

La situation du commerce en 2018 (éd. Juin)

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

Direction des Statistiques d'Entreprises

Division Commerce



Institut National de la Statistique et des Études Économiques

E2019/01

**La situation du commerce en 2018
(Édition Juin)**

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

Division Commerce

Juin 2019

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

Rapport établi pour la réunion de la Commission des Comptes Commerciaux de la Nation du 21 juin 2019.

Elodie LALANDE, Marine EMORINE, Mickaël LE CHAPELAIN, Sonia LE FAUCHEUR, Jacqueline PERRIN-HAYNES et Arnaud ROUSSET à la division « commerce » de l'Insee ont rédigé ce rapport, sous la direction de Corinne DARMAILLACQ, rapporteur de la commission.

*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.*

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

- Statistiques :
 - Thèmes :
 - Secteurs d'activité : Commerce
 - Collections :
 - Documents de travail : La situation du commerce en 2018

Bibliographie

- Lalande E., Emorine M., Le Chapelain M., Le Faucheur S., Perrin-Haynes J., Rousset A., « Le commerce en 2018 », Insee Première n° 1759, Insee, juin 2019.
- Aeberhardt L. et *al.*, « Les comptes de la Nation en 2018 », Insee Première n°1754, mai 2019.
- Laïb N., « Commerce de détail alimentaire – Les réseaux d'enseigne : 85 % du chiffre d'affaires du secteur, concentré sur quelques acteurs », Insee Première n°1723, décembre 2018
- Rousset A., « Portrait de groupes dans le commerce : un poids élevé et une forte spécialisation », Insee Première n°1724, décembre 2018
- Cohen C., « Le commerce électronique, révélateur d'une fracture numérique entre sociétés », Insee Focus n°147, mars 2019

La situation du commerce en 2018

Résumé :

En 2018, l'activité des secteurs commerciaux est contrastée. Dans le commerce de gros, les ventes restent toniques (+ 1,9 % en volume comme en 2017), en particulier dans le commerce de biens d'équipement et de biens domestiques. Dans le commerce de détail, elles sont nettement moins vigoureuses qu'en 2017 (+ 0,3 % en volume, après + 1,3 %), avec une préférence croissante pour les petites surfaces. La vente à distance (notamment sur Internet) ralentit également, mais reste plus dynamique que l'ensemble du commerce de détail et continue de gagner des parts de marché. Enfin, marqué par les changements de normes anti-pollution, le commerce et la réparation d'automobiles et de motocycles freine également en 2018 (+ 1,1 % en volume, après + 5,3 %). Les prix augmentent fortement dans les trois grands secteurs du commerce ; ainsi, les ventes y sont dynamiques en valeur.

Mots-clés :

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

The economic situation of trade in 2018

Abstract:

In 2018, activity in the commercial sectors is mixed. In wholesale trade, sales remain buoyant (+1,9 % in volume terms, as in 2017), particularly in household goods trade. In retail trade, sales are much less vigorous than in 2017 (+0,3 % in volume terms, after +1,3 %), with a growing preference for small commercial areas. Distance selling (especially online selling) is also slowing down, but remains more dynamic than retail trade as a whole, and continues to gain market share. Finally, motor trade also slowed in 2018, affected by changes in anti-pollution standards (+1,1 % in volume terms, after +5.3%). Prices are rising sharply in the three main trade sectors so that sales are dynamic in value terms.

Keywords:

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

Institut national de la statistique et des études économiques
Directeur de la publication : Jean-Luc Tavernier
Direction générale : 88, avenue Verdier – 92541 MONTROUGE Cedex
Téléphone : 01.87.69.50.00
Adresse internet : <https://insee.fr>
© Insee 2019

LE COMMERCE EN 2018

RAPPORT SUR LES COMPTES

SOMMAIRE

VUE D'ENSEMBLE	11
1 - Les ventes en valeur dans les secteurs commerciaux sont boostées par les prix	12
1.1 - Commerce de gros : les ventes conservent la même vitalité qu'en 2017	12
1.2 - Les ventes du commerce de détail ralentissent en volume dans un contexte de hausse des prix.....	14
1.3 - Le dynamisme de l'activité du commerce et la réparation d'automobiles perd en intensité	15
2 - L'emploi salarié croît modérément dans les secteurs commerciaux	17
CHAPITRE I : LE COMMERCE DE GROS.....	21
1 - Produits agricoles bruts : les ventes renouent avec la croissance	22
2 - Produits alimentaires : décélération des ventes en volume et ralentissement des prix.....	23
3 - Biens domestiques : accélération des ventes	24
4 - Équipements de l'information et de la communication : des ventes toujours très dynamiques.....	26
5 - Autres équipements industriels : les ventes continuent de s'accroître	26
6 - Commerce de gros spécialisé : les ventes en volume à l'arrêt.....	27
7 - Intermédiaires : le prix de l'or noir soutient les ventes en valeur.....	29
CHAPITRE II : LE COMMERCE DE DÉTAIL	31
1 - Petit commerce alimentaire : des ventes en hausse mais moins dynamiques	32
2 - Poursuite de la baisse des ventes en volume pour les grandes surfaces alimentaires (GSA)	32
3 - Ralentissement de l'activité pour les grands magasins.....	33
4 - Stabilité dans le commerce non alimentaire spécialisé	33
5 - La vente à distance moins dynamique	35
6 - Les parts de marché par forme de ventes	36
6.1 – Ensemble des produits commercialisables	36
6.2 - Produits alimentaires.....	36
6.3 - Produits non alimentaires	37
7 – Le grand commerce non alimentaire ralentit en 2018.....	40
8 - L'implantation des grandes surfaces en 2018.....	45
CHAPITRE III : LE COMMERCE ET LA RÉPARATION DE VÉHICULES AUTOMOBILES ET DE MOTOCYCLES	48
1 - La reprise du commerce de véhicules automobiles s'essouffle	48
2 - Activité en perte de vitesse dans l'entretien-réparation et dans l'équipement automobile de détail	49
3 - Les ventes de motocyclettes repartent à la hausse	49
CHAPITRE IV : DEMOGRAPHIE DES ENTREPRISES	51
1 - Les créations d'entreprises dans le commerce repartent à la hausse	52
1.1 - Une croissance moins marquée que dans les autres secteurs	52
1.2 - Les immatriculations de micro-entrepreneurs en nette reprise.....	52
1.3 - Hausse des créations d'entreprises individuelles, recul des sociétés	53
2 - Les défaillances d'entreprises continuent à diminuer en 2018	54
CHAPITRE V : EMPLOI.....	57
1 - L'emploi salarié commercial s'accroît modérément en 2018	57
2 - L'intérim ralentit, excepté dans le commerce de détail	59
3 - L'emploi non salarié se contracte en 2016 pour la troisième année de suite.....	60
3.1 - Le commerce perd 8 600 non-salariés.....	60
3.2 - Le nombre de micro-entrepreneurs continue à progresser à rythme mesuré	61
DONNÉES DE CADRAGE : LE COMMERCE DANS L'ÉCONOMIE.....	62
ANNEXE : PASSAGE ENTRE LES REGROUPEMENTS UTILISÉS DANS LES PUBLICATIONS SUR LE COMMERCE ET LES CODES DE LA NAF	63
ANNEXE : PASSAGE DU CHIFFRE D'AFFAIRES DU COMMERCE DE DÉTAIL ET DU COMMERCE ET DE LA RÉPARATION AUTOMOBILE À LA CONSOMMATION COMMERCIALISABLE DES MÉNAGES EN 2018.....	65

TABLEAUX, GRAPHIQUES ET ENCADRÉS

VUE D'ENSEMBLE	11
Graphique 1 : Ventes du commerce, évolutions en 2017 et 2018 (en %)	11
Graphique 2 : Ventes du commerce en volume et en valeur	12
Graphique 3 : Ventes du commerce de gros, évolutions en 2017 et 2018.....	13
Graphique 4 : Ventes du commerce de gros, contributions à l'évolution en volume	13
Graphique 5 : Ventes du commerce de détail, évolutions en 2017 et 2018	15
Graphique 6 : Ventes du commerce de détail, contributions à l'évolution en volume	15
Graphique 7 : Ventes du commerce et de la réparation d'automobiles, évolutions en 2017 et 2018	16
Graphique 8 : Ventes du commerce et de la réparation d'automobiles, contributions à l'évolution en volume	17
Graphique 9 : Effectif salarié trimestriel dans les secteurs du commerce	17
Graphique 10 : Évolution des créations de sociétés et d'entreprises individuelles (en %).....	18
Encadré : La fin de l'année 2018.....	19
CHAPITRE I : LE COMMERCE DE GROS	21
Tableau 1 : Ventes de marchandises du commerce de gros H.T.	21
Encadré : Principes d'évaluation et révision des ventes de marchandises des secteurs du commerce de gros.....	30
CHAPITRE II : LE COMMERCE DE DÉTAIL	31
Tableau 1 : Ventes du commerce de détail et de l'artisanat à caractère commercial T.T.C.	31
Graphique 1 : Ensemble des produits commercialisables hors véhicules automobiles - parts de marché en 2013 et 2018, par forme de ventes (en %).....	36
Graphique 2 : Produits alimentaires hors tabac - parts de marché en 2013 et 2018, par forme de ventes (en %).....	37
Graphique 3 : Produits non alimentaires y compris produits énergétiques et liés à l'automobile, hors véhicules automobiles - parts de marché en 2013 et 2018 par forme de vente (en %).....	38
Encadré 1 : Évaluation et révisions des ventes au détail	39
Graphique 4 : Part du chiffre d'affaires H.T du « grand commerce » dans l'ensemble du commerce non alimentaire, par secteur, en 2013 et 2018 (en %)	40
Encadré 2 : Définition du grand commerce non alimentaire.....	41
Tableau 2 : Part du chiffre d'affaires hors taxes du grand commerce et de l'ensemble du commerce non alimentaire spécialisé	41
Graphique 5 : Répartition des grandes surfaces alimentaires.....	45
Graphique 6 : Répartition des grandes surfaces non alimentaires.....	45
Graphique 7 : Densité de grandes surfaces alimentaires et non alimentaires par département	45
Encadré 3 : estimation du nombre de grandes surfaces	46
Tableau 3 : Nombre de grandes surfaces alimentaires par région	47
Tableau 4 : Nombre de grandes surfaces non alimentaires par région	47
CHAPITRE III : LE COMMERCE ET LA RÉPARATION DE VÉHICULES AUTOMOBILES ET DE MOTOCYCLES	48
Tableau 1 : Ventes du commerce et de la réparation de véhicules automobiles et de motocycles T.T.C.	48
CHAPITRE IV : DEMOGRAPHIE DES ENTREPRISES	51
Graphique 1 : Créations d'entreprises de 2000 à 2018 (base 100 en 2000).....	51
Tableau 1 : Créations d'entreprises y compris micro-entrepreneurs, évolution (en %) et nombre	52
Tableau 2 : Immatriculations de micro-entreprises, évolution (en %) et nombre.....	52
Tableau 3 : Créations d'entreprises hors micro-entrepreneurs, évolution (en %) et nombre.....	53
Graphique 2 : Variations du nombre de créations d'entreprises selon la catégorie juridique entre 2017 et 2018	54
Encadré 1 : Définition des défaillances.....	54
Tableau 4 : Défaillances d'entreprises en date de jugement, évolution (en %) et nombre.....	54
Graphique 3 : Défaillances d'entreprises de 2007 à 2017 (base 100 en 2007).....	55
CHAPITRE V : EMPLOI	57
Graphique 1 : Effectif salarié trimestriel dans les secteurs du commerce (base 100 au 1er trimestre 1994)	58
Tableau 1 : Effectifs salariés hors intérim au 31/12 (en milliers) et part (en %).....	58
Tableau 2 : Effectifs salariés hors intérim, variation en glissement annuel au 31/12 (en % et milliers).....	59
Tableau 3 : Nombre d'intérimaires au 31/12 (en milliers) et part (en %).....	59
Tableau 4 : Nombre d'intérimaires, variation en glissement annuel au 31/12 (en % et milliers).....	59
Graphique 2 : Effectif intérimaire trimestriel (base 100 au 1er trimestre 2003).....	60
Tableau 5 : Effectifs non salariés au 31/12 (en milliers) et évolution (en %).....	60
Tableau 6 : Effectifs non salariés micro-entrepreneurs actifs au 31/12 (en milliers) et évolution (en %)	61
Tableau 7 : Part des micro-entrepreneurs actifs au sein des non-salariés (en %)	61
DONNÉES DE CADRAGE : LE COMMERCE DANS L'ÉCONOMIE	62
ANNEXE : PASSAGE ENTRE LES REGROUPEMENTS UTILISÉS DANS LES PUBLICATIONS SUR LE COMMERCE ET LES CODES DE LA NAF	63
ANNEXE : PASSAGE DU CHIFFRE D'AFFAIRES DU COMMERCE DE DÉTAIL ET DU COMMERCE ET DE LA RÉPARATION AUTOMOBILE À LA CONSOMMATION COMMERCIALISABLE DES MÉNAGES EN 2018	65

Introduction

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.

Dans ce rapport, **les résultats définitifs de l'année 2016** sont issus des statistiques structurelles d'entreprises (dispositif Esane). Les résultats de 2017 et 2018 sont obtenus à partir des indices de chiffres d'affaires calculés par l'Insee.

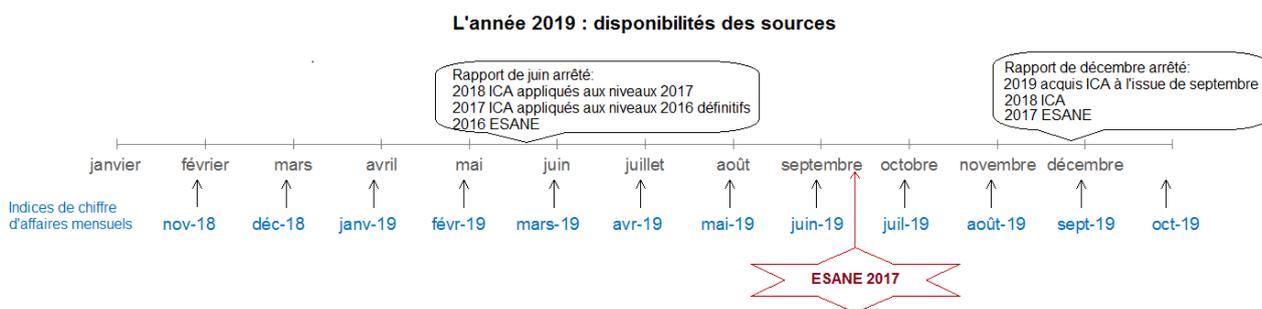
En régime permanent, le calendrier de publication des comptes commerciaux est tributaire de la mise à disposition des différentes sources d'informations, notamment des données statistiques d'entreprises, sur lesquelles les comptes s'appuient. Pour les **comptes relatifs à l'année n** , le calendrier 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 (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 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 ou juillet $n+2$** , les évaluations des ventes de l'année n sont légèrement révisées et deviennent **semi-définitives**.
- En **décembre $n+2$** sont arrêtés les comptes **définitifs** ; ceux-ci s'appuient sur une exploitation des statistiques structurelles d'entreprises (Esane), permettant d'affiner les résultats fournis en juin.

L'édition de juin 2019 présente les premières estimations de l'année 2018. En outre, ce rapport comprend des parties qui ne seront pas reprises dans l'édition de décembre :

- la répartition des parts de marché par forme de ventes (pages 36 à 37)
- un éclairage sur l'équipement commercial en grandes surfaces (pages 45 à 47)
- un chapitre sur la démographie des entreprises (pages 51 à 55).

Le rapport est complété par des séries téléchargeables sur le site internet, reprenant certains tableaux de la publication sur une plus longue période.



VUE D'ENSEMBLE

En 2018, l'activité des secteurs commerciaux ralentit légèrement. En effet, l'investissement des entreprises (+ 3,8 % après + 4,7 % en 2017) et la consommation des ménages (+ 0,9 % après + 1,4 %) décélèrent, de même que les échanges extérieurs (+ 3,5 % après + 3,9 % pour les exportations et + 1,2 % après + 3,9 % pour les importations).

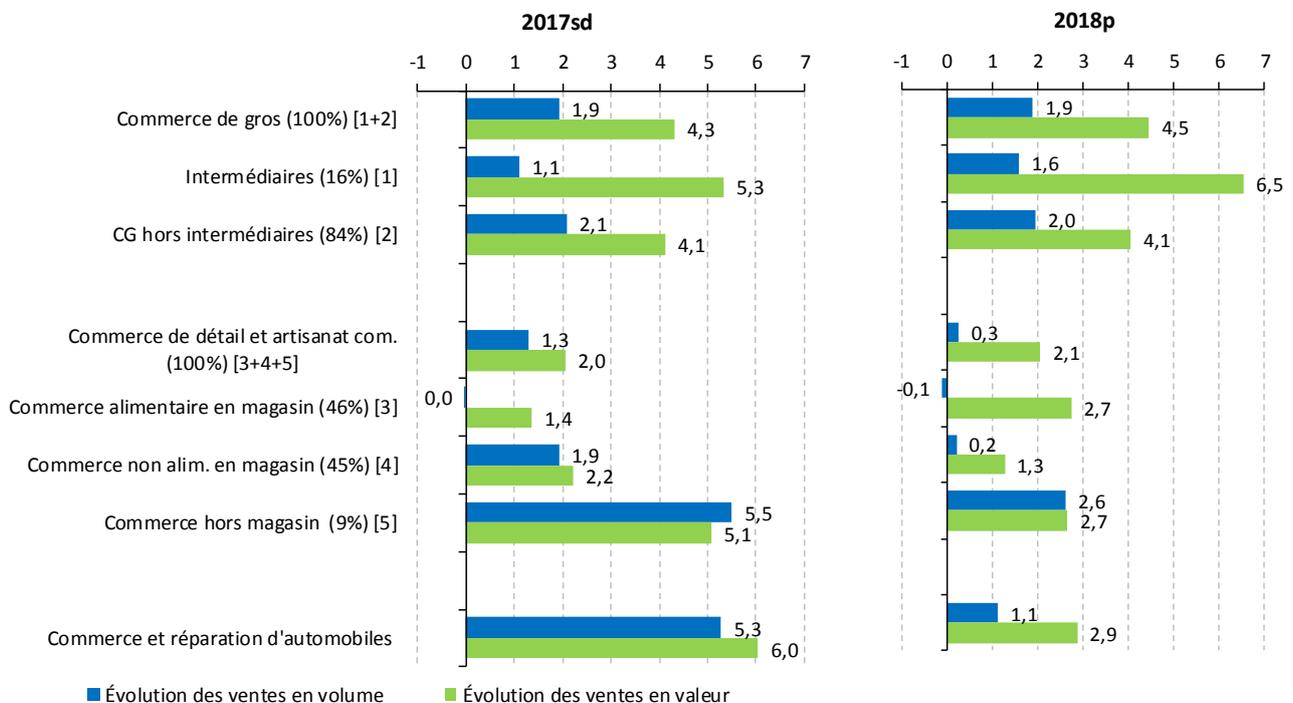
Dans le **commerce de gros**, l'activité conserve sa vitalité dans la plupart des secteurs et les prix poursuivent leur progression entamée en 2017. Les ventes en gros de biens d'équipement restent très dynamiques malgré le léger ralentissement de l'investissement des entreprises en produits manufacturés. L'activité des grossistes en biens domestiques accélère, soutenue par les exportations. L'activité du commerce de produits agricoles se porte mieux en 2018, en raison des bonnes récoltes de céréales de la fin d'année 2017.

En 2018, les ventes du **commerce de détail et de l'artisanat commercial** freinent nettement, pénalisées par les grandes surfaces d'alimentation générale. La croissance n'atteint que + 0,3 % en volume, après + 1,3 en 2017. La vente à distance poursuit sa progression et gagne encore des parts de marché. En valeur, les ventes du commerce de détail et de l'artisanat commercial restent dynamiques car les prix augmentent vivement.

Après trois années de croissance soutenue, **le commerce et la réparation d'automobiles** marque le pas. En effet, le secteur fait face à un ralentissement global de la demande. Les immatriculations de voitures neuves décélèrent en 2018 et se replient même en fin d'année, affectées par la mise en place d'une nouvelle norme anti-pollution.

La bonne santé du commerce de gros stimule l'emploi salarié et les créations d'entreprises. En effet, l'emploi salarié commercial augmente de 0,6 % entre fin 2017 et fin 2018, la moitié de cette croissance étant due au commerce de gros. Le commerce de détail contribue quant à lui peu à cette hausse, contrairement aux années passées. Ainsi, la hausse dans le commerce est toujours moins marquée que celle de l'emploi salarié de l'ensemble des secteurs principalement marchands. Les créations d'entreprises accélèrent vivement en 2018 (+ 8,8 % après + 1,6 % en 2017) et les immatriculations de micro-entrepreneurs bondissent (+ 21,4 % après + 2,4 %), en partie grâce au doublement du plafond de chiffre d'affaires permettant de bénéficier de ce régime fiscal simplifié.

Graphique 1 : Ventes du commerce, évolutions en 2017 et 2018 (en %)



(p) provisoire (sd) semi-définitif

Source : Insee, Comptes du commerce

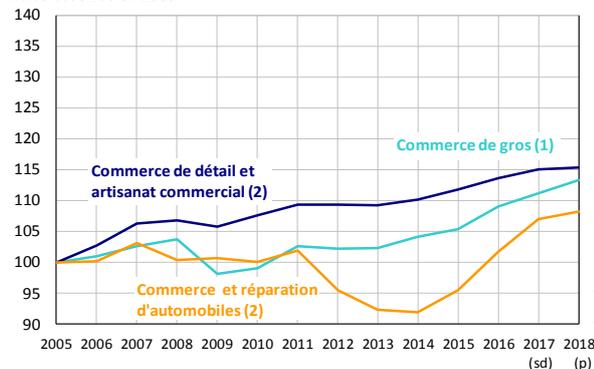
1 - Les ventes en valeur dans les secteurs commerciaux sont boostées par les prix

L'activité des secteurs commerciaux est contrastée en 2018. Les ventes continuent d'augmenter en volume mais de justesse chez les détaillants. Elles sont plus dynamiques en valeur dans l'ensemble des secteurs. En effet, les prix accélèrent, en particulier dans le commerce de gros (+ 2,6 %) mais aussi dans le commerce de détail et le commerce et la réparation d'automobiles (+ 1,8 % dans ces deux secteurs).

Graphique 2 : Ventes du commerce en volume et en valeur

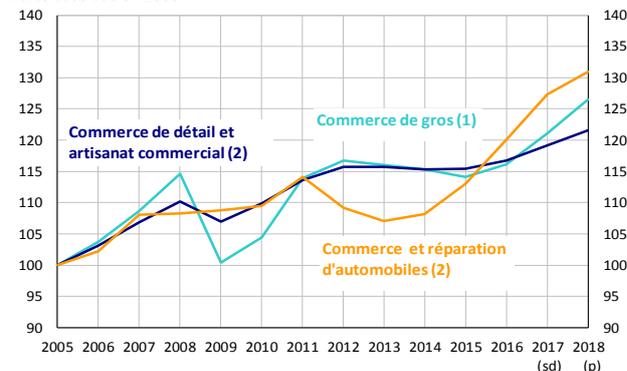
volume

indice base 100 en 2005



valeur

indice base 100 en 2005



(1) Ventes HT par secteur d'entreprise (2) Ventes TTC par forme de vente (secteur d'établissement)

(p) provisoire (sd) semi-définitif

Source : Insee, comptes du commerce.

1.1 - Commerce de gros : les ventes conservent la même vitalité qu'en 2017

En 2018, les ventes du commerce de gros et des intermédiaires du commerce s'élèvent à 809 milliards d'euros, dont 674 milliards pour le seul commerce de gros. Les ventes des grossistes sont dynamiques en volume (+1,9 % comme en 2017) et progressent vivement en valeur (+ 4,5 % après + 4,3 % en 2017). Les prix continuent à croître, en raison notamment de la hausse des prix des carburants.

L'activité du commerce de gros est dynamique dans la plupart des secteurs.

Après une année 2017 difficile, l'activité des grossistes en produits agricoles bruts et animaux vivants se redresse en 2018 (+ 1,5 % en volume, après - 4,5 % en 2017), notamment début 2018 grâce aux bonnes récoltes de céréales de 2017.

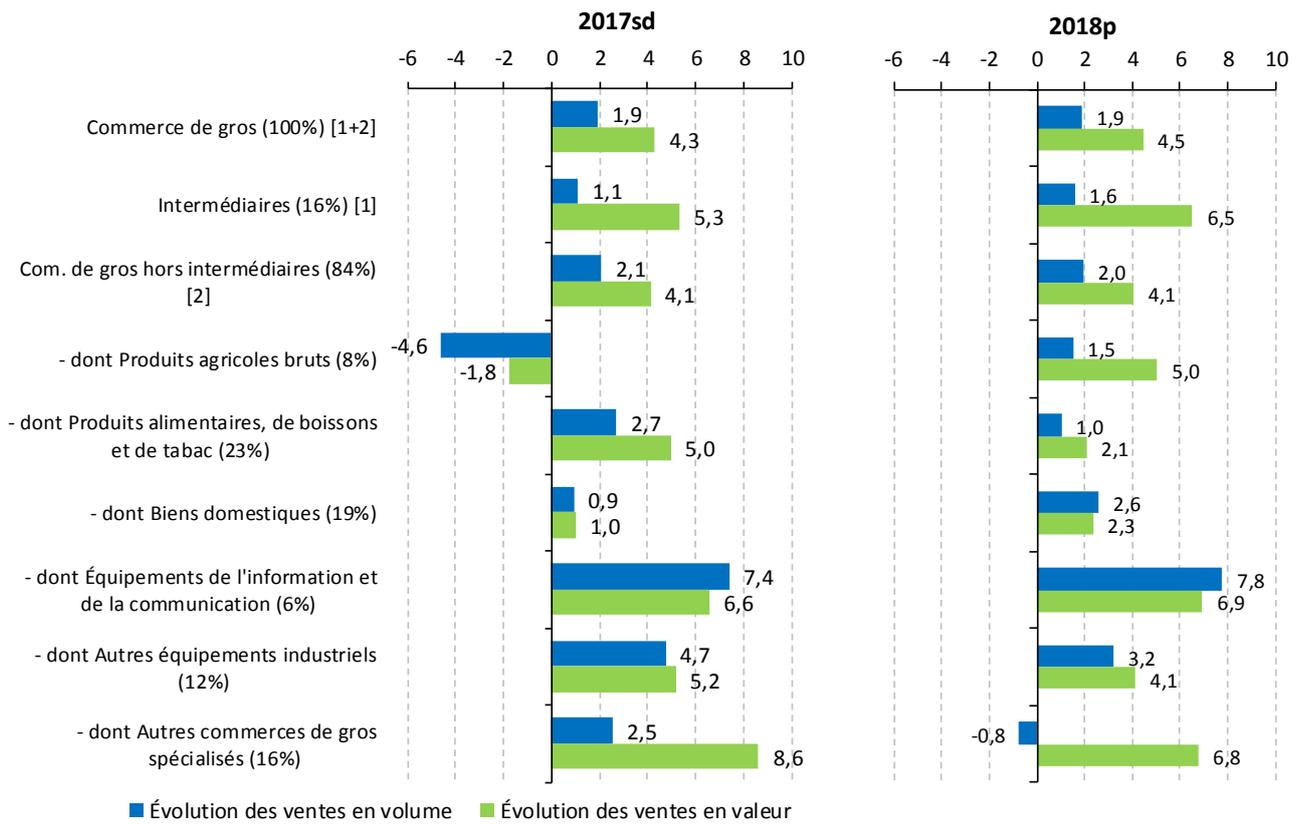
Premier contributeur de la croissance en 2018, comme en 2017, le commerce de gros de biens d'équipement est encore stimulé par l'investissement des entreprises, ces dernières déclarant subir des goulots de production. Ainsi, l'activité du commerce de gros d'équipements de l'information et de la communication reste soutenue en 2018 (+ 7,8 %, après + 7,4 % en 2017). En revanche, les ventes des grossistes en autres équipements industriels ralentissent (+ 3,2 % après + 4,7 %).

Comme en 2017, les ventes des négociants en produits alimentaires décélèrent en volume (+ 1,0 % après + 2,7 %). Les conditions climatiques défavorables ont freiné les ventes de fruits et légumes et de produits laitiers, tandis que les ventes de viande s'accroissent, portées par la consommation de viande hors domicile. Les prix de gros alimentaires augmentent à nouveau, tirés par les fruits et légumes, le cacao et le tabac.

Les ventes des grossistes en produits domestiques accélèrent, portées par les exportations de la plupart des produits, et en particulier des produits de luxe (parfumerie, joaillerie et vêtements), tandis que la consommation des ménages français diminue.

Seule l'activité des autres grossistes spécialisés se dégrade en 2018 (- 0,8 % en volume), pénalisée par les ventes de produits pétroliers. En effet, pour ces produits, les ventes diminuent dans les zones frontalières sous l'effet de la hausse des taxes au 1er janvier 2018 et les livraisons se sont repliées en décembre en raison des mouvements sociaux. Du fait de la hausse des prix des produits pétroliers, les ventes en valeur des seuls grossistes de combustibles contribuent à hauteur de 0,9 point à la hausse de l'ensemble du commerce de gros.

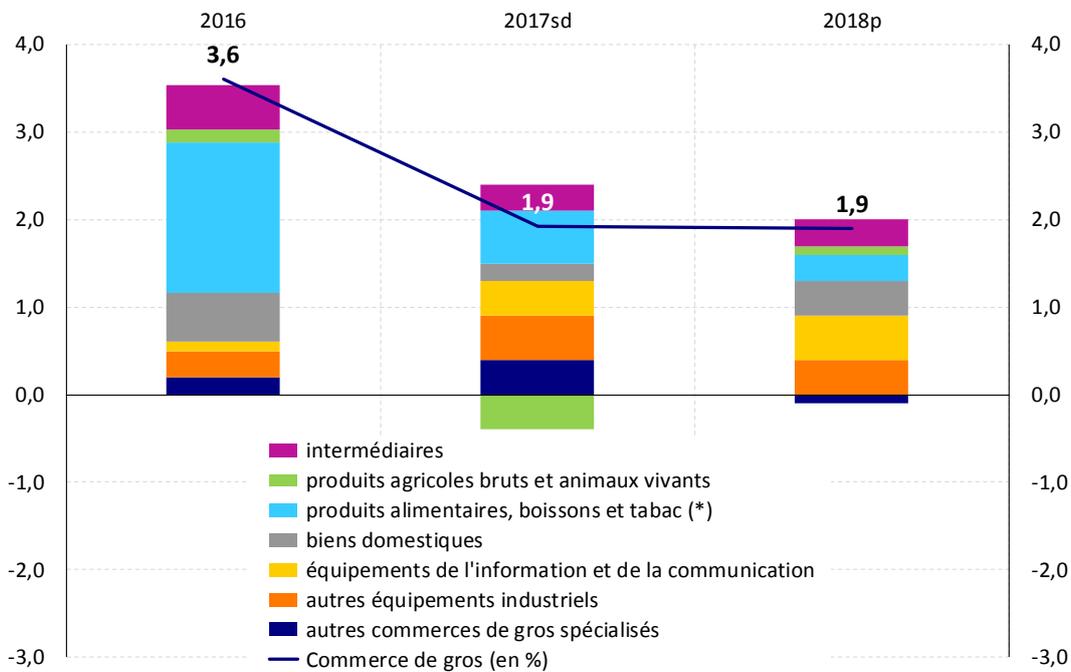
Graphique 3 : Ventes du commerce de gros, évolutions en 2017 et 2018 (en %)



(p) provisoire (sd) semi-définitif

Source : Insee, Comptes du commerce

Graphique 4 : Ventes du commerce de gros, contributions à l'évolution en volume (en points)



(p) provisoire (sd) semi-définitif

Source : Insee, comptes du commerce.

1.2 - Les ventes du commerce de détail ralentissent en volume dans un contexte de hausse des prix

Les ventes en volume des marchandises vendues au détail ralentissent nettement. En effet, la consommation des ménages décélère, dans un contexte d'accélération de la hausse des prix. Les prix des produits non alimentaires sont une nouvelle fois entraînés à la hausse par ceux des carburants (+ 1,8 % après + 1,0 % en 2017). Les prix alimentaires, et en particulier des fruits et légumes, accélèrent également (+ 2,1 % contre + 1,1 % en 2017). Ainsi, les ventes au détail s'élèvent à 518 milliards d'euros et augmentent de 2,1 % en valeur en 2018.

Le commerce hors magasin ralentit (+ 2,6 % en valeur, après + 5,5 %), en particulier sur la fin de l'année marquée par les blocages et manifestations des gilets jaunes. Le secteur n'aurait ainsi pas bénéficié d'un report des achats pour les fêtes de fin d'année en magasin vers la vente à distance.

- **Commerce alimentaire** : préférence croissante pour les petits commerces

De plus en plus de consommateurs déclarent désirer manger sain, mieux et responsable¹. Dans ce contexte, l'alimentaire spécialisé reste dynamique en 2018. En particulier, les ventes en « autres commerces de détail alimentaire en magasin spécialisé » (incluant notamment la plupart des enseignes bio) continuent leur ascension. Les ventes des petites surfaces généralistes (supérettes et alimentations générales) augmentent également. À l'inverse, elles se contractent dans les magasins de produits surgelés.

L'activité continue de décroître dans les grandes surfaces. Ces dernières représentent toujours près des trois quarts des ventes des magasins alimentaires. En 2018, les ventes de produits alimentaires résistent mieux dans ce type de magasin. En effet, les ventes de produits non alimentaires continuent de baisser fortement dans les hypermarchés comme dans les supermarchés, d'après l'enquête mensuelle sur l'activité des grandes surfaces alimentaires (Emagsa). Sur ce type de produits, la grande distribution souffre davantage de la concurrence de la vente à distance.

Les consommateurs se déclarent inquiets de l'impact de leur consommation de viande sur l'environnement et sur leur santé² et diminuent une nouvelle fois leurs achats de viande en 2018. Toutefois, la consommation de viande hors domicile aurait augmenté, ce qui expliquerait la hausse des ventes observée dans le commerce de gros. Les achats au détail de fruits et légumes diminuent légèrement. Cependant, les ventes de fruits et légumes chez les primeurs restent très dynamiques et celles des bouchers-charcutiers augmentent, les consommateurs semblant privilégier ces formes de vente pour ces produits. Les ventes de boissons non ou faiblement alcoolisées augmentent sensiblement, notamment grâce à un été propice à leur consommation, entre fortes chaleurs et Coupe du monde masculine de football, et à l'arrivée de nouveaux produits.

Commerce non alimentaire : quasi-stagnation du volume des ventes

Le commerce non alimentaire en magasin freine nettement en 2018 (+ 0,2 % en volume, après + 1,9 %). Ce ralentissement masque des disparités en fonction des secteurs.

Les ventes en grand magasin et bazar restent soutenues ; elles avaient déjà rebondi en 2017, bénéficiant du retour des touristes. Les ventes en magasin de culture et loisirs reculent fortement, essentiellement du fait des magasins de jouets, les difficultés de plusieurs réseaux d'enseigne (notamment la Grande Récré et Toys'R Us) ayant conduit à la fermeture de nombreux magasins. La concurrence du commerce électronique sur ce secteur, combinée à la baisse de la natalité en France et à la moindre fréquentation des magasins en fin d'année en raison des blocages et manifestations, pénalise les ventes en 2018. Les grandes enseignes du jouet ont particulièrement souffert alors qu'au contraire, les ventes augmentent dans les petits magasins. La baisse des ventes en magasin d'habillement-chaussure s'accélère. Ce recul est également visible sur la consommation des ménages, relativisant l'impact de la vente à distance sur cette baisse des ventes physiques. Les ventes en magasin d'équipement du foyer ralentissent, en grande partie en raison de la baisse marquée des ventes de meubles après trois années très dynamiques. Seules les ventes de meubles de cuisine continuent d'augmenter³.

Pour la deuxième année consécutive, le grand commerce⁴ progresse plus modérément que l'ensemble du commerce non alimentaire. Outre les grandes enseignes du jouet, les jardineries incluses dans le grand commerce ont également perdu des parts de marché en 2018.

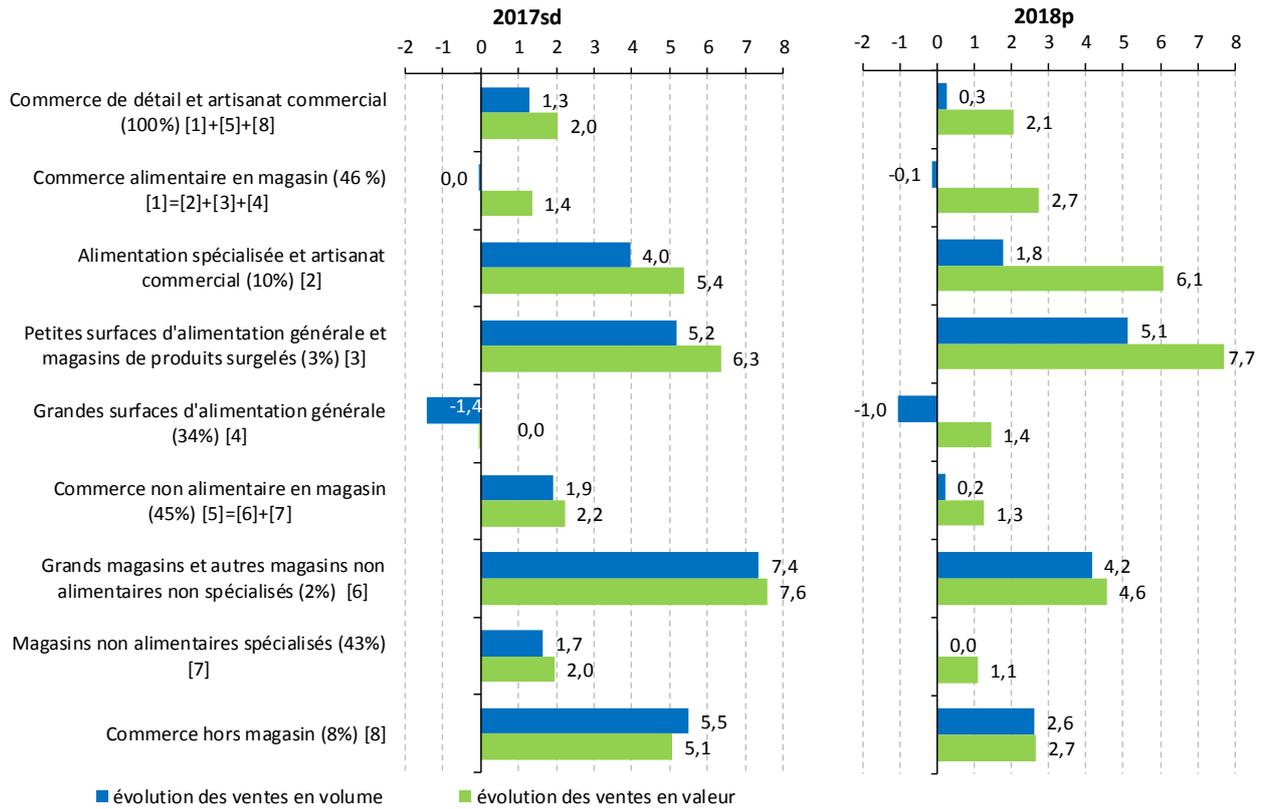
¹ Kantar Worldpanel - 2018 : un vent de révolte sur la grande consommation

² CREDOC - Consommation et modes de vie - septembre 2018

³ FNAEM

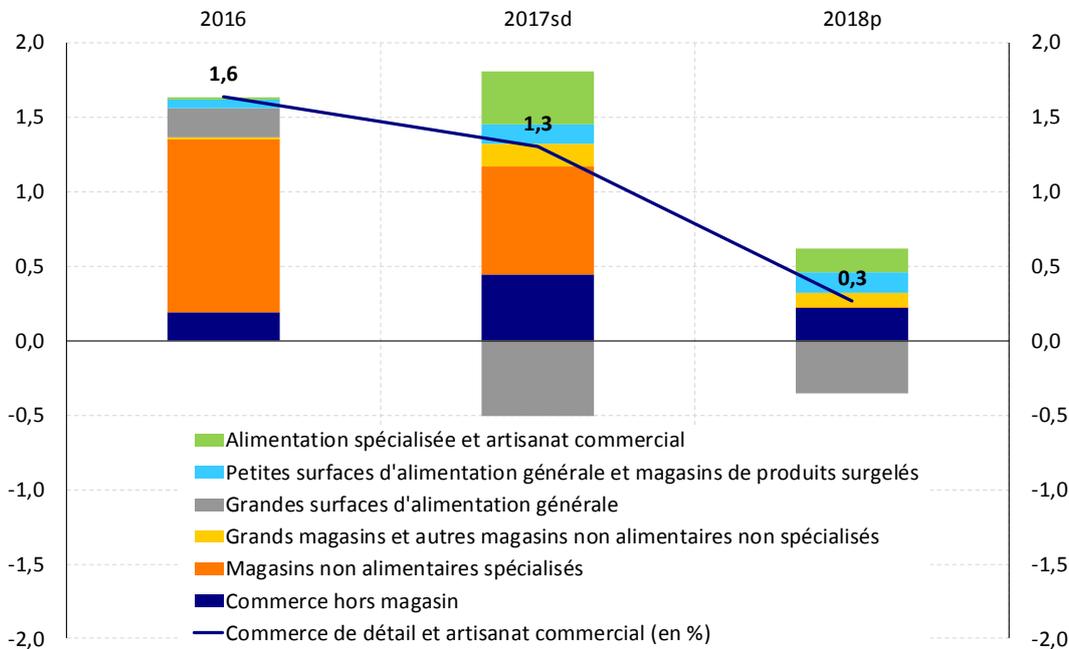
⁴ Voir chapitre II, page 41 pour la définition du grand commerce

Graphique 5 : Ventes du commerce de détail, évolutions en 2017 et 2018 (en %)



Source : Insee, Comptes du commerce

Graphique 6 : Ventes du commerce de détail, contributions à l'évolution en volume (en points)



(p) provisoire (sd) semi-définitif

Source : Insee, comptes du commerce.

1.3 - Ralentissement de l'activité du commerce et de la réparation d'automobiles

La situation du commerce et de la réparation de véhicules automobiles et de motocycles s'est nettement améliorée ces trois dernières années, en France comme dans l'ensemble des pays européens. En 2018, malgré un

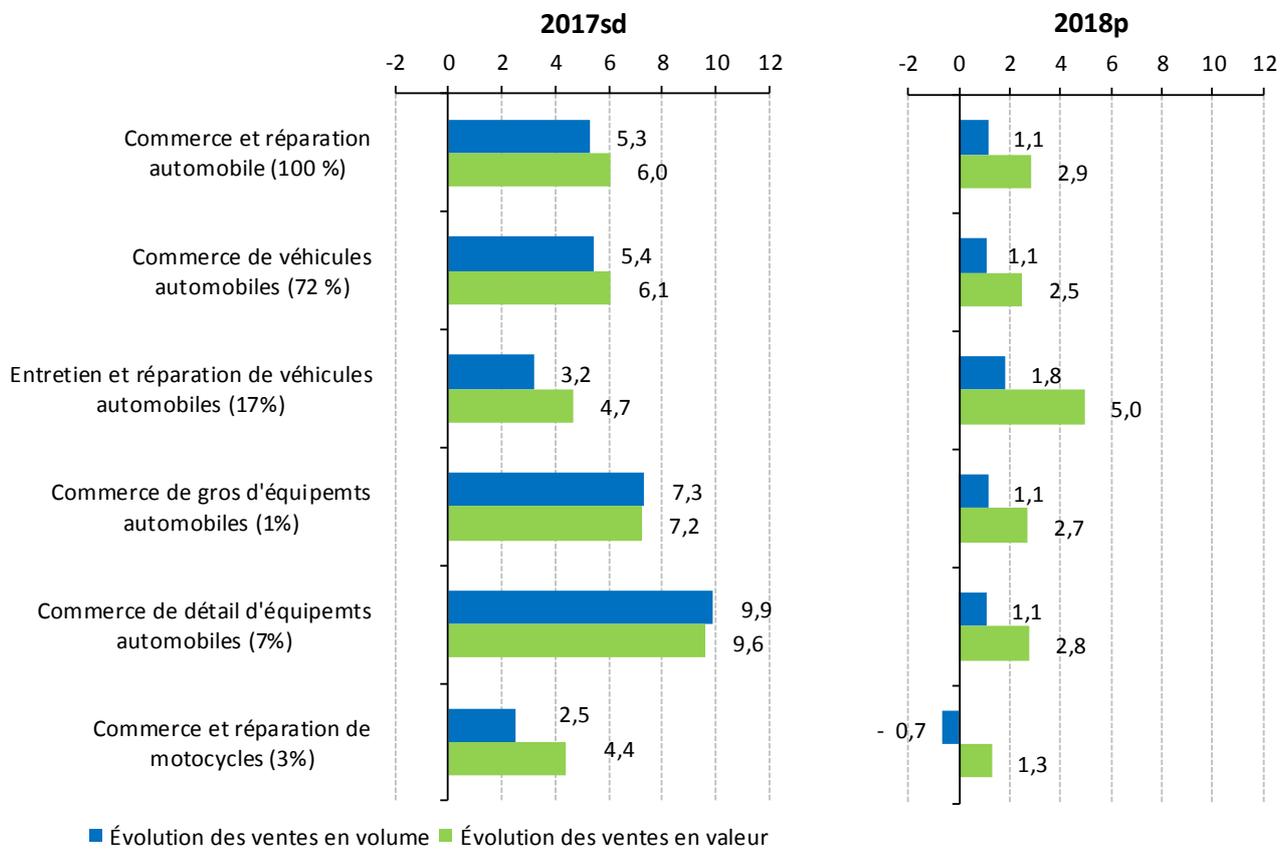
ralentissement, les ventes s'accroissent en valeur de 2,9 % pour atteindre 131 milliards d'euros. Les prix augmentent sensiblement, tirés à la hausse par les exigences accrues sur les normes anti-pollution.

L'activité est moins dynamique qu'en 2017 dans l'ensemble des secteurs. Les ventes du commerce automobile pèsent pour plus de 70 % du total des ventes. Elles contribuent pour seulement 0,8 point à la croissance d'ensemble du secteur. Les immatriculations de voitures particulières neuves ralentissent, particulièrement en fin d'année, à la suite de la mise en place de la nouvelle norme anti-pollution pour les véhicules neufs. De plus, la perspective de la revalorisation en janvier 2019 de la prime à la conversion a pu conduire certains ménages à différer leurs achats⁵. Les constructeurs de groupes français gagnent 3 points de part de marché pour atteindre 57,4 %, du fait du rachat d'Opel par le groupe PSA.

Le commerce d'équipement automobile freine également, après une année 2017 particulièrement dynamique.

Les ventes de motocycles reculent, malgré la hausse des immatriculations de motocyclettes (plus de 50 cm³). En effet, les immatriculations de cyclomoteurs (moins de 50 cm³) se contractent fortement (- 32,3 %), en lien avec l'application de la norme Euro 4 depuis le 1er janvier 2018.

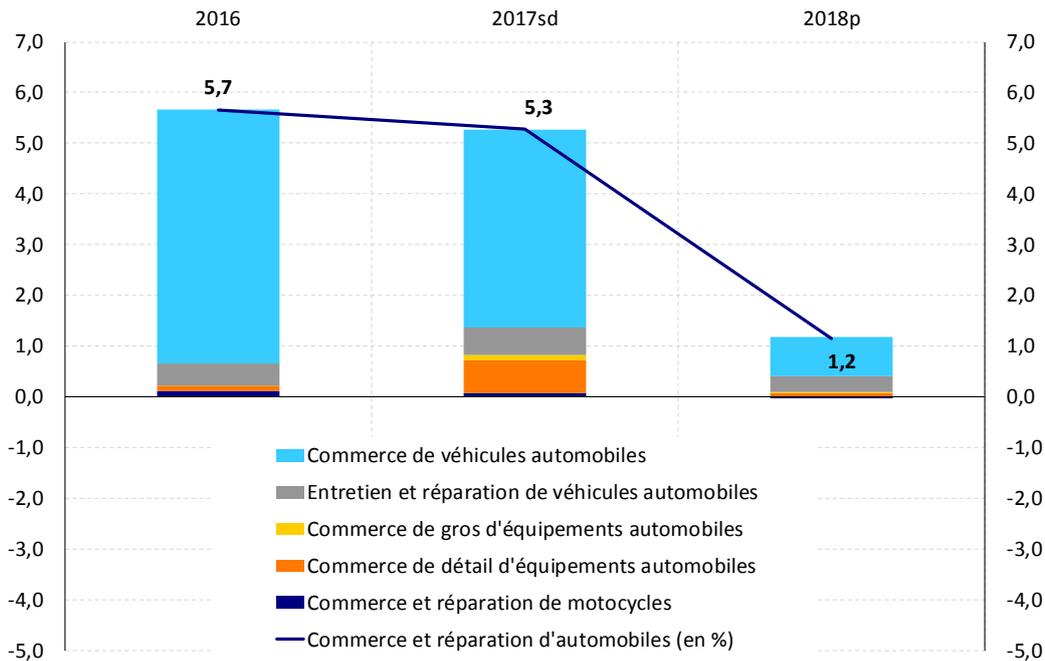
Graphique 7 : Ventes du commerce et de la réparation d'automobiles, évolutions en 2017 et 2018 (en %)



Source : Insee, Comptes du commerce

⁵ Éclairage note de conjoncture mars 2019 – Le secteur automobile européen a calé

Graphique 8 : Ventes du commerce et de la réparation d'automobiles, contributions à l'évolution en volume (en points)



(p) provisoire (sd) semi-définitif Source : Insee, comptes du commerce.

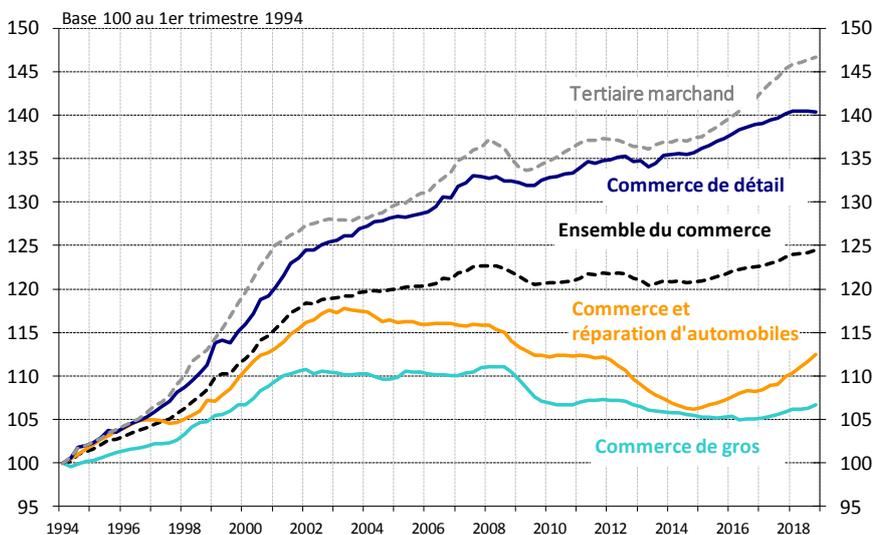
2 - L'emploi salarié croît modérément dans les secteurs commerciaux

En 2018, 3,2 millions de salariés travaillent dans le commerce ; ils représentent 20 % des salariés des secteurs principalement marchands. Les effectifs salariés augmentent en 2018 dans les trois secteurs commerciaux, à un rythme cependant toujours moins soutenu que dans le tertiaire marchand dans son ensemble (+0,6 % contre +1,2 %). Pour la première fois depuis 2008, le commerce de détail est le secteur qui contribue le moins à la hausse des effectifs du commerce.

Les 432 000 non-salariés représentent 14 % de l'emploi total des secteurs commerciaux hors intérim. Ils sont essentiellement présents dans le commerce de détail.

Le recours à l'intérim progresse moins vite en 2018 qu'en 2017, avec un total de 73 900 intérimaires fin 2018. Les intérimaires sont essentiellement présents dans le commerce de gros. Le poids de l'intérim dans l'emploi salarié est plus faible dans le commerce que dans les autres secteurs marchands, mais il augmente légèrement en 2018 dans un contexte de recul global du recours à l'intérim (-4 % sur les secteurs marchands).

Graphique 9 : Effectif salarié trimestriel dans les secteurs du commerce



Champ : France métropolitaine

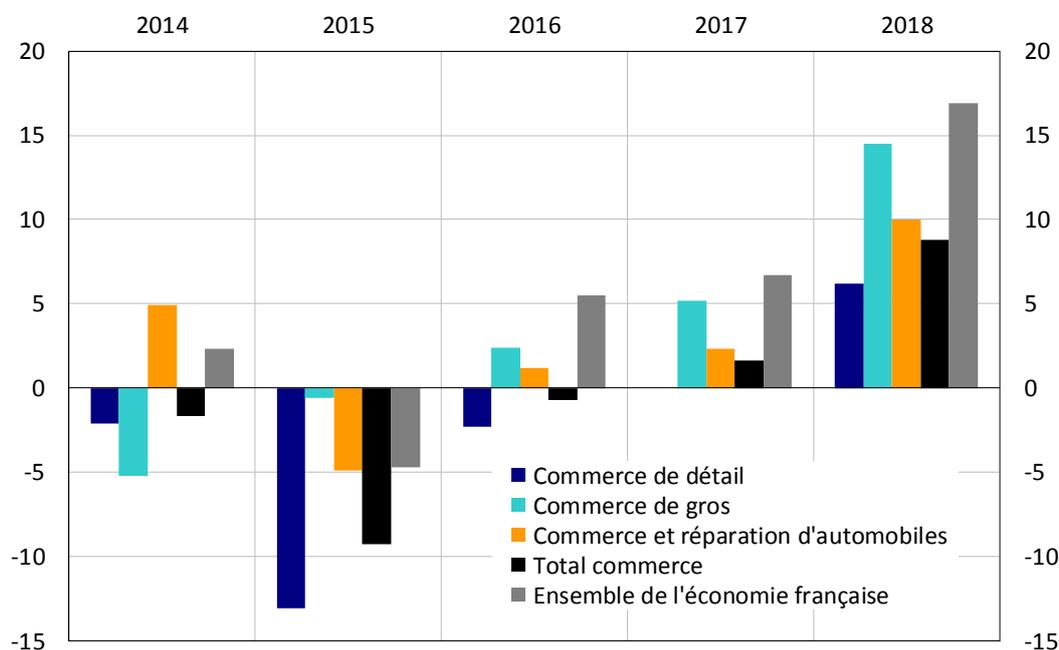
Source : Insee, estimations d'emploi

3 – L'accélération des immatriculations de micro-entrepreneurs dynamise les créations d'entreprises

En 2018, 109 600 entreprises commerciales, y compris artisanat commercial, ont été créées en France, soit 8,7 % de plus qu'en 2017. Cette hausse est principalement due à l'essor des immatriculations sous le régime du micro-entrepreneur (+ 21,4 % en 2018). Ce succès peut s'expliquer par les évolutions législatives entrées en vigueur depuis le 1^{er} janvier 2018, et notamment le doublement des plafonds de chiffre d'affaires permettant de bénéficier du régime fiscal simplifié de la micro-entreprise. Le nombre de créations d'entreprises classiques augmente également, essentiellement en raison des créations d'entreprises individuelles classiques. Dans le commerce, les créations sous forme de société sont en revanche moins nombreuses en 2018 qu'en 2017.

L'ensemble de ces créations représente 16 % de celles de l'économie française. Cette part reste élevée, mais diminue tendanciellement depuis 2011 ; les créations dans le commerce sont en effet parmi les moins dynamiques en France.

Graphique 10 : Évolution des créations de sociétés et d'entreprises individuelles (en %)



(1) y compris micro-entrepreneurs

Source : Insee, répertoire des entreprises et des établissements (Sirene)

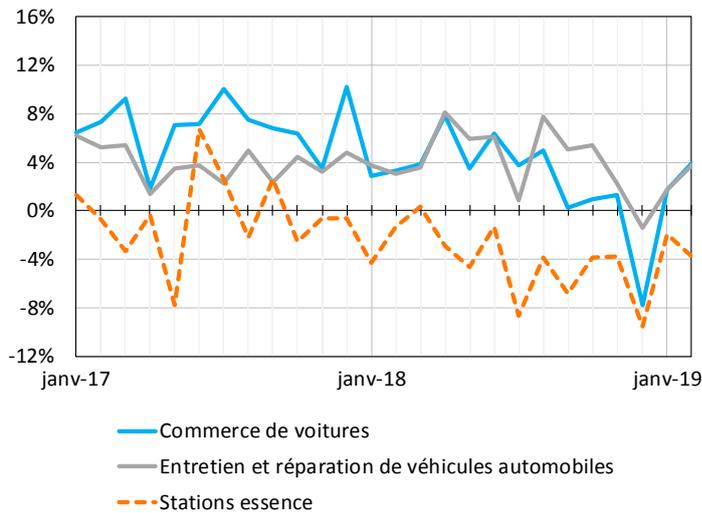
Encadré : La fin de l'année 2018

La fin de l'année 2018 a été marquée par le mouvement des gilets jaunes, qui a affecté l'activité commerciale en France de par les divers blocages routiers ainsi que les manifestations des samedis.

Comme le précisait la note de conjoncture de l'Insee de mars 2019, l'impact macroéconomique est relativement modéré, même si à un niveau localisé l'impact peut avoir été important. Les données récentes disponibles sur la France entière, basées sur les déclarations mensuelles de TVA des entreprises, ne permettent d'identifier que peu de secteurs dont les ventes ont significativement baissé en fin d'année. Toutefois, l'impact de ces événements ne peut être qu'approché, la situation contrefactuelle, c'est-à-dire la manière dont aurait évolué le volume des ventes en l'absence de manifestations, n'étant pas connue.

Graphique 11 – Volumes des ventes mensuelles dans le commerce et la réparation d'automobiles et les stations essence

Glissement annuel



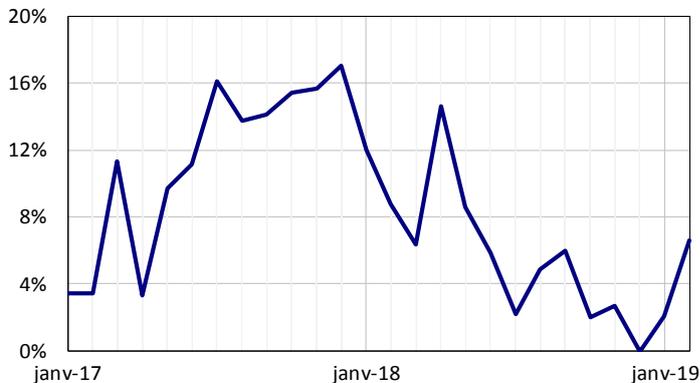
Dans le commerce automobile, un fort ralentissement des ventes est visible en décembre. Une partie de ce ralentissement peut être imputable aux difficultés d'accès aux concessionnaires, cependant, la nouvelle norme anti-pollution mise en place en septembre 2018 et la perspective de la revalorisation de la prime à la conversion en janvier 2019 ont probablement eu un impact important.

De leur côté, les stations essence ont vu leurs ventes significativement baisser en volume en décembre 2018.

Source : Insee, Volume des ventes mensuelles dans le commerce.

Graphique 12 – Volumes des ventes mensuelles dans la vente à distance (pure-players)

Glissement annuel

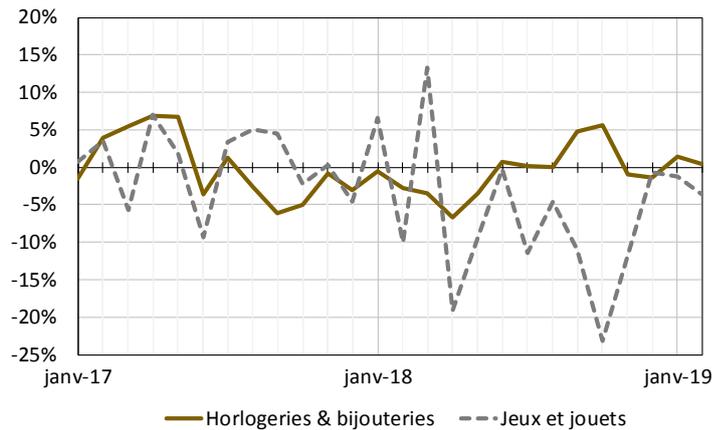


Le secteur de la vente à distance ne semble pas avoir bénéficié d'un report massif des achats en magasin vers les sites internet des pure-players. En novembre (mois qui bénéficie de la montée en puissance du Black Friday), les ventes du secteur de la vente à distance ont été dynamiques et sur la tendance observée depuis le début de l'année. Elles ont en revanche significativement baissé en décembre, retrouvant le niveau de ventes de décembre 2017.

Source : Insee, Volume des ventes mensuelles dans le commerce.

Graphique 13 – Volumes des ventes mensuelles dans le commerce de détail de jeux et jouets et d’horlogerie-bijouterie

Glissement annuel



Source : Insee, *Volume des ventes mensuelles dans le commerce*.

Dans le commerce de détail d'articles d'horlogerie et de bijouterie, qui a signalé des difficultés d'accès à ses magasins de centre-ville, les ventes ont été moins bonnes en novembre et décembre 2018 que sur les mêmes mois de 2017. Dans le commerce de jeux et jouets, les ventes de la fin de l'année 2018 s'inscrivent dans un contexte particulièrement difficile pour le secteur.

CHAPITRE I : LE COMMERCE DE GROS

Dans le commerce de gros, l'activité de l'année 2018 s'inscrit, en volume comme en valeur, dans la même vitalité que celle de 2017 (+ 1,9 % après + 1,9 % en volume et + 4,5 % après + 4,3 % en valeur). Cette nouvelle forte croissance en valeur permet au commerce de gros de franchir pour la première fois la barre des 800 milliards d'euros de ventes. Soutenus de nouveau par la remontée du prix du baril de pétrole brut de la mer du Nord (Brent), les prix du commerce de gros augmentent à un rythme proche de 2017 (+ 2,5 % après + 2,3 %). Encore une fois, le secteur du commerce de gros de combustibles est le premier contributeur à cette hausse.

Tableau 1 : Ventes de marchandises du commerce de gros H.T.

Secteurs	Evolution en volume (en %)			Evolution en valeur (en %)			Montant 2018p	
	2016	2017sd	2018p	2016	2017sd	2018p	en Md€	en %
C.G. de produits agricoles bruts	1,7	- 4,5	1,5	- 4,3	- 1,8	5,0	64,7	8,0
Céréales, tabac non manufacturé, semences et aliments pour le bétail	3,5	- 6,5	0,9	- 4,1	- 3,6	6,3	49,1	6,1
Autres produits (1)	- 4,0	1,4	3,4	- 4,9	4,2	1,3	15,6	1,9
C.G. de produits alimentaires, de boissons et de tabac	6,9	2,7	1,0	7,0	5,0	2,1	151,6	18,7
Produits frais (2)	1,0	2,3	- 0,7	1,1	6,6	2,6	66,0	8,2
Boissons (alcoolisées ou non)	5,6	4,1	3,4	6,0	4,7	4,4	28,1	3,5
Autres produits (3)	14,8	2,5	1,9	14,6	3,3	0,4	57,6	7,1
C.G. de biens domestiques	2,9	0,9	2,6	2,1	1,0	2,3	150,6	18,6
Produits pharmaceutiques	3,9	0,8	2,9	1,5	1,4	2,7	63,0	7,8
Autres produits (4)	2,1	1,0	2,4	2,6	0,7	2,1	87,6	10,8
C.G. d'équipements de l'information et de la communication	1,9	7,4	7,8	1,5	6,6	6,9	51,0	6,3
Ordinateurs, équipements informatiques périphériques et logiciels	0,8	7,8	8,5	1,3	7,8	8,2	33,5	4,1
Composants et équipements électroniques et télécommunication	3,8	6,5	6,5	2,0	4,3	4,7	17,5	2,2
C.G. d'autres équipements industriels	2,5	4,7	3,2	2,7	5,2	4,1	93,7	11,6
Équipements de bureau (5)	1,3	0,7	- 0,2	1,0	0,9	0,6	3,8	0,5
Matériel électrique	4,8	3,3	3,6	4,3	3,8	3,6	19,7	2,4
Autres équipements (6)	2,0	5,4	3,3	2,4	5,8	4,5	70,1	8,7
Autres C.G. spécialisés	1,2	2,5	- 0,8	- 3,3	8,6	6,8	135,6	16,8
Combustibles et produits annexes	- 0,9	1,0	- 2,4	- 8,5	14,0	14,5	45,6	5,6
Produits pour l'installation de l'habitat et de la construction (7)	1,5	4,9	1,2	1,5	5,4	2,9	51,9	6,4
Autres produits (8)	3,1	0,7	- 1,7	- 4,1	7,6	3,7	38,1	4,7
Commerce de gros hors intermédiaires (9)	3,6	2,1	2,0	1,9	4,1	4,1	674,2	83,3
Intermédiaires du commerce	3,1	1,1	1,6	0,7	5,3	6,5	134,8	16,7
dont centrales d'achats	4,1	0,4	1,6	1,6	4,7	6,7	117,8	14,6
Commerce de gros et intermédiaires	3,5	1,9	1,9	1,7	4,3	4,5	809,0	100,0

(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, chaussure, 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...

(9) Le commerce de gros non spécialisé n'apparaît pas dans ce tableau

(p) provisoire, (sd) semi-définitif

Source : Insee – Comptes du commerce.

Pour la deuxième année consécutive, le secteur du commerce de gros d'équipements de l'information et de la communication est le plus dynamique, avec une hausse de ses ventes en volume de + 7,8 % après + 7,4 %. En 2018, l'activité en volume des grossistes de produits agricoles bruts repart à la hausse (+ 1,5 % après - 4,5 %).

Les ventes de tous les grands secteurs du commerce de gros augmentent en volume en 2018, à l'exception des autres grossistes spécialisés (- 0,8 % après + 2,5 %).

1 - Produits agricoles bruts : les ventes renouent avec la croissance

En 2018, les ventes des grossistes en **produits agricoles bruts** se redressent en volume (+ 1,5 % après - 4,5 %). La remontée globale des prix en 2018 et les bonnes récoltes de fin 2017, qualitativement et quantitativement, soutiennent fermement les ventes en valeur (+ 5,0 % en 2018 après - 1,8 %).

Le secteur des produits agricoles bruts est essentiellement composé de grossistes en céréales et en animaux sur pied. 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 : une année pleine de contrastes

En 2018, les ventes des grossistes en **céréales et aliments pour bétail** progressent en volume (+ 0,9 % après - 6,5 %), s'appuyant notamment, début 2018, sur l'abondance des récoltes de la campagne 2017-2018. Néanmoins, côté production, les conditions météorologiques de l'année 2018 sont défavorables au développement des cultures (précipitations abondantes en janvier et mars, vague de froid en février, humidité des sols au printemps, et deuxième été le plus chaud depuis 1900 avec une pluviométrie déficitaire). Elles ont engendré une baisse significative des rendements. En conséquence, les productions céréalières auraient diminué de 9 % en 2018. Plus précisément, les récoltes françaises de blé tendre, de blé dur, d'orge et de maïs auraient baissé respectivement de 7 %, 17 %, 7 % et 14 %. De même, la production d'oléagineux aurait diminué de 11 % par rapport à 2017⁶.

Par ailleurs, le commerce de céréales s'inscrit fortement dans un marché mondial. Sur ce plan, l'année 2018 s'est scindée en deux périodes bien distinctes :

Si la récolte mondiale a été en léger recul sur la campagne 2017-2018, elle a été très abondante et de qualité dans les pays de la mer Noire (Russie et Ukraine). De plus, avec des stocks élevés de début de campagne, les disponibilités céréalières mondiales ont affiché un niveau record au premier semestre 2018 et continué de peser sur les cours mondiaux malgré une consommation record. La concurrence internationale induite par cette offre a limité les exportations françaises et a maintenu les prix en France à un niveau bas malgré la qualité du blé sur le premier semestre 2018⁷.

Pour la campagne 2018-2019, la récolte mondiale de céréales est attendue en recul pour la seconde année consécutive. Par contre, les stocks mondiaux de blé se réduiraient pour la première fois depuis cinq ans. Dès lors, face à cette offre plus faible et une demande toujours soutenue, les prix augmentent globalement sur l'année 2018 dans un contexte de tensions commerciales entre les États-Unis et la Chine⁷.

Portées par cette remontée des prix, notamment de celui du blé tendre, par les récoltes abondantes de 2017 et la forte progression des exportations, les ventes en valeur augmentent sensiblement : + 6,3 % en 2018 après - 3,6 %. Les exportations augmentent à destination notamment de l'Algérie, des Pays-Bas, de l'Arabie Saoudite et de la Belgique. Les importations, nettement plus faibles, se contractent d'environ 13 % et diminuent en provenance notamment du Canada et de l'Australie. Elles augmentent depuis l'Ukraine qui devient ainsi le deuxième fournisseur de céréales importées derrière les États-Unis⁸.

▪ Autres produits agricoles bruts : les ventes d'animaux vivants poursuivent leur élan

En 2018, les ventes en gros d'**autres produits agricoles bruts** augmentent de 3,4 % en volume et de 1,3 % en valeur, après, respectivement, + 1,4 % et + 4,2 %. Ces hausses sont à mettre au crédit du secteur des *animaux vivants*.

En effet, les ventes en volume de ce dernier s'accroissent de 4,0 % après + 1,9 %, tandis qu'elles décèlèrent en valeur (+ 1,7 % après + 4,9 %), du fait de la baisse des prix du marché en 2018.

⁶ Agreste Panorama – Bilan conjoncturel 2018 – décembre 2018.

⁷ Agreste Synthèses – Céréales, oléagineux et protéagineux – octobre 2018.

⁸ Le chiffre du commerce extérieur – Données produits : 0111 - Céréales – <https://lekiosque.finances.gouv.fr>.

Le commerce de gros des *fleurs et plantes* continue d'être en recul en volume et en valeur (respectivement – 0,4 % et – 0,3 % en 2018 après – 1,2 % et – 0,0 % en 2017), mais tend à se stabiliser.

Quant aux grossistes en *peaux et cuirs*, leurs ventes en volume et en valeur continuent de se dégrader en 2018 (respectivement – 5,5 % et – 6,0 % en 2018 après – 7,6 % et – 7,0 % en 2017).

2 - Produits alimentaires : ralentissement des ventes en volume et des prix

En 2018, les ventes du commerce de gros de **produits alimentaires** poursuivent leur décélération en volume (+ 1,0 % après + 2,7 %). Comme en 2017, les prix soutiennent toujours les ventes en valeur en 2018 (+ 2,1 % après + 5,0 %). Le commerce de gros de produits alimentaires, de boissons et de tabacs constitue le plus gros secteur du commerce de gros (intermédiaires compris) avec 152 milliards d'euros, soit un peu moins de 20 % de ce dernier. Dans les secteurs du commerce de gros de produits alimentaires, les prix sont orientés à la hausse, à l'exception notable de ceux du sucre, du café, et de la viande de boucherie. Par rapport à 2017, les hausses des prix les plus importantes sont celles des tabacs manufacturés, du cacao, des fruits et légumes frais.

En 2018, les échanges extérieurs de produits agricoles transformés progressent légèrement tant en exportations qu'en importations. En conséquence, l'excédent commercial reste relativement stable et atteint 6 milliards d'euros en 2018⁹.

▪ Produits frais : les ventes en volume en recul

Les ventes en volume des grossistes en **produits frais** diminuent en 2018 (– 0,7 % après + 2,3 %). À l'instar de 2017, les ventes en valeur sont soutenues par des prix toujours dynamiques (+ 2,6 % après + 6,6 %). Toutefois, les évolutions des ventes des grossistes en produits frais demeurent contrastées.

En 2018, les ventes des grossistes en *fruits et légumes* se stabilisent en volume (+ 0,0 % après + 3,4 %). Néanmoins, contrairement à l'année précédente, les prix sont en forte hausse et portent les ventes en valeur (+ 6,2 % après + 2,6 %). Les mauvaises conditions climatiques printanières ont été dommageables aux cultures de fruits et légumes. En conséquence, les récoltes ont été inférieures aux volumes abondants de 2017. Les fortes chaleurs de l'été et les productions ainsi réduites, françaises comme européennes, engendrent de fait la hausse des cours à la production des fruits et légumes dans leur ensemble¹⁰.

La reprise des ventes en volume des grossistes en *viande de boucherie* se confirme en 2018 (+ 2,1 % après + 0,5 %). Par contre, les ventes en valeur restent fragilisées par la baisse des prix. Ces derniers sont tirés à la baisse par les cours du porc et, dans une moindre mesure, celui des bovins. Par ailleurs, la consommation apparente (domicile et hors domicile) des viandes bovines et porcines repart à la hausse tandis qu'elle continue de se contracter pour la viande ovine¹⁰.

Les ventes en volume des grossistes en *volailles et gibiers* repartent à la hausse (+ 2,6 % après – 3,9 %). La hausse des prix soutient les ventes en valeur (+ 4,2 % après – 2,9 %). Ce rebond s'expliquerait par le retour à des niveaux plus habituels pour les abatages de la filière canard, marquée par la fin des épizooties d'Influenza aviaire qui ont sévèrement touché les élevages de palmipèdes en 2016 et 2017. De surcroît, les ventes de la filière dinde tendent à se maintenir après plusieurs années de déclin, et celles de la filière poulet restent dynamiques. Par ailleurs, la consommation apparente (domicile et hors domicile) de viande de volailles serait en hausse pour chacune des espèces (+ 3,5 % pour l'ensemble des volailles)¹¹.

Les ventes en gros de *produits laitiers, œufs, huiles et matières grasses comestibles* diminuent en volume (– 2,2 % après + 2,8 %). Plus modérée qu'en 2017, la hausse des prix soutient tout juste les ventes en valeur (+ 0,2 % après + 12,1 %). Côté production, malgré une amélioration des prix du lait, la collecte de lait de vache se stabilise (– 0,2 % par rapport à 2017)¹². Cependant, elle est en retrait depuis août 2018, en raison des différents épisodes de sécheresse et de leurs répercussions sur les difficultés d'affouragement ayant entraîné des réductions de cheptels. Par ailleurs, elle est à l'image des autres principaux producteurs mondiaux (Argentine, Australie, États-Unis, Nouvelle-Zélande et Union européenne) qui voient leur production également freinée par la sécheresse (importante en Australie) responsable d'un manque de fourrage¹⁰.

⁹ Agreste Conjoncture – Commerce extérieur agroalimentaire – février 2019.

¹⁰ Agreste Panorama – Bilan conjoncturel 2018 – décembre 2018.

¹¹ Agreste Conjoncture – Aviculture – avril 2019.

¹² Agreste Conjoncture – Lait – février 2019.

De même, face à cette collecte de lait moins dynamique, la production de produits laitiers s'est davantage tournée vers la fabrication de beurre et de fromages aux débouchés plus assurés. Les ressources laitières pourraient continuer de pâtir des conditions climatiques défavorables, contribuant ainsi à soutenir les cours des produits laitiers, ces derniers bénéficiant déjà d'une demande mondiale très soutenue¹³.

La production d'œufs de consommation se replie en 2018, en lien avec une diminution des mises en place de poulettes pondeuses. Après avoir connu une hausse exceptionnelle en 2017 suite à l'interdiction du friponil® dans certains pays, le prix des œufs baisse en 2018 mais reste élevé dans ce contexte de contraction de la production. Les exportations retrouvent leurs niveaux habituels d'avant la crise du fipronil®, et se replient à destination de la Belgique, des Pays-Bas et de l'Allemagne¹³.

En 2018, les ventes en volume des grossistes en *poissons et crustacés* sont stables (+ 0,0 % après - 0,6 %). Néanmoins, toujours portées par les prix, les ventes en valeur continuent de croître (+ 2,2 % après + 3,3 %).

▪ **Boissons : un bon cru pour les ventes**

Les ventes des grossistes en **boissons** augmentent en 2018, en volume (+ 3,4 % après + 4,1 %) comme en valeur (+ 4,4 % après + 4,7 %), la hausse des prix restant mesurée en 2018 comme en 2017.

Près des deux tiers des boissons commercialisées par les grossistes sont alcoolisées (hors cidre et bière qui représentent 10 %). Les évolutions sont donc déterminées en grande partie par le marché du vin et du champagne pour lesquels le commerce extérieur joue un rôle important.

En 2018, les exportations de vin se replient nettement en volume (- 6 %), conséquence des faibles récoltes de 2017, tandis qu'elles continuent de progresser en valeur (+ 3 %). Les ventes vers l'Union européenne se redressent et restent dynamiques à destination des pays tiers, aux États-Unis surtout, premier importateur de vins français en valeur. Toutefois, elles déclinent fortement à destination de la Chine¹⁴.

Enfin, côté production, la récolte viticole serait estimée à 49,5 millions d'hectolitres et augmenterait de 34 %, retrouvant ainsi un niveau élevé après la récolte historiquement basse de 2017 due au gel et à la sécheresse. Cette hausse de la production est commune à l'ensemble des vignobles européens, et notamment en Italie et Espagne, les deux autres plus gros pays producteurs européens et mondiaux¹⁵.

➤ **Autres produits alimentaires : décélération des ventes en volume**

Les ventes des grossistes des **autres produits alimentaires** décélèrent mais continuent de croître en volume en 2018 (+ 1,9 % après + 2,5 %). Globalement orientés à la baisse, les prix pèsent sur l'accroissement des ventes en valeur (+ 0,4 % après + 3,3 %).

En 2018, les ventes des grossistes en *sucre, chocolat et confiserie* augmentent fortement en volume (+ 14,8 % après + 1,1 %). Néanmoins, la forte baisse des prix freine les ventes en valeur (- 0,8 % après + 1,9 %). Dans un contexte de forte hausse de la production mondiale de sucre lors de la campagne 2017-2018 d'une part, et de l'augmentation des surfaces betteravières dans l'Union européenne (France, Allemagne, Pologne notamment) liée à la première campagne de fin des quotas sucriers d'autre part, les cours mondiaux de sucre se sont effondrés¹⁶.

Les ventes des grossistes en *café, thé, cacao et épices* rebondissent en volume (+ 4,4 % après - 4,8 %). Ce rebond est plus modéré en valeur (+ 0,8 % après - 4,2 %). Cependant, les cours du café et du cacao divergent : les cours du café pâtissent d'une récolte abondante et de la dépréciation de la monnaie du premier producteur d'arabica, le Brésil, affaiblie par la crise politique qui a secoué le pays. Encouragés par les cours du cacao extrêmement bas en début d'année 2018, les raffineurs de cacao se sont rués sur la récolte abondante, ce qui a conduit à un rebond des prix.

Enfin, les ventes en volume des grossistes en *produits surgelés* se replient (- 0,7 % après + 1,5 %). Les prix en légère hausse conduisent à une stabilité des ventes en valeur (+ 0,1 % après + 5,1 %).

3 - Biens domestiques : accélération des ventes

En 2018, les ventes en volume des grossistes en **biens domestiques** s'accroissent (+ 2,6 % après + 0,9 %). Cette accélération est aussi observée en valeur (+ 2,3 % après + 1,0 %), du fait des prix globalement stables en 2018. Avec plus de 150 milliards d'euros en 2018, les grossistes en biens domestiques représentent un peu moins de 20 % du commerce de gros (intermédiaires compris).

¹³ Agreste Panorama – Bilan conjoncturel 2018 – décembre 2018.

¹⁴ FranceAgriMer – Vins et spiritueux – Commerce extérieur Bilan 2018 – mars 2019.

¹⁵ Agreste Synthèses – Viticulture – février 2019.

¹⁶ FranceAgriMer – Marché du sucre – mars 2019.

➤ **Produits pharmaceutiques : les ventes en volume accélèrent**

Le commerce de gros de **produits pharmaceutiques** accélère aussi bien en volume (+ 2,9 % après + 0,8 %), qu'en valeur (+ 2,7 % après + 1,4 %). Sur le marché intérieur, le marché officinal progresserait de 2,1 %, dont +2,6 % pour les médicaments remboursables¹⁷.

En 2018, les exportations de produits pharmaceutiques continuent de progresser (+ 2,7 % après + 1,2 %), notamment à destination des États-Unis, premier client de la France, et de l'Italie. À l'inverse, les importations diminuent (- 1,1 % après + 3,6 %), notamment les achats de principes actifs en provenance d'Autriche. Ainsi, l'excédent des échanges extérieurs s'améliore nettement et franchit la barre des 4 milliards d'euros¹⁸.

▪ **Autres biens domestiques : les ventes en volume accélèrent également**

En 2018, chez les grossistes des **autres biens domestiques**, les ventes en volume accélèrent (+ 2,4 % après + 1,0 %). Cette accélération est aussi observée en valeur, du fait d'une légère contraction des prix semblable à 2017 (- 0,3 %). Néanmoins, les évolutions sont contrastées entre les sous-secteurs, tant pour les prix que pour les volumes.

Les ventes des grossistes en *habillement et chaussures* progressent à nouveau en volume en 2018 (+ 2,5 % après + 0,6 %). Les exportations d'habillement sont dynamiques (+ 7,5 %), notamment à destination de nos quatre grands voisins européens, alors que les importations le sont beaucoup moins (+ 2,9 %). Néanmoins, le déficit commercial de l'habillement ne se résorbe que très légèrement¹⁹.

En 2018, les volumes des ventes repartent à la hausse dans le commerce de gros de *l'électroménager* (+ 1,3 % après - 2,0 %). La baisse des prix se poursuit, conduisant à une stabilité des ventes en valeur (+ 0,1 % après - 4,4 %). En 2018, les exportations d'appareils ménagers progressent modérément (+ 0,9 %), tandis que les importations sont plus dynamiques (+ 1,8 %)²⁰.

Le commerce de gros de *parfumerie et de produits de beauté* bénéficie d'une conjoncture internationale très favorable, notamment pour les produits liés à l'industrie du luxe. Ainsi, les volumes des ventes progressent fortement (+ 5,7 % contre + 1,8 % en 2017), le léger recul des prix en 2018 (- 1,1 %), affectant peu la progression des ventes en valeur (+ 4,6 % contre + 1,8 % en 2017). À l'international, les exportations des parfums et cosmétiques progressent encore fortement (+ 6,7 % après + 10,8 %), notamment à destination des pays du Sud-Est asiatique (Singapour et Chine), et dans une moindre mesure à destination de nos grands voisins européens (Allemagne surtout) et des États-Unis. Les importations, trois fois moins importantes, suivent la même tendance et progressent fortement en 2018 (+ 4,4 %), notamment en provenance de nos proches voisins européens (excepté Outre-Manche), et des États-Unis. Ainsi, en 2018, l'excédent commercial augmente vivement (+ 7,7 % après + 13,2 %) et dépasse dorénavant la barre des 11 milliards d'euros²¹.

Les ventes de *l'horlogerie-bijouterie* se stabilisent en volume en 2018 (- 0,2 % après - 3,6 %), comme en valeur (- 0,2 %) du fait de la stagnation des prix (hausse des cours des métaux précieux et baisse des prix à l'export des articles de joaillerie et bijouteries fantaisie). La production d'horlogerie-bijouterie-joaillerie-orfèvrerie augmente substantiellement de + 12 %, après + 6 % en 2017. Sur le marché intérieur, les ventes en volume reculent, que ce soit pour les montres, les bijoux en or et les bijoux en argent. Ce recul est commun aux boutiques de centre-ville et à celles des centres commerciaux, touchées par les mouvements sociaux en fin d'année 2018. À l'international, les exportations et les importations sont plus dynamiques pour les bijoux (joaillerie et fantaisie) que pour l'horlogerie. Les exportations progressent vivement (+ 8 %), les importations plus modérément (+ 2 %). Ces hausses sont principalement dues aux échanges extérieurs avec la Suisse, premier partenaire commercial de la France dans ce secteur²².

En 2018, les ventes des *autres biens domestiques* décélèrent (+ 1,1 % après + 2,9 %). Ce secteur comprend les grossistes d'articles de maroquinerie et d'accessoires de voyage, qui bénéficient d'une bonne conjoncture internationale pour les produits liés à l'industrie du luxe. Aussi en 2018, les exportations d'articles de voyages et de maroquinerie progressent vivement (+ 11,1 %) notamment à destination du Sud-Est asiatique (Singapour, Hong-Kong et la Chine), des États-Unis et de l'Italie. Les importations, presque deux fois moins importantes, augmentent

¹⁷ IQVIA – Analyse mensuelle du marché des médicaments – janvier 2019.

¹⁸ Le chiffre du commerce extérieur – Données produits : CF - Produits pharmaceutiques – <https://lekiosque.finances.gouv.fr>.

¹⁹ Le chiffre du commerce extérieur – Données produits : C14Z - Articles d'habillement – <https://lekiosque.finances.gouv.fr>.

²⁰ Le chiffre du commerce extérieur – Données produits : C27A - Appareils ménagers – <https://lekiosque.finances.gouv.fr>.

²¹ Le chiffre du commerce extérieur – Données produits : C20B - Parfums, cosmétiques – <https://lekiosque.finances.gouv.fr>.

²² Franceclat – Ecostat : les ventes d'horlogerie-bijouterie en France en 2018 – février 2019.

également de + 5,1 %. L'excédent commercial des articles de voyages et de maroquinerie s'améliore en 2018, et franchit la barre des 3 milliards d'euros²³.

4 - Équipements de l'information et de la communication : des ventes toujours très dynamiques

En 2018, la dynamique des ventes en volume des grossistes en **équipements de l'information et de la communication** est toujours aussi remarquable (+ 7,8 % après + 7,4 %). Le léger recul des prix altère peu l'accroissement des ventes en valeur (+ 6,9 % après + 6,6 %). Ce fort dynamisme s'observe dans les deux sous-secteurs.

En effet, les ventes des grossistes en *ordinateurs, équipements informatiques périphériques et logiciels*, gagnent 8,5 % en volume et 8,2 % en valeur. Malgré un marché mondial soumis aux tensions commerciales entre les États-Unis et la Chine d'une part, et en récession depuis 2013 pour les ventes mondiales d'ordinateurs « classiques » d'autre part, les livraisons de PC ont tout de même progressé de + 1,7 % dans les pays de la région EMEA (Europe-Moyen-Orient-Afrique)²⁴.

Comme en 2017, cette forte croissance des ventes provient du secteur professionnel grâce aux mises à niveau des PC, liées au renouvellement des machines et à l'arrivée du système d'exploitation Windows 10[®]. Les entreprises font donc de nouveau plus que compenser le recul des achats des particuliers.

En 2018, la tendance est aussi favorable pour les grossistes en *composants et équipements électroniques et de télécommunication* : leurs ventes s'accroissent de 6,5 % en volume et 4,7 % en valeur.

La forte croissance des *télécommunications* est portée principalement par les ventes de smartphones avec le lancement de plusieurs nouveaux modèles sur le marché, à la fois de la part des leaders du secteur mais aussi suite à l'entrée sur le marché français de nouvelles marques²⁵.

La pénurie mondiale de composants électroniques débutée en 2017 continue de sévir en 2018. La multiplication des objets connectés et des applications électroniques (conduite autonome, drone, smartphone, data-centers, ...) stimule la demande et les ventes des grossistes français du marché de la distribution des composants électroniques. L'ensemble des acteurs de la profession (ACSIEL pour les fabricants, SNESE pour les sous-traitants et SPDEI pour les distributeurs de composants) se mobilise. Cette situation pourrait perdurer avec le développement de la 5G, de la voiture électrique et de l'internet des objets²⁶.

5 - Autres équipements industriels : les ventes continuent de s'accroître

Dans ce secteur, les trois quarts des ventes concernent des **équipements industriels** liés à la production, 21 % du matériel électrique et 4 % du mobilier et de l'équipement de bureau.

Pour satisfaire les besoins en biens d'équipement des entreprises en France, les grossistes en biens d'équipement industriel ont recours aux importations notamment pour les équipements de bureau. En 2016, les importations représentaient 37 % des achats des grossistes du secteur. La part des exportations dans les ventes de ces mêmes grossistes est moindre (16 %).

La reprise, entamée en 2015, se poursuit à un rythme plus modeste. En 2018, les ventes en volume augmentent de 3,2 % après 4,7 % en 2017. La légère hausse des prix appuie la croissance des ventes en valeur (+ 4,1 % après + 5,2 %).

▪ Équipements de bureau : les ventes en volume se stabilisent

En 2018, l'activité des grossistes en *équipements de bureau* baisse légèrement en volume (- 0,2 % après + 0,7 %). Avec une hausse limitée des prix, les ventes en valeur ralentissent (+ 0,6 % après + 0,9 %). Les importations de

²³ Le chiffre du commerce extérieur – Données produits : 1512 - Articles de voyage, maroquinerie – <https://lekiosque.finances.gouv.fr>.

²⁴ Gartner via ZDNet.fr/chiffres-cles – le marché des PC.

²⁵ SGI (Syndicat des grossistes informatiques) en partenariat avec Context – le marché de la distribution it en 2018.

²⁶ Vipress.net – La profession se mobilise pour lutter contre la pénurie de composants.

machines et équipements de bureau (à l'exclusion des ordinateurs et des équipements périphériques) restent assez stables pour l'ensemble des partenaires commerciaux, Chine et Japon en tête²⁷.

▪ **Matériel électrique : les ventes toujours dynamiques**

Dans le commerce de gros de *matériel électrique*, les ventes en volume augmentent comme en 2017 (+ 3,6 % après + 3,3 %). Avec des prix atones en 2018, cet accroissement est semblable en valeur (+ 3,6 % après + 3,8 %). À l'international, les exportations de matériel électrique progressent également (+ 2,0 %), à destination de l'ensemble des principaux partenaires commerciaux de la France, Allemagne et Espagne en tête. Les importations, un peu plus importantes, progressent fortement en 2018 (+ 4,2 %), notamment en provenance de Corée du Sud, du Japon et, globalement, de l'ensemble des principaux partenaires commerciaux, Chine et Allemagne en tête. Dès lors, le déficit commercial se creuse un peu plus en 2018, pour avoisiner les 3 milliards d'euros²⁸.

▪ **Autres équipements : des ventes de machines toujours soutenues**

En 2018, les ventes des grossistes en *autres biens d'équipement* ralentissent mais restent très dynamiques. En effet, les ventes en volume et valeur se maintiennent à un rythme élevé (respectivement + 3,3 % en volume et + 4,5 % en valeur, après respectivement + 5,4 % en volume et + 5,8 % en valeur, en 2017). Ces fortes hausses des ventes sont générales à l'ensemble des sous-secteurs.

En 2018, l'activité des grossistes en *matériel agricole* poursuit sa reprise entamée en 2017, aussi bien en volume (+ 4,6 % après + 1,4 %) qu'en valeur (+ 7,1 % après + 2,2 %). Les exportations de machines agricoles et forestières progressent encore fortement en 2018 (+ 7,7 % après + 9,6 %), notamment à destination de l'Outre-Rhin et de l'Outre-Manche. Les importations, légèrement supérieures, repartent fortement à la hausse (+ 23,3 %), notamment en provenance de l'Allemagne, du Royaume-Uni, de l'Autriche et de la Belgique²⁹.

Les ventes en volume des grossistes en *machines-outils* ralentissent nettement en 2018 (+ 1,5 % après + 10,5 %). La stabilité des prix infère des évolutions assez semblables en valeur. Dans un climat mondial favorable, les grossistes français en machines-outils profitent également de l'investissement toujours soutenu des entreprises françaises et des taux d'intérêt historiquement bas.

Les ventes en gros de *matériel pour l'extraction, la construction et le génie civil* bénéficient aussi de ce contexte porteur. En 2018, les ventes des grossistes de ce secteur s'accroissent de 6,2 % en volume et 4,1 % en valeur. Les mises en chantier de logements diminuent en 2018 après deux très bonnes années (- 4,0 % après + 14,3 % et + 10,3 %). Par ailleurs, les mises en chantier de locaux non résidentiels suivent la même tendance de décélération (+ 2,1 % après + 5,8 %)³⁰.

Cette conjoncture est également propice aux grossistes en *fournitures et équipements industriels divers*, et ceux en *fournitures et équipements divers pour le commerce et les services*, dont les ventes s'intensifient en volume comme en valeur (respectivement + 2,6 % et + 2,4 % en volume et + 3,7 % et + 3,4 % en valeur).

6 - Commerce de gros spécialisé : les ventes en volume à l'arrêt

Le secteur des **autres commerces de gros spécialisés** est composé essentiellement de grossistes en combustibles et en biens intermédiaires non agricoles.

En 2018, les ventes en volume de ce secteur baissent (- 0,8 % après + 2,5 %). À l'instar de l'année 2017, les prix remontent vigoureusement en 2018, notamment ceux des combustibles, des minerais et métaux, des produits chimiques, du bois brut et des matières plastiques. Ainsi, ces hausses de prix dopent les ventes en valeur (+ 6,8 % après + 8,6 %).

▪ **Combustibles et produits annexes : baisse des livraisons de produits pétroliers**

²⁷ Le chiffre du commerce extérieur – Données produits : 2823 - Machines et équipements de bureau (à l'exclusion des ordinateurs et équipements périphériques) – <https://lekiosque.finances.gouv.fr>.

²⁸ Le chiffre du commerce extérieur – Données produits : C27B - Matériel électrique – <https://lekiosque.finances.gouv.fr>.

²⁹ Le chiffre du commerce extérieur – Données produits : C28B - Machines agricoles et forestières – <https://lekiosque.finances.gouv.fr>.

³⁰ SDES (Service de la donnée et des études statistiques) : construction de logements/locaux non résidentiels – <https://www.statistiques.developpement-durable.gouv.fr/logement>.

L'année 2018 est à nouveau marquée par la remontée du cours du baril de Brent : passant en moyenne de 48,6 euros par baril en 2017 à 60,2 euros en 2018, le cours du Brent augmente de 24 %³¹. Cette poussée des prix de l'or noir soutient vivement les ventes en valeur des grossistes en *combustibles et produits annexes* (+ 14,5 % après + 14,0 %). Cependant, les ventes en volume se replient en 2018 (- 2,4 % après + 1,0 %).

Sur le marché intérieur, les livraisons de carburants routiers sont en baisse de 1,7 %. Au total, les livraisons de produits pétroliers s'établissent à - 2,2 %. Plusieurs facteurs peuvent expliquer principalement cette tendance : l'érosion des ventes dans les zones frontalières compte tenu de l'augmentation des taxes au premier janvier 2018 et la très forte baisse des livraisons de produits pétroliers au mois de décembre liée aux mouvements sociaux. Enfin, même si la consommation de gazole reste très majoritaire dans les livraisons, elle baisse en 2018, au contraire de celle des supercarburants³².

Côté commerce extérieur, la facture énergétique continue de se dégrader. Les importations d'hydrocarbures naturels et de produits pétroliers raffinés progressent à nouveau fortement, uniquement en lien avec la remontée du cours du pétrole. Les approvisionnements de pétrole brut progressent particulièrement en provenance de l'Arabie Saoudite (+ 46 %), de la Russie (+ 29 %), ainsi que, plus modestement, depuis le Nigéria, la Libye, l'Algérie, les États-Unis et l'Irak. Au contraire, les importations diminuent en provenance de l'Iran, de la Norvège, du Kazakhstan et du Royaume-Uni³³. Par ailleurs, les importations de gaz naturel, liquéfié ou gazeux progressent également, notamment en provenance de Norvège et de Russie transitant par la Belgique et l'Allemagne³⁴. Enfin, les importations de produits pétroliers raffinés repartent à la hausse en provenance de l'Arabie Saoudite et de la Russie principalement, ainsi que, plus modestement, depuis l'Inde, la Belgique et les Émirats Arabes Unis³⁵.

Les exportations de produits énergétiques sont beaucoup plus faibles que les importations, elles repartent aussi fortement à la hausse, essentiellement à destination de nos proches voisins européens (notamment vers la Belgique, l'Allemagne et l'Espagne pour les produits de raffinage de pétrole, et vers l'Italie, en transit, pour le gaz).

Cependant, ces progressions très fortes s'expliquent essentiellement par la forte hausse des prix (baril de Brent et gaz), les quantités importées et exportées reculant faiblement.

▪ **Produits pour l'installation de l'habitat et la construction : des ventes en progression**

En 2018, les ventes des grossistes en *produits pour l'installation de l'habitat et la construction* ralentissent sensiblement en volume (+ 1,2 % après + 4,9 %) et en valeur (+ 2,9 % après + 5,4 %). Ces évolutions s'observent dans les quatre sous-secteurs, même si elles sont plus marquées pour les grossistes *d'appareils sanitaires et de produits de décoration*.

Le tassement conjoncturel de la construction entraîne la décélération de l'activité de l'ensemble des grossistes en *produits pour l'installation de l'habitat et la construction*.

▪ **Autres produits intermédiaires : recul des ventes en volume**

En 2018, les ventes en volume des *autres grossistes en biens intermédiaires* diminuent (- 1,7 % après + 0,7 %). En revanche, la forte hausse des prix accroît les ventes en valeur (+ 3,7 % après + 7,6 %).

Les principaux débouchés des grossistes en *minerais et métaux* sont les branches industrielles productrices de ces produits, ainsi que la construction automobile, la construction et la fabrication de matériel électrique. En 2018, les ventes en volume des grossistes en *minerais et matériaux* diminuent (- 2,6 % après + 4,8 %). Néanmoins, la remontée des prix soutient les ventes en valeur (+ 2,2 % après + 13,4 %).

À l'international, les exportations de produits métallurgiques et métalliques décélèrent vivement (+ 2,9 % après + 12,4 %), notamment à destination de l'Outre-Atlantique, du Royaume-Uni et de l'Italie. Les importations, plus importantes, ralentissent tout en continuant de progresser (+ 5,0 % après + 12,9 %), notamment en provenance de nos trois grands voisins européens limitrophes, des États-Unis et de la Chine. Ainsi, en 2018, le déficit commercial se creuse encore un peu plus, et dépasse dorénavant la barre des 8 milliards d'euros³⁶.

En 2018, les ventes en volume des grossistes de *produits chimiques* repartent timidement à la hausse (+ 0,3 % après - 1,9 %). Cependant, du fait du redressement des prix, l'amélioration des ventes en valeur est notable (+ 6,1 % après + 5,1 %).

³¹ Le commerce extérieur de la France en 2018 – Le bilan annuel – <https://lekiosque.finances.gouv.fr>.

³² Ufip (Union Française des industries pétrolières) – La consommation française de produits pétroliers en 2018.

³³ Le chiffre du commerce extérieur – Données produits : 0610 - Pétrole brut – <https://lekiosque.finances.gouv.fr>.

³⁴ Le chiffre du commerce extérieur – Données produits : 0620 - Gaz naturel, liquéfié ou gazeux – <https://lekiosque.finances.gouv.fr>.

³⁵ Le chiffre du commerce extérieur – Données produits : C19Z - Produits pétroliers raffinés et coke – <https://lekiosque.finances.gouv.fr>.

³⁶ Le chiffre du commerce extérieur – Données produits : CH - Produits métallurgiques et métalliques – <https://lekiosque.finances.gouv.fr>.

Les ventes des grossistes en *autres produits intermédiaires (caoutchouc, matières plastiques, papiers et cartons)* reculent à nouveau en 2018 (– 3,8 % après – 1,3 %). Le redressement des prix du secteur limite le ralentissement des ventes en valeur (+ 2,5 % après + 3,8 %).

À l'international, les exportations de *produits chimiques de base, produits azotés, matières plastiques et caoutchouc synthétique* décélèrent de façon abrupte (+ 0,5 % après + 8,2 %), et diminuent notamment à destination de l'Italie, de la Corée du Sud et de la Turquie. Au contraire, elles progressent tout de même à destination de la Chine, de la Belgique et de l'Allemagne. Les importations, un peu plus importantes, décélèrent plus modérément (+ 4,0 % après + 8,7 %). Néanmoins, elles continuent de progresser en provenance, globalement, de l'ensemble des principaux partenaires commerciaux, Allemagne en tête. Dès lors, le déficit commercial se creuse un peu plus, pour avoisiner les 2 milliards d'euros en 2018³⁷.

7 - Intermédiaires : le prix de l'or noir soutient les ventes en valeur

En 2018, les ventes de marchandises des **intermédiaires du commerce** s'accroissent en volume (+ 1,6 % après + 1,1 % en 2017). Cet accroissement modéré en volume, imputable à la forte hausse des prix du pétrole, est important en valeur (+ 6,5 % après + 5,3 %). En 2018, les ventes des intermédiaires s'établissent à 135 milliards d'euros, soit un sixième des ventes du commerce de gros.

Les ventes des *centrales d'achat* accélèrent en volume (+ 1,6 % après + 0,4 %).

Parmi les *centrales d'achat non alimentaires*, les *centrales d'achat de carburant* s'inscrivent dans un marché aux contraintes et aux logiques spécifiques. Ainsi, à l'instar des grossistes en combustibles et produits annexes, les ventes des *centrales d'achat de carburant* diminuent légèrement en volume (– 0,5 % après + 1,1 %) et leurs ventes en valeur augmentent de façon très marquée (+ 12,7 % après + 10,3 %).

Pour les *autres centrales d'achat non alimentaires*, les ventes restent en hausse aussi bien en volume qu'en valeur (respectivement + 5,2 % et + 6,6 %).

L'augmentation mesurée des prix de certaines denrées alimentaires conduit à un accroissement des ventes en volume des *centrales d'achat alimentaires* (+ 1,7 % après – 0,8 %), ainsi qu'à une accélération de leurs ventes en valeur (+ 3,0 % après + 1,7 %).

Le secteur des *intermédiaires du commerce* est composé en majorité de petites entreprises. Toutefois, parmi elles, certaines sont filiales de groupes leaders dans l'agroalimentaire, la grande distribution, les produits pharmaceutiques ou encore l'électronique et 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. Les centrales d'achat vendent principalement des marchandises (plus de 80 % de leur chiffre d'affaires en moyenne) alors que les autres intermédiaires facturent davantage de services commerciaux.

Aussi, en dehors des centrales d'achat, les ventes des intermédiaires décélèrent vivement en volume (+ 1,6 % après + 6,2 %). Comme en 2017, la remontée générale des prix (prononcée dans les métaux, minerais, produits chimiques et matières premières agricoles) soutient fermement les ventes en valeur (+ 5,2 % après + 9,6 %).

³⁷ Le chiffre du commerce extérieur – Données produits : C20A - Produits chimiques de base, produits azotés, matières plastiques et caoutchouc synthétique – <https://lekiosque.finances.gouv.fr>.

Encadré : Principes d'évaluation et révision des ventes de marchandises des secteurs du commerce de gros

Principes d'évaluation

Les résultats de l'activité des entreprises (ici, des unités légales) du commerce de gros sont présentés en les classant selon leur activité principale. Aussi, les évolutions économiques subissent 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 2016, définitifs, sont basés sur l'exploitation du système d'information sur la statistique d'entreprise Esane. Ceux de 2017 et de 2018, estimés, s'appuient sur les résultats définitifs 2016 et ont été obtenus à partir des indices de chiffres d'affaires rénovés calculés par l'Insee³⁸.

Les évolutions présentées pour 2017 et 2018 sont donc susceptibles d'être révisées. 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 ne prennent que partiellement en compte les changements sectoriels. À partir des évolutions de chiffre d'affaires on détermine 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.

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

		2014	2015	2016	2017	2018
Rapport de juin 2019 (base 2014)	en valeur	-1,0	-0,6	+1,9	+4,1 (sd)	+4,1 (p)
	en volume	+1,5	+0,9	+3,6	+2,1 (sd)	+2,0 (p)
Rapport de décembre 2018 (base 2014)	en valeur	-1,0	-0,6	+1,9 (def)	+4,1 (p)	
	en volume	+1,5	+0,9	+3,6 (def)	+2,4 (p)	
Rapport de juin 2018 (base 2014)	en valeur	-1,0	-0,6	+0,2 (sd)	+4,2 (p)	
	en volume	+1,5 (r)	+0,9 (r)	+1,9 (sd)	+2,4 (p)	
Rapport de décembre 2017 (base 2010)	en valeur	-1,0	-0,6 (def)	+0,3 (p)		
	en volume	+1,1	+0,9 (def)	+1,9 (p)		
Rapport de juin 2017 (base 2010)	en valeur	-1,0	-0,8 (sd)	+0,2 (p)		
	en volume	+1,1	+0,8 (sd)	+1,9 (p)		
Rapport de décembre 2016 (base 2010)	en valeur	-1,0 (def)	-0,8 (p)			
	en volume	+1,1 (def)	+0,7 (p)			
Rapport de juillet 2016 (base 2010)	en valeur	-1,3 (sd)	-0,9 (p)			
	en volume	+0,8 (sd)	+0,6 (p)			
Rapport de décembre 2015 (base 2010)	en valeur	-1,7 (p)				
	en volume	+0,3 (p)				
Rapport de juin 2015 (base 2010)	en valeur	-1,7 (p)				
	en volume	+0,3 (p)				

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

Source Insee - Comptes du commerce

³⁸ <https://www.insee.fr/fr/metadonnees/source/s1354>

CHAPITRE II : LE COMMERCE DE DÉTAIL

En 2018, les ventes du commerce de détail et de l'artisanat à caractère commercial (boulangeries, pâtisseries, charcuteries) s'élèvent à 518 milliards d'euros, toutes taxes comprises.

L'activité du commerce de détail est moins dynamique que les années précédentes (+ 0,3 % en volume, après + 1,3 % en 2017 et + 1,6 % en 2016). Cependant, les ventes en valeur continuent de croître : + 2,1 % après + 2,0 %, en lien avec l'accélération des prix à la consommation (+ 1,8 % après + 1,0 %).

Malgré un net ralentissement, le commerce hors magasin continue de se développer plus vite que le commerce « traditionnel » en magasin (+ 2,6 % contre + 0,1 %, en volume). Sa croissance est tirée par l'essor de la vente à distance (notamment sur Internet).

Tableau 1 : Ventes du commerce de détail et de l'artisanat à caractère commercial T.T.C.

Formes de vente	Évolution en volume (en %)			Évolution en valeur (en %)			Montant 2018p	
	2016	2017 (sd)	2018 (p)	2016	2017 (sd)	2018 (p)	en Md€	en %
ENSEMBLE DU COMMERCE EN MAGASIN	1,6	0,9	0,1	1,1	1,8	2,0	475,1	91,7
ENSEMBLE du commerce alimentaire en magasin	0,6	0,0	-0,1	0,7	1,4	2,7	240,2	46,3
Alimentation spécialisée et artisanat commercial¹	0,2	4,0	1,8	0,7	5,4	6,1	49,4	9,5
Boulangeries-pâtisseries	2,4	4,6	3,3	2,6	5,4	5,0	14,5	2,8
Boucharcuteries	-4,0	0,3	0,5	-3,7	1,3	1,9	8,2	1,6
Autres magasins d'alimentation spécialisée	0,5	4,9	1,3	1,3	6,8	8,1	26,7	5,2
Petites surfaces d'alimentation générale et magasins de produits surgelés	2,2	5,2	5,1	2,7	6,3	7,7	14,7	2,8
Grandes surfaces d'alimentation générale	0,6	-1,4	-1,0	0,5	0,0	1,4	176,0	34,0
ENSEMBLE du commerce non alimentaire en magasin	2,6	1,9	0,2	1,5	2,2	1,3	234,9	45,3
Grands magasins et autres magasins non alimentaires non spécialisés	0,7	7,4	4,2	1,0	7,6	4,6	11,7	2,3
Magasins non alimentaires spécialisés (yc. pharmacie)	2,7	1,7	0,0	1,5	2,0	1,1	223,2	43,1
Carburants	6,7	-1,2	-4,6	2,4	7,0	7,3	17,8	3,4
Technologie de l'information et de la communication	3,2	4,8	3,8	-1,7	0,2	-0,2	8,1	1,6
Équipement du foyer	4,5	1,6	0,7	3,9	0,7	0,2	51,2	9,9
Culture, loisirs	6,6	2,1	-3,9	7,5	2,7	-0,6	24,9	4,8
Autres commerce de détail en magasin spécialisé	0,6	1,7	1,0	-0,5	1,8	1,1	121,2	23,4
Habillement-chaussures	-0,7	-0,4	-3,1	-0,6	-0,3	-3,0	36,8	7,1
Autres équip. de la personne	-1,0	2,6	1,3	-1,1	2,8	1,7	20,7	4,0
Pharmacies, articles médic. et orthopédiques	4,4	2,2	4,1	1,3	0,3	1,6	38,3	7,4
Autres magasins spécialisés	-2,0	3,9	2,3	-2,6	7,1	6,1	25,4	4,9
ENSEMBLE DU COMMERCE HORS MAGASIN	2,4	5,5	2,6	1,7	5,1	2,7	43,2	8,3
Commerce sur éventaie ou marché	0,3	-0,7	-0,8	1,7	0,8	1,6	6,1	1,2
Ventes à distance et autres formes de commerce	2,8	6,6	3,2	1,7	5,8	2,8	37,1	7,2
ENSEMBLE COMMERCE DE DÉTAIL ET ARTISANAT COMMERCIAL	1,6	1,3	0,3	1,1	2,0	2,1	518,3	100,0
<i>dont : activités artisanales</i>	0,6	4,0	2,9	0,8	4,9	4,5	15,8	3,1
<i>dont : commerce de détail (hors pharmacies²) et artisanat commercial</i>	1,4	1,2	0,0	1,1	2,2	2,1	480,0	92,6

Source : Insee - Comptes du commerce

(1) boulangeries, pâtisseries, charcuteries

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

p : provisoire ; sd : semi définitif

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...

Le volume des ventes du **commerce à dominante alimentaire** est figé depuis 2016. Cette atonie s'explique par la baisse de l'activité des grandes surfaces alimentaires alors que le dynamisme des ventes des petites surfaces alimentaires ne se dément pas.

En 2018, les ventes stagnent dans les **magasins non alimentaires** (+ 0,2 % en volume, après +1,9 %). Les ventes des détaillants spécialisés en équipement du foyer ralentissent, tandis que la bonne santé des ventes de produits pharmaceutiques et d'articles médicaux et orthopédiques en magasins spécialisés est en partie neutralisée par la baisse d'activité des détaillants de l'habillement-chaussure et des stations essence. En valeur, la croissance du commerce non alimentaire s'élève à + 1,3 %.

1 - Petit commerce alimentaire : des ventes en hausse mais moins dynamiques

Le petit commerce alimentaire comprend l'alimentation spécialisée et l'artisanat commercial, ainsi que les petites surfaces d'alimentation générale et magasins de produits surgelés. Il représente 12 % du total des ventes du commerce de détail.

▪ L'activité de l'alimentation spécialisée et de l'artisanat commercial perd de son dynamisme

En 2018 et pour la cinquième année consécutive, les ventes progressent dans le secteur de **l'alimentation spécialisée et de l'artisanat commercial**. Cependant, elles sont moins dynamiques qu'en 2017 (+ 1,8 % en volume, après + 4,0 %). Au contraire, en valeur, elles augmentent plus qu'en 2017 (+ 6,1 % après + 5,4 %) en raison de la hausse des prix à la consommation des produits alimentaires qui s'est accentuée en 2018 (+ 2,1 % après + 1,1 % en 2017 et + 0,7 % en 2016).

Les ventes en boulangeries-pâtisseries restent florissantes malgré une décélération de leur activité en volume (+ 3,3 %, après 4,6 %). En valeur, le ralentissement est moindre : 5,0 % après + 5,4 %.

L'activité des **débitants de tabac** baisse de 0,9 % en volume (après + 3,6 %). En revanche, elle continue d'augmenter significativement en valeur (+ 11,3 % après + 6,1 %) en raison de la hausse généralisée des prix du tabac à compter du 1^{er} mars 2018.

Les ventes en **boucheries charcuteries** augmentent modérément aussi bien en volume (+ 0,5 % après + 0,3 %) qu'en valeur (+ 1,9 % après + 1,3 %), alors que la baisse de la consommation de viande s'amplifie chaque année. Cette apparente contradiction s'inscrit dans un contexte de changement des habitudes alimentaires, où les consommateurs souhaitent manger moins mais mieux et se fournissent davantage auprès des petits commerçants.

Le **commerce de détail de fruits et légumes** est moins dynamique qu'en 2017 : ses ventes augmentent de 3,5 % en volume, après + 7,6 %. En 2018, fortement pénalisées par les intempéries, les récoltes de fruits et légumes reculent, favorisant la hausse des cours à la production³⁹ puis des prix à la consommation. Pour autant, la hausse des ventes des primeurs en valeur, a été moins vive qu'en 2017 (+ 7,9 %, après + 10,2 %).

▪ Des ventes très dynamiques pour les commerces d'alimentation générale

Les ventes des petites surfaces d'alimentation générale et magasins de produits surgelés continuent de croître rapidement en 2018 (+ 5,1 % en volume et + 7,7 % en valeur). Leur dynamisme s'explique par l'expansion des **commerces d'alimentation générale** (+ 10,7 % en volume), dont certaines enseignes bio, tandis que les ventes en **commerce de détail de produits surgelés** continuent de baisser (- 2,7 % après - 1,4 % en volume).

2 - Poursuite de la baisse des ventes en volume pour les grandes surfaces alimentaires (GSA)

En 2018, les ventes des grandes surfaces d'alimentation générale (GSA) poursuivent leur baisse en volume (- 1,0 %, après - 1,4 %) alors qu'elles augmentent en valeur (+ 1,4 %) après avoir stagné. Les ventes de produits alimentaires augmentent dans les supermarchés (+ 1,4 % en valeur) et elles remontent dans les hypermarchés (+ 0,7 % en valeur après - 0,8 %). La baisse des ventes non alimentaires s'accroît dans les deux formes de ventes (- 2,1 % en valeur, après - 1,6 % dans les supermarchés et - 2,4 % après - 0,2 % dans les hypermarchés)⁴⁰.

³⁹ Service de la statistique et de la prospective du ministère de l'agriculture et de l'alimentation, SSP « AGRESTE Panorama, bilan conjoncturel 2018 »

⁴⁰ Emagsa (enquête mensuelle sur l'activité des grandes surfaces alimentaires)

Depuis 2011, les GSA tendent à perdre du terrain par rapport aux autres formes de vente de commerce alimentaire. En 2018, elles réalisent 30 % des ventes du commerce de détail et de l'artisanat commercial, hors automobile (voir la partie sur les parts de marché) alors que cette part était de 33 % en 2011. Parmi elles, les ventes des hypermarchés représentent 56 % de l'ensemble des GSA, celles des supermarchés 42 % (la part des ventes des magasins multi-commerces est de 2 %).

3 - Ralentissement de l'activité pour les grands magasins

En 2018, les ventes réalisées par le commerce non alimentaire non spécialisé ralentissent après avoir augmenté significativement (+ 4,2 % en volume après + 7,4 %, + 4,6 % en valeur après + 7,6 %). Les **grands magasins**, surtout implantés à Paris et dans les grandes villes, ont connu une perte d'attractivité (+ 0,2 % en volume après + 4,6 % et + 0,4 % après + 4,9 % en valeur). Ce ralentissement est un contrecoup du rebond de 2017. En effet, les ventes avaient fortement augmenté par rapport à l'année 2016, affectée par les attentats et une moindre fréquentation des touristes.

Les ventes des **autres commerces non alimentaires non spécialisés** (magasins de type « bazar ») sont toujours très dynamiques même si elles ralentissent depuis deux ans (+ 9,5 % en volume en 2018, après + 11,3 % et + 14,4 %). Leurs ventes progressent de 10,1 % en valeur, après + 11,4 % et + 14,6 %.

4 - Stabilité dans le commerce non alimentaire spécialisé

En 2018, les ventes du commerce non alimentaire spécialisé (y compris carburant et pharmacie) sont stables en volume (+ 0,0 % après + 1,7 %). Elles représentent 43 % des ventes du commerce de détail en 2018.

▪ Léger ralentissement pour les détaillants en technologies de l'information et de la communication (TIC)

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

Les ventes en volume progressent à un rythme moins soutenu en 2018 qu'en 2017 (+ 3,8 % après + 4,8 %). Les ventes d'**ordinateurs, d'unités périphériques et de logiciels** sont moins dynamiques qu'en 2017. Cependant, elles croissent (+ 3,0 % en volume, après + 6,2 %) notamment grâce aux ventes d'écrans dont le chiffre d'affaires a bondi de 15 %. « Les modèles haut de gamme constitue un argument pour inciter au renouvellement d'équipement, auprès des gamers comme du grand public⁴¹ ». Renforcées par l'offre sans fil, les ventes de casques et d'accessoires ont également progressé⁴². Par ailleurs, les ventes de **matériel de télécommunication en magasin spécialisé** rebondissent : elles augmentent de 7,5 % en volume après 1,5 %. Les ventes du **commerce de matériel audio et vidéo** progressent de 5,1 % en volume après avoir reculé de - 0,2 %.

▪ Ralentissement de l'activité 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. Depuis deux années, l'activité s'essouffle (+ 0,7 % en volume, après + 1,6 % et + 4,5 %).

Portées par la croissance du petit électroménager, les ventes des magasins d'**électroménagers** sont reparties à la hausse en 2018 (+ 5,9 % en volume, + 3,0 % en valeur), après avoir progressé régulièrement depuis 2011 et s'être stabilisées en 2017. Malgré les ventes supplémentaires de téléviseurs liées à la coupe du monde de football, l'impact a été moindre que l'Euro de foot 2016⁴³.

Le **commerce de meubles se replie** (- 1,7 % en volume), après une embellie en 2016 et une stagnation en 2017. Seul le segment de la cuisine enregistrerait une progression de ses ventes et la literie parviendrait à maintenir son activité. La grande distribution d'ameublement a connu une forte chute de son activité en 2018. Afin de conquérir des parts de marché, elle doit s'adapter notamment grâce au redéploiement de magasins discounts ou bien en partant à la conquête des centres-villes via des formats nouveaux, puisque les très grandes surfaces de certains

⁴¹ Institut GfK (Gesellschaft für Konsumforschung) : Equipement de la maison : plus de 27Mds€ de CA en 2018.

⁴² Institut GfK

⁴³ Institut GfK

magasins sont parfois difficiles à rentabiliser et ne correspondent plus aux attentes des consommateurs. Ce sont les enseignes de l'ameublement milieu et haut de gamme qui ont été les plus touchées.⁴⁴

Les résultats des grandes surfaces de **bricolage** ont reculé en 2018, après n'avoir cessé de baisser depuis la bonne performance de 2015 : leurs ventes en volume ont ainsi perdu 0,6 %. Bien qu'elles aient également ralenti, les ventes en petite quincaillerie se portent mieux (+ 2,7 % en volume après +6,2 %).

- **Décrochage des ventes de biens culturels et de loisirs**

L'activité des **magasins dans le secteur culturel et récréatif se replie** : les ventes baissent de 3,9 % en volume et de 0,6 % en valeur.

Le commerce de détail de journaux et de papeterie en magasin spécialisé a particulièrement reculé (- 8,5 %), faisant suite à une baisse amorcée en 2017. L'évolution des ventes en valeur reste positive (+1,1 % après +2,2 %).

Le commerce de détail d'articles de sport en magasin spécialisé est en perte de vitesse alors qu'il se portait très bien depuis cinq ans (- 0,1 % en volume en 2018, après + 5,0 % et + 9,0 %).

La situation continue de se dégrader pour le **commerce de livres en magasin spécialisé**. Le fléchissement des ventes (- 3,2 % en volume, après - 0,6 %) pourrait être en partie dû au segment livre scolaire. Les acteurs du marché scolaire ont en effet subi à la fois un contrecoup de la réforme Ecole et Collège 2017 et une forme d'attentisme, liée à la réforme du Bac prévue en 2019. De plus, les librairies doivent faire face à la concurrence croissante de la vente de livres réalisée sur des sites Internet. Parallèlement, le développement du marché du livre numérique se poursuit (+ 9,0 %). Toutefois le livre physique reste le cœur du marché avec 96 %, en volume comme en valeur⁴⁵.

En 2018, la baisse des ventes **de jeux et jouets** par les enseignes spécialisées s'est considérablement accentuée (- 8,2 % en volume et - 9,6 % en valeur). Les « grands » spécialistes du jouet sont contraints de se restructurer, fragilisés par la concurrence des sites Internet. Les ventes des magasins physiques ont ainsi reculé en 2018 en partie en raison du report d'une partie des achats de jouets sur Internet chez les "pure players" ainsi que sur les sites des enseignes possédant des magasins physiques⁴⁶.

- **Diminution des ventes au détail de carburants en volume**

En 2018, les ventes de carburants continuent de diminuer en volume (- 4,6 % après - 1,2 %). Cependant, elles continuent d'augmenter en valeur (+ 7,3 %, après + 7,0 %), en lien avec une envolée des cours du pétrole. Le recul des ventes en volume est en partie causé par le mouvement des gilets jaunes, la demande ayant chuté en décembre. Les nombreux blocages sur les routes et à l'approche des zones commerciales ont incité les conducteurs à moins utiliser leurs véhicules.

- **Baisse de l'activité pour les magasins spécialisés dans l'équipement de la personne, hormis la maroquinerie et les articles de voyage toujours très dynamiques**

En 2018, l'activité des **autres commerces de détail en magasin spécialisé** augmente de 1,0 % en volume et de 1,1 % en valeur. Sa croissance en volume est tirée par les pharmacies (+ 4,1 %). En valeur, les ventes de produits pharmaceutiques augmentent de 1,6 %.

L'activité du commerce d'équipement de la personne en magasin spécialisé (habillement, chaussure, maroquinerie, parfumerie, bijouterie, optique) diminue (- 1,6 % en volume) alors qu'elle s'était stabilisée en 2017. En effet, en 2018, l'activité des détaillants baisse en volume de 3,1 % pour l'**habillement**, - 3,5 % pour les **chaussures** et - 2,5 % pour l'**horlogerie et la bijouterie**. Pour ces trois segments, les ventes en valeur ont également baissé (respectivement, - 3,1 %, - 2,6 %, - 1,9 %). Concernant l'horlogerie et la bijouterie, les blocages et manifestations de fin d'année auraient pénalisé les ventes dans les centres commerciaux ainsi que celles des boutiques de centre-ville, notamment à Paris. Au-delà de ce contexte, les bijoutiers-horlogers installés en ville continuent de perdre du terrain au profit des centres commerciaux. La vente à distance affiche une année record (+ 12%) mais qui, toutefois, ne profite pas d'un report des ventes en magasin lors des événements de fin d'année – les pure-players ayant eu du mal à livrer⁴⁷. En revanche, le marché de l'**optique** repart à la hausse (+ 2,4 % en volume, après + 0,8 %). Les ventes du commerce de détail de la **maroquinerie et des articles de voyage** sont toujours très dynamiques (+ 7,3 % en volume après + 12,2 %).

⁴⁴ FNAEM « Fédération française du Négoce de l'Ameublement et de l'Équipement de la Maison »

⁴⁵ Institut GFK

⁴⁶ La revue du jouet

⁴⁷ Comité Professionnel de Développement de l'Horlogerie, de la Bijouterie, de la Joaillerie, de l'Orfèvrerie et des Arts de la Table (Comité Francéclat)

Enfin, les ventes de la **parfumerie et des produits de beauté** ralentissent (+ 0,7 % en volume, après + 3,5 %). Alors que les commerces physiques comptabilisent des pertes pour la fin d'année, les e-commerçants ont vu leurs chiffres grimper. D'ailleurs, les parfumeries en ligne gagnent chaque année des parts de marché (actuellement environ 8% des ventes du secteur) grâce à une offre de prix attractifs⁴⁸.

5 - La vente à distance moins dynamique

Le commerce hors magasin comprend le commerce de détail sur éventaires ou marchés, la vente à distance (par correspondance ou par Internet), la vente à domicile ainsi que par automate. En 2018, l'activité du commerce hors magasin augmente de 2,6 % après + 5,5 % en volume. En valeur, les ventes augmentent de 2,7 % après + 5,1 %.

L'activité de la **vente à distance et autres formes de commerce hors magasin** est moins dynamique qu'en 2017 : les ventes augmentent de 3,2 % en volume (après + 6,6 %) et de 2,8 % en valeur (après + 5,8 %). En volume, les ventes à distance sur catalogue général ont davantage ralenti (+ 4,8 % après + 10,2 %) que celles sur catalogue spécialisé (+ 2,3 % après + 4,4 %). Pendant la période de mouvements sociaux de fin d'année, il n'y aurait pas eu de transfert massif des achats en magasin vers Internet⁴⁹.

L'activité du commerce sur éventaire ou marché continue de fléchir en volume (- 0,8 %, après - 0,7 %) mais augmente de 1,6 % en valeur après + 0,8 %.

Les ventes à domicile diminuent (- 3,7 % en volume) alors que les ventes par automate et autres formes de vente poursuivent leur ascension (+ 3,4 % en volume, après + 2,4 %).

⁴⁸ Fédération des entreprises de la beauté

⁴⁹ Fédération du e-commerce et de la vente à distance (FEVAD)

6 - Les parts de marché par forme de ventes

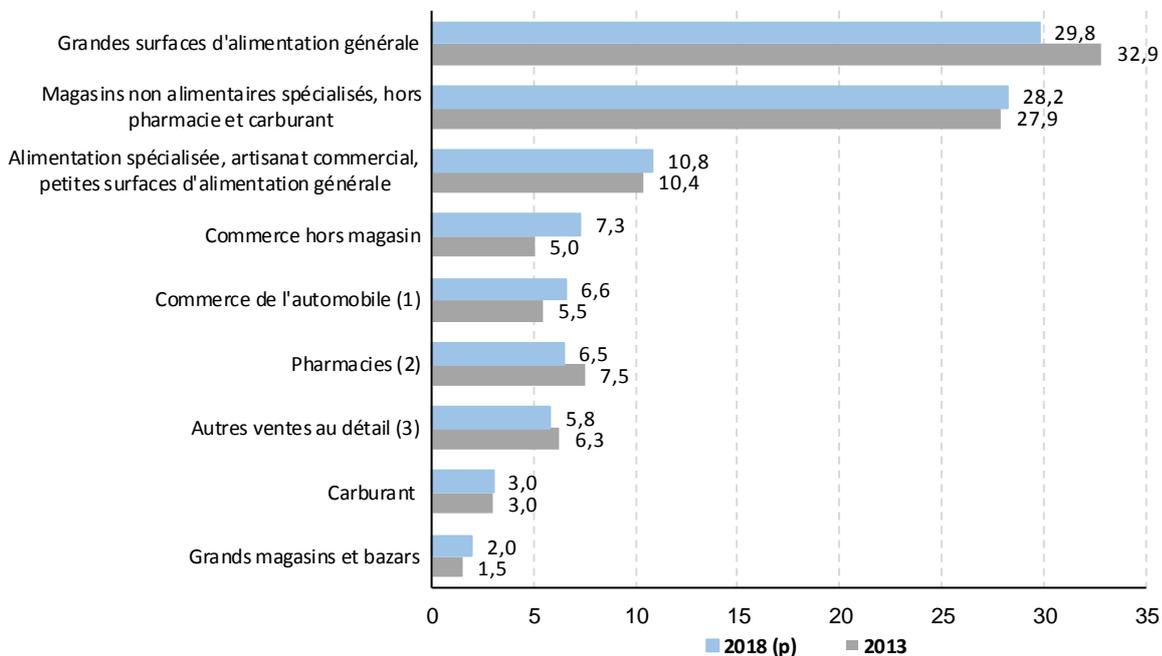
6.1 – Ensemble des produits commercialisables

Les parts de marché selon la forme de vente concernent l'ensemble des ventes au détail de marchandises - hors commerce et réparation de véhicules automobiles – de tous les secteurs de l'économie, soit 592 milliards d'euros.

Pour l'ensemble des produits commercialisables (hors véhicules automobiles), les parts de marché évoluent peu en 2018, excepté pour les **commerces alimentaires spécialisés et les petites surfaces** qui gagnent 0,5 point par rapport à 2017 pour s'établir à 10,8 %. La part (29,8 %) des **grandes surfaces d'alimentation générale** n'a pas évolué alors qu'en 2017 elles avaient perdu 0,6 point. 3,1 points ont été perdus depuis le point haut qu'elles ont atteint en 2013.

Les **commerces non alimentaires spécialisés y compris les pharmacies et les stations essence** réalisent 37,7 % des ventes de l'ensemble du commerce de détail. Les pharmacies en réalisent 6,5 %. La part du **commerce et réparation automobile** est stable (6,6 %). La part du commerce hors magasin a augmenté de 2,3 % depuis 2013.

Graphique 1 : Ensemble des produits commercialisables hors véhicules automobiles - parts de marché en 2013 et 2018, par forme de ventes (en %)



Source : Insee - Comptes du commerce

(1) Y compris le commerce de véhicules automobiles, l'entretien et la réparation de véhicules automobiles, le commerce de détail et de gros d'équipements automobiles, le commerce et la réparation de motocycles

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

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

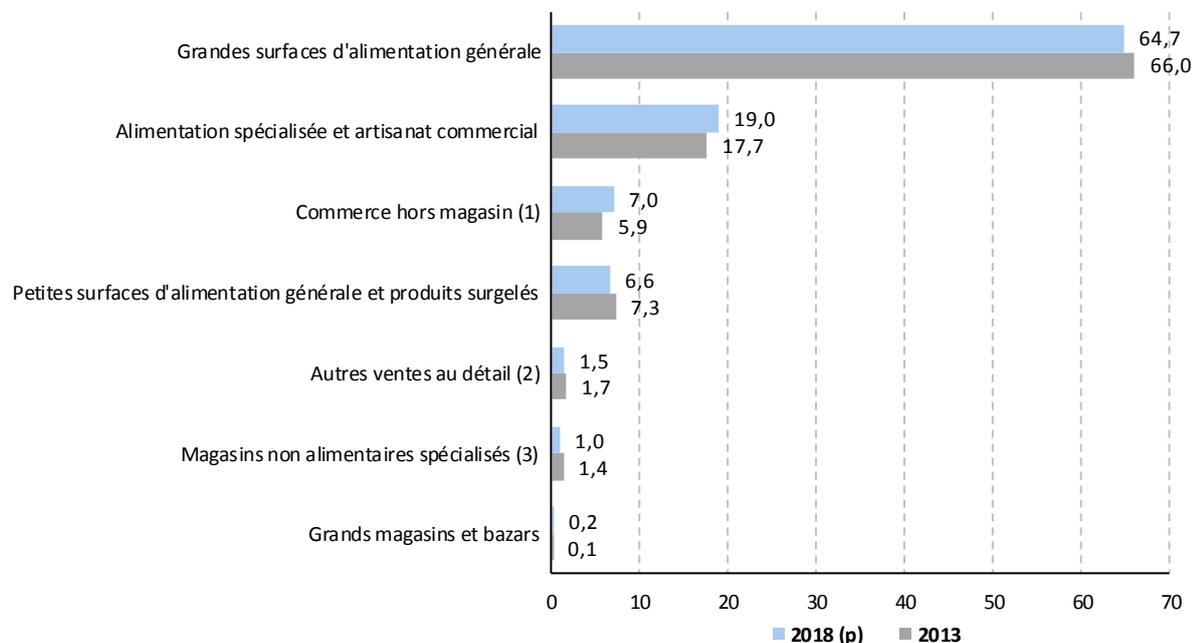
6.2 - Produits alimentaires

Les **grandes surfaces** d'alimentation générale⁵⁰ commercialisent près des deux tiers des produits alimentaires hors tabac, 64,7 % en 2018, une proportion stable par rapport à 2017 et en recul de 1,3 point par rapport à 2013.

Les **ventes hors magasin** de produits alimentaires représentent 7,0 % des ventes totales de produits alimentaires en 2018, en augmentation de 1,2 point par rapport à 2013.

⁵⁰ Les grandes surfaces d'alimentation générale comprennent les supermarchés, les magasins multi-commerces et les hypermarchés. Les magasins dits de hard-discount 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.

Graphique 2 : Produits alimentaires hors tabac - parts de marché en 2013 et 2018, par forme de ventes (en %)



Source : Insee - Comptes du commerce

(1) Ventes à distance, éventaïre et marché, ventes à domicile et par automates

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

(3) Y compris carburant, pharmacies, commerce d'articles médicaux et orthopédiques

6.3 - Produits non alimentaires

En 2018, la part de marché des **grandes surfaces d'alimentation** pour les produits non alimentaires s'élève à 13,2 %, en net recul par rapport aux années précédentes (- 4,1 points depuis 2013).

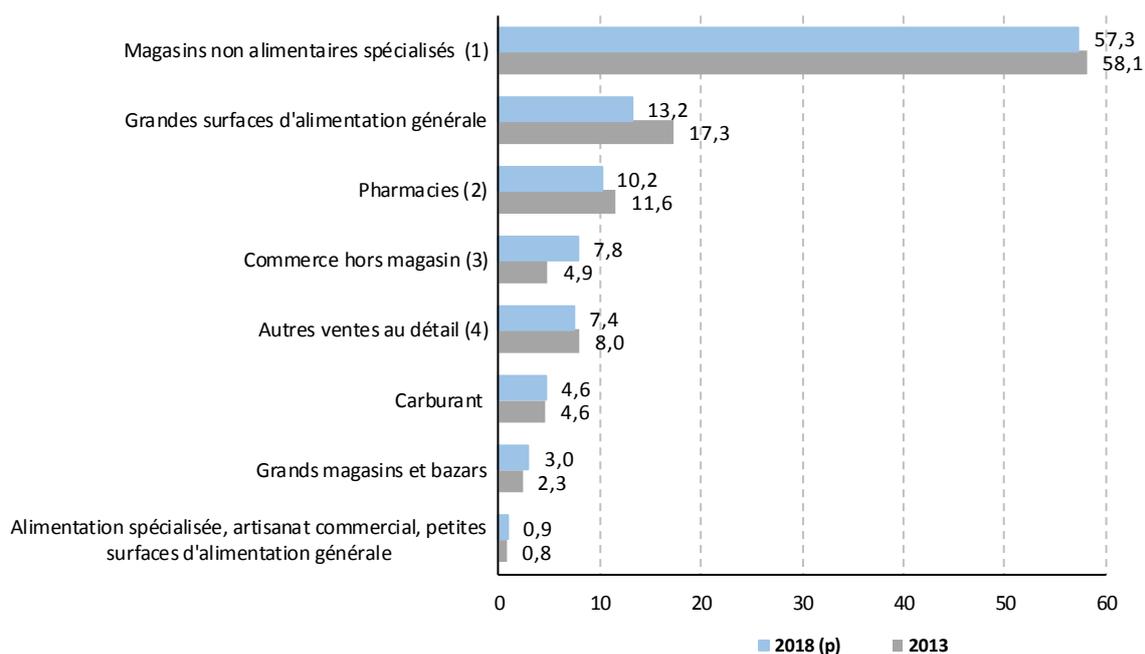
La part de marché des **grands magasins** pour les produits non alimentaires est de 3,0 %, stable par rapport à 2017. Elle a augmenté de 0,7 point par rapport à 2013.

Le **commerce non alimentaire spécialisé** représente 57,3 % 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 42,5 %. Le développement de l'activité de ces commerces s'explique notamment par l'expansion des grandes surfaces spécialisées⁵¹.

La part de marché de la **vente à distance**, principale composante du commerce hors magasin, poursuit sa progression (+ 1,9 point par rapport à 2013) et s'établit à 5,9 %. Cette part est encore modérée. La percée des ventes sur internet compense à peine le déclin de la vente par correspondance.

⁵¹ la nomenclature ne permettant pas de les isoler directement, elles sont abordées avec une méthodologie différente dans la partie sur le grand commerce non alimentaire spécialisé

Graphique 3 : Produits non alimentaires y compris produits énergétiques et liés à l'automobile, hors véhicules automobiles - parts de marché en 2013 et 2018 par forme de vente (en %)



Source : Insee - Comptes du commerce

(1) Y compris carburant, pharmacie et commerce d'articles médicaux et orthopédiques

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

(3) Ventes à distance, éventaire et marché, ventes à domicile et par automates

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

Encadré 1 : Évaluation et révisions des ventes au détail

Le calcul des ventes au détail par forme de vente s'appuie sur la réconciliation de deux sources : la consommation commercialisable des ménages et les chiffres d'affaires des secteurs commerciaux. 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 les années 2017 et 2018 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 des entreprises pour le paiement de la TVA. Les résultats de l'année 2016, définitifs, sont basés sur l'exploitation du système d'information sur la statistique d'entreprise Esane. Ceux de 2017 et de 2018, estimés, s'appuient sur les résultats définitifs 2016 et ont été obtenus à partir des indices de chiffres d'affaires rénovés calculés par l'Insee.

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

		2014	2015	2016	2017	2018
Rapport de juin 2019 (base 2014)	en valeur	- 0,3	+ 0,1	+ 1,1 (def)	+ 2,0 (sd)	+ 2,1 (p)
	en volume	+ 0,8	+ 1,5	+ 1,6 (def)	+ 1,3 (sd)	+ 0,3 (p)
Rapport de décembre 2018 (base 2014)	en valeur	- 0,3	+ 0,1	+ 1,1 (def)	+ 2,0 (p)	
	en volume	+ 0,8	+ 1,5	+ 1,6 (def)	+ 1,2 (p)	
Rapport de juin 2018 (base 2014)	en valeur	- 0,3	+ 0,1 (def)	+ 0,9 (sd)	+ 2,0 (p)	
	en volume	+ 0,8	+ 1,5 (def)	+ 1,4 (sd)	+ 1,2 (p)	
Rapport de décembre 2017 (base 2010)	en valeur	- 0,3	+ 1,0 (def)	+ 0,9 (p)		
	en volume	+ 0,8	+ 2,3 (def)	+ 1,5 (p)		
Rapport de juin 2017 (base 2010)	en valeur	- 0,3 (def)	+ 0,3 (sd)	+ 0,7 (p)		
	en volume	+ 0,8 (def)	+ 1,7 (sd)	+ 1,2 (p)		
Rapport de décembre 2016 (base 2010)	en valeur	- 0,3 (def)	+ 0,4 (p)			
	en volume	+ 0,8 (def)	+ 1,8 (p)			
Rapport de juin 2016 (base 2010)	en valeur	- 0,3 (sd)	+ 0,3 (p)			
	en volume	+ 0,9 (sd)	+ 1,8 (p)			
Rapport de décembre 2015 (base 2010)	en valeur	- 0,5 (p)				
	en volume	+ 0,7 (p)				
Rapport de juin 2015 (base 2010)	en valeur	- 0,4 (p)				
	en volume	+ 0,8 (p)				

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

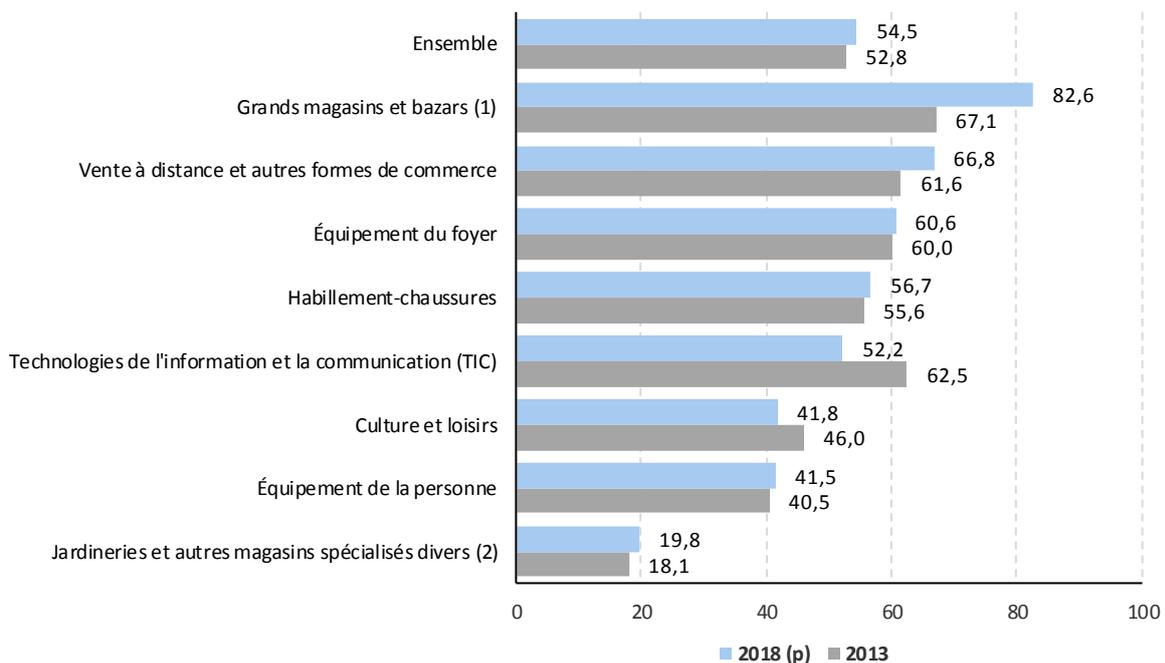
7 – Le grand commerce non alimentaire ralentit en 2018

Avertissement : les données et analyses présentées dans cette partie concernent des chiffres d'affaires (et non pas seulement des ventes de marchandises au détail) en secteurs d'entreprises (et non en secteurs d'établissements ou formes de vente⁵²). Les évolutions ne sont donc pas parfaitement comparables aux parties précédentes sur le commerce de détail.

En 2018, l'activité du grand commerce non alimentaire croît à un rythme deux fois moins élevé que l'année précédente, aussi bien en valeur (+ 1,6 % après + 3,4 %) qu'en volume (+ 1,9 % après + 3,8 %). Pour la deuxième année consécutive, le grand commerce progresse plus modérément que l'ensemble du commerce non alimentaire (+ 1,9 % en valeur et + 2,2 % en volume en 2018).

En 2018, le grand commerce réalise 54,5 % du chiffre d'affaires du commerce non alimentaire, comme en 2017. Si cette part s'est légèrement accrue depuis 2013 (+ 1,7 point), la tendance n'est pas homogène selon les secteurs. Au sein des grands magasins et bazars, la part du grand commerce croît fortement avec le déploiement de grandes enseignes de hard-discount et de déstockage non alimentaire. Le grand commerce gagne également des parts de marché dans la vente à distance et le commerce hors magasin. À l'inverse, dans les secteurs des technologies de l'information et la communication (TIC) et de la culture et des loisirs, la part du grand commerce diminue. Elle reste limitée au sein des jardineries, animaleries et autres magasins spécialisés divers. Dans ce secteur relativement concurrentiel, moins de 20 % du chiffre d'affaires provient du grand commerce en 2018.

Graphique 4 : Part du chiffre d'affaires H.T du « grand commerce » dans l'ensemble du commerce non alimentaire, par secteur, en 2013 et 2018 (en %)



(1) Grands magasins (4719A) et autres commerces de détail en magasin non spécialisé (4719B) ; (2) Commerce de détail de fleurs, plantes, graines, engrais, animaux de compagnie et aliments pour ces animaux en magasin spécialisé (4776C) et autres commerces de détail spécialisés divers (4778C).

(p) : provisoire.

Note de lecture : 66,8 % du chiffre d'affaires dégagé par la vente à distance et les autres formes de commerce (incluant notamment la vente par internet mais aussi la vente par correspondance, à domicile, par automates, etc.) est réalisé par des entreprises du grand commerce.

Source : Insee, Comptes du Commerce.

⁵² Une même entreprise peut posséder plusieurs magasins (établissements) ayant des formes de vente différentes (par exemple des quincailleries et des magasins d'articles de bricolage). Le secteur d'un établissement correspond à sa forme de vente. Celui d'une entreprise est déterminé par la forme de vente la plus importante.

Encadré 2 : Définition du grand commerce non alimentaire

Le grand commerce non alimentaire spécialisé est défini⁵³ comme l'ensemble des entreprises⁵⁴ 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) ainsi que les grands magasins et autres commerces de détail en magasin non spécialisé (4719A et 4719B) 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.

Le grand commerce non alimentaire prend également en compte le commerce de détail hors magasin, éventaires ou marchés (479), dans lequel le commerce électronique occupe une place de plus en plus grande. On prend ici comme seul critère d'appartenance au grand commerce le fait d'employer 50 salariés ou plus.

Tableau 2 : Chiffre d'affaires hors taxes du grand commerce et de l'ensemble du commerce non alimentaire spécialisé

Secteurs		Évolution en volume (en %)			Évolution en valeur (en %)			Montant en Mds € 2018 (p)
		2016	2017 (sd)	2018 (p)	2016	2017 (sd)	2018 (p)	
Grand commerce	Technologies de l'information et de la communication (TIC)	4,2	7,8	2,9	-0,4	2,9	-2,0	3,5
	Équipement du foyer	2,2	1,4	1,5	2,5	0,9	1,6	31,2
	Culture et loisirs	1,3	3,0	-1,9	1,9	2,1	-2,2	7,9
	Habillement-chaussures	0,2	-0,6	-1,2	0,5	-0,6	-1,1	19,8
	Équipement de la personne	-2,1	5,4	3,2	-1,8	5,9	3,7	8,0
	Jardineries et autres magasins spécialisés divers	4,9	2,2	3,2	3,1	2,0	0,8	3,3
	Grands magasins et bazars	5,2	11,1	5,8	5,5	10,7	5,9	9,5
	Vente à distance et autres formes de commerce	17,2	9,1	3,8	17,1	9,0	4,1	19,5
Ensemble	4,2	3,8	1,9	4,1	3,4	1,6	102,7	
Commerce à dominante non alimentaire	Technologies de l'information et de la communication (TIC)	3,0	6,3	5,5	-1,6	1,5	0,5	6,7
	Équipement du foyer	4,7	1,9	1,5	5,0	1,4	1,6	51,3
	Culture et loisirs	8,2	4,6	0,7	8,8	3,7	0,3	18,9
	Habillement-chaussures	0,1	0,4	-1,8	0,4	0,4	-1,7	34,9
	Équipement de la personne	-0,1	3,4	2,5	0,2	3,9	3,0	19,3
	Jardineries et autres magasins spécialisés divers	3,6	6,5	6,8	1,8	6,3	4,3	16,7
	Grands magasins et bazars	2,4	8,9	6,1	2,7	8,6	6,2	11,5
	Vente à distance et autres formes de commerce	3,4	9,0	4,5	3,4	8,8	4,8	29,2
Ensemble	3,1	4,0	2,2	3,0	3,6	1,9	188,5	

p : provisoire, sd : semi-définitif.

Champ : entreprises du grand commerce et de l'ensemble du commerce non alimentaire, hors commerces de produits pharmaceutiques, de combustibles et de biens d'occasion.

Source : Insee - Comptes du Commerce.

▪ **Technologies de l'Information et de la Communication (TIC) : les ventes décèlent et la chute des prix se renforce**

Le grand commerce du secteur des TIC regroupe les grandes enseignes spécialisées dans la vente d'ordinateurs, d'équipements périphériques, d'équipements de télécommunication et de produits électroniques grand public. En 2018, les ventes du grand commerce des TIC progressent de 2,9 % en volume, en nette décélération par rapport à 2017 (+ 7,8 %). En parallèle, la baisse des prix sur le marché de l'électronique grand public se poursuit. Ainsi, en valeur, le chiffre d'affaires des grandes enseignes des TIC diminue (- 2,0 % après + 2,9 %).

Le grand commerce des TIC pâtit de l'essoufflement du marché des smartphones. Avec une large proportion de la population équipée⁵⁵, le marché des smartphones semble être arrivé à maturité. Les achats sont moins nombreux et plus orientés vers des produits haut de gamme.

En outre, même si le marché des jeux vidéo continue de progresser en 2018⁵⁶, les grandes enseignes physiques spécialisées ont des difficultés à résister au développement des ventes dématérialisées et au renforcement de la

⁵³ Définition arrêtée par la Commission des comptes commerciaux de la nation en 1987, révisée en 1998.

⁵⁴ Le terme d'«entreprise» utilisé ici recouvre les sociétés et les entreprises individuelles. Il désigne toute unité légale déclarée au répertoire Sirene.

⁵⁵ CREDOC : Baromètre du numérique 2018.

concurrence en provenance des grandes surfaces non spécialisées et des jeux sur les mobiles proposés par les plateformes des opérateurs téléphoniques⁵⁷.

▪ **Équipement du foyer : l'activité se maintient grâce à l'électroménager et à la décoration**

Le grand commerce spécialisé dans l'équipement du foyer est représenté essentiellement par les grandes surfaces de bricolage, d'ameublement et d'appareils électroménagers. En 2018, le chiffre d'affaires du grand commerce spécialisé dans l'équipement du foyer croît de 1,5 % en volume, de manière quasi-similaire à 2017 (+ 1,4 %). Cette évolution s'observe également en valeur grâce à la relative stabilité des prix du secteur.

En 2018, l'activité des grandes surfaces spécialisées dans les appareils électroménagers progresse fortement (+ 5,3 % en valeur après + 1,0 % en 2017). Après avoir profité de l'augmentation des ventes de téléviseurs engendrées par la coupe du monde de football, les grandes enseignes d'électroménager ont maintenu leur croissance au second semestre. Les fortes chaleurs ont profité aux ventes d'équipement de confort (ventilateurs et appareils de traitement de l'air)⁵⁸. La hausse du chiffre d'affaires en novembre témoigne d'une nouvelle édition réussie du Black Friday. Par ailleurs, la multiplication des points de vente, franchisés ou sous forme de corners, peut aussi être un facteur de hausse des ventes⁵⁹.

Les grandes enseignes de décoration et de petit ameublement maintiennent une croissance forte pour la quatrième année consécutive (+ 8,0 % en valeur après + 10,0 %).

Le grand commerce spécialisé dans l'ameublement rebondit en 2018 (+ 0,9 % après - 0,9 %). Le renouvellement et la diversification de l'offre, axée sur des produits plus contemporains et décoratifs⁶⁰, ainsi que le développement des ventes en ligne ont largement soutenu cette activité, alors même que certains grands acteurs connaissent des difficultés⁶¹.

Ces améliorations contrastent avec l'activité du grand commerce spécialisé dans le bricolage qui se dégrade en 2018 (- 0,5 % en valeur après + 1,1 %). Les grandes enseignes de bricolage sont relativement épargnées par la concurrence en ligne car, en matière de bricolage, les consommateurs privilégient les achats physiques. Toutefois, elles ne bénéficient que d'un faible effet de marque car les bricoleurs accordent surtout de l'importance au prix des articles nécessaires à la réalisation de leurs travaux. Dans ce contexte, la concurrence par les prix est forte entre les grandes enseignes de bricolage et renforcée par internet qui facilite les comparaisons⁶².

L'équipement du foyer est le premier secteur du grand commerce, représentant plus de 30 % de son chiffre d'affaires en 2018.

▪ **Culture et loisirs : les ventes repartent à la baisse**

Ce secteur regroupe les magasins spécialisés d'articles de sport, les librairies-papeteries-journaux, les magasins spécialisés dans les jeux et jouets. En 2018, le chiffre d'affaires du grand commerce de ce secteur diminue de 1,9 % en volume après avoir augmenté en 2017 (+ 3,0 %).

Le grand commerce spécialisé dans les articles de sport accuse une baisse de chiffre d'affaires (- 3,6 % en valeur après + 2,8 %). Avec la coupe du monde, les achats d'articles de grande marque liés au football ont fortement augmenté, au détriment des autres produits et accessoires sportifs de marque propre. Par ailleurs, l'activité des grands commerces d'articles de sport a été affectée par les tensions sociales de fin d'année, avec une baisse de chiffre d'affaires particulièrement marquée en novembre et décembre (- 10,0 % en valeur par rapport aux deux derniers mois de 2017).

Les difficultés déjà importantes du grand commerce des jeux et jouets se renforcent en 2018. Le chiffre d'affaires enregistre une forte baisse (- 13,7 % en valeur après - 5,4 %).

En parallèle, les grandes enseignes spécialisées dans les produits culturels maintiennent une croissance dynamique (+ 5,5 % en valeur après + 5,3 %). Alors que le e-commerce gagne de plus en plus de parts de marché⁶³, les grandes

⁵⁶ Syndicat des Editeurs de Logiciels de Loisirs (SELL) : L'Essentiel du Jeu Vidéo : le bilan complet du marché français en 2018.

⁵⁷ LSA : Le jeu vidéo signe un très bon millésime 2018.

⁵⁸ GfK : Équipement de la maison : plus de 27Mds€ de CA en 2018.

⁵⁹ LSA : La spirale positive des corners d'enseignes.

⁶⁰ LSA : Décoration : Tout le monde veut faire du beau.

⁶¹ LSA : Le meuble dans le doute.

⁶² Bazaarvoice : Bricolage et loisirs créatifs : quels comportements et attentes des consommateurs ?

⁶³ FEVAD : Chiffres clés 2018.

enseignes physiques ont développé leur propre offre en ligne et diversifié leurs produits autour de la papeterie et des loisirs créatifs qui ont la faveur des consommateurs.

- **Habillement-chaussure : année morose pour la mode**

En 2018, les ventes réalisées par les magasins du grand commerce spécialisés dans l'habillement-chaussure accentuent leur baisse (- 1,2 % en volume après - 0,6 %). Cette année, la réduction de l'activité est plus modérée pour les grandes enseignes que pour l'ensemble du secteur de l'habillement ou de la chaussure. Les prix, toujours stables, limitent la contraction de l'activité en valeur.

Le grand commerce spécialisé dans l'habillement pâtit d'une année difficile pour le marché de la mode⁶⁴. Le chiffre d'affaires a diminué de 1,2 % en valeur, après une baisse de 0,8 % en 2017.

De son côté, le grand commerce spécialisé dans la chaussure réalise un chiffre d'affaires plus faible en 2018 (- 0,6 % après + 0,9 %). Ces difficultés ne concerneraient pas les grandes enseignes spécialisées dans les chaussures de sport qui bénéficient toujours d'une image de mode⁶⁵.

- **Équipement de la personne (hors habillement-chaussure) : l'activité continue de croître mais à un rythme moindre**

L'activité du grand commerce spécialisé dans l'équipement de la personne (parfumerie et produits de beauté, horlogerie et bijouterie, maroquinerie et articles de voyages, optique) est un peu moins dynamique en 2018 (+ 3,2 % en volume après + 5,4 %). Les prix sont relativement stables.

Signe d'une nouvelle année touristique favorable en France, les grandes enseignes de maroquinerie maintiennent une croissance forte après leur rebond en 2017 (+ 13,0 % en valeur après + 17,7 %).

Dans l'optique, le grand commerce retrouve son sentier de croissance (+ 2,4 % après - 0,2 %) alors que les modifications de prise en charge des équipements optiques par les organismes sociaux avaient participé à une légère baisse des ventes en 2017⁶⁶. Le marché de l'optique est relativement préservé de la concurrence en ligne et croit sous l'effet du vieillissement de la population et de l'usage intensif des écrans⁶⁷.

La croissance de l'activité du grand commerce spécialisé dans l'horlogerie et la bijouterie est plus modérée en 2018 (+ 0,8 % en valeur après + 1,4 %) tandis que le dynamisme du grand commerce de la parfumerie et des produits de beauté perd en vigueur (+ 1,1 % en valeur après + 4,5 %). Les opérations de promotion, telles que le Black Friday, continuent de soutenir les ventes des grandes enseignes de produits de beauté mais de manière plus modérée qu'en 2017. Par ailleurs, la concurrence s'intensifie de la part des grandes surfaces alimentaires qui développent leur gamme hygiène-beauté ainsi qu'en provenance des sites de e-commerce généralistes⁶⁸.

- **Jardineries, animaleries et autres magasins spécialisés divers : des ventes au beau fixe**

Les autres activités du grand commerce regroupent les magasins spécialisés dans les fleurs, plantes, animaux de compagnie ainsi que les autres commerces spécialisés divers. En 2018, les ventes de ces commerces continuent d'augmenter (+ 3,2 % en volume après + 2,2 %), dopées la nouvelle baisse des prix (- 2,3 % après - 0,9 %).

Dans les jardineries, le grand commerce conserve une activité croissante (+ 2,6 % en valeur après + 2,7 %). Les ventes ont été favorisées par la météo de l'année 2018, inédite en termes de succession de mois de chaleur d'avril à octobre⁶⁹. Par ailleurs, pour faire face au renforcement de la concurrence en ligne, les grandes enseignes de jardinerie ont fait évoluer leur activité traditionnelle de vente en densifiant leur implantation urbaine et en développant des services commerciaux complémentaires (conseils, expertise, services de livraison, etc.)⁷⁰.

⁶⁴ IFM : Décembre 2018 : consommation d'articles d'habillement-textiles.

⁶⁵ LSA : Les chaussures de sport bien dans leurs baskets.

⁶⁶ GFK : L'Optique a généré 6,5 Mds de CA en 2017.

⁶⁷ LSA : Baromètre LSA/CSA/Fullsix : les achats d'optique obéissent encore largement aux règles anciennes.

⁶⁸ LSA : Hygiène-Beauté : les grandes surfaces ont regagné du terrain à P1 2019.

⁶⁹ Météo France : Bilan climatique de l'année 2018.

⁷⁰ LSA : Les jardinerie parient sur les nouvelles tendances.

▪ **Grands magasins et bazars : la cadence ralentit**

En 2018, les ventes des grandes enseignes des grands magasins et des bazars augmentent de 5,8 %, retrouvant une évolution proche de celle observée en 2016 (+ 5,2%) après l'excellente année 2017 (+ 11,1%). Les prix du secteur sont quasiment stables (+ 0,1 % après - 0,3 %). Ce secteur est le plus représenté dans le grand commerce puisque plus de 80 % des entreprises du secteur en font partie.

Les bazars réalisent une cinquième année consécutive de forte croissance (+ 14,0 % en valeur après + 19,7 %) toujours stimulée par les ventes des enseignes de hard-discount et de déstockage non alimentaire. Cette croissance à deux chiffres a modifié la structure du secteur. En 2018, les bazars représentent 42,5 % du chiffre d'affaires du grand commerce contre 14,3 % en 2013.

Le chiffre d'affaires des grands magasins augmente peu en 2018 (+ 0,6 % en valeur après + 5,5 %), après une forte croissance en 2017 liée au regain touristique. Outre un début d'année moins dynamique qu'en 2017, l'activité a été ralentie en fin d'année en raison du climat social difficile et des fermetures de magasins occasionnées lors de certains week-ends de manifestation. En novembre et décembre 2018, le chiffre d'affaires des grandes enseignes des grands magasins n'a ainsi quasiment pas progressé (+ 0,1 % en valeur par rapport à 2017).

▪ **Vente à distance et autres formes de commerce : la croissance atteint son plus faible niveau en cinq ans**

Le grand commerce spécialisé dans la vente à distance (par internet ou par correspondance) ou dans les autres formes de vente hors magasin comprend principalement des grandes enseignes du e-commerce (vente à distance spécialisée ou non) ainsi que quelques grandes enseignes de vente sur automates et de vente à domicile. En 2018, il marque le pas : les ventes augmentent de 3,8 % en volume, soit la plus faible progression enregistrée depuis 2013. Il en est de même en valeur, les prix du secteur étant relativement stables.

L'activité des grandes enseignes de vente à distance décélère vivement par rapport à 2017 (+ 4,6 % en valeur après + 10,3 %). Cette perte de vitesse est surtout marquée sur la fin de l'année : de janvier à octobre, le chiffre d'affaires progresse de 6,1 % en valeur par rapport à 2017 et ralentit sur les deux derniers mois de l'année (+ 0,1 %). Cette évolution indique que les tensions sociales de fin d'année n'ont pas donné lieu à un report massif des achats de Noël des magasins physiques vers les magasins en ligne⁷¹.

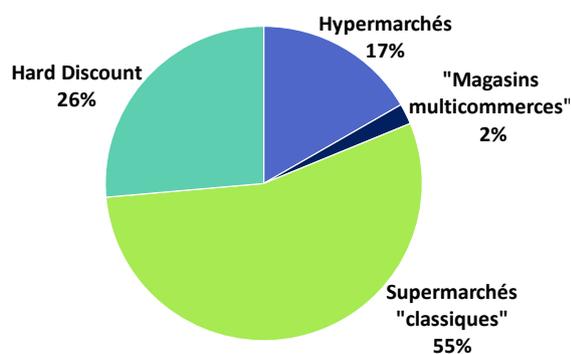
De leur côté, les grandes enseignes de vente sur automates et de vente à domicile enregistrent un nouveau recul de leur activité en 2018 (- 1,9 % en valeur après - 2,7 %).

⁷¹ Enquête CSA – FEVAD sur les comportements d'achats sur internet à Noël : « Achats de Noël : pas d'effet « Gilets Jaunes » sur le choix d'internet » ;

8 - L'implantation des grandes surfaces en 2018

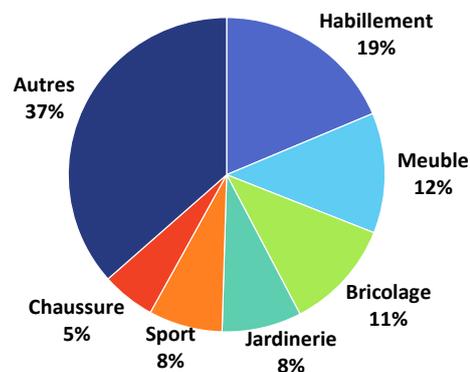
Les grandes surfaces ont une surface de vente supérieure ou égale à 400 m². Les grandes surfaces alimentaires sont classées en 4 catégories, en fonction de leur surface de vente et de la part de leurs ventes en produits alimentaires : hypermarchés, supermarchés « classiques », hard discount et « magasins multicommerces ».

Graphique 5 : Répartition des grandes surfaces alimentaires



Source : Insee - DGFiP

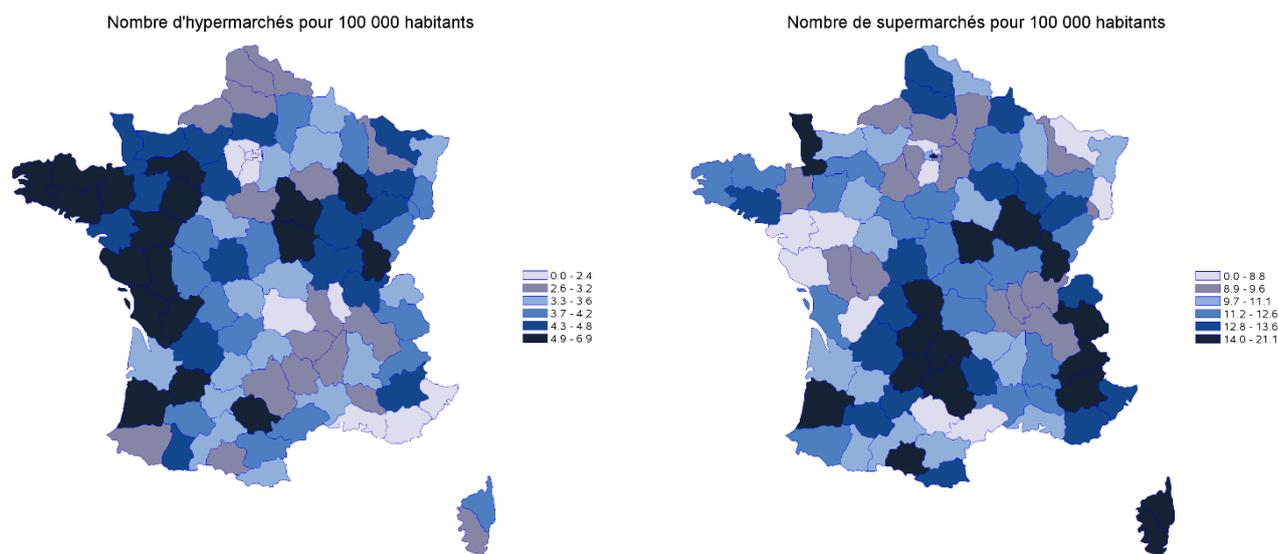
Graphique 6 : Répartition des grandes surfaces non alimentaires



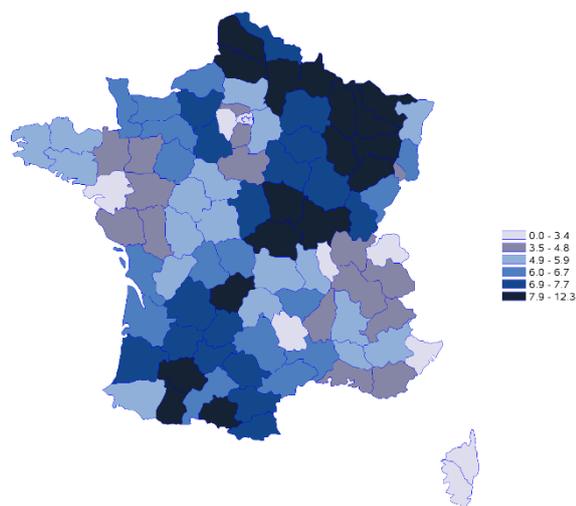
Source : Insee - DGFiP

Au premier janvier 2018, les supermarchés « classiques » représentent plus de la moitié des grandes surfaces alimentaires. Quant aux grandes surfaces non alimentaires, les deux tiers sont dans l'habillement, la chaussure, le sport, le bricolage, le jardinage et les meubles.

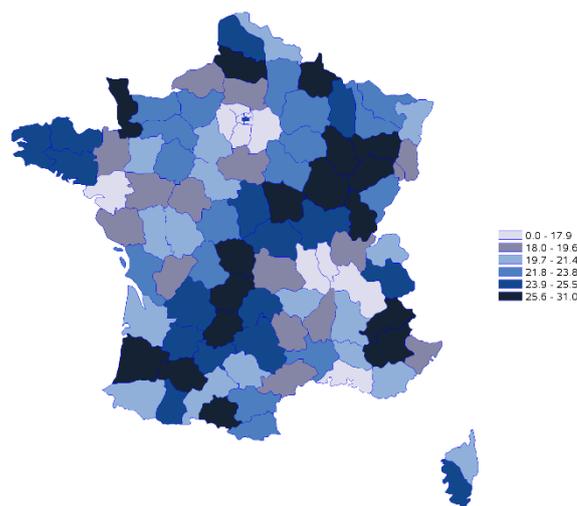
Graphique 7 : Densité de grandes surfaces alimentaires (GSA) et non alimentaires (GSNA) par département



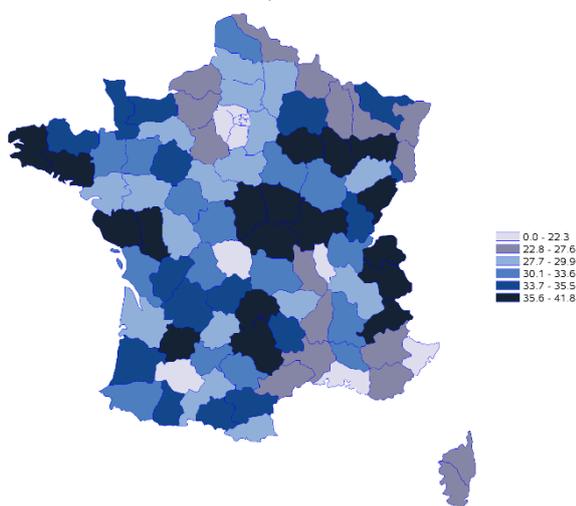
Nombre de Hard Discount pour 100 000 habitants



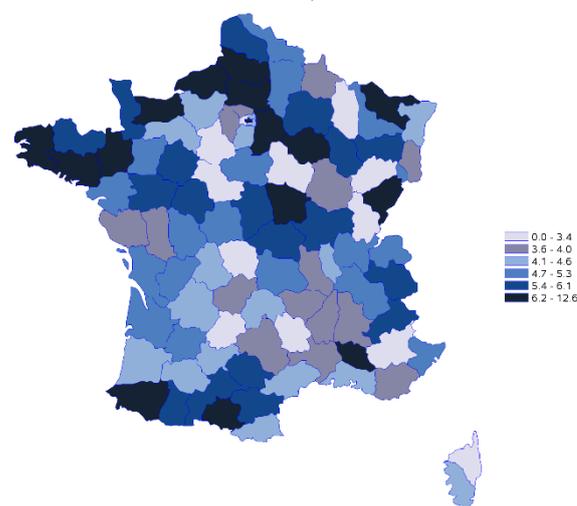
Nombre de GSA pour 100 000 habitants



Nombre de GSNA pour 100 000 habitants



Nombre de GS d'habillement pour 100 000 habitants



Source : Insee - Comptes du Commerce.

Encadré 3 : estimation du nombre de grandes surfaces

Le nombre de ces grandes surfaces alimentaires et non alimentaires est estimé pour 92 % à partir des fichiers issus de la taxe sur les surfaces commerciales (Tascom) ; c'est le fichier de 2018, qui donne une photographie du parc début 2018 qui est utilisé en premier lieu. Cette taxe ne s'appliquant que sous certaines conditions d'imposition, le fichier n'est pas tout à fait exhaustif. Il est complété par le répertoire Sirene, les données DADS jusqu'en 2015 agrégées au niveau établissements, les enquêtes Points de vente 2014 et Contours de réseaux 2016 mises en place par la division Commerce de l'Insee.

Les chiffres dans les tableaux 3 et 4, présentés selon la région d'implantation du magasin, doivent être considérés comme des estimations.

Le nombre d'hypermarchés, de supermarchés, de hard-discount et l'ensemble des grandes surfaces non alimentaires a été rapporté à la population par département pour obtenir les cartes qui représentent la densité en nombre de magasins pour 100 000 habitants.

Tableau 3 : Nombre de grandes surfaces alimentaires par région

Régions	Total	Nombre de grandes surfaces alimentaires			
		Hypermarchés	Supermarchés	Hard Discount	"Magasins multicommerces"
Auvergne-Rhône-Alpes	1 444	225	850	340	29
Bourgogne-Franche-Comté	718	129	372	210	7
Bretagne	742	190	377	163	12
Centre-Val de Loire	540	101	292	141	6
Corse	75	12	62	n.s	n.s
DOM	248	31	193	n.s	n.s
Grand Est	1 267	214	568	476	9
Hauts-de-France	1 363	200	683	468	12
Île-de-France	2 039	207	1 349	352	131
Normandie	730	137	365	222	6
Nouvelle-Aquitaine	1 330	261	677	378	14
Occitanie	1 281	220	645	397	19
Pays de la Loire	694	196	328	162	8
Provence-Alpes-Côte d'Azur	972	115	611	220	26
Total	13 443	2 238	7 372	3 548	285

Sources : Tascom, Sirene, DADS, Enquête « réseaux d'enseignes », Calculs Insee
n.s : non significatif

Tableau 4 : Nombre de grandes surfaces non alimentaires par région

Régions	Total	dont : nombre de grandes surfaces non alimentaires en :					
		Habillem ^t	Meuble	Bricolage	Jardinerie	Sport	Chaussure
Auvergne-Rhône-Alpes	2 293	365	297	253	166	210	138
Bourgogne-Franche-Comté	981	136	123	127	98	64	60
Bretagne	1 200	217	170	124	135	85	48
Centre-Val de Loire	772	121	93	100	79	49	51
Corse	86	12	12	14	n.s	4	n.s
DOM	295	50	43	59	n.s	26	n.s
Grand Est	1 672	310	202	160	139	110	107
Hauts-de-France	1 686	338	185	145	174	113	108
Île-de-France	2 197	646	223	168	121	135	120
Normandie	1 006	204	130	135	80	60	41
Nouvelle-Aquitaine	1 898	292	243	263	172	153	106
Occitanie	1 695	278	191	243	123	156	89
Pays de la Loire	1 168	189	164	152	103	88	54
Provence-Alpes-Côte d'Azur	1 198	225	169	112	70	114	62
Total	18 147	3 383	2 245	2 055	1 475	1 367	992

Sources : Tascom, Sirene, DADS, Calculs Insee
n.s : non significatif

CHAPITRE III : LE COMMERCE ET LA RÉPARATION DE VÉHICULES AUTOMOBILES ET DE MOTOCYCLES

Après quatre années florissantes, l'activité du **commerce et de la réparation de véhicules automobiles et de motocycles** ralentit en 2018. Les ventes s'élèvent à 131,4 milliards d'euros. Elles augmentent de 1,1 % en volume, après + 5,3 % en 2017 et + 5,7 % en 2016. Les ventes du secteur progressent en valeur de + 2,9 % (après + 6,0 % et + 5,4 %).

Le **commerce de véhicules automobiles**, qui représente 72 % de l'ensemble du commerce et de la réparation automobile, a en effet beaucoup ralenti : ses ventes en valeur ont augmenté de 1,1 % (après + 5,4 % et + 7,1 %).

L'**entretien et la réparation de véhicules automobiles** est plus dynamique (+ 1,8 % en volume et + 5,0 % en valeur).

Les ventes du **commerce de détail d'équipements automobiles** ralentissent nettement : + 1,1 % après + 9,9 %, en volume.

Les prix poursuivent leur hausse en 2018 (+ 1,8 %, après + 0,7 %), après la baisse de - 0,3 % en 2016, inédite depuis le début des années 2000.

Tableau 1 : Ventes du commerce et de la réparation de véhicules automobiles et de motocycles T.T.C.

Activités	Évolution en volume (en %)			Évolution en valeur (en %)			Montant 2018p	
	2016	2017sd	2018p	2016	2017sd	2018p	en Md€	en %
Commerce de véhicules automobiles*	7,1	5,4	1,1	6,9	6,1	2,5	94,1	71,6
Entretien et réparation de véhicules automobiles	2,4	3,2	1,8	1,9	4,7	5,0	22,8	17,3
Commerce de gros d'équipements automobiles	0,6	7,3	1,1	0,0	7,2	2,7	1,9	1,5
Commerce de détail d'équipements automobiles	1,6	9,9	1,1	1,0	9,6	2,8	8,7	6,6
Commerce et réparation de motocycles	3,3	2,5	-0,7	4,0	4,4	1,3	3,9	3,0
ENSEMBLE COMMERCE ET RÉPARATION DE VÉHICULES AUTOMOBILES ET DE MOTOCYCLES	5,7	5,3	1,1	5,4	6,0	2,9	131,4	100,0

Source : Insee - Comptes du commerce

* Cette rubrique comprend le commerce de voitures et de véhicules automobiles légers et le commerce d'autres véhicules automobiles :

- le commerce de voitures et de véhicules automobiles légers regroupe le commerce de gros et de détail de véhicules neufs ou usagés de véhicules automobiles pour le transport des personnes, y compris les véhicules spéciaux - tels qu'ambulances, minibus, etc - de 3,5 tonnes ou moins ainsi que les véhicules automobiles tout terrain de 3,5 tonnes ou moins comme les jeeps.

- le commerce d'autres véhicules automobiles regroupe le commerce de gros et de détail de véhicules neufs ou usagés de camions, remorques et semi-remorques, véhicules pour le camping tels que caravanes et autos-caravanes (camping-cars) ainsi que les véhicules automobiles tout terrain de plus de 3,5 tonnes.

p : provisoire ; sd : semi-définitif

1 - La reprise du commerce de véhicules automobiles s'essouffle

Pour la deuxième année consécutive, les ventes de **véhicules automobiles ralentissent** fortement (+ 1,1 % en 2018 après +5,4 %) alors qu'elles avaient augmenté de 7,1 % en 2016. Elles étaient reparties à la hausse après avoir beaucoup souffert en 2012. Les immatriculations de voitures particulières neuves sont plus nombreuses de 2,8 % en moyenne annuelle en 2018⁷². En outre, celles de véhicules utilitaires neufs augmentent de 4,7 %.

⁷² Données du Service de la donnée et des études statistiques du ministère de la Transition Écologique et Solidaire, Sdes

Comparée à 2017, la répartition des ventes est globalement stable selon la gamme (économique inférieure, moyenne supérieure et supérieure et luxe)⁷³. Selon les types de carrosserie, les véhicules tout terrain/tout chemin continuent de gagner des parts de marché. Ils représentent 36 % des ventes en 2018 (+ 4 points). Au contraire, les types « monospace compact » et « break » ont perdu l'un et l'autre 2 points.

En 2018, les groupes français profitent de l'expansion du marché. Leur part de marché en terme d'immatriculations passe de 54 % à 57 %, essentiellement du fait du rachat d'Opel par le groupe PSA ⁷⁴.

En 2018, les véhicules diesel continuent de perdre du terrain et ne représentent plus que 39 % du marché (contre 47 % en 2017 et 73 % en 2012), du fait de l'alignement des fiscalités entre diesel et essence. L'électrique est encore loin d'être utilisé comme alternative aux carburants traditionnels : les véhicules hybrides ne représentent encore que 4,9 % des immatriculations (3,9 % en 2017).

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

Les ventes d'entretien et de réparation automobile ralentissent en 2018 (+ 1,8 % en volume, après + 3,2 % et + 2,4 %). Elles augmentent de 5,0 % en valeur (+ 4,7 % en 2017). Ces trois années de croissance font suite à sept années consécutives de baisse d'activité. Dans le **commerce de détail d'équipements automobiles**, la progression des ventes retombe à + 1,1 % en volume alors que l'activité avait connu un essor important en 2017 (+ 9,9 %).

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, l'entretien-réparation des véhicules de moins de deux ans étant essentiellement réalisé par les entreprises des réseaux constructeurs, classées plus souvent dans le secteur du commerce de véhicules automobiles.

3 - Les ventes de motocyclettes repartent à la hausse

L'activité du secteur du commerce et de la réparation de motocycles se contracte de 0,7 % en volume, tandis que la hausse des prix permet une hausse des ventes en valeur (+ 1,3 %).

L'activité du secteur est portée par les ventes de motocyclettes, dont les immatriculations augmentent de 7,5 % en 2018. Ce contrecoup favorable survient après une forte baisse en 2017 (- 6,5 %), suite au passage à la norme Euro4 au 1^{er} janvier 2017 qui entraînait une hausse des coûts de construction des véhicules. En revanche, le secteur souffre d'une forte baisse des ventes de cyclomoteurs (- 32,3 % en 2018) concernés par la norme Euro4 depuis le 1^{er} janvier 2018 seulement. Par ailleurs, le nombre d'immatriculations de cyclomoteurs a été divisé par deux entre 2005 et 2018. Ces véhicules sont de moins en moins utilisés par les jeunes qui ont d'autres préférences de consommation et bénéficient du développement des transports en commun.

⁷³ Comité des constructeurs français automobiles (CCFA)

⁷⁴ Comité des constructeurs français automobiles (CCFA)

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

Le calcul des ventes au détail par forme de vente s'appuie sur la réconciliation de deux sources : la consommation commercialisable des ménages et les chiffres d'affaires des secteurs commerciaux. 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 pour l'année 2017 et 2018 sont susceptibles d'être révisées. 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 des 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.

Les résultats de l'année 2016, définitifs, sont basés sur l'exploitation du système d'information sur la statistique d'entreprise Esane. Ceux de 2017 et de 2018, estimés, s'appuient sur les résultats définitifs 2016 et ont été obtenus à partir des indices de chiffres d'affaires rénovés calculés par l'Insee.

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

		2014	2015	2016	2017	2018
Rapport de juin 2019 (base 2014)	en valeur	+ 1,0	+ 4,5	+ 5,4 (def)	+ 6,0 (sd)	+ 2,9 (p)
	en volume	- 0,4	+ 3,8	+ 5,7 (def)	+ 5,3 (sd)	+ 1,1 (p)
Rapport de décembre 2018 (base 2014)	en valeur	+ 1,0	+ 4,5	+ 5,5 (def)	+ 5,8 (p)	
	en volume	- 0,4	+ 3,8	+ 5,7 (def)	+ 4,9 (p)	
Rapport de juin 2018 (base 2014)	en valeur	+ 1,0	+ 4,5 (def)	+ 6,3 (sd)	+ 5,9 (p)	
	en volume	- 0,4	+ 3,8 (def)	+ 6,5 (sd)	+ 5,1 (p)	
Rapport de décembre 2017 (base 2010)	en valeur	+ 1,0	+ 4,4 (def)	+ 6,5 (p)		
	en volume	- 0,4	+ 3,5 (def)	+ 6,6 (p)		
Rapport de juin 2017 (base 2010)	en valeur	+ 1,0	+ 4,6 (sd)	+ 6,5 (p)		
	en volume	- 0,4	+ 3,8 (sd)	+ 6,7 (p)		
Rapport de décembre 2016 (base 2010)	en valeur	+ 1,0	+ 4,7 (p)			
	en volume	- 0,4	+ 3,8 (p)			
Rapport de juin 2016 (base 2010)	en valeur	+ 1,4 (sd)	+ 4,6 (p)			
	en volume	+ 0,0 (sd)	+ 3,7 (p)			
Rapport de décembre 2015 (base 2010)	en valeur	+ 1,4 (p)				
	en volume	- 0,1 (p)				
Rapport de juin 2015 (base 2010)	en valeur	+ 1,6 (p)				
	en volume	+ 0,1 (p)				

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

CHAPITRE IV : DEMOGRAPHIE DES ENTREPRISES

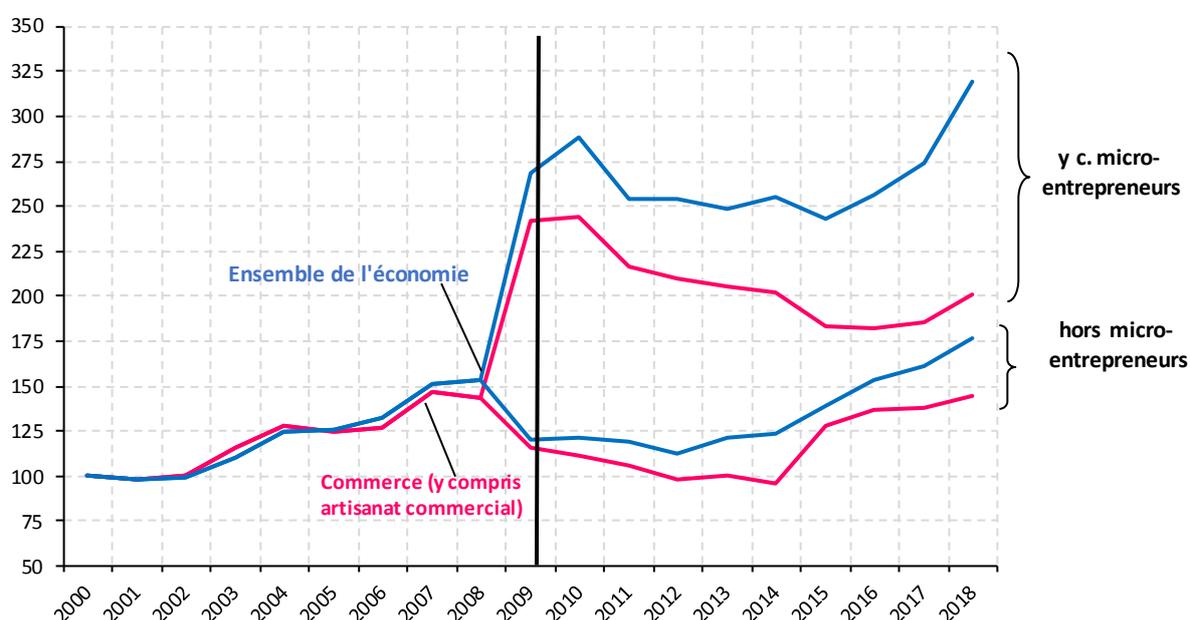
Les créations d'entreprises⁷⁵ repartent à la hausse dans le commerce en 2018 après six années de repli et une reprise timide en 2017. Cette croissance reste toutefois limitée eu égard au contexte général particulièrement dynamique. La hausse est moins marquée dans l'artisanat commercial et le commerce de détail que dans le commerce et la réparation d'automobiles et le commerce de gros.

Cette progression est principalement imputable aux immatriculations de micro-entrepreneurs⁷⁶ qui grimpent fortement en 2018 dans tous les secteurs commerciaux avec le doublement des plafonds de chiffres d'affaires⁷⁷ intervenu au 1^{er} janvier 2018.

Hors micro-entrepreneurs, les créations d'entreprises augmentent modérément, freinées par le faible dynamisme du commerce de détail et de l'artisanat commercial. Les créations d'entreprises individuelles commerciales classiques progressent après une pause en 2017. En revanche, les créations de sociétés sont en léger recul. Les créations de sociétés par actions simplifiées (SAS et SASU) marquent un repli inédit en 2018 cependant que les créations de sociétés et entreprises unipersonnelles à responsabilité limitée (SARL et EURL) perdent moins de terrain que les années précédentes.

Les défaillances d'entreprises diminuent en 2018 dans le commerce pour la cinquième année consécutive. Elles continuent à baisser dans le commerce de détail et le commerce de gros mais s'accroissent légèrement dans le commerce et la réparation d'automobiles.

Graphique 1 : Créations d'entreprises de 2000 à 2018 (base 100 en 2000)



Champ : France entière

Source : Insee, répertoire des entreprises et des établissements (Sirene)

⁷⁵ Les créations d'entreprises correspondent aux immatriculations des unités légales (sociétés et entreprises individuelles) au répertoire Sirene.

⁷⁶ Le régime du micro-entrepreneur succède au régime de l'auto-entrepreneur depuis la mise en application le 19 décembre 2014 des dispositions de la loi Pinel du 18 juin 2014.

⁷⁷ La loi de finances pour 2018 fait passer le plafond de chiffre d'affaires à ne pas dépasser pour bénéficier du statut de micro-entrepreneur de 82 800 € à 170 000 € pour les activités commerciales.

1 - Les créations d'entreprises dans le commerce repartent à la hausse

1.1 - Une croissance moins marquée que dans les autres secteurs

Au 31 décembre 2017, la France comptait 4,7 millions de sociétés et entreprises individuelles, dont 874 000 dans le commerce et 45 000 dans l'artisanat commercial.

En 2018, les créations d'entreprises repartent à la hausse dans les secteurs commerciaux après six années consécutives de baisse et une reprise timide en 2017 : 109 600 entreprises sont créées dans les secteurs du commerce et de l'artisanat commercial (+ 8,7 %). La reprise des créations est imputable aux immatriculations de micro-entrepreneurs et, dans une moindre mesure, aux créations d'entreprises individuelles classiques. Cette hausse reste néanmoins limitée dans un contexte général de forte croissance des créations⁷⁸ (+ 16,9 % dans l'ensemble de l'économie, + 68,1 % dans le transport et l'entreposage) et le commerce fait toujours partie, comme lors des années précédentes, des secteurs les moins dynamiques.

Au sein du commerce, comme chaque année depuis 2015, les créations d'entreprises progressent moins rapidement dans l'artisanat commercial (+ 2,2 %) et le commerce de détail (+ 6,2 %) que dans le commerce et la réparation d'automobiles (+ 10,0 %). Le commerce de gros est à nouveau en 2018 le secteur le plus dynamique (+ 14,5 %).

Tableau 1 : Créations d'entreprises y compris micro-entrepreneurs, évolution (en %) et nombre

Secteurs d'activité	2014	2015	2016	2017	2018	Nombre de créations en 2018
Commerce de détail	-2,1	-13,1	-2,3	0,0	6,2	62 100
Commerce de gros	-5,2	-0,6	2,4	5,2	14,5	26 800
Commerce et réparation d'automobiles	4,9	-4,9	1,2	2,3	10,0	18 400
Total commerce	-1,7	-9,3	-0,7	1,6	8,8	107 300
Artisanat commercial	6,0	-6,7	-0,8	3,3	2,2	2 300
Total commerce et artisanat commercial	-1,6	-9,2	-0,7	1,6	8,7	109 600
Ensemble de l'économie française	2,3	-4,7	5,5	6,7	16,9	691 300

Champ : France entière

Source : Insee, répertoire des entreprises et des établissements (Sirene)

1.2 - Les immatriculations de micro-entrepreneurs en nette reprise

Les immatriculations de micro-entrepreneurs dans le commerce repartent fortement à la hausse en 2018 (+ 21,4 %) après deux années de forte chute en 2015 et 2016 et une quasi-stabilisation en 2017. Bien que moins dynamiques que dans l'ensemble de l'économie (+ 27,5 %), ces immatriculations progressent vivement dans les trois secteurs commerciaux. C'est notamment le cas dans le commerce de gros et dans le commerce de détail, sous l'impulsion des intermédiaires du commerce de gros (+ 36 %) et de la vente à distance (+ 41 %). Les immatriculations continuent à baisser, en revanche, dans le commerce de détail sur éventaires et marchés (- 1 %).

Tableau 2 : Immatriculations de micro-entrepreneurs, évolution (en %) et nombre

Secteurs d'activité	2014	2015	2016	2017	2018	Nombre de créations en 2018
Commerce de détail	-1,8	-51,3	-14,9	3,5	20,6	21 900
Commerce de gros	9,4	-25,9	-33,0	12,9	31,8	4 100
Commerce et réparation d'automobiles	5,7	-40,3	-20,8	-8,8	16,9	4 600
Total commerce	0,4	-47,1	-18,4	2,4	21,4	30 600
Artisanat commercial	24,8	-42,6	-20,9	-7,8	7,6	300
Total commerce et artisanat commercial	0,6	-47,0	-18,4	2,3	21,3	30 900
Ensemble de l'économie française	3,1	-21,2	-0,3	8,5	27,5	308 300

Champ : France entière

Source : Insee, répertoire des entreprises et des établissements (Sirene)

⁷⁸ Gourdon H., « Les créations d'entreprises en 2018 : en forte hausse, portées par les immatriculations de micro-entrepreneurs », Insee Première n°1734, janvier 2019.

En 2018, la part des immatriculations de micro-entrepreneurs dans les créations d'entreprises du commerce remonte à 28,5 % après 53 % en 2014 puis 25 % en 2016 et 2017. La réforme du régime de l'auto-entrepreneur mise en œuvre dans la loi Pinel fin 2014 pourrait expliquer en grande partie la chute des immatriculations constatée en 2015 et 2016 et la baisse de leur part au sein des créations d'entreprise. La nette reprise de la croissance des immatriculations en 2018 peut s'expliquer par le doublement des plafonds de chiffre d'affaires⁷⁹ intervenu le 1^{er} janvier 2018.

1.3 - Hausse des créations d'entreprises individuelles, recul des sociétés

Hors micro-entrepreneurs, les créations d'entreprises dans le commerce et l'artisanat commercial s'accroissent de 4,4 % en 2018, tirées par les créations d'entreprises individuelles classiques. Elles augmentent cependant moins rapidement que dans l'ensemble de l'économie (+ 9,6 %).

Les créations d'entreprises commerciales se replient dans le commerce de détail, en particulier dans le commerce sur éventaires et marchés (-9 %), l'équipement de la maison (-8 %) et le commerce alimentaire spécialisé (-8 %). En revanche, les créations progressent dans le commerce de gros (+ 11,8 %) et le commerce et la réparation d'automobiles (+ 7,9 %).

Tableau 3 : Créations d'entreprises hors micro-entrepreneurs, évolution (en %) et nombre

Secteurs d'activité	2014	2015	2016	2017	2018	Nombre de créations en 2018
Commerce de détail	-2,7	47,8	4,3	-1,6	-0,3	40 200
Commerce de gros	-9,4	8,1	10,8	4,2	11,8	22 700
Commerce et réparation d'automobiles	4,1	35,8	12,3	6,2	7,9	13 800
Total commerce	-4,0	33,2	7,2	1,3	4,5	76 700
Artisanat commercial	1,1	4,9	2,7	4,8	1,6	2 000
Total commerce et artisanat commercial	-3,9	32,2	7,1	1,4	4,4	78 700
Ensemble de l'économie française	1,5	12,9	9,8	5,5	9,6	383 000

Champ : France entière

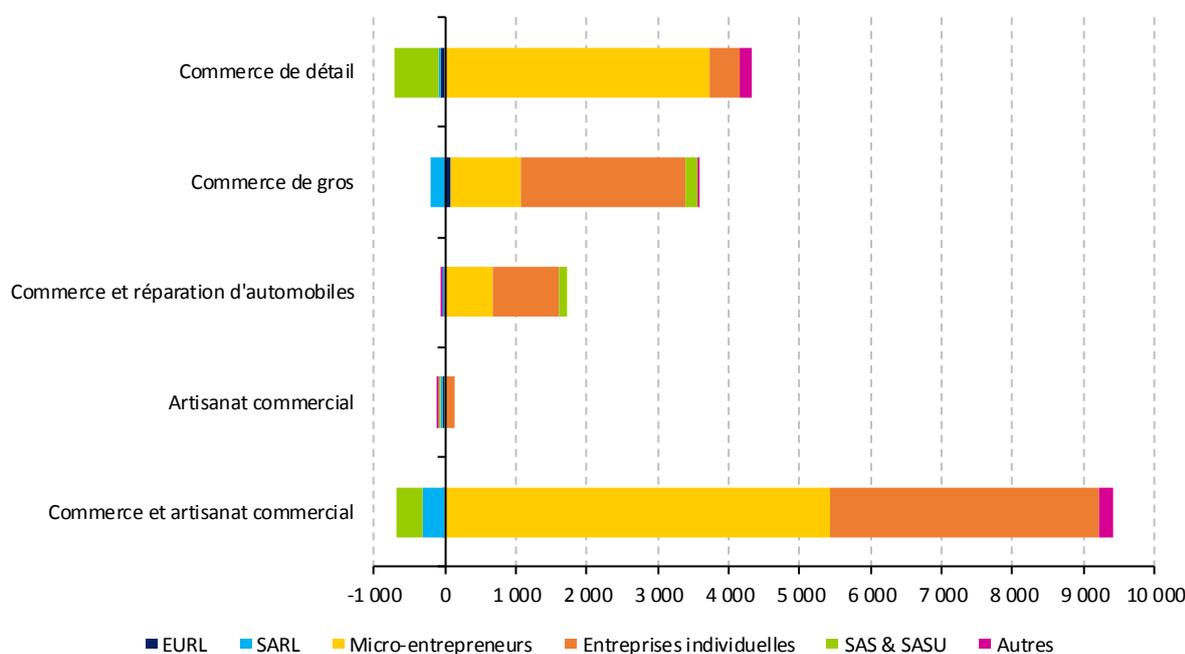
Source : Insee, répertoire des entreprises et des établissements (Sirene)

Les créations d'entreprises individuelles commerciales classiques repartent à la hausse en 2018 (+ 10 % après + 1 % en 2017), bien que moins rapidement que dans l'ensemble de l'économie (+ 20 %). La part des entreprises individuelles classiques parmi l'ensemble des entreprises créées dans le commerce, passée de 14 % en 2014 à 37 % en 2016, reste stable depuis. La substitution de la création d'entreprises individuelles classiques à l'immatriculation de micro-entrepreneurs, massive en 2015 après les réformes introduites par la loi Pinel, ne s'observe donc plus. Les créations d'entreprises individuelles progressent dans tous les secteurs du commerce, en particulier chez les intermédiaires du commerce de gros (+ 18 %), à l'exception du commerce de détail sur éventaires et marchés (- 10 %).

En 2018, les créations de sociétés sont en léger recul : - 1 %. Les créations de sociétés par actions simplifiées (SAS et SASU), forme juridique qui remportait un succès toujours croissant jusqu'en 2017, marquent un repli inédit (- 2 %). Cette baisse est imputable au commerce de détail (- 6 %). Le recul des créations de sociétés et entreprises unipersonnelles à responsabilité limitée (SARL et EURL) est en revanche moins marqué (- 2 %) que les années précédentes (- 11 % en 2016 et 2017). La substitution des SAS et SASU aux SARL et EURL, dont les statuts sont plus contraignants, semble ainsi marquer le pas.

⁷⁹ La loi de finances pour 2018 fait passer le plafond de chiffre d'affaires à ne pas dépasser pour bénéficier du statut de micro-entrepreneur de 82 800 € à 170 000 € pour les activités commerciales.

Graphique 2 : Variations du nombre de créations d'entreprises selon la catégorie juridique entre 2017 et 2018



Champ : France entière

Source : Insee, répertoire des entreprises et des établissements (Sirene)

Lecture : En 2018, il y a eu 5 415 immatriculations de micro-entrepreneurs de plus qu'en 2017 dans le commerce et l'artisanat commercial.

2 - Les défaillances d'entreprises continuent à diminuer en 2018

Encadré 1: Définition des défaillances

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.

Les défaillances d'entreprises reculent en 2018 dans le commerce (- 3,3 %) pour la cinquième année consécutive, soit un peu plus que dans l'ensemble de l'économie (- 2,5 %). 11 600 entreprises commerciales ont fait défaut en 2018 (contre un pic de 14 100 en 2013).

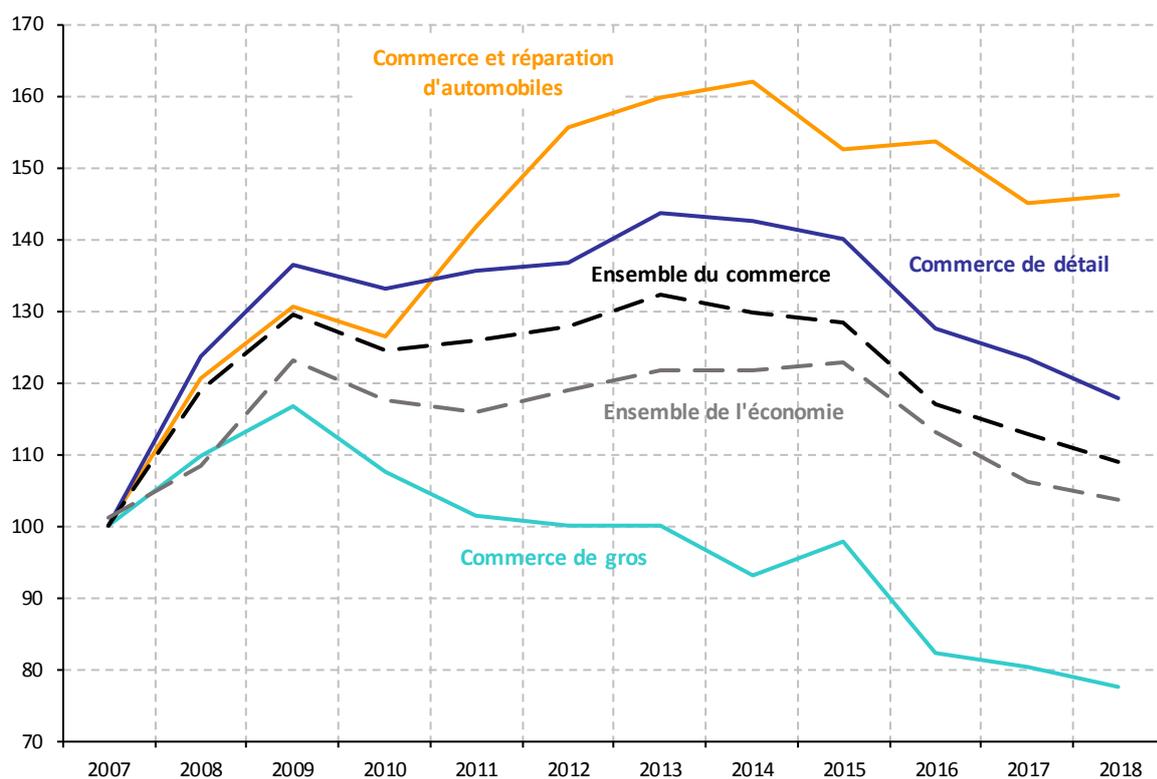
Les défaillances continuent à diminuer dans l'ensemble des secteurs du commerce de détail et du commerce de gros. Elles progressent faiblement en revanche dans le commerce et la réparation d'automobiles. Elles sont plus fréquentes dans le commerce de véhicules automobiles mais se réduisent dans l'entretien et la réparation.

Tableau 4 : Défaillances d'entreprises en date de jugement, évolution (en %) et nombre

Secteurs d'activité	2014	2015	2016	2017	2018	Nombre de défaillances en 2018
Commerce de détail	-0,8	-1,8	-8,9	-3,4	-4,4	7 100
Commerce de gros	-7,0	5,1	-15,8	-2,6	-3,2	2 500
Commerce et réparation d'automobiles	1,3	-5,8	0,8	-5,6	0,8	2 000
Total commerce	-1,9	-0,9	-9,0	-3,6	-3,3	11 600
Ensemble de l'économie française	-0,2	1,0	-7,9	-6,1	-2,5	53 100

Source : Banque de France

Graphique 3 : Défaillances d'entreprises de 2007 à 2018 (base 100 en 2007)



Source : Banque de France

3,6 millions de personnes⁸⁰ travaillent dans les secteurs commerciaux⁸¹. Parmi eux, un peu plus de cinq sur six sont salariés.

La hausse des effectifs salariés entamée en 2015 se poursuit à un rythme modéré en 2018. L'emploi salarié dans le commerce augmente de 0,6 % entre décembre 2017 et décembre 2018. Comme en 2016 et 2017, cette progression est moins soutenue que celle de l'emploi salarié de l'ensemble du tertiaire marchand. Le ralentissement de l'emploi du commerce de détail amorcé en 2017 s'accroît en 2018. La croissance de l'emploi commercial est désormais tirée par le commerce de gros et le dynamisme accru du commerce et de la réparation d'automobiles.

Dans un contexte général de recul de l'emploi intérimaire, le commerce continue à augmenter son recours à l'intérim en 2018 sous l'impulsion du commerce de détail. Le nombre d'intérimaires atteint 73 900 fin 2017.

Les effectifs non-salariés du commerce se contractent à nouveau en 2016 pour la troisième année consécutive. Parmi les non-salariés, le nombre de micro-entrepreneurs continue à croître, mais à un rythme qui se ralentit nettement depuis 2015 après la réforme du régime de l'auto-entrepreneuriat. Fin 2016, l'emploi non salarié du commerce est estimé à 432 200 personnes, dont un quart sont micro-entrepreneurs.

Avertissement sur les sources : les sources statistiques exploitées dans ce chapitre sont d'origines diverses et ne sont pas toutes disponibles aux mêmes dates.

Les estimations trimestrielles d'emploi salarié sont élaborées par l'INSEE à partir de l'enquête Acemo⁸² et des déclarations des entreprises aux URSSAF. Elles sont diffusées deux mois et demi après la fin du trimestre.

L'emploi intérimaire trimestriel, évalué depuis 2017 à partir de la DSN (déclaration sociale nominative), est publié par le ministère du Travail (DARES) deux mois et demi après la fin du trimestre.

L'estimation de l'emploi non salarié annuel est réalisée par l'INSEE⁸³ à partir de données fournies par l'ACOSS⁸⁴. L'estimation de l'emploi non salarié de l'année N est disponible à la fin de l'année N+2.

Les salaires sont évalués par l'INSEE en exploitant les DADS (déclarations annuelles de données sociales) puis, à partir de 2017, la DSN. Les données de l'année N sont disponibles à la fin de l'année N+2.

1 - L'emploi salarié commercial s'accroît modérément en 2018

Fin 2018, 3,2 millions de salariés travaillent dans le commerce hors artisanat commercial, soit 20 % des salariés de l'ensemble des secteurs principalement marchands non agricoles⁸⁵. Plus de la moitié d'entre eux exercent dans le commerce de détail et près d'un tiers dans le commerce de gros.

La hausse de l'emploi salarié du commerce se poursuit en 2018 à vitesse modérée pour la quatrième année consécutive. Le secteur gagne ainsi 19 400 emplois salariés en 2018, soit + 0,6 %, et 93 000 emplois salariés depuis 2015.

L'emploi salarié commercial reste cependant moins dynamique que celui du tertiaire marchand (+ 1,2 %) et que celui de l'ensemble des secteurs marchands (+ 1,1 %).

⁸⁰ En France hors Mayotte

⁸¹ Ensemble des établissements classés dans le commerce hors artisanat commercial

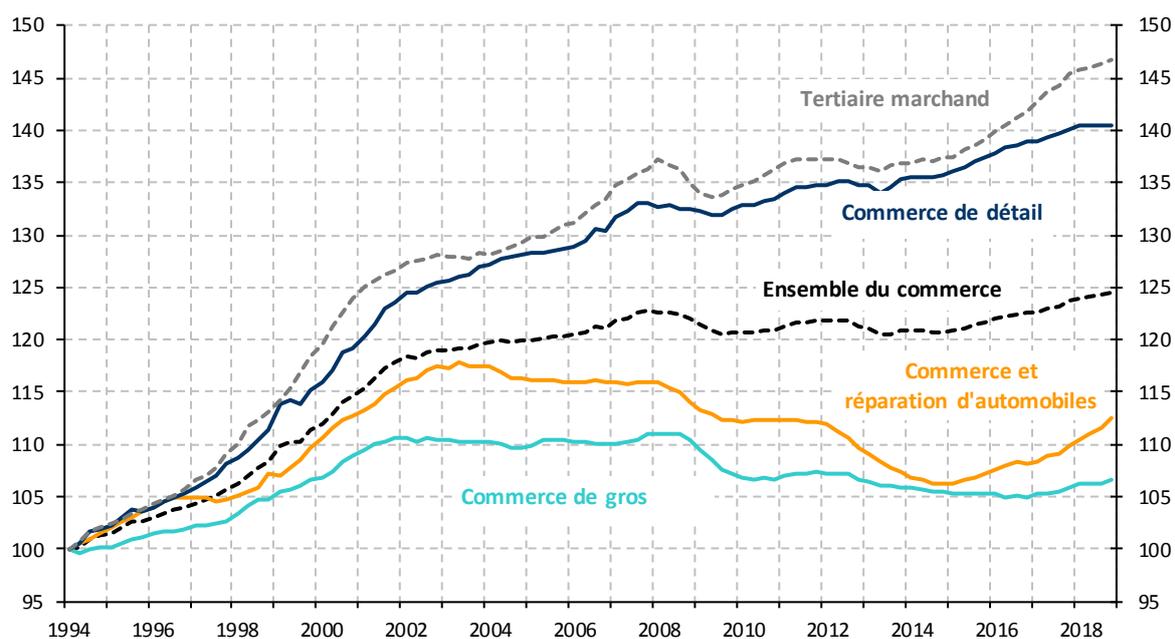
⁸² Enquête sur l'activité et les conditions de la main-d'œuvre (Ministère du Travail, DARES)

⁸³ Base non-salariés, Estel (Estimations d'emploi localisées)

⁸⁴ Agence centrale des organismes de sécurité sociale

⁸⁵ 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).

Graphique 1 : Effectif salarié trimestriel dans les secteurs du commerce (base 100 au 1er trimestre 1994)



Champ : France (hors Mayotte)
Source : Insee, estimations d'emploi

Comme en 2017, l'emploi salarié augmente en 2018 dans les trois secteurs du commerce. Il ralentit nettement dans le commerce de détail mais continue à accélérer dans le commerce et la réparation d'automobiles.

Les effectifs du commerce de détail ne s'accroissent que de 0,2 % (+ 2 900 salariés) et ne tirent plus la croissance de l'emploi commercial.

La reprise de l'emploi salarié du commerce de gros se confirme (+ 0,8 % et + 7 700 salariés) après que le secteur a perdu 54 200 salariés de fin 2007 à fin 2016.

L'emploi salarié dans le commerce et la réparation d'automobiles accélère encore en 2018 avec une croissance de 2,3 % (+ 8 700 salariés). Il progresse ainsi pour la quatrième année consécutive. Le secteur avait auparavant perdu près de 10 % de ses salariés entre 2002 et 2014.

Tableau 1 : Effectifs salariés hors intérim au 31/12 (en milliers) et part (en %)

SECTEURS D'ACTIVITE	2014	2015	2016	2017	2018 (p)	Part en 2018 (en %)
Commerce de détail	1 737	1 758	1 778	1 794	1 797	11
Commerce de gros	965	963	961	969	977	6
Commerce et réparation d'automobiles	367	371	374	380	389	2
Total Commerce	3 069	3 092	3 114	3 143	3 162	20
Tertiaire marchand	11 018	11 114	11 264	11 436	11 578	72
Secteurs principalement marchands	15 596	15 622	15 733	15 932	16 108	100

(p) : données provisoires
Champ : France hors Mayotte
Source : Insee, estimations d'emploi

Tableau 2 : Effectifs salariés hors intérim, variation en glissement annuel au 31/12 (en % et milliers)

SECTEURS D'ACTIVITE	2014	2015	2016	2017	2018 (p)	Variation en 2018 (en milliers)
Commerce de détail	0,2	1,2	1,2	0,9	0,2	3
Commerce de gros	-0,4	-0,2	-0,2	0,8	0,8	8
Commerce et réparation d'automobiles	-1,1	1,0	0,9	1,6	2,3	9
Total Commerce	-0,1	0,7	0,7	0,9	0,6	19
Tertiaire marchand	0,4	0,9	1,4	1,5	1,2	142
Secteurs principalement marchands	-0,3	0,2	0,7	1,3	1,1	177

(p) : données provisoires

Champ : France hors Mayotte

Source : Insee, estimations d'emploi

2 - L'intérim ralentit, excepté dans le commerce de détail

Le commerce emploie 2 % de ses salariés en intérim, soit 73 900 intérimaires fin 2018. Ce recours à l'intérim est modéré comparativement à l'industrie dans laquelle près de 9 % des salariés sont intérimaires. Un peu plus de la moitié des intérimaires du commerce sont employés par le commerce de gros. Le taux de recours plus élevé de ce secteur à l'intérim (3,9 % fin 2018) est lié à la plus forte volatilité de son activité.

Tableau 3 : Nombre d'intérimaires au 31/12 (en milliers) et part (en %)

SECTEURS D'ACTIVITE	2014	2015	2016	2017	2018	Part en 2018 (en %)
Commerce de détail	20	22	25	26	28	4
Commerce de gros	31	33	36	39	40	5
Commerce et réparation d'automobiles	4	5	6	6	6	1
Total Commerce	55	60	67	72	74	10
Tertiaire marchand	196	222	258	306	308	40
Secteurs principalement marchands	548	605	674	793	763	100

Champ : France hors Mayotte

Source : Dares

Dans un contexte où la plupart des secteurs diminuent leur recours à l'intérim (- 3,8 % dans l'ensemble des secteurs principalement marchands), celui-ci continue à progresser dans le commerce en 2018 (+ 3 %) sous l'impulsion du commerce de détail (+ 7,5 %). Les trois secteurs du commerce emploient 2 100 intérimaires supplémentaires fin 2018 et 22 900 intérimaires de plus depuis fin 2012 (+ 45 %).

Tableau 4 : Nombre d'intérimaires, variation en glissement annuel au 31/12 (en % et milliers)

SECTEURS D'ACTIVITE	2014	2015	2016	2017	2018	Variation en 2018 (en milliers)
Commerce de détail	2	9	12	5	7	2
Commerce de gros	0	6	11	8	1	0
Commerce et réparation d'automobiles	13	14	25	10	-5	0
Total Commerce	1	8	12	7	3	2
Tertiaire marchand	3	13	16	19	1	2
Secteurs principalement marchands	0	10	11	18	-4	-31

Champ : France hors Mayotte

Graphique 2 : Effectif intérimaire trimestriel (base 100 au 1er trimestre 2003)

Champ : France hors Mayotte

Source : Dares

3 - L'emploi non salarié se contracte en 2016 pour la troisième année de suite

3.1 - Le commerce perd 8 600 non-salariés

Fin 2016⁸⁶, l'emploi non salarié du commerce est estimé à 432 200 personnes, en baisse pour la troisième année consécutive. Les effectifs diminuent en 2016 comme en 2015 de 2 %, soit 8 600 emplois, dans un contexte de légère hausse de l'emploi non salarié de l'ensemble du tertiaire marchand (+ 0,2 %). Au sein du commerce, le commerce de détail recule plus fortement, avec un nombre de non-salariés qui se réduit notamment dans l'habillement et la vente sur éventaires et marchés.

Tableau 5 : Effectifs non salariés au 31/12 (en milliers) et évolution (en %)

Secteur d'activité	2014	2015	2016 (p)	2015/2014	2016/2015
Agriculture	426,6	418,0	414,4	-2,0	-0,9
Industrie	147,9	146,6	145,5	-0,9	-0,8
Construction	334,1	329,4	321,8	-1,4	-2,3
Tertiaire marchand	1 431,0	1 427,5	1 430,2	-0,2	0,2
dont Commerce	449,6	440,8	432,2	-2,0	-2,0
dont Commerce de détail	315,4	307,5	300,2	-2,5	-2,4
dont Commerce de gros	73,5	72,4	71,4	-1,5	-1,4
dont Commerce & réparation d'automobiles	60,7	60,9	60,6	0,2	-0,5
Tertiaire non marchand	498,4	526,1	544,7	5,6	3,5
Emploi non salarié total	2 838,0	2 847,7	2 856,6	0,3	0,3

Champ : France hors Mayotte

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

⁸⁶ Les données d'emploi non salarié ne font pas l'objet d'une estimation conjoncturelle et sont donc disponibles plus tardivement que les données d'emploi salarié

3.2 - Le nombre de micro-entrepreneurs continue à progresser à un rythme mesuré

Le nombre de micro-entrepreneurs actifs⁸⁷ du commerce progresse fortement depuis la création du régime de l'auto-entrepreneur⁸⁸, devenu micro-entrepreneur à partir de 2015. Ils sont 117 400 fin 2016. Près de six micro-entrepreneurs sur dix exercent dans le commerce de détail hors magasin.

En 2016, comme en 2015, le nombre de micro-entrepreneurs du commerce continue à croître à un rythme mesuré (+ 4,5 %) alors que l'ensemble de l'emploi non salarié du secteur recule. Cette progression (+ 5 100 micro-entrepreneurs) est cependant moins soutenue qu'en 2014 (+ 6,9 %) et qu'en 2013 (+ 15,7 %). Les nouvelles immatriculations de micro-entrepreneurs ont en effet sévèrement chuté en 2015 (-47 %) puis, dans une moindre mesure, en 2016⁸⁹, ce qui pourrait s'expliquer par les obligations nouvelles imposées par l'entrée en vigueur de la loi Pinel fin 2014.

La croissance du nombre de micro-entrepreneurs reste plus rapide en 2016 dans le commerce de gros (au sein des intermédiaires du commerce principalement) et le commerce et la réparation d'automobiles que dans le commerce de détail.

Tableau 6 : Effectifs non salariés micro-entrepreneurs actifs⁹⁰ au 31/12 (en milliers) et évolution (en %)

Secteurs d'activité	2014	2015	2016 (p)	2014-2015	2015-2016
Commerce de détail	83,6	86,1	88,5	3,0	2,7
Commerce de gros	12,6	13,7	15,5	9,2	12,7
Commerce et réparation d'automobiles	11,4	12,5	13,5	8,8	8,1
Total Commerce	107,7	112,3	117,4	4,3	4,5

Champ : France hors Mayotte

Source : Insee, base non-salariés

Huit ans après la création du régime de l'auto-entrepreneur, les micro-entrepreneurs représentent fin 2016 27 % des non-salariés du commerce, et 29 % des non-salariés du commerce de détail. Parmi ces derniers, les trois quarts exercent leur activité dans le commerce de détail hors magasin.

Tableau 7 : Part des micro-entrepreneurs actifs au sein des non-salariés (en %)

Secteurs d'activité	2014	2015	2016 (p)
Commerce de détail	27	28	29
Commerce de gros	17	19	22
Commerce et réparation d'automobiles	19	20	22
Total Commerce	24	25	27

Champ : France hors Mayotte

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

⁸⁷ Ne sont comptabilisés ici que les micro-entrepreneurs présumés actifs. Un micro-entrepreneur est considéré comme économiquement actif s'il a déclaré un chiffre d'affaires strictement positif sur l'année ou, pour un micro-entrepreneur nouvellement affilié, au cours des 4 trimestres suivant son assujettissement, soit éventuellement l'année suivante.

⁸⁸ Régime mis en place par la loi de modernisation de l'économie (LME) d'août 2008 et entré en vigueur au 1^{er} janvier 2009. La loi Pinel du 18 juin 2014 entrée en vigueur le 19 décembre 2014 a réformé ces dispositions, transformé le régime de l'auto-entrepreneur en celui de micro-entrepreneur et renforcé les obligations associées. On continue à utiliser l'appellation d'auto-entrepreneur lorsque l'immatriculation précède 2015.

⁸⁹ Cf tableau 2 page 52

⁹⁰ Selon l'Acoss, en 2016, 71 % des micro-entrepreneurs inscrits du commerce ont une activité économique.

DONNÉES DE CADRAGE : LE COMMERCE DANS L'ÉCONOMIE

Sauf mention contraire, l'artisanat commercial est compté avec le commerce

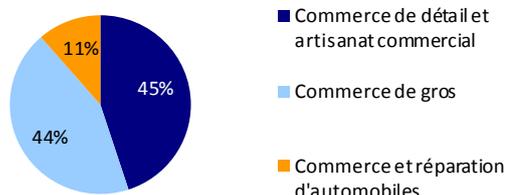
Valeur ajoutée en 2016

	en milliards d'euros	
	Commerce	Part dans l'économie (1)
Valeur ajoutée	211,8	10,6

(1) La part dans l'économie correspond ici à la part dans la valeur ajoutée totale (tous secteurs)

Source : Insee, comptes nationaux, comptes du commerce

Répartition de la valeur ajoutée en 2016



Chiffre d'affaires H.T. des secteurs commerciaux

	en milliards d'euros		
	2016	2017sd	2018p
Commerce de gros	801,8	836,9	874,3
Com. détail, artis. com.	482,3	495,7	512,0
Commerce, répar. auto.	184,0	197,2	205,8
Ensemble commerce	1 468,2	1 529,8	1 592,1

sd : semi-définitif p : provisoire

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

	en milliers		
Hors artisanat commercial	2016	2017	2018p
Effectif salarié	3 113,6	3 142,9	3 162,3
Effectif non salarié	432,2	nd	nd

Source : Insee - estimations d'emploi

Taux de marge commerciale

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

Hors artisanat commercial	2016
Commerce de gros	19,6%
Commerce de détail	29,6%
Commerce, répar. auto.	13,3%

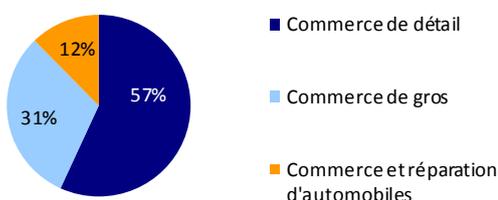
Source : Insee, comptes du commerce

Eff. salarié au 31/12 dans les secteurs du commerce

Hors artisanat commercial	2018p en milliers	Part dans secteurs principalement marchands
Commerce de gros	976,5	6,1%
Commerce de détail	1 797,0	11,2%
Commerce, répar. auto.	388,8	2,4%
Ensemble commerce	3 162,3	19,6%

Source : Insee - estimations d'emploi

Répartition de l'emploi salarié du commerce en 2018



Source : Insee - estimations d'emploi

Démographie des entreprises (unités légales) en 2018

	Commerce	Ensemble de l'économie (*)	Part du commerce
Nombre d'entreprises (en milliers)	920,0	4 710,0	19,5%
Nombre de créations (en milliers)	110,0	691,0	15,9%
Nombre de créations hors micro-entrepreneurs (en milliers)	79,0	383,0	20,6%
Taux de création (en %)	11,9%	14,7%	///
Taux de création hors micro-entrepreneurs (en %)	8,6%	8,1%	///
Nombre de défaillances hors artisanat commercial (en milliers)	12,0	53,0	21,9%

(*) Ensemble des activités marchandes hors agriculture

Sources : Sirene, Banque de France

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 2014 des comptes nationaux et en nomenclature Naf.rév.2 (p) = résultat provisoire, susceptible d'être révisé.

ANNEXE : PASSAGE ENTRE LES REGROUPEMENTS UTILISÉS DANS LES PUBLICATIONS SUR LE COMMERCE ET LES CODES DE LA NAF

COMMERCE DE GROS ET INTERMÉDIAIRES

Secteur dans les publications sur le commerce	Activité principale exercée (APE) : code(s) NAF
C.G. de produits agricoles bruts	Groupe 46.2
- céréales, tabac non manufacturé, semences et aliments pour le bétail	4621Z
- autres produits	4622Z, 4623Z, 4624Z
C.G. de produits alimentaires, de boissons et de tabac	Groupe 46.3
- produits frais	4631Z, 4632A, 4632B, 4632C, 4633Z, 4638A
- boissons (alcoolisées ou non)	4634Z
- autres produits	4635Z, 4636Z, 4637Z, 4638B, 4639A, 4639B
C.G. de biens domestiques	Groupe 46.4
- produits pharmaceutiques	4646Z
- autres produits	4641Z, 4642Z, 4643Z, 4644Z, 4645Z, 4647Z, 4648Z, 4649Z
C.G. d'équipements de l'information et de la communication	Groupe 46.5
- ordinateurs, équipements informatiques périphériques et logiciels	4651Z
- composants et équipements électroniques et télécommunication	4652Z
C.G. d'autres équipements industriels	Groupe 46.6
- équipements de bureau	4665Z et 4666Z
- matériel électrique	4669A.
- autres équipements	4661Z, 4662Z, 4663Z, 4664Z, 4669B, 4669C
Autres C.G. spécialisés	Groupe 46.7
- combustibles et produits annexes	4671Z
- produits pour l'installation de l'habitat et de la construction	4673A, 4673B, 4674A, 4674B
- autres produits	4672Z, 4675Z, 4676Z, 4677Z
C.G. non spécialisés	Groupe 46.9
Commerce de gros hors intermédiaires	Division 46 hors groupe 46.1
Intermédiaires du commerce	Groupe 46.1
dont centrales d'achats	4612A, 4617A, 4619A
Commerce de gros et intermédiaires	Division 46.

**COMMERCE DE DÉTAIL ET ARTISANAT COMMERCIAL -
COMMERCE ET RÉPARATION DE VÉHICULES AUTOMOBILES ET DE MOTOCYCLES**

Secteur dans les publications sur le commerce	Activité principale exercée (APE) : code(s) NAF
COMMERCE DE DÉTAIL ET ARTISANAT COMMERCIAL	
ENSEMBLE DU COMMERCE EN MAGASIN	
ENSEMBLE du commerce alimentaire en magasin	
Alimentation spécialisée et artisanat commercial¹	1071B, 1071C, 1071D, 1013B, 4722Z ; 4721Z, 4723Z, 4724Z, 4725Z, 4726Z, 4729Z
Boulangeries-pâtisseries	1071B, 1071C, 1071D
Boucheries-charcuteries	1013B, 4722Z
Autres magasins d'alimentation spécialisée	4721Z, 4723Z, 4724Z, 4725Z, 4726Z, 4729Z
Petites surfaces d'alimentation générale et magasins de produits surgelés	4711A, 4711B, 4711C
Grandes surfaces d'alimentation générale	4711D, 4711E, 4711F
Supermarchés	4711D
Magasins multi-commerces	4711E
Hypermarchés	4711F
ENSEMBLE du commerce non alimentaire en magasin	
Grands magasins et autres magasins non alimentaires non spécialisés	4719A, 4719B
Magasins non alimentaires spécialisés	4741Z, 4742Z, 4743Z, 4751Z, 4752A, 4752B, 4753Z, 4754Z, 4759A, 4759B, 4761Z, 4762Z, 4763Z, 4764Z, 4765Z, 4771Z, 4772A, 4772B, 4775Z, 4777Z, 4778A, 4773Z, 4774Z, 4776Z, 4778B, 4778C, 4779Z, 4781Z, 4782Z, 4789Z, 4791A, 4791B, 4799A, 4799B
Carburants	4730Z
Technologie de l'information et de la communication	4741Z, 4742Z, 4743Z
Equipement du foyer	4751Z, 4752A, 4752B, 4753Z, 4754Z, 4759A, 4759B
Culture, loisirs	4761Z, 4762Z, 4763Z, 4764Z, 4765Z
Autres commerce de détail en magasin spécialisé	4771Z, 4772A, 4772B, 4775Z, 4777Z, 4778A, 4773Z, 4774Z, 4776Z, 4778B, 4778C, 4779Z
Habillemeent-chaussures	4771Z, 4772A
Autres équip. de la personne	4772B, 4775Z, 4777Z, 4778A
Pharmacies, articles médicaux et orthopédiques	4773Z, 4774Z
Autres magasins spécialisés	4776Z, 4778B, 4778C, 4779Z
ENSEMBLE DU COMMERCE HORS MAGASIN	4781Z, 4782Z, 4789Z, 4791A, 4791B, 4799A, 4799B
Commerce sur éventaire ou marché	4781Z, 4782Z, 4789Z
Ventes à distance et autres formes de commerce	4791A, 4791B, 4799A, 4799B
ENSEMBLE COMMERCE DE DETAIL ET ARTISANAT COMMERCIAL	1013B, 1071B, 1071C, 1071D et division 47
<i>dont : activités artisanales</i>	<i>1013B, 1071B, 1071C, 1071D</i>
<i>dont : commerce de détail hors pharmacies (incl act artisanales)</i>	<i>1013B, 1071B, 1071C, 1071D, 4711A, 4711B, 4711C, 4711D, 4711E, 4711F, 4721Z, 4722Z, 4723Z, 4724Z, 4725Z, 4726Z, 4729Z, 4741Z, 4742Z, 4743Z, 4751Z, 4752A, 4752B, 4753Z, 4754Z, 4759A, 4759B, 4761Z, 4762Z, 4763Z, 4764Z, 4765Z, 4771Z, 4772A, 4772B, 4775Z, 4776Z, 4777Z, 4778A, 4778B, 4778C, 4779Z, 4781Z, 4782Z, 4789Z, 4791A, 4791B, 4799A, 4799B</i>
COMMERCE ET RÉPARATION DE VÉHICULES AUTOMOBILES ET DE MOTOCYCLES	
Commerce de véhicules automobiles	4511Z, 4519Z
Entretien et réparation de véhicules automobiles	4520A, 4520B
Commerce de gros d'équipements automobiles	4531Z
Commerce de détail d'équipements automobiles	4532Z
Commerce et réparation de motocycles	4540Z
ENSEMBLE COMMERCE ET RÉPARATION DE VÉHICULES AUTOMOBILES ET DE MOTOCYCLES	Division 45
ENSEMBLE COMMERCE DE DETAIL ET ARTISANAT COMMERCIAL + COMMERCE ET RÉPARATION DE VÉHICULES AUTOMOBILES ET DE MOTOCYCLES	1013B, 1071B, 1071C, 1071D et divisions 45 et 47

ANNEXE : PASSAGE DU CHIFFRE D'AFFAIRES DU COMMERCE DE DÉTAIL ET DU COMMERCE ET DE LA RÉPARATION AUTOMOBILE À LA CONSOMMATION COMMERCIALISABLE DES MÉNAGES EN 2018

La consommation commercialisable est une partie de la consommation des ménages. Elle comprend les produits vendus aux ménages par le commerce et les activités de réparation associées. Sont donc exclus les dépenses d'eau, de gaz naturel et d'électricité, ainsi que les services consommés par les ménages tels que les transports, la location immobilière, les services financiers, les services récréatifs et de soins personnels, l'éducation, l'action sociale...

En milliards d'euros TTC

Formes de vente	a	b	c	d	e	f = a+b+c+d+e	g	h	i = f+g+h	j	k = i - j
	Commerce d'alimentation spécialisé 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
Produits											
Ventes au détail de marchandises (hors auto)	64,2	176,0	11,7	223,1	43,2	518,2	39,1	34,7	592,0	71,4	520,7
<i>Produits alimentaires</i>	60,9	126,8	0,5	8,5	13,9	210,6	0,0	6,7	217,3	14,2	203,1
<i>Produits non alimentaires</i>	2,4	29,9	11,1	194,7	29,0	267,0	0,8	23,8	291,6	45,0	246,7
<i>Produits liés à l'automobile</i>	0,9	19,3	0,1	20,0	0,3	40,5	38,3	4,2	83,1	12,2	70,9
Vente et réparation automobile	0,0	0,0	0,0	0,1	0,0	0,1	92,3	3,4	95,8	37,4	58,3
Total des ventes au détail et des ventes et réparation automobile en forme de vente (4)	64,2	176,0	11,7	223,2	43,2	518,3	131,4	38,1	687,8	108,8	579,0
Valorisation des commissions en ventes - ventes des activités secondaires (restauration, réparation hors automobile, commerce de gros ...) (5)	-1,5	-49,4	-1,9	-33,1	2,5	-83,3	-110,4				
Chiffre d'affaires en secteur d'entreprise (6)	65,7	225,4	13,5	256,3	40,7	601,6	241,8				

Source : Insee - Comptes du Commerce

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

- (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 = (5) + (6)
- (5) Commissions perçues par les commerçants transformées en ventes - ventes relevant d'activités secondaires (hors commerce de détail, par exemple : restauration dans les magasins de meubles)
- (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) Les **ventes au détail** s'élèvent à 518,3 milliards d'euros (4). Elles sont obtenues à partir du **chiffre d'affaires total du commerce de détail et de l'artisanat** (colonne f, ligne 6), auquel sont retirées les ventes qui ne relèvent pas du commerce de détail (commerce de gros, ventes de services, ventes de biens) et est rajoutée la valorisation des ventes de produits sur lesquelles les professionnels du commerce ne perçoivent que des commissions. Les ventes en secteur d'entreprise sont transformées en ventes en secteur d'établissement (ou forme de vente) à l'aide d'une matrice de passage.

b) Les 131,4 milliards des *ventes et réparations du secteur du commerce et réparation automobile* et les 38,1 milliards de *ventes au détail des autres secteurs* sont ajoutés aux 518,3 milliards d'euros de *ventes au détail* des secteurs du commerce de détail et de l'artisanat commercial. On obtient ainsi l'ensemble des ventes au détail de tous les secteurs de l'économie (687,8 milliards).

c) L'ensemble de la **consommation commercialisable**, de 579,0 milliards, s'obtient en retranchant à la totalité des 687,8 milliards d'euros de *ventes au détail réalisées par l'ensemble des secteurs de l'économie*, 108,8 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.

