la route. Le vieillissement du parc automobile profite surtout au **commerce de détail d'équipements automobiles**.

Le commerce et la réparation de motocycles est en fort repli.

L'emploi salarié baisse modérément

Fin 2013, un peu plus de trois millions de salariés (hors intérim) travaillent dans le commerce hors artisanat commercial, soit 18,8 % des salariés de l'ensemble des secteurs principalement marchands. 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 389 000 emplois dans le commerce fin 2011, soit 11 % de l'emploi total.

Au cours de l'année 2013, le commerce perd 12 000 emplois salariés, soit une baisse de ses effectifs de 0,4 % (*figure 5*).

4 Les ventes au détail du commerce et de la réparation automobiles

Activités	Évolution des ventes en volume (TTC) aux prix de l'année précédente (en %)					Valeur 2013 (en Mds d'euros)
	2009	2010	2011	2012 sd	2013 p	
Commerce de véhicules automobiles	1,9	2,7	2,6	- 8,2	- 4,1	72
Entretien et réparation de véhicules automobiles	- 4,0	- 11,5	- 3,2	- 3,3	- 1,9	20
Commerce de gros d'équipements automobiles	- 7,6	12,1	11,6	0,6	- 2,4	1
Commerce de détail d'équipements automobiles	- 0,2	- 4,5	9,0	- 0,7	1,7	7
Commerce et réparation de motocycles	- 8,5	4,6	0,8	- 4,7	- 4,5	3
Ensemble du commerce et de la réparation automobiles	0,2	- 0,6	1,9	- 6,6	- 3,3	103

sd : compte semi-définitif ; p : compte provisoire.

Source : Insee, *comptes du commerce*, base 2010.

Cette diminution est de même ampleur que celle de l'ensemble des secteurs principalement marchands. De 1994 à 2007, l'emploi salarié du commerce n'avait cessé de croître. Depuis, il fluctue au-dessous de son niveau de fin 2007, l'année 2009 ayant été particulièrement difficile (-1,2 %).

En 2013, comme en 2012, les effectifs salariés diminuent dans le commerce de gros (-1,1 %) et, de manière plus marquée, dans le commerce et la réparation automobiles (-2,1 %). À l'inverse, ils restent orientés à la hausse dans le commerce de détail (+0,4 %).

Baisse des créations d'entreprises dans le commerce

En 2013, 112 000 entreprises (*définitions*) commerciales ont été créées en France, y compris artisanat commercial et auto-entreprises. Depuis 2009, les créations d'entreprises dans le commerce sont très nombreuses, en raison de la mise en place du régime de l'auto-entrepreneur. En 2013, elles représentent 20,6 % de celles de l'économie française. Leur nombre tend toutefois à diminuer depuis 2011, même s'il reste élevé. En 2013, il recule de 2,3 %, à un rythme proche de celui constaté dans l'ensemble des secteurs principalement marchands (-2,1 %).

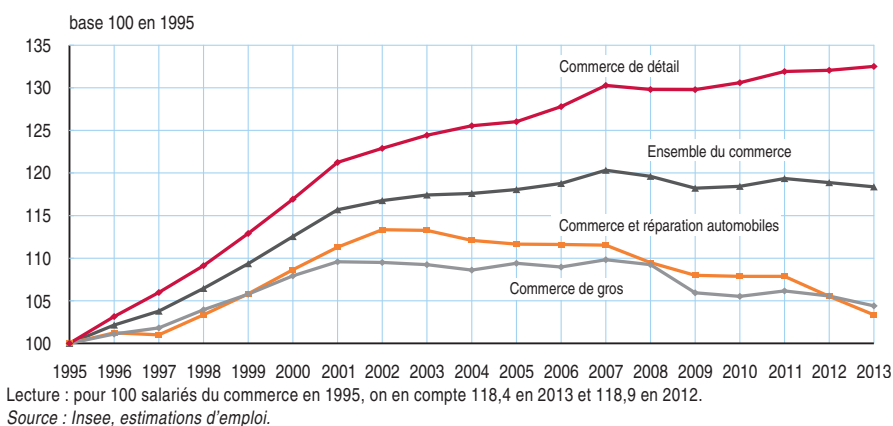
La moitié (51 %) des entreprises créées dans le commerce sont le fait de l'auto-entreprenariat. Sur la base des années précédentes, on estime qu'elles ne devraient déboucher sur une activité réelle que dans la moitié des cas.

Le nombre de défaillances d'entreprises dans le commerce continue d'augmenter en 2013 (+3,1 % après +1,8 % en 2012). La hausse est plus marquée que dans l'ensemble de l'économie (+1,7 %).

Sources

Le compte spécialisé du commerce s'insère dans le dispositif d'ensemble des comptes nationaux français. Les résultats de l'année 2011, définitifs, sont issus du système d'information sur les statistiques structurelles d'entreprises. Ceux de 2012 et de 2013 sont encore provisoires et ont été obtenus à partir des indices de chiffres

5 Évolution des effectifs salariés au 31/12 dans le commerce



d'affaires calculés par l'Insee. Ces résultats sont publiés pour la première fois en base 2010 (*encadré*).

Définitions

À la différence du chiffre d'affaires, les **ventes de marchandises** ne comprennent pas les ventes de services ni celles des biens produits par les commerçants. Par ailleurs, certains commerçants travaillent « à la commission » (débitants de tabac, marchands de journaux...) et n'incluent dans leur chiffre d'affaires que les commissions perçues. Les ventes correspondantes sont estimées pour se rapprocher de la consommation des ménages en valeur.

L'évolution des **ventes « en volume »** ou aux prix de l'année précédente s'obtient en déflatant l'évolution des ventes en valeur par un indice mesurant l'évolution des prix par rapport à l'année précédente.

Le **grand commerce non alimentaire spécialisé** est défini par la Commission des comptes commerciaux de la Nation comme l'ensemble des entreprises dont l'activité principale relève du commerce non alimentaire en magasin spécialisé (NAF 47.4, 47.5, 47.6, 47.7 hors commerces de produits pharmaceutiques, de combustibles et de biens d'occasion) et qui répondent à l'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 d'une surface de vente de 2 500 m² ou plus.

Le terme « **entreprise** » utilisé ici désigne toute unité légale (société ou entreprise individuelle) déclarée au répertoire Sirene. Cette notion ne coïncide pas nécessairement avec celle « d'acteur économique » définie au sens de la loi de modernisation de l'économie (LME) et du décret n° 2008-1354 du 18 décembre 2008.

Un **secteur** regroupe l'ensemble des entreprises qui exercent la même activité principale alors qu'une **branche** regroupe les unités ou fractions d'unités qui fabriquent le même produit ou rendent le même service.

Les secteurs commerciaux regroupent donc des unités légales dont une partie des activités peuvent ne pas être commerciales. À l'inverse, des entreprises non commerciales (industrielles par exemple) peuvent exercer des activités commerciales et contribuer ainsi à des branches du commerce.

Bibliographie

- « La situation du commerce en 2013 - Rapport établi pour la Commission des comptes commerciaux de la Nation », *Document de travail* n° E2014/04, Insee, juin 2014.
- « Les comptes de la Nation en 2013 - Le PIB croît légèrement, le pouvoir d'achat se stabilise », *Insee Première* n° 1499, mai 2014.
- « La consommation des ménages se stabilise en 2013 », *Insee Première* n° 1502, juin 2014.

Direction Générale :
18, bd Adolphe-Pinard
75675 PARIS CEDEX 14

Directeur de la publication :
Jean-Luc Tavemier

Rédacteur en chef :
E. Nauze-Fichet

Rédacteurs :
J.-B. Champion, A. Houlou-Garcia,
C. Pfister, V. Quénechdu

Maquette : RPV

Impression : Jouve

Code Sage IP141504
ISSN 0997 - 3192
© Insee 2014

- *Insee Première* figure dès sa parution sur le site internet de l'Insee : www.insee.fr/collections-nationales
- Pour recevoir par courriel les avis de parution (60 numéros par an) : <http://www.insee.fr/abonnements>

Pour vous abonner à *Insee Première* et le recevoir par courrier : <http://www.webcommerce.insee.fr/liste.php?idFamille=16>

