

La situation du commerce ***Tendances 2020*** **(éd. décembre)**

**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

E2020/05

**La situation du commerce
Tendances 2020
(Édition décembre)**

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

Division Commerce

Décembre 2020

*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 17 décembre 2020.

Nadège PRADINES, Arthur CAZAUBIEL, Bertrand FROC, Pascal LÉVY, Philippe POTTIER et Arnaud ROUSSET à la division « commerce » de l'Insee, Roxane JOURDAIN à la Direction générale des Douanes et des Droits indirects et Julien URI à la Banque de France ont rédigé ce rapport, sous la direction de Corinne DARMAILLACQ, rapporteur de la commission.

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

- Statistiques et études :
 - Thèmes :
 - Secteurs d'activité : Commerce
 - Collections :
 - Documents de travail : [La situation du commerce](#)

Pour en savoir plus

- Guillet X., Lauraire P., « Le compte prévisionnel de l'agriculture pour 2020 – Forte baisse de la production céréalière », Insee Première n°1831, décembre 2020
- Perrin-Haynes J., « Les hypermarchés n° 1 des ventes de produits alimentaires », Insee Focus n°187, avril 2020
- Cohen C., « 300 000 points de vente dans le commerce de détail », Insee Focus n°188, avril 2020
- Rousset A., « Les salariés du commerce de détail : des horaires souvent atypiques, un temps partiel fréquent », Insee Première, à paraître en janvier 2021
- Duc C., Souquet C., « L'impact de la crise sanitaire sur l'organisation et l'activité des sociétés », Insee Première n°1830, décembre 2020
- Aeberhardt L. et al., « Les comptes de la Nation en 2019 », Insee Première n°1802, mai 2020

La situation du commerce en 2020

Résumé :

En 2020, la pandémie de Covid-19 affecte durement l'activité des secteurs commerciaux. Dans le commerce de gros, le volume des ventes reviendrait à un niveau inférieur à 2017. Tous les secteurs du commerce de gros sont touchés. Les ventes du commerce de détail hors artisanat commercial sont inégalement affectées : le confinement bénéficierait au commerce alimentaire et à la vente à distance, tandis que les autres secteurs du commerce de détail sont pénalisés par la crise sanitaire. Enfin, l'activité du commerce et de la réparation de véhicules automobiles et de motocycles souffrirait tout particulièrement des restrictions imposées par la crise sanitaire.

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 2020

Abstract:

In 2020, the Covid-19 pandemic weighs upon activity in the commercial sectors. In wholesale trade, sales would drop below their 2017 level. In retail trade, sales would drop in all sectors but food stores and distance selling. Finally, motor trade would suffer greatly from the restrictions induced by the health crisis.

Keywords:

Trade, retail trade, wholesale trade, automotive trade and repair, 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 2020

LE COMMERCE

RAPPORT SUR LES COMPTES

SOMMAIRE

CHAPITRE I : TENDANCES 2020	10
1 - Les ventes en volume se replient dans les trois secteurs commerciaux en 2020	12
1.1 - Commerce de gros : en 2020, un ralentissement lié au confinement	12
1.2 - Commerce de détail : des évolutions contrastées sur fond de crise sanitaire	13
1.3 - L'activité du commerce et de la réparation d'automobiles plonge en 2020	18
2 - Impact de la crise sanitaire sur l'activité et la productivité dans le commerce : les enseignements des enquêtes Acemo Covid et Réseaux d'enseigne	21
2.1 - La moitié des établissements commerciaux considère que les mesures de protection sanitaire ont causé une réduction de leur productivité ou une augmentation des coûts	21
2.3 - Appartenir à un réseau : effet sur le confinement puis la reprise d'activité.....	23
3 - Exploitation des données de transactions par <i>Cartes Bancaires CB</i>	25
2.1 - Disparités sectorielles des dépenses par <i>Cartes Bancaires CB</i>	25
3.2 - La vente à distance	30
4 - L'emploi salarié total du commerce chute de 2 % avec la crise sanitaire	32
4.1 - Le commerce perd 49 000 emplois salariés hors intérim au premier semestre 2020	33
4.2 - L'emploi intérimaire plonge de 23 %	34
CHAPITRE II : ÉCLAIRAGES SECTORIELS	37
1 - Commerce de gros.....	37
1.1 - La clientèle intérieure du commerce de gros : principalement des industriels et des détaillants.....	39
2 - Commerce de détail.....	41
2.1 - Une croissance plus faible dans le grand commerce non alimentaire en 2018.....	44
2.2 - L'équipement commercial du commerce de détail : un magasin de plus de 400 m ² sur deux dans l'alimentaire non spécialisé ou l'équipement du foyer	45
2.3 - L'équipement commercial dans le grand commerce non alimentaire	49
3 - Commerce et réparation d'automobiles et de motocycles	50
4 - Une marge commerciale en hausse de 2,5% en 2018	52
CHAPITRE III : OPÉRATIONS INTERNATIONALES.....	54
1 - Le volume du commerce mondial en légère baisse en 2019	54
1.1 - La progression des échanges du commerce de gros est centrée sur les produits manufacturés	56
1.2 - Fort ralentissement des exportations du secteur du commerce et de la réparation d'automobiles	59
1.3 - Maintien du dynamisme des exportations dans le commerce de détail	59
2 - La position nette du commerce progresse en 2019.....	60
2.1 - L'essentiel de la position créditrice provient de la forte internationalisation du commerce du détail	61
2.2 - Huit groupes concentrent 70 % des investissements directs du secteur du commerce à l'étranger	62
2.3 - Les pays de l'Union européenne sont les principaux partenaires du secteur commercial français	64
2.4 - L'origine ultime des investissements directs étrangers se situe aussi aux États-Unis et au Japon.....	66
3 - Les groupes étrangers réalisent un quart du chiffre d'affaires des sociétés commerciales	66
3.1 - La part des groupes étrangers est plus forte dans le commerce de gros	66
3.2 - Les groupes européens contrôlent les deux tiers de l'activité des filiales commerciales des groupes étrangers	68
DONNÉES DE CADRAGE : LE COMMERCE DANS L'ÉCONOMIE.....	70
ANNEXE : PASSAGE ENTRE LES REGROUPEMENTS UTILISÉS DANS LES PUBLICATIONS SUR LE COMMERCE ET LES CODES DE LA NAF	72
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 2019	74
ANNEXE – MÉTHODE : LES INVESTISSEMENTS DIRECTS À L'ÉTRANGER	75

CHAPITRE I : TENDANCES 2020	10
Graphique 1 : Volume des ventes et indices de chiffre d'affaires dans le commerce	11
Graphiques 2 et 3 : Évolution du volume des ventes dans le commerce de gros	13
Graphiques 4 et 5 : Évolution du volume des ventes dans le commerce de détail	15
Encadré 1 : Un chiffre d'affaires en net recul dans le grand commerce non alimentaire en mars et avril 2020	16
Graphique 6 : Évolution du chiffre d'affaires mensuels dans le grand commerce non alimentaire* entre 2019 et 2020 (en %)	16
Graphique 7 : Évolution du volume des ventes dans le commerce et la réparation d'automobiles	18
Encadré 2 : Dans la zone euro, l'activité commerciale semble moins pénalisée en Allemagne que dans les autres pays	19
Graphique 8 : Évolution des indices de chiffre d'affaires en volume dans le commerce de détail à l'exception des automobiles et des motocycles (en %)	19
Graphique 9 : Évolution des indices de chiffre d'affaires en volume dans le commerce et la réparation d'automobiles et de motocycles (en %)	19
Graphique 10 : Évolution des indices de chiffre d'affaires en volume dans le commerce de gros (en %)	20
Graphique 11 : Commerce de détail : évolution probable de la demande au cours des 3 prochains mois	20
Données centrées réduites	20
Graphique 12 – Intention d'acheter une automobile dans les 12 prochains mois	21
Données centrées réduites	21
Graphique 13 – Effet de la crise sanitaire et de ses implications sur l'activité des établissements, par mois	22
Graphique 14 : Évolution des chiffres d'affaires cumulés en 2020 des magasins de bricolage (47.52)	23
Graphique 15 : Évolution des chiffres d'affaires cumulés en 2020 des commerces d'électroménager (47.54)	24
Graphique 16 : Évolution des chiffres d'affaires cumulés en 2020 des jardineries et fleuristes (47.76)	24
Graphique 17 – Disparités sectorielles des transactions par <i>Cartes Bancaires CB</i> en 2020 (évolutions glissements annuels, en %)	25
Graphique 18 – Évolution des transactions par <i>Cartes Bancaires CB</i> dans l'alimentaire (glissement annuel)	26
Graphique 19 – Évolution des transactions par <i>Cartes Bancaires CB</i> dans la quincaillerie, l'électroménager et les fleuristes et jardineries (glissement annuel)	27
Graphique 20 – Évolution du cumul des transactions par <i>Cartes Bancaires CB</i> dans la quincaillerie, l'électroménager et les fleuristes et jardineries (glissement annuel)	27
Graphique 21 – Évolution des transactions par <i>Cartes Bancaires CB</i> dans l'habillement, les articles de sport, et les meubles (glissement annuel)	28
Graphique 22 – Évolution du cumul des transactions par <i>Cartes Bancaires CB</i> dans l'habillement, les articles de sport, et les meubles (glissement annuel)	29
Graphique 23 – Évolution des transactions par <i>Cartes Bancaires CB</i> dans l'hébergement, la restauration et les services personnels (glissement annuel)	29
Tableau 1 – Évolutions des transactions <i>Cartes Bancaires CB</i> selon la période de l'année 2020, par rapport à 2019 (%)	30
Graphique 24 – Part des dépenses par <i>Cartes Bancaires CB</i> réalisées sur internet (%)	31
Graphique 25 – Évolutions des montants de transactions par <i>Cartes Bancaires CB</i> sur internet par acteur	31
Graphique 26 : Effectif salarié trimestriel dans les secteurs du commerce (base 100 au 1er trimestre 1994)	33
Tableau 2 : Effectifs salariés hors intérim en fin de période (en milliers) et part (en %)	34
Tableau 3 : Effectifs salariés hors intérim, variation en glissement annuel* en fin de période (en % et milliers)	34
Tableau 4 : Nombre d'intérimaires en fin de période (en milliers) et part (en %)	34
Graphique 27 : Effectif intérimaire trimestriel (base 100 au 1er trimestre 2003)	35
Tableau 5 : Nombre d'intérimaires, variation en glissement annuel* en fin de période (en % et milliers)	36
CHAPITRE II : ÉCLAIRAGES SECTORIELS	37
Graphique 1 : Ventes du commerce de gros, évolutions en 2018 et 2019 (en %)	37
Graphique 2 : Ventes du commerce de gros, contributions à l'évolution en volume (en points)	37
Tableau 1 : Ventes de marchandises du commerce de gros H.T.	38
Graphique 3 : Clientèle intérieure du commerce de gros en 2018	39
Encadré 1 : Principes d'évaluation et révision des ventes de marchandises des secteurs du commerce de gros	40
Graphique 4 : Ventes du commerce de détail, évolutions en 2018 et 2019 (en %)	41
Graphique 5 : Ventes du commerce de détail, contributions à l'évolution en volume (en points)	41
Tableau 2 : Ventes du commerce de détail et de l'artisanat à caractère commercial T.T.C.	42
Encadré 2 : Évaluation et révisions des ventes au détail	43
Encadré 3 : Définition du grand commerce non alimentaire	44
Graphique 6 : Part du chiffre d'affaires H.T. du grand commerce dans l'ensemble du commerce non alimentaire, par secteur, en 2014 et 2019 (en %)	44
Tableau 3 : Chiffre d'affaires H.T du grand commerce et de l'ensemble du commerce non alimentaire	45
Tableau 4 : Répartition des magasins des entreprises du commerce de détail et de l'artisanat commercial par tranche de surface	46
Graphique 7 : Poids des magasins de 400 m ² ou plus par secteur d'activité en 2018 et 2017 (en %)	46
Tableau 5 : Répartition des magasins par taille et secteur d'activité en 2018 (en %)	47
Graphique 8 : Répartition des magasins selon leur surface par secteur dans le commerce de détail en 2018 (en %)	47
Tableau 6 : Répartition des entreprises dans le commerce de détail selon leur nombre de magasins (en %)	48

Graphique 9 : Nombre moyen de magasins par société et part des très grandes surfaces dans le grand commerce en 2018	49
Graphique 10 : Ventes du commerce et de la réparation d'automobiles, évolutions en 2018 et 2019 (en %)	50
Graphique 11 : Ventes du commerce et de la réparation d'automobiles, contributions à l'évolution en volume (en points)	50
Tableau 7 : Ventes du commerce et de la réparation de véhicules automobiles et de motocycles T.T.C.	51
Encadré 4 : Révisions des ventes au détail du commerce et réparation d'automobiles	51
Tableau 8 : Compte des secteurs commerciaux (hors artisanat commercial) en 2018	53
Graphique 12 : Taux de marge commerciale par secteur (en %).....	53
CHAPITRE III : OPÉRATIONS INTERNATIONALES.....	54
Tableau 1 : Évolution des échanges de biens de la France et du secteur du commerce (en %)	54
Graphique 1 : Évolution des échanges du secteur du commerce (en Mds d'€)	55
Tableau 2 : Évolution des échanges du commerce par sous-secteurs (en %).....	55
Tableau 3 : Évolution des échanges du commerce de gros par produits (en %)	56
Tableau 4 : Évolution des échanges du commerce de gros par zone géographique (en %)	57
Encadré : Les opérateurs à l'exportation et à l'importation du secteur du commerce	57
Tableau 5 : Évolution des échanges du commerce et réparation d'automobiles par produits (en %)	59
Tableau 6 : Évolution des échanges du commerce et réparation d'automobiles par zone géographique (en %).....	59
Tableau 7 : Évolution des échanges du commerce de détail par produit (en %).....	60
Tableau 8 : Évolution des échanges du commerce de détail par zone géographique (en %)	60
Graphique 2 : Stocks d'investissements directs du secteur du commerce depuis 2008 (en milliards d'euros)	61
Tableau 9 : Position nette de la France en investissements directs par secteur d'activité.....	61
Tableau 10 : Position nette de la France en investissements directs du commerce	62
Graphique 3 : Décomposition sectorielle du stock d'investissements des entreprises commerciales résidentes à l'étranger (en milliards d'euros)	63
Graphique 4 : Décomposition sectorielle du stock d'investissements directs étrangers dans les entreprises commerciales résidentes (en milliards d'euros)	64
Tableau 11 : Ventilation géographique du stock d'investissements directs des entreprises commerciales françaises à l'étranger (pays de contrepartie immédiate)	65
Tableau 12 : Ventilation géographique du stock d'investissements directs étrangers dans les entreprises commerciales résidentes (pays de contrepartie immédiate)	65
Tableau 13 : Origine ultime du stock d'investissements directs étrangers dans les entreprises commerciales résidentes	66
Graphique 5 : Part dans le secteur d'activité du chiffre d'affaires des filiales françaises de groupes étrangers en 2018 (en %).....	67
Graphique 6 : Répartition du chiffre d'affaires des filiales commerciales des groupes étrangers par zone géographique d'origine du groupe en 2018 (en %).....	68
Graphique 7 : Part du chiffre d'affaires des filiales commerciales des groupes étrangers par nationalité d'origine du groupe en 2018 (en %).....	69
DONNÉES DE CADRAGE : LE COMMERCE DANS L'ÉCONOMIE.....	70
ANNEXE : PASSAGE ENTRE LES REGROUPEMENTS UTILISÉS DANS LES PUBLICATIONS SUR LE COMMERCE ET LES CODES DE LA NAF	72
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 2019	74
ANNEXE – MÉTHODE : LES INVESTISSEMENTS DIRECTS À L'ÉTRANGER	75

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.

Le premier chapitre porte sur **l'année 2020**. Il est principalement basé sur les indices de chiffres d'affaires mensuels (déclarations mensuelles CA3 pour le paiement de la TVA).

Dans la suite du rapport, **les résultats définitifs de l'année 2018** sont issus des statistiques structurelles d'entreprises (dispositif Esane). Les résultats de 2019 sont aussi 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.

En outre, ce rapport comprend des parties qui ne seront pas reprises dans l'édition de juin :

- deux parties exploitant des sources alternatives pour décrire l'année 2020 (Covid-19) (pages 21 à 31)
- un encadré sur les comparaisons internationales et les enquêtes européennes (pages 21 à 31)
- la clientèle du commerce de gros en 2018 (page 39)
- un éclairage sur l'équipement commercial via les données Esane 2018 (pages 45 à 49)
- un éclairage sur les comptes de secteurs 2018 (pages 52 à 53)
- un chapitre sur les opérations internationales (pages 54 à 69).

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



CHAPITRE I : TENDANCES 2020

Avertissement : Contrairement au rapport de juin, une seule source est utilisée pour commenter l'activité dans le commerce dans la première partie de ce chapitre du rapport de décembre : les volumes de ventes, indicateurs basés sur les déclarations de TVA, publiés mensuellement par l'Insee.

Les volumes de ventes de l'année 2020 sont connus jusqu'au mois de septembre ; tous les taux de croissance de l'activité commerciale pour l'année 2020 de cette partie sont des acquis de croissance à l'issue du mois de septembre.

Par construction, l'acquis à fin septembre n'inclut pas les variations d'activité dans le commerce au cours du deuxième confinement.

Pour compléter l'image de l'année 2020, exceptionnelle, des analyses ont mobilisé d'autres sources : données de Cartes Bancaires CB, enquêtes et traitements ad-hoc.

En 2020¹, l'activité reculerait dans les trois secteurs commerciaux, dans le contexte de la crise sanitaire de la Covid-19. En effet, principale composante de la demande, la consommation des ménages reculerait de 7 % sur l'année 2020². L'investissement des entreprises (- 9 % prévu sur l'année) et les exportations (- 18 %) reculeraient davantage, après des années 2018 et 2019 en hausse.

Au total sur l'année 2020, la prévision de contraction du PIB reste de l'ordre de - 9 %. Dans le **commerce de gros**, l'acquis de croissance à l'issue du mois de septembre atteint - 4,1 % en 2020 après une croissance de + 2,8 % sur l'ensemble de l'année 2019. Tous les secteurs du commerce de gros sont touchés : très fortement pour les ventes en gros de produits alimentaires, d'équipements industriels, dans une moindre mesure pour l'activité du commerce de gros des biens domestiques et des produits agricoles.

En 2020, les ventes du **commerce de détail hors artisanat commercial** se replieraient. L'acquis de croissance à fin septembre est de - 2,0 % en volume, après + 2,7 % en 2019. Le commerce alimentaire rebondirait, dans les magasins spécialisés comme dans les grandes surfaces non spécialisées, du fait du confinement qui augmente la consommation de repas à domicile. La vente à distance poursuivrait sa progression. Les autres secteurs du commerce de détail sont très affectés par la crise sanitaire.

L'activité du **commerce et de la réparation de véhicules automobiles et de motocycles** souffrirait tout particulièrement de la crise de la Covid-19 de 2020 : son acquis de croissance à fin septembre atteint - 9,4 %, après + 4,1 % en 2019. Le commerce et la réparation de motocycles serait le seul à résister tant bien que mal.

Les données de transactions par cartes bancaires CB mettent en évidence une augmentation très significative des dépenses alimentaires, en particulier lors du confinement de printemps, liée à une anticipation et un stockage important. La hausse des transactions s'explique en partie par une utilisation plus intensive de la carte bancaire dans les achats courants dans le contexte de la crise sanitaire. Au cours du confinement, la manière de consommer semble avoir été altérée : moins de transactions alimentaires, mais d'un montant moyen bien plus élevé. Les dépenses pour l'équipement du foyer, l'électroménager, la quincaillerie ont été fortement réduites pendant le confinement du printemps et reportées à l'été : ces postes bénéficieraient d'un bilan annuel positif. D'autres postes de dépenses, comme l'habillement, les meubles, la bijouterie souffriraient de pertes importantes et non compensées à la fin de l'année. Le recours à internet dans les transactions par cartes bancaires CB a augmenté significativement suite aux confinements et aux restrictions administratives.

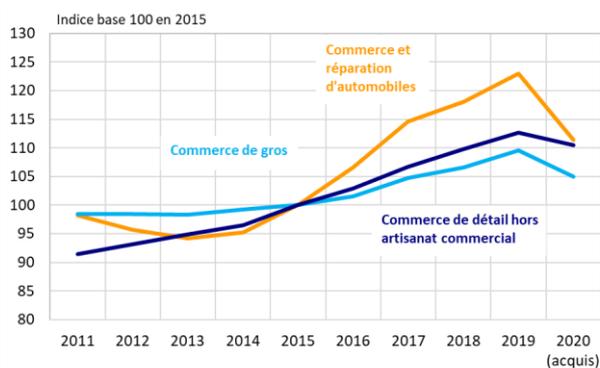
L'**emploi salarié** hors intérim du commerce recule de 1,5 % au cours du premier semestre 2020 à la suite de la crise sanitaire. Le secteur perd 49 100 emplois salariés en six mois. La chute de 23 % de l'**emploi intérimaire** accentue les destructions d'emplois : l'emploi (salarié et intérim) recule au premier semestre de 2,5 % (- 25 400 salariés) dans le commerce de gros, de 1,9 % (- 34 700 salariés) dans le commerce de détail et de 1,4 % (- 5 700 salariés) dans le commerce et la réparation d'automobiles. Le secteur du commerce perd ainsi 65 800 emplois au cours du premier semestre.

¹ L'acquis de croissance d'une variable pour l'année 2020 correspond au taux de croissance de la variable entre l'année 2020 et l'année 2019 que l'on obtiendrait si la variable demeurait jusqu'à la fin de l'année 2020 au niveau du dernier mois connu (ici le mois de septembre).

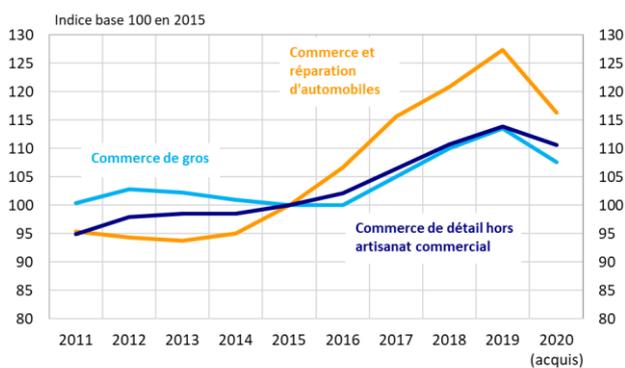
² Insee – Note de conjoncture – décembre 2020

Graphique 1 : Volume des ventes et indices de chiffre d'affaires dans le commerce

Volumes



Indices de chiffre d'affaires en valeur



Source : Insee, volumes des ventes dans le commerce et indices de chiffre d'affaires dans le commerce – Acquis à l'issue du mois de septembre

1 - Les ventes en volume se replient dans les trois secteurs commerciaux en 2020

1.1 - Commerce de gros : en 2020, un ralentissement lié au confinement

Chez les grossistes, avec le confinement sanitaire et l'arrêt des activités non essentielles, le volume des transactions chute fortement en mars et en avril. Les rattrapages d'activité au cours des mois de mai et juin ne parviennent pas à compenser tout à fait cette chute.

Ainsi, le chiffre d'affaires en volume des grossistes décroîtrait en 2020 (- 4,1 % d'acquis à l'issue du mois de septembre contre + 2,8 % sur l'ensemble de l'année 2019), mais la situation resterait contrastée selon les secteurs.

En effet, l'activité des grossistes en **produits agricoles bruts et animaux vivants** diminuerait comme en 2019 (- 1,9 %). L'année agricole 2019 avait été en demi-teinte : bénéfiques pour les fruits d'été, les conditions climatiques ont pesé sur les productions d'herbe, de légumes d'été, de colza, de lait et sur la vendange³. Les ventes des négociants en **produits alimentaires** baisseraient fortement (- 4,7 % acquis fin septembre 2020 après + 0,6 % en 2019). La diminution de l'activité des grossistes en **fruits et légumes** s'accroîtrait par rapport à 2019 : les pertes de surfaces quasi généralisées, les aléas climatiques, et l'indisponibilité d'une main-d'œuvre saisonnière qualifiée pendant le confinement ont pesé sur les récoltes. La crise sanitaire a perturbé la commercialisation de légumes, faisant notamment baisser les importations et, dans une moindre mesure, les exportations⁴. L'année 2020 serait également l'année de plus faible production française de pommes en 7 ans⁵. Le commerce de gros de **viandes et de produits à base de viande**, bien qu'en repli, serait moins atteint. Il en va de même pour les grossistes en **poissons, mollusques et crustacés**, malgré les nombreuses incertitudes qui planent encore autour des conditions du Brexit sur les zones de pêche.

Les ventes des grossistes en **produits laitiers, œufs, huiles et matières grasses** diminueraient, accompagnées par une baisse du prix du lait⁶. Les ventes des grossistes en **boissons** se contracteraient très fortement, en lien avec la fermeture des débits de boissons : cette baisse concerne, dans l'acquis, essentiellement les mois de mars, avril, mai. À la fin de l'été, les volumes de ventes avaient cependant augmenté par rapport à août 2019. Le deuxième confinement pourrait aggraver la situation.

Les ventes des grossistes en **sucre, chocolat et confiserie** diminueraient elles aussi fortement : les mois du premier confinement sont les moins bons, alors que le volume des ventes de ce secteur est habituellement à son plus haut pour les fêtes de Pâques. Dans les mois qui suivent, les volumes de ventes ne regagnent pas leurs niveaux de 2019.

Les ventes des grossistes en **biens domestiques** diminueraient en 2020 après une année 2019 très dynamique (- 1,7 % acquis en septembre 2020, après + 4,8 % en 2019). Les contrastes sont forts : d'une part, la forte hausse des ventes des grossistes en **vaisselle, verrerie et produits d'entretien**, sans doute portées par les ventes de javel, désinfectants et virucides en cette période d'épidémie. D'autre part, les pertes d'activité sont particulièrement importantes dans **l'habillement-chaussure**, chez les grossistes en **parfumerie et produits de beauté** et ceux d'**articles d'horlogerie et de bijouterie**. Les pertes des grossistes en **appareils électroménagers** pendant le premier confinement bénéficient d'un rattrapage au cours de l'été. Malgré une augmentation durable des pénuries de médicaments⁷, les grossistes en **produits pharmaceutiques** continueraient de voir leurs ventes augmenter en 2020.

L'activité des **intermédiaires du commerce** souffre, elle aussi, du contexte sanitaire défavorable (- 0,7 % après + 3,9 % en 2019). Si les intermédiaires du commerce de **denrées, boissons et tabac** s'en sortiraient bien, les intermédiaires du commerce de **textile, habillement, fourrures, chaussures et articles de cuir** accusent, eux, une forte baisse d'activité.

Après quatre années de forte croissance, les ventes des grossistes en **équipements de l'information et de la communication** pâtissent elles aussi de la crise sanitaire (- 3,8 % après + 4,3 % en 2019). Quoiqu'en baisse, l'activité des grossistes en **ordinateurs, équipements informatiques périphériques et logiciels** résisterait mieux que celle des grossistes en **équipements de télécommunication**, possiblement grâce au marché des tablettes et aux besoins d'équipements informatiques pour le télétravail ou l'apprentissage à distance⁸. Les ventes des autres grossistes en **autres équipements industriels** chuteraient considérablement (- 9,6 % après + 5,4 % en 2019). En cause : l'attentisme des entreprises qui hésiteraient à investir en période de crise. Les grossistes en **machines-outils**, en **mobilier de bureau** et en **machines et équipements de bureau** sont particulièrement touchés, tandis que les ventes en **machines pour l'industrie textile et l'habillement** et en **matériel agricole** résisteraient, avec une baisse moindre que l'ensemble du

³ Agreste Panorama : Bilan conjoncturel 2019 – Décembre 2019.

⁴ Agreste Conjoncture : Synthèses Légumes N° 2020-362

⁵ Agreste Conjoncture : Infos Rapides Fruits N° 2020-163

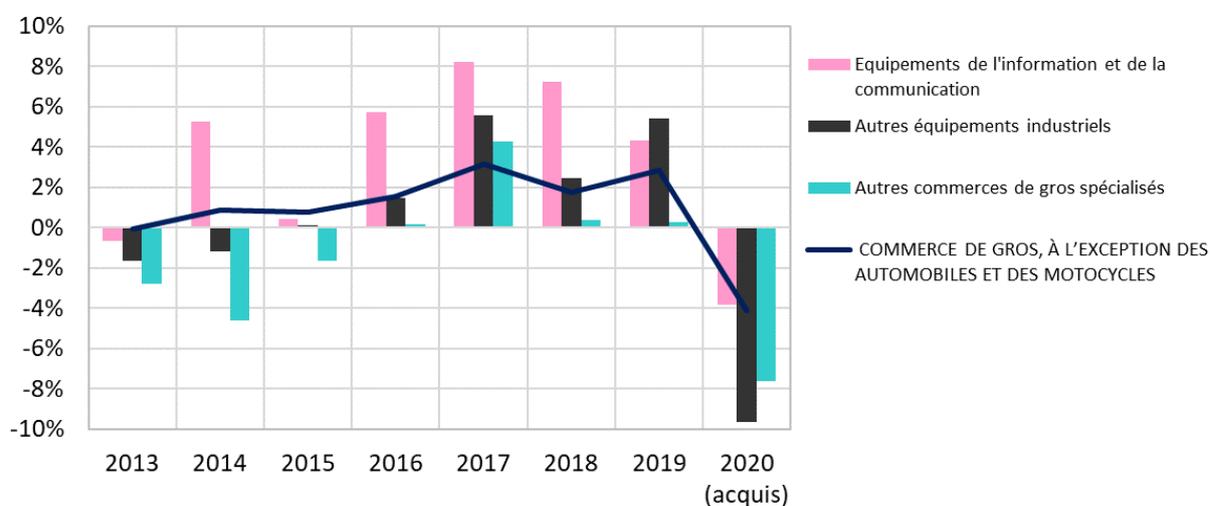
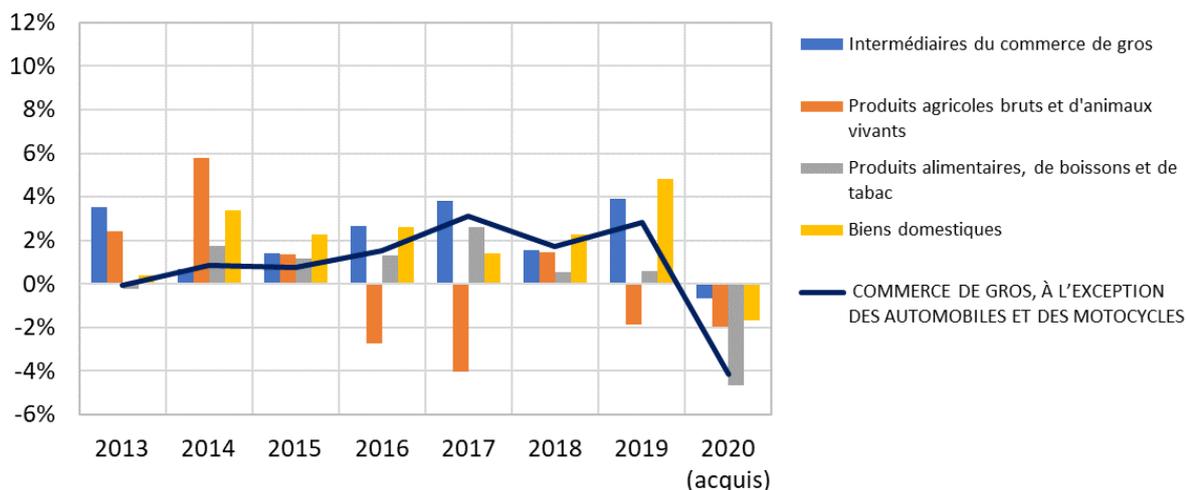
⁶ Agreste Conjoncture : Infos Rapides Lait N° 2020-160

⁷ UFC Que choisir – Pénuries de médicaments – 09/11/2020

⁸ ZDnet : Chiffres clés : le marché des tablettes

secteur. Les acteurs de l'agroéquipement anticipent toutefois une année 2021 également compliquée⁹. Après deux années étales, les ventes des **autres grossistes spécialisés** plongent en 2020 (- 7,6 % après + 0,3 %). Parmi eux, les ventes en volume des grossistes en **combustibles et produits annexes** reculeraient très fortement. Sur le plan mondial, le baril de Brent a perdu plus du tiers de sa valeur de fin 2019 à cause de la pandémie mondiale. Il se stabilise autour de 40 \$ au début de l'automne¹⁰. À l'échelle nationale, sur les neuf premiers mois de l'année 2020, la consommation française de carburants routiers a baissé de 15,4 % par rapport à la même période en 2019¹¹. De même, les ventes des grossistes en **minerais et métaux** reculeraient fortement en 2020. Ce recul interviendrait dans un contexte de ralentissement de l'économie mondiale et de l'activité minière des pays africains exportateurs de métaux¹². Au contraire, les ventes des grossistes en **produits chimiques** augmenteraient fortement, possiblement en lien avec la plus forte demande de détergents et gels hydro alcooliques.

Graphiques 2 et 3 : Évolution du volume des ventes dans le commerce de gros



Source : Insee, Indices mensuels de chiffre d'affaires dans le commerce (volume CVS-CJO). Acquis à l'issue du mois de septembre

1.2 - Commerce de détail : des évolutions contrastées sur fond de crise sanitaire

En 2020, les ventes en volume des marchandises vendues au détail se replieraient après une décennie de croissance régulière (- 2,0 % d'acquis à l'issue du mois de septembre après + 2,7 % en 2019). Les ventes de produits alimentaires augmenteraient, portées par la demande d'une population qui s'alimente davantage à domicile (confinement, télétravail, téléenseignement).

⁹ AXEMA (Union des industriels de l'Agroéquipement) : enquête annuelle de conjoncture du secteur des agroéquipements – Octobre 2020.

¹⁰ Insee : Point de conjoncture - octobre 2020

¹¹ Ufip (Union Française des industries pétrolières) – La consommation française de produits pétroliers en septembre 2020 – Octobre 2020.

¹² Banque Mondiale : Perspectives économiques mondiales

La situation sanitaire conduit à des situations contrastées dans le commerce de détail : 11 % des sociétés de cinq salariés ou plus déclarent une croissance de leur activité de plus de 10 % pendant le premier confinement, davantage que dans l'ensemble de l'économie. À l'opposé, 35 % des sociétés de 5 salariés ou plus du commerce de détail ont suspendu leur activité pendant le premier confinement et les pertes d'activité sont importantes¹³.

Sur l'année, l'activité se maintiendrait dans **les magasins non spécialisés** (+ 1,0 % après + 0,6 %).

Elle augmenterait dans **les magasins à dominante alimentaire** (+ 2,6 % après + 0,1 % en 2019), entraînée par les supermarchés. Les règles du confinement ont pu bénéficier au commerce de proximité de préférence aux hypermarchés. Selon l'enquête mensuelle sur l'activité des grandes surfaces alimentaires (Emagsa), les ventes de produits alimentaires auraient moins augmenté, en valeur, dans les hypermarchés (+ 1,4 % d'acquis à l'issue du mois de septembre 2020) que dans les supermarchés (+ 6,8 %). Suite aux restrictions de circulation et à la fermeture des commerces des centres commerciaux, les hypermarchés ont été moins attractifs que les supermarchés de centre-ville. Après des années de baisse, les ventes de produits non alimentaires augmenteraient dans le secteur (+ 2,2 %), possiblement en raison de la fermeture de certains commerces spécialisés au cours du premier confinement. Au deuxième confinement, la vente de produits alimentaires non essentiels n'est pas permise dans les supermarchés et hypermarchés.

Au contraire, les fermetures administratives et la faible fréquentation touristique de l'année 2020 pèsent fortement sur les ventes en volume dans les **autres commerces de détail en magasin non alimentaire** (comprenant notamment les grands magasins) : - 20,8 % en acquis à fin septembre, après trois années de forte hausse (+ 7,6 % en 2019).

L'activité accélère dans **l'alimentaire en magasin spécialisé** (+ 3,8 % après + 2,9 %), mais de façon très contrastée selon les secteurs. Les ventes des bouchers-charcutiers et des primeurs augmenteraient fortement, leur activité n'étant pas interrompue durant les confinements et appelée à compenser les fermetures des restaurants et l'absence de consommation de repas sur le lieu de travail. Dans une moindre mesure, les poissonneries aussi devraient avoir plus vendu en 2020 qu'en 2019. À l'inverse, les ventes des cavistes diminueraient pour la première fois depuis 2009, les rassemblements festifs dans la sphère privée étant prohibés une partie de l'année et déconseillés entre les deux confinements. Les restrictions à l'occasion des fêtes de fin d'année pourraient aggraver sur la fin de l'année la situation des cavistes. Déjà en diminution en 2019, les ventes des buralistes accentueraient leur chute, en lien avec la hausse progressive du prix du tabac, portée par les politiques de santé publique.

Le secteur des boulangeries, pâtisseries et confiseries, pourtant classé essentiel, est le grand perdant du confinement dans le commerce alimentaire : en forte chute pendant le confinement, il ne retrouve pas ensuite son niveau de février. Plusieurs facteurs se cumulent : le changement du rythme de vie dû au télétravail leur a fait perdre une grosse part de la clientèle du déjeuner pour le segment traiteur (sandwichs, salades, quiches...) et l'interdiction des rassemblements a pesé sur les achats de pâtisseries. L'augmentation des pâtisseries et du pain faits « maison » par les résidents confinés, s'est ajoutée à la diminution plus structurelle de la consommation de pain par les Français. Les boulangeries-pâtisseries d'Île-de-France seraient en moyenne plus touchées que les boulangeries de province¹⁴.

Le commerce de détail spécialisé non-alimentaire serait très fortement affecté par les restrictions d'ouverture liées à la crise sanitaire, en particulier les commerces « non essentiels ».

En conséquence des restrictions de circulation liées à la crise sanitaire, le commerce de détail de **carburants en magasins spécialisés** chute fortement (- 13,9 % après - 2,1 %).

Les ventes en volume du secteur des **équipements de l'information et de la communication** chutent elles aussi après les fortes hausses des dernières années (- 9,1 % après + 10,3 %). Les ventes d'ordinateurs, d'unités périphériques et de logiciels en magasin spécialisé chuteraient, possiblement au profit de *pure-players* du e-commerce sur ces produits. La baisse serait plus contenue pour les commerçants en matériels de télécommunications et matériels audio/vidéo en magasin spécialisée.

L'activité serait atone dans le secteur **des autres équipements du foyer en magasin spécialisé** (- 0,1 % après + 2,6 %). Les ventes d'**électroménager** augmenteraient, de même que celles des **quincailleries**, tandis que celles des **commerces de meubles** chuteraient fortement.

Les ventes du secteur des **biens culturels et de loisirs** dégringoleraient à fin septembre 2020 après le rebond de 2019 (- 8,6 % après + 4,7 %). En particulier, les ventes de **journaux et papeterie** fléchiraient fortement, malgré le classement des maisons de la presse comme commerces essentiels. Certains segments de la presse, par exemple la presse sportive, ont également perdu de leur intérêt du fait des interdictions d'événements (sportifs, culturels...). En parallèle, la lecture des actualités sur des supports numériques explose pour de nombreux titres. Les ventes des **libraires**

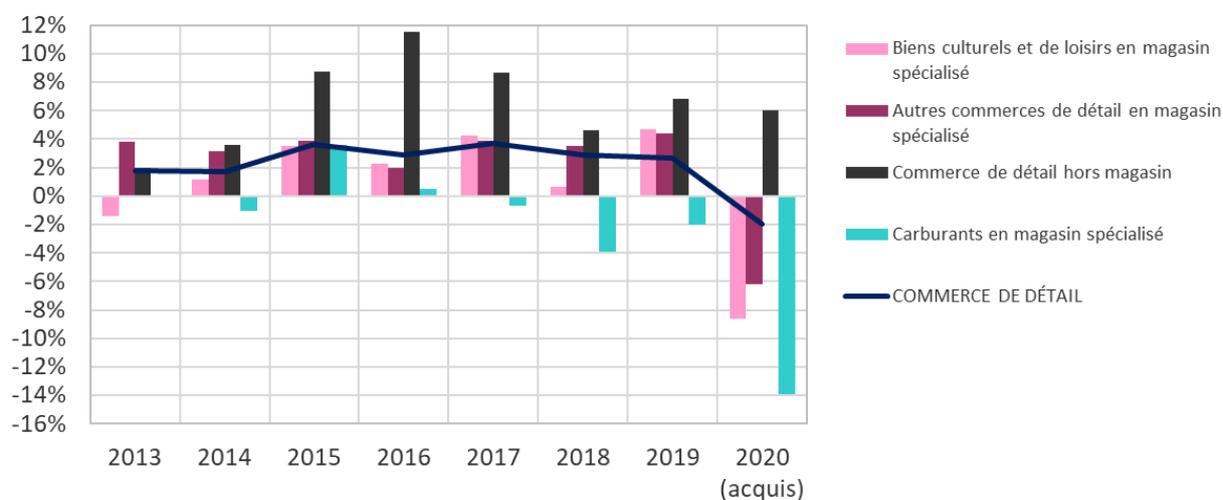
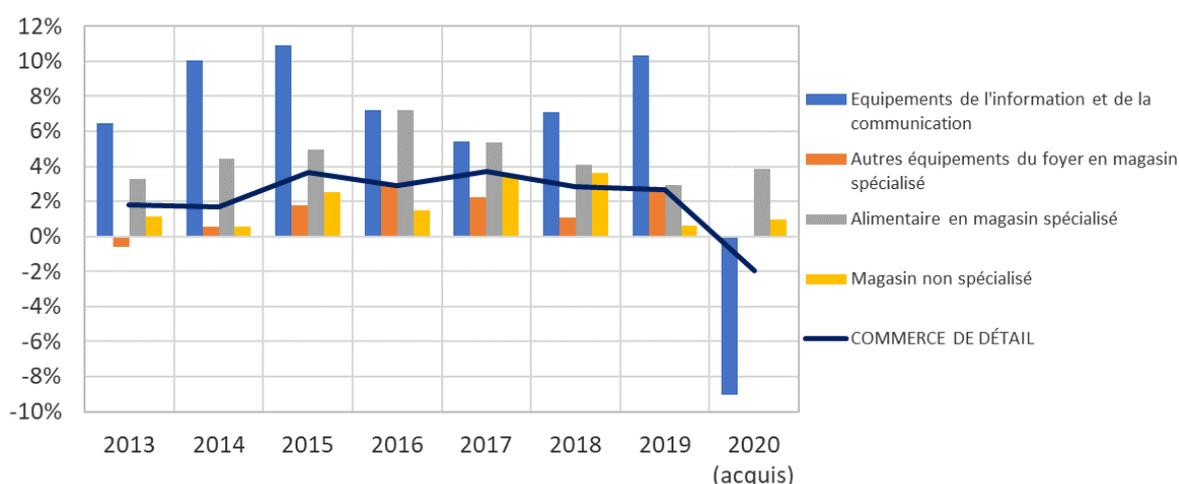
¹³ Enquête « Impact de la crise sanitaire sur l'activité et l'organisation des sociétés », Insee 2020.

¹⁴ FEB - Observatoire des ventes en magasin

souffriraient également en 2020, diminuant pour la première fois depuis 2013. Leur volume descendrait en 2020 sous le niveau de 2014.

Les ventes des articles de **sport** afficheraient également un net recul (- 5,0 % d'acquis à fin septembre, après + 6,3 % en 2019). Malgré une faible dynamique ces dernières années, le marché des **jeux et jouets** diminuerait moins que les autres secteurs des biens culturels et de loisirs (- 3,7 % d'acquis en septembre, après + 0,7 % en 2019 et - 7,1 % en 2018). L'année 2018 avait été marquée par une restructuration des distributeurs. L'acquis à fin septembre 2020 pourrait mal représenter la situation sur l'année entière, compte-tenu des fortes incertitudes sur l'impact de la deuxième vague de coronavirus sur les courses de Noël, dont le poids est particulièrement important dans l'activité de ce secteur.

Graphiques 4 et 5 : Évolution du volume des ventes dans le commerce de détail



Source : Insee, Indices mensuels de chiffre d'affaires dans le commerce (volume CVS-CJO). Acquis à l'issue du mois de septembre

Le secteur des **autres commerces de détail en magasin spécialisé** souffrirait lui aussi, après une année 2019 dynamique (- 6,2 % après + 4,4 %). Les contrastes sont forts au sein de ce secteur : le marché des **articles médicaux et orthopédiques** serait plus dynamique que jamais : la demande des particuliers serait très forte en raison du vieillissement de la population et donc des besoins croissants en matériel et soins. Les hausses des ventes des commerces en **produits pharmaceutiques** et celles en **fleurs, animaux de compagnie et leurs aliments** seraient à peine moins fortes qu'en 2019.

À l'inverse, les secteurs de la mode (**habillement, chaussures, articles de cuir, bijouterie, horlogerie**) seraient fortement touchés par la crise sanitaire. Ils perdraient sans doute entre un cinquième et un quart de leur activité en un an. Le secteur de la **parfumerie et beauté** diminuerait également, quoique moins fortement.

Enfin, le **commerce de détail hors magasin** serait très dynamique en 2020 (+ 6,1 % d'acquis après + 6,9 % en 2019). Il est porté par le secteur de la **vente à distance** dont les ventes en volume continueraient d'augmenter (+ 9,7 % d'acquis après + 8,2 % en 2019). La fermeture de commerces non essentiels pendant les confinements a pu reporter une partie de la demande sur les professionnels de la vente à distance. À l'inverse, les marchés ayant été clos durant le premier

confinement (et restreint au commerce d'articles essentiels pendant le second confinement), le commerce de détail sur éventaires et marché décroît (- 1,4 % après + 3,6 % en 2019).

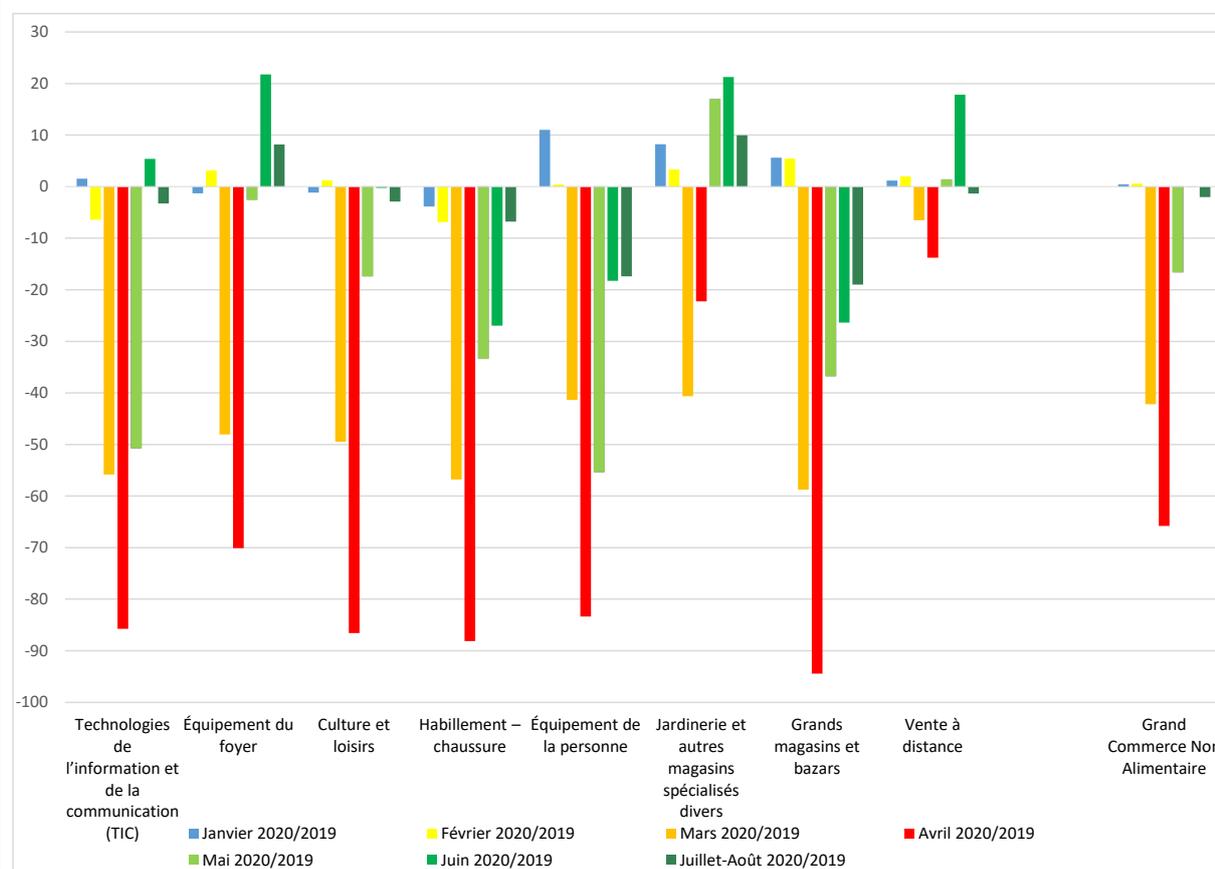
Encadré 1 : Un chiffre d'affaires en net recul dans le grand commerce non alimentaire en mars et avril 2020

À partir du 16 mars 2020, l'instauration du décret de fermeture administrative des commerces dits non-essentiels entraîne une forte baisse des chiffres d'affaires mensuels dans le grand commerce non alimentaire. Par rapport aux mêmes mois de l'année précédente, cette chute se répercute surtout en mars (- 42 %) et en avril (- 66 %) en 2020. Mais au cours de cette même année, ce recul est moins marqué en mai (- 17 %).

Toujours par rapport aux mêmes mois de l'année précédente, la baisse mensuelle du chiffre d'affaires dans le grand commerce non alimentaire est plus accentuée dans le secteur « grands magasins et bazars », aussi bien en mars (- 59 %) qu'avril (- 94 %) en 2020. Pour cette catégorie, les entreprises souffrent de l'absence de clientèle étrangère depuis le début de la crise sanitaire, et plus particulièrement les grands magasins.

À l'inverse en 2020, les acteurs du grand commerce de la vente à distance résistent le mieux en mars (- 6 %) ou avril (- 14 %).

Graphique 6 : Évolution du chiffre d'affaires mensuels dans le grand commerce non alimentaire* entre 2019 et 2020 (en %)



Source : DGFip (déclarations TVA), calculs Insee

Note de lecture : En avril 2020, les entreprises appartenant au secteur « Grands magasins et bazars » réalisent un chiffre d'affaires en baisse de 94 % par rapport à celui observé en avril 2019.

* Dans l'équipement du foyer, les entreprises appartenant au secteur « Commerce de détail de quincaillerie, peintures et verres en petites surfaces (moins de 400 m²) » sont exclues en raison de données non disponibles.

Parmi les entreprises rattachées à d'autres secteurs du grand commerce non alimentaire, le chiffre d'affaires chute fortement en avril 2020 par rapport à avril 2019 pour les secteurs suivants : habillement-chaussure (- 88 %), culture et loisirs (- 87 %), technologies de l'information et de la communication (TIC) (- 86 %) et équipement de la personne (- 83 %). Dans ces secteurs, les magasins appartiennent à la catégorie des commerces non-essentiels et la mise en place de systèmes novateurs, comme le « click and collect » par exemple, n'ont pas suffi à compenser la baisse de leur chiffre d'affaires. Cette diminution est beaucoup moins accentuée pour les jardinerie et autres magasins spécialisés divers (- 22 %). Parmi ces magasins, les jardinerie-animaleries pouvaient, en effet, rester ouverts afin

de vendre de la nourriture pour les animaux de compagnie. De plus, une décision gouvernementale du 4 avril 2020 autorise la vente de semences potagères, considérées comme des produits de première nécessité, dont profitent ces magasins et les horticulteurs.

Le décret de fermeture administrative prenant fin le 11 mai 2020, les magasins ont pu rouvrir. Certains secteurs enregistrent un rebond de chiffre d'affaires mensuel en mai 2020 comparé à mai 2019 : les jardinerie et magasins spécialisés divers (+ 17 %) ou la vente à distance (+ 1 %). Mais les secteurs de l'équipement de la personne (- 55 %), des TIC (- 51 %), des grands magasins et bazars (-37 %) puis de l'habillement-chaussure (- 33 %) restent fortement pénalisés.

En juin 2020, ce redressement se poursuit pour les jardinerie et magasins spécialisés divers (+ 21 %) ou la vente à distance (+ 18 %). Les secteurs de l'équipement du foyer (+ 22 %) et des TIC (+ 5 %) commencent aussi à rattraper ce retard au même moment. Mais, la situation reste très dégradée en juin 2020 comparé à juin 2019 pour les entreprises relevant des secteurs suivants : habillement-chaussure (- 27 %), grands magasins et bazars (- 26 %) et équipement de la personne (- 18 %). La mise en place de mesures de restriction liées aux déplacements ou aux voyages ont pu désavantager ces secteurs. Parmi ces derniers, certaines entreprises réalisent habituellement une part importante de leur chiffre d'affaires avec une clientèle étrangère qui n'a pu se rendre en France durant cette période. Ceci concerne notamment les entreprises où la vente de produits de luxe (maroquinerie, voyages, bijoux, montres, etc.) est importante.

1.3 – L’activité du commerce et de la réparation d’automobiles plonge en 2020

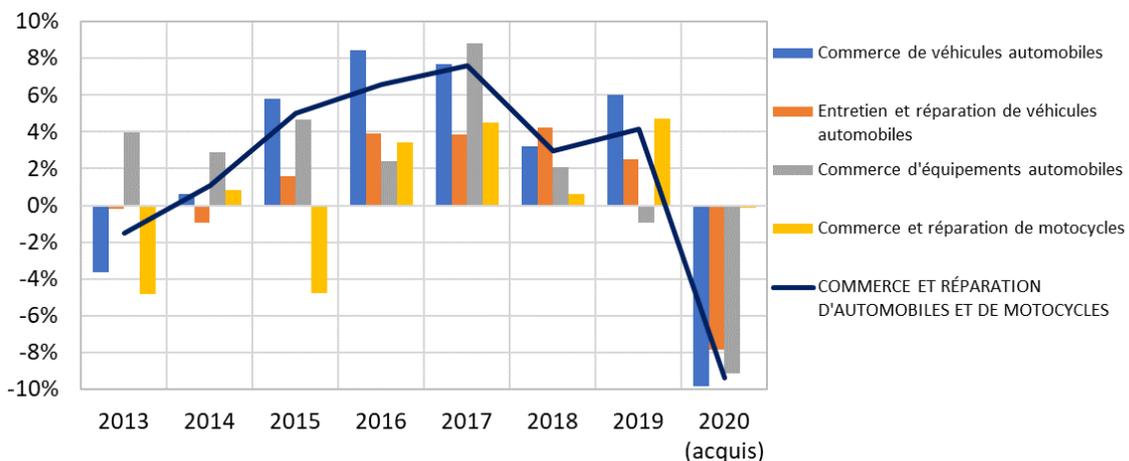
La situation du commerce et de la réparation de véhicules automobiles et de motocycles se dégraderait fortement en 2020 (- 9,4 % d’acquis fin septembre après + 4,1 % en 2019). La crise sanitaire a paralysé presque tout le secteur. Dès le mois de mars, pour faire face à la chute d’activité engendrée par le confinement et donc à celle des recettes, le gouvernement a mis en place diverses aides aux entreprises : dans le commerce et la réparation d’automobiles, presque toutes les entreprises de 10 salariés ou plus (96 %) déclarent avoir fait appel à une ou plusieurs de ces mesures d’urgence¹⁵. 64 % d’entre elles ont suspendu leurs relations avec au moins une partie de leurs fournisseurs ou de leurs clients habituels durant la période.

Le **commerce de véhicules automobiles**, à l’arrêt durant le premier confinement, souffrirait particulièrement, avant même le deuxième confinement (- 9,8 % d’acquis à fin septembre, après + 6,0 % en 2019). De plus les ventes avaient été élevées en 2019, les constructeurs ayant cherché à écouler les véhicules les plus émetteurs de CO2, avant l’entrée en vigueur de nouvelles normes en 2020.

Les immatriculations de voitures particulières neuves ont très fortement ralenti pendant les mois de mars, avril et mai 2020 (un total de 177 000 nouvelles immatriculations sur ces trois mois). Un rattrapage s’observe en juin (231 000 nouvelles immatriculations en un mois) qui ne compense pas l’ensemble des pertes. Le rattrapage a pu être encouragé par le nouveau barème de primes à la conversion accordées depuis cet été. Au total, sur les dix premiers mois de l’année 2020, le nombre de nouvelles immatriculations de voitures particulières neuves chute de 26 % par rapport aux dix premiers mois de 2019¹⁶. Le deuxième confinement pourrait aggraver la situation des commerçants de véhicules automobiles. La part du Diesel a continué de baisser en 2020, elle représente désormais 31 % des immatriculations. Les véhicules électriques ont quant à eux gagné 4,1 points de part de marché sur les dix premiers mois de l’année¹⁷. Le **commerce d’équipements automobiles** chute fortement en 2020, après avoir déjà diminué en 2019 (- 9,2 % après - 0,9 %).

Seules les ventes de motocycles résisteraient. Ce secteur n’a pas été contraint à la fermeture pendant le premier confinement, mais a pu manquer de débouchés, sa clientèle étant confinée. Le chiffre d’affaires dans le secteur du **commerce et de la réparation de motocycles** stagnerait ainsi, avant le deuxième confinement (- 0,2 % d’acquis à fin septembre, après + 4,7 % en 2019). Les immatriculations de cyclomoteurs augmentent de 2 % sur les dix premiers mois de l’année 2020 par rapport aux dix premiers mois de l’année 2019 ; à l’inverse, les immatriculations de motocycles diminuent de 4 %.

Graphique 7 : Évolution du volume des ventes dans le commerce et la réparation d’automobiles



Source : Insee, Indices mensuels de chiffre d’affaires dans le commerce (volume CVS-CJO). Acquis à l’issue du mois de septembre

¹⁵ Enquête « Impact de la crise sanitaire sur l’activité et l’organisation des sociétés », Insee 2020. Faire appel à une mesure ne signifie pas pour autant qu’elles en aient toutes été bénéficiaires, les demandes ayant pu donner lieu à des refus. Sur l’ensemble des secteurs, les mesures les plus sollicitées, par ordre décroissant : nouveau dispositif de chômage partiel, report des échéances sociales et prêt garanti par l’État.

¹⁶ SDES – Immatriculations de véhicules octobre 2020

¹⁷ CCFA Dossier de presse novembre 2020

Encadré 2 : Dans la zone euro, l'activité commerciale semble moins pénalisée en Allemagne que dans les autres pays

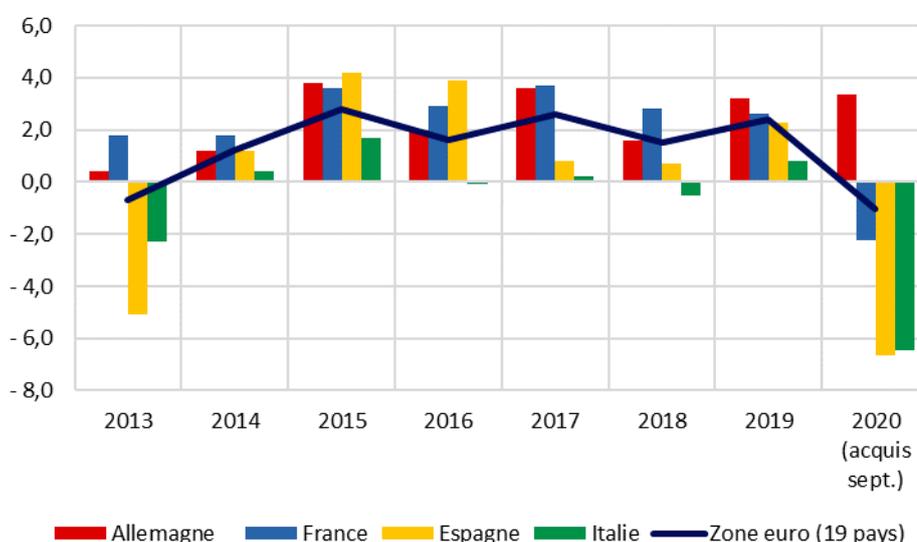
En 2020, l'activité dans le commerce de détail décroît en zone euro (- 1,0 % d'acquis à l'issue du mois de septembre, après + 2,4 % en 2019). Cette baisse modérée masque de fortes disparités : en Allemagne, la croissance du commerce de détail en 2020 serait supérieure à 2019 (+3,4 % d'acquis en septembre contre +3,2 % en 2019). En Italie et en Espagne, au contraire, le volume d'affaires du commerce de détail chuterait fortement (- 6,6 % pour l'Espagne, - 6,5 % pour l'Italie), après trois années en dessous de la croissance du secteur dans la zone euro.

En France, l'activité des détaillants diminuerait en 2020 (- 2,2 % après + 2,6 %).

L'année 2020 est une mauvaise année pour le commerce et la réparation automobiles : confinements, hausses du télétravail, restrictions des destinations pour les vacances ont sans doute pesé sur le secteur. L'activité chute en Allemagne (- 5,7 % après + 3,7 % en 2019) et plus encore en France (- 7,9 % après + 4,1 %).

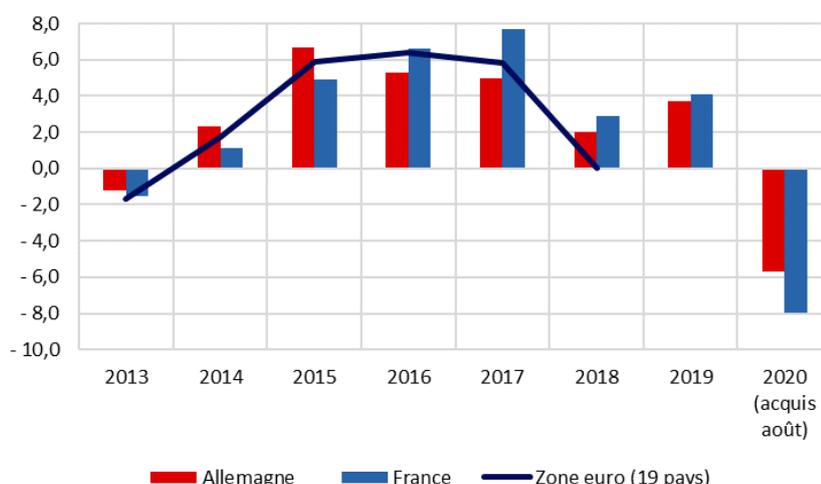
Enfin, le commerce de gros marque le pas en Allemagne (+ 0,3 % après + 2,1 %), la pandémie mondiale ayant notamment ralenti le négoce international. La France accuse plus violemment le coup (- 3,8 % après + 2,8 %).

Graphique 8 : Évolution des indices de chiffre d'affaires en volume dans le commerce de détail à l'exception des automobiles et des motocycles (en %)



Source : Eurostat

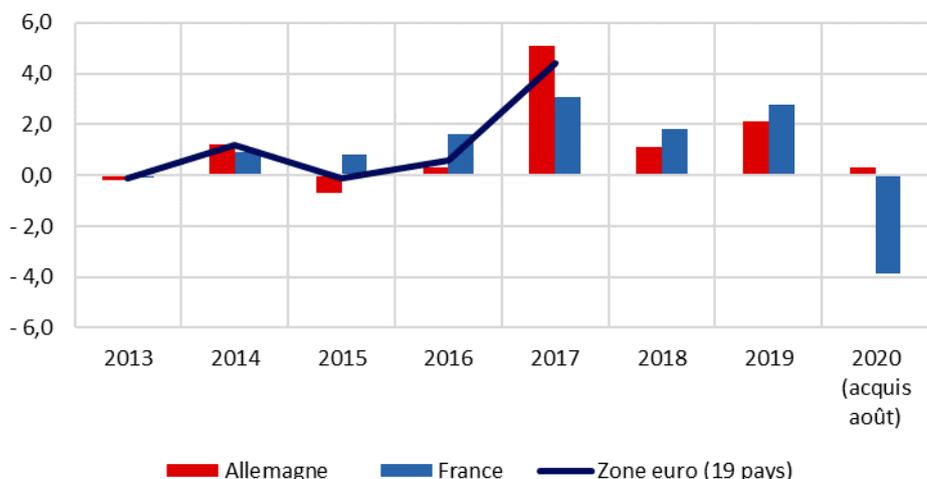
Graphique 9 : Évolution des indices de chiffre d'affaires en volume dans le commerce et la réparation d'automobiles et de motocycles (en %)



Source : Eurostat

Note : les données concernant l'Espagne et l'Italie ne sont pas disponibles en volume ; les données concernant la zone euro ne sont plus disponibles à partir de 2018.

Graphique 10 : Évolution des indices de chiffre d'affaires en volume dans le commerce de gros (en %)



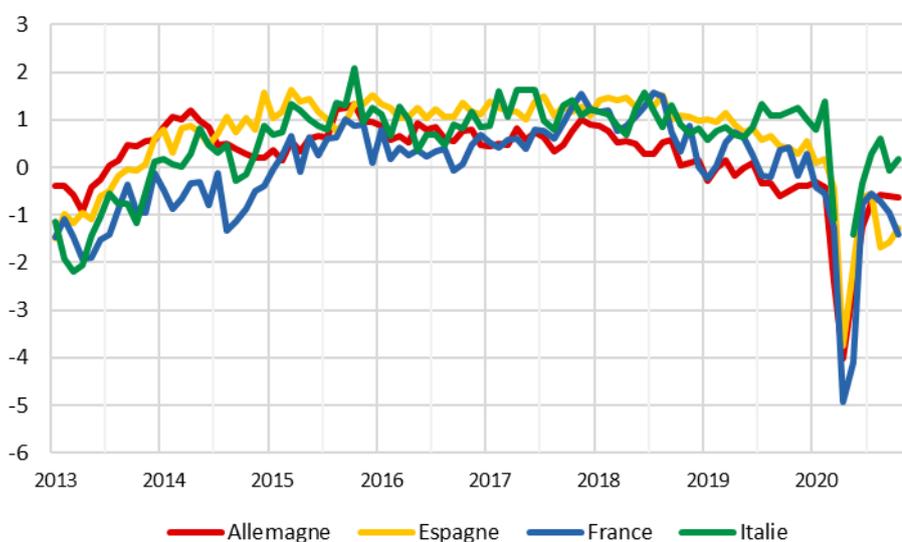
Source : Eurostat

Note : les données concernant l'Espagne et l'Italie ne sont pas disponibles en volume ; les données concernant la zone euro ne sont plus disponibles à partir de 2018.

Dans le commerce de détail, les prévisions de demande sont en dessous de leur moyenne de longue période dès le début de l'année 2020 en Allemagne, Espagne et France. En Italie, le maintien de la confiance des entreprises en janvier et février résiste mal à la flambée du coronavirus en Europe à partir de mars : la confiance chute alors dans les quatre pays à des niveaux non connus au cours des années précédentes. La confiance remonte au mois de juin mais demeure en dessous de la moyenne de longue période au cours de l'été, sauf en Italie.

Graphique 11 : Commerce de détail : évolution probable de la demande au cours des 3 prochains mois

Données centrées réduites



Source : DG ECFIN (Direction générale des affaires économiques et financières de la Commission européenne)

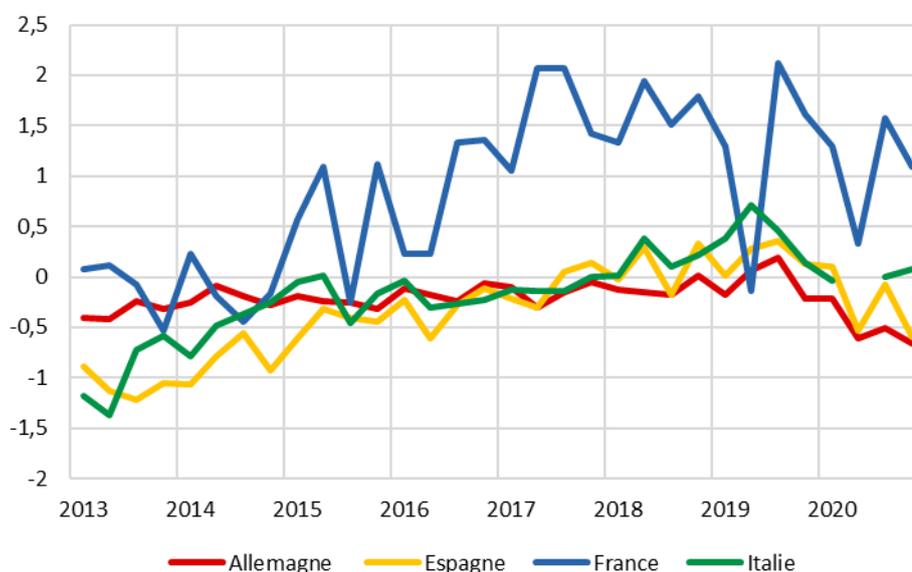
Note : Données mensuelles désaisonnalisées non corrigées des effets de calendrier, centrées réduites sur la période 2000-2020. L'Italie ne fournit pas de données pour le mois d'avril 2020.

Du côté des consommateurs, les intentions d'achat d'une automobile dans les 12 prochains mois sont très au-dessus de leur moyenne de longue période (2000-2020) en France, tandis que dans d'autres pays, elles l'atteignent tout juste (Italie) ou sont en dessous (Espagne, Allemagne). Dans les trois pays, le second

trimestre, correspondant à la première vague de Covid-19 en Europe, est un point bas. Les intentions d'achats des consommateurs remontent au second trimestre et diminuent à nouveau au dernier trimestre. Les quatre pays finissent l'année sur des intentions d'achat dans les 12 prochains mois moins optimistes qu'au dernier trimestre 2019.

Graphique 12 – Intention d'acheter une automobile dans les 12 prochains mois¹⁸

Données centrées réduites



Source : DG ECFIN (Direction générale des affaires économiques et financières de la Commission européenne)

Note : Données trimestrielles désaisonnalisées non corrigées des effets de calendrier, centrées réduites sur la période 2000-2020. L'Italie ne fournit pas de données pour le second trimestre 2020.

2 – Impact de la crise sanitaire sur l'activité et la productivité dans le commerce : les enseignements des enquêtes Acemo Covid et Réseaux d'enseigne

2.1 – La moitié des établissements commerciaux considère que les mesures de protection sanitaire ont causé une réduction de leur productivité ou une augmentation des coûts

Depuis le mois d'avril, l'enquête « flash » mensuelle Acemo-Covid de la Dares évalue la façon dont les entreprises ont adapté leur force de travail du fait de la crise : évolution des effectifs et de l'activité, recours au télétravail, chômage partiel, et mesures de prévention mises en place.

De juin à août 2020, moins d'un quart des salariés du commerce travaillent dans des entreprises où les mesures de protection sanitaire n'ont pas eu d'effet sur leur productivité ou leurs coûts. Près de la moitié des salariés du commerce travaillent dans des entreprises où les mesures de protection sanitaire ont causé une réduction de leur productivité ou une augmentation des coûts. L'incertitude reste forte : les entreprises du commerce ne sachant pas l'effet des mesures de protection sanitaires sur leur productivité et leurs coûts représentent un tiers des salariés du secteur.

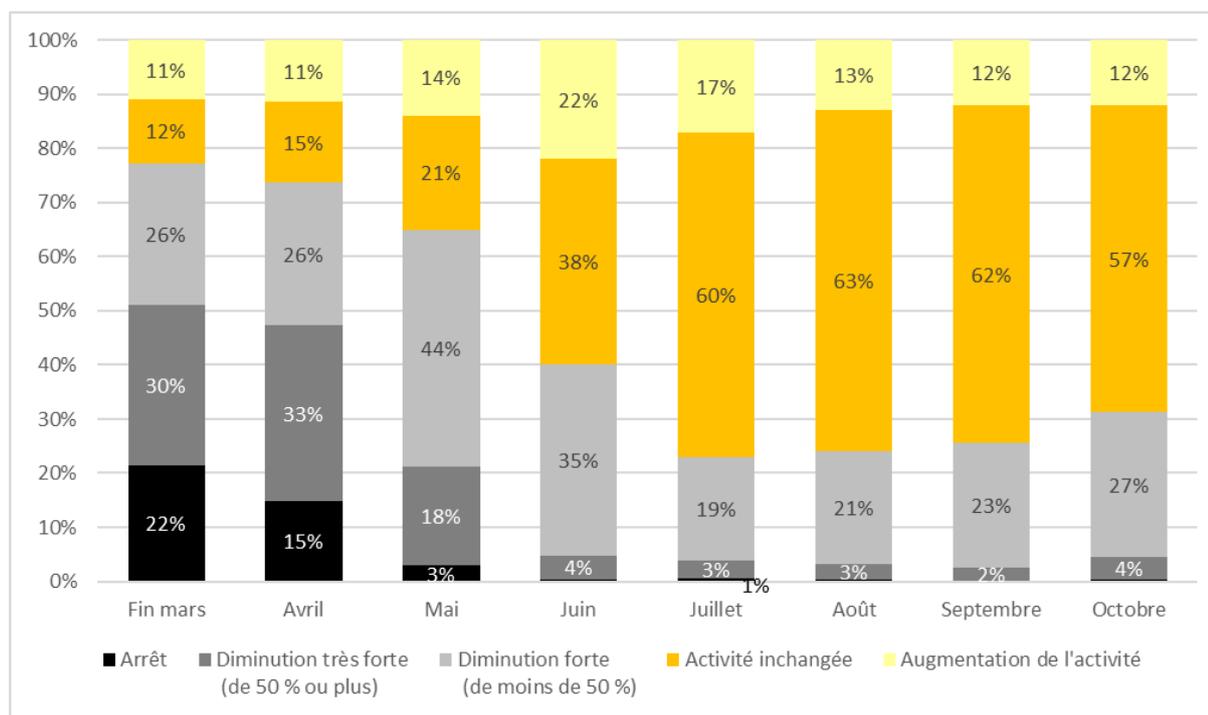
Au début du confinement, fin mars, les entreprises commerciales à l'arrêt représentaient 22 % de l'emploi salarié du secteur et 56 % des salariés du secteur travaillaient dans une entreprise dont l'activité avait diminué fortement ou très fortement. Les entreprises dont l'activité était inchangée représentaient seulement 12 % des salariés du commerce. Dès le mois d'avril, certaines entreprises commerciales se sont adaptées et les commerces à l'arrêt ne représentaient alors plus que 15 % de l'emploi salarié du secteur. Les trois quarts des salariés du commerce sont toutefois concernés par un arrêt ou une diminution de l'activité dans leur entreprise. En mars comme en avril, 11 % des salariés du commerce travaillent dans des entreprises dont l'activité a augmenté.

¹⁸ Le graphique 11 publié précédemment dans La situation du commerce – Tendances 2019 (édition de décembre) n°E2019/04 comportait des erreurs et ne peut pas être comparé au présent graphique 11.

Le déconfinement, à partir du 11 mai 2020, n'a pas signifié une reprise pour tous les établissements commerciaux : alors que seuls 38 % des salariés du commerce travaillent dans une entreprise dont l'activité n'est pas affectée par la crise sanitaire au mois de juin, ils étaient 63 % en août. Pour certains commerçants, le déconfinement a causé une augmentation de l'activité par rapport à ce qui était prévu : certains secteurs ont en effet constaté un report sur l'été des ventes non conclues au printemps (par exemple dans l'équipement électroménager). Pour d'autres, les ventes peinent à reprendre : en juin, 39 % des salariés du commerce travaillent dans une entreprise dont l'activité a fortement ou très fortement diminuée par rapport à ce qui était prévu. Cette part diminue à 21 % au mois de juillet et 24 % au mois d'août.

Même après le confinement, le déséquilibre perdure entre les commerçants qui constatent une hausse de leur activité (environ un salarié du commerce sur dix est concerné) et ceux dont l'activité est toujours fortement diminuée (entre 2 et 3 salariés du commerce sur dix entre juillet et octobre). Cette persistance est sans doute l'effet des règles et incitations sanitaires (persistance du télétravail, diminution de la fréquentation touristique, gestes barrières, etc.).

Graphique 13 – Effet de la crise sanitaire et de ses implications sur l'activité des établissements, par mois



Source : Dares, Enquête Acemo spéciale covid-19 d'avril à novembre 2020

Note de lecture : 11 % des établissements de 10 salariés ou plus des secteurs commerciaux déclarent que, par rapport à ce qui était prévu, l'activité de leur établissement a augmenté à fin mars du fait de la crise sanitaire et de ses implications. 22 % des établissements font un tel constat pour le mois de juin.

Champ : Établissements de 10 salariés ou plus des secteurs commerciaux¹⁹

¹⁹ Le champ des établissements du commerce diffère légèrement du champ des unités légales (entreprises) du commerce exploité dans le reste du rapport, car c'est ici l'APE de l'établissement qui est prise en compte. Ainsi, les établissements non commerciaux des sociétés commerciales sont exclus et les établissements commerciaux des sociétés non commerciales sont inclus.

2.3 – Appartenir à un réseau : effet sur le confinement puis la reprise d'activité

Avertissement : Le croisement des informations issues de l'enquête Réseau d'enseigne 2018 et des déclarations de TVA (formulaire CA3) est expérimental et à interpréter avec précautions. Les obligations fiscales qui s'imposent aux entreprises diffèrent en effet selon leur taille : une fraction importante d'entreprises ne déclare pas sa TVA de manière mensuelle.

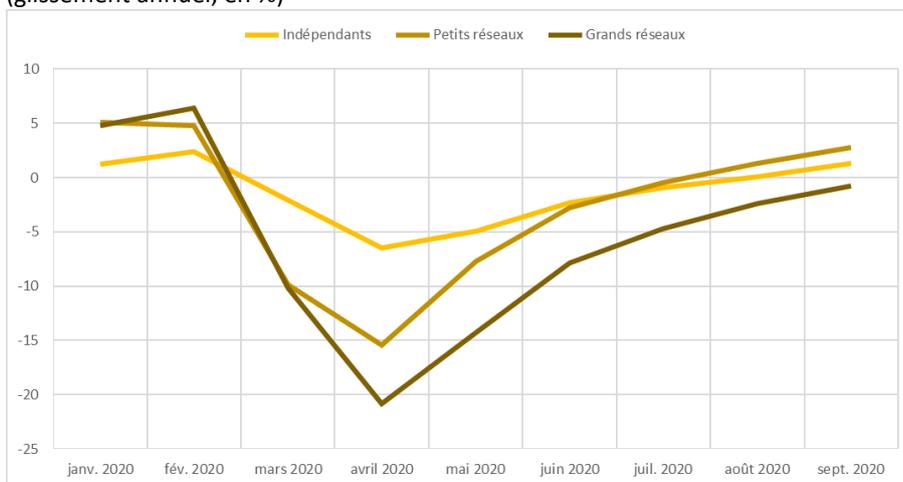
L'enquête Réseau d'enseigne 2018 conduite par l'Insee permet d'identifier l'appartenance d'établissements à un réseau d'enseigne. Appartenir à un réseau peut offrir des garanties aux établissements, des outils mutualisés, une gestion centralisée des événements ; à l'inverse, cette mutualisation peut limiter les initiatives individuelles en réponse à la crise.

Trois secteurs sont étudiés : les magasins de bricolage (47.52), qui pouvaient rester ouverts pendant le premier confinement ; les commerces d'électroménager (47.54), qui étaient fermés, sauf pour leurs activités de livraison et retraits de commandes ; les jardineries et fleuristes (47.76), qui étaient autorisées à ouvrir pendant le premier confinement, mais seulement pour un segment de leur offre (l'alimentation animale et les semences potagères).

Les magasins de bricolage pouvaient rester ouverts pendant le premier confinement mais ont probablement souffert d'un manque de débouchés. Malgré un bon début d'année, l'activité des établissements appartenant à de grands réseaux d'enseigne a plus fortement chuté pendant le premier confinement que celle des indépendants. Leur activité cumulée sur les neuf premiers mois de l'année 2020 demeure inférieure à l'activité au cours de la même période en 2019. Au contraire, la perte d'activité durant le confinement a été moindre pour les magasins de bricolage n'appartenant pas à un réseau et, à fin septembre, l'activité cumulée sur les neuf premiers mois de l'année 2020 dépasse de 1 % celle de la même période en 2019. Le rattrapage a été encore meilleur pour les magasins appartenant à des petits réseaux (5 à 51 établissements) : ayant fortement souffert du confinement, ils finissent le troisième trimestre en hausse de 3 % par rapport à 2019.

Graphique 14 : Évolution des chiffres d'affaires cumulés en 2020 des magasins de bricolage (47.52)

(glissement annuel, en %)



Sources : Insee (Enquête Réseau d'Enseigne 2018) – DGFiP (déclarations TVA), calculs Insee

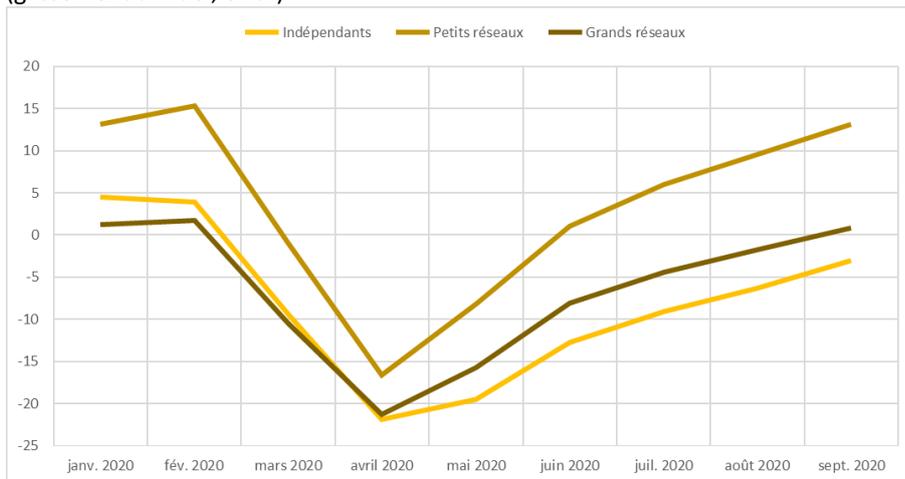
Note de lecture : Le chiffre d'affaires total entre janvier et septembre 2020 des indépendants dans le commerce de détail de quincaillerie, peintures et verres en magasin spécialisé est supérieur de 1 % au total de janvier à septembre 2019.

Note : Pour les magasins de bricolage, les réseaux contenant plus de 52 établissements sont considérés comme des grands réseaux ; ceux contenant entre 5 et 51 comme petits. Les réseaux de moins de 5 magasins sont considérés comme des indépendants.

Les commerces d'électroménager étaient fermés pendant le premier confinement, sauf pour leurs activités de livraison et retraits de commandes. Dans ce secteur, tous ont souffert du confinement. Au plus fort du confinement (avril), la perte cumulée sur le début d'année était de -17 % à -22 % par rapport à 2019, les petits réseaux ayant seulement mieux débuté l'année. Entre mai et septembre, les commerces de ces petits réseaux connaissent un meilleur rattrapage que les autres magasins d'électroménager et leur activité cumulée sur les neuf premiers mois est à l'image de leur dynamisme de début d'année (+13 % sur les neuf premiers mois de 2020 par rapport à 2019). De même, les grands réseaux se rattrapent également sur l'été et arrivent fin septembre à l'équilibre par rapport aux neuf premiers mois de 2019, à l'image de leur activité du début d'année. Au contraire, malgré un début d'année en hausse, les commerces d'électroménager indépendants n'ont pas rattrapé toutes les pertes du confinement : leur activité sur les trois premiers trimestres baisse de 3 % par rapport à 2019.

Graphique 15 : Évolution des chiffres d'affaires cumulés en 2020 des commerces d'électroménager (47.54)

(glissement annuel, en %)



Sources : Insee (Enquête Réseau d'Enseigne 2018) – DGFip (déclarations TVA), calculs Insee

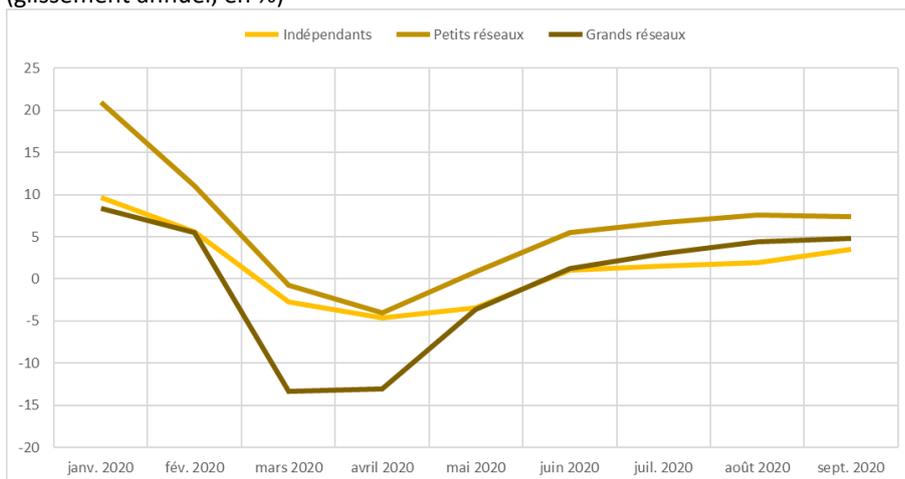
Note de lecture : Le chiffre d'affaires total entre janvier et septembre 2020 des indépendants dans le commerce de détail d'appareils électroménagers en magasin spécialisé est inférieur de 3 % au total de janvier à septembre 2019.

Note : Pour les magasins d'électroménager, les réseaux contenant plus de 81 établissements sont considérés comme des grands réseaux ; ceux contenant entre 5 et 80 comme petits. Les réseaux de moins de 5 magasins sont considérés comme des indépendants.

Les jardineries et fleuristes étaient autorisés à ouvrir pendant le premier confinement, mais seulement pour un segment de leur offre : l'alimentation animale dès le début du confinement et les semences potagères à partir de début avril. Quelle que soit l'appartenance à un réseau, cette ouverture plus large de l'offre à partir d'avril amortit la perte d'activité sur ce mois. Les réseaux, petits et grands, semblent avoir moins bien traversé le confinement que les indépendants : il est possible que l'appartenance à de grands réseaux soit le fait de magasins moins spécialisés, dont un plus grand segment de l'offre était interdit à la vente pendant le confinement (mobilier de jardin, matériel pour le bricolage et le jardinage : motoculteurs, tondeuses...). Au sortir du confinement, les jardineries de réseaux comme les indépendantes vivent toutes un rattrapage d'activité, mais ne retrouvent pas leur dynamisme de début d'année, possiblement du fait d'opportunités manquées à la période des semis.

Graphique 16 : Évolution des chiffres d'affaires cumulés en 2020 des jardineries et fleuristes (47.76)

(glissement annuel, en %)



Sources : Insee (Enquête Réseau d'Enseigne 2018) – DGFip (déclarations TVA), calculs Insee

Note de lecture : Le chiffre d'affaires total entre janvier et septembre 2020 des indépendants dans le commerce de détail de fleurs, plantes, graines, engrais, animaux de compagnie et aliments pour ces animaux en magasin spécialisé est supérieur de 3,5 % au total de janvier à septembre 2019.

Note : Pour les jardineries, les réseaux contenant plus de 30 établissements sont considérés comme des grands réseaux ; ceux contenant entre 5 et 29 comme petits. Les réseaux de moins de 5 magasins sont considérés comme des indépendants.

3 – Exploitation des données de transactions par *Cartes Bancaires CB*

Avertissement : Les données exploitées dans cette section sont issues d'une extraction de transactions par cartes bancaires CB anonymisées et agrégées afin de respecter les exigences de confidentialité.

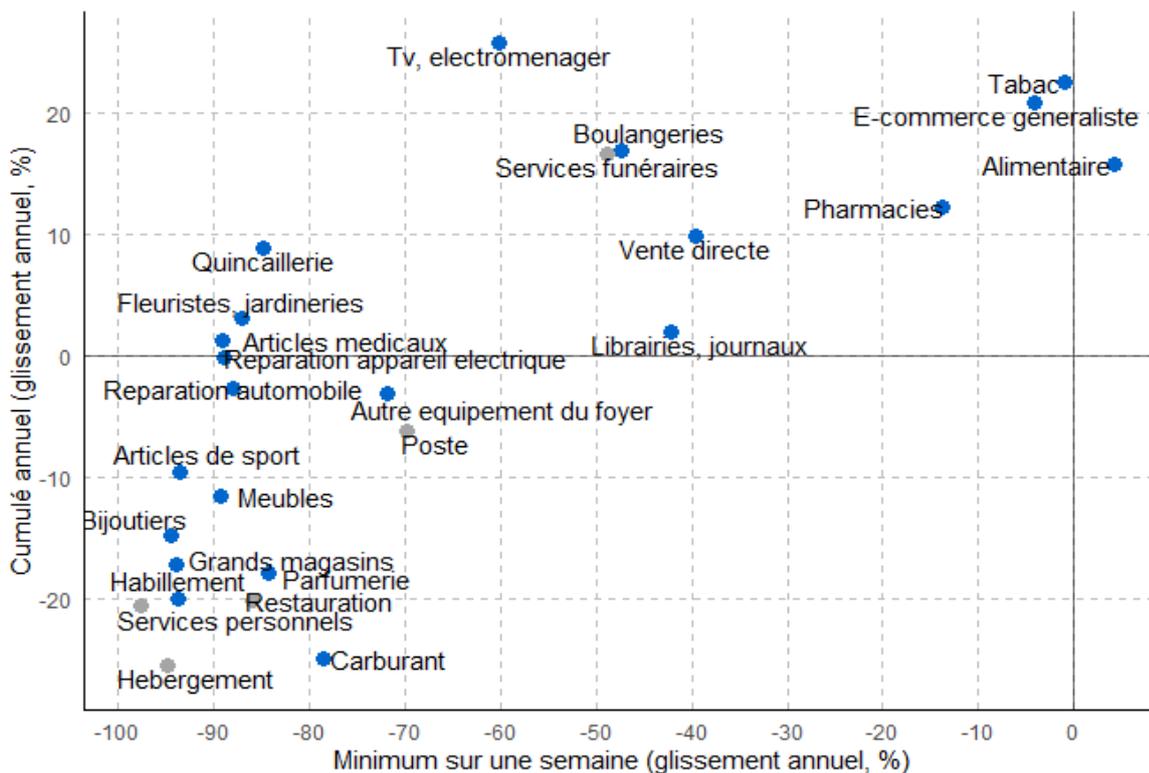
Ces informations sont sujettes à certaines limites²⁰. D'une part, seules les transactions des résidents en France sont comptabilisées²¹. Par ailleurs, des comparaisons agrégées avec les déclarations de chiffre d'affaires montrent que le recours à la carte bancaire CB s'est accru pendant la crise sanitaire. Ce plus fort taux de pénétration de la carte bancaire tend à surévaluer l'évolution des montants de transactions de 2020 par rapport à 2019. Enfin, les nomenclatures d'activité utilisées par les organisations monétiques internationales ne sont que peu compatibles avec la nomenclature d'activité française (NAF) sur laquelle s'appuie le système statistique public.

Au-delà des limites évoquées ci-dessus, les données de transactions par *Cartes Bancaires CB* permettent un suivi à haute fréquence des évolutions de la consommation dans les secteurs du commerce de détail et des services aux personnes. Elles fournissent également des indications sur les modifications des comportements d'achats des consommateurs.

2.1 – Disparités sectorielles des dépenses par *Cartes Bancaires CB*

La consommation des ménages a été chamboulée dans de nombreux secteurs du commerce de détail, tels que mesurés par *Cartes Bancaires CB*. Elle est particulièrement affectée par les deux confinements, avec de fortes disparités sectorielles. Deux paramètres permettent notamment d'analyser l'impact de la crise sanitaire sur les montants dépensés dans un secteur : le point bas des montants de transactions sur une semaine, et le cumul annuel des transactions du début de l'année au 23/11/2020.

Graphique 17 – Disparités sectorielles des transactions par *Cartes Bancaires CB* en 2020 (évolutions glissements annuels, en %)



Source : *Cartes Bancaires CB*, Calculs Insee

Note de lecture : Du début de l'année au 23/11/2020, les transactions par *Cartes Bancaires CB* dans les quincailleries sont supérieures de 9 % aux montants de transactions sur la même période, en 2019. Au cours d'une semaine en 2020, les montants d'achats dans les quincailleries ont été, à leur plus bas, inférieurs de 85 % par rapport à 2019.

²⁰ Voir Point de conjoncture du 3 décembre 2020

²¹ Seules les transactions des porteurs de cartes contenant le logo CB en France sont comptabilisées. La quasi-totalité des cartes bancaires des résidents en France ont un tel logo, à l'exception des *American Express*, et des nouvelles banques entièrement numériques. De même, peu de résidents étrangers disposent de cartes de paiement avec ce logo. La meilleure approximation consiste donc à considérer que ces montants concernent les résidents en France.

Trois ensembles de secteurs peuvent être identifiés grâce à ces données de transactions par *Cartes Bancaires CB* :

- ceux avec un surcroît important de montant de transactions en cumulé et un minimum mesuré : l'alimentaire, les pharmacies, le *e-commerce* généraliste, les tabacs... ;
- ceux avec un minimum très bas, mais un cumul sur l'année positif : fleuristes et jardinerie, l'électroménager, la quincaillerie... ;
- ceux avec un minimum très bas, et un cumul sur l'année fortement négatif : l'habillement, les meubles, les bijouteries...

La nature des problématiques économiques posées à ces secteurs d'activité n'est pas la même. Si les premiers semblent épargnés par la crise économique, les deuxièmes doivent faire face à des problèmes de liquidité, et les derniers pourraient être confrontés à des problèmes de solvabilité.

Les dépenses totales en **alimentaire, pharmacie et tabacs** ont augmenté au cours de la crise sanitaire.

Graphique 18 – Évolution des transactions par *Cartes Bancaires CB* dans l'alimentaire (glissement annuel)



Source : *Cartes Bancaires CB, Calculs Insee*

Note de lecture : Autour de la mise en place du premier confinement, les dépenses de consommation en alimentaire ont été 70 % supérieures à celles de 2019, à la même période.

Au début du confinement de printemps, une anticipation et un stockage important ont conduit à une augmentation très significative des dépenses. Pour autant, au cours des semaines suivantes et pendant le déconfinement, les dépenses en alimentaire sont restées très sensiblement supérieures aux niveaux de 2019. Par ailleurs la forte variabilité du glissement annuel s'explique par une modification de la saisonnalité intra-hebdomadaire : alors que les samedis sont habituellement le jour avec le plus de dépenses, la répartition des achats dans la semaine s'est modifiée en faveur des jours ouvrés. Enfin, la manière même de consommer semble avoir été altérée : le nombre de transactions a grandement diminué (jusqu'à - 29% la seconde semaine du confinement de printemps) tandis que le montant moyen d'une transaction a fortement augmenté (+ 54 % dans le même temps).

Les dépenses en **pharmacie et tabacs** connaissent des évolutions similaires, mêmes si légèrement inférieures.

Les dépenses en **électroménager** ou **quincaillerie** se sont arrêtées brutalement. Au cours de la première semaine du confinement, les dépenses en quincaillerie ont diminué de 85 %. Toutefois, le déconfinement est marqué par une augmentation très importante des dépenses par rapport à l'année antérieure, probablement en raison de reports d'achats empêchés pendant les fermetures d'établissements.

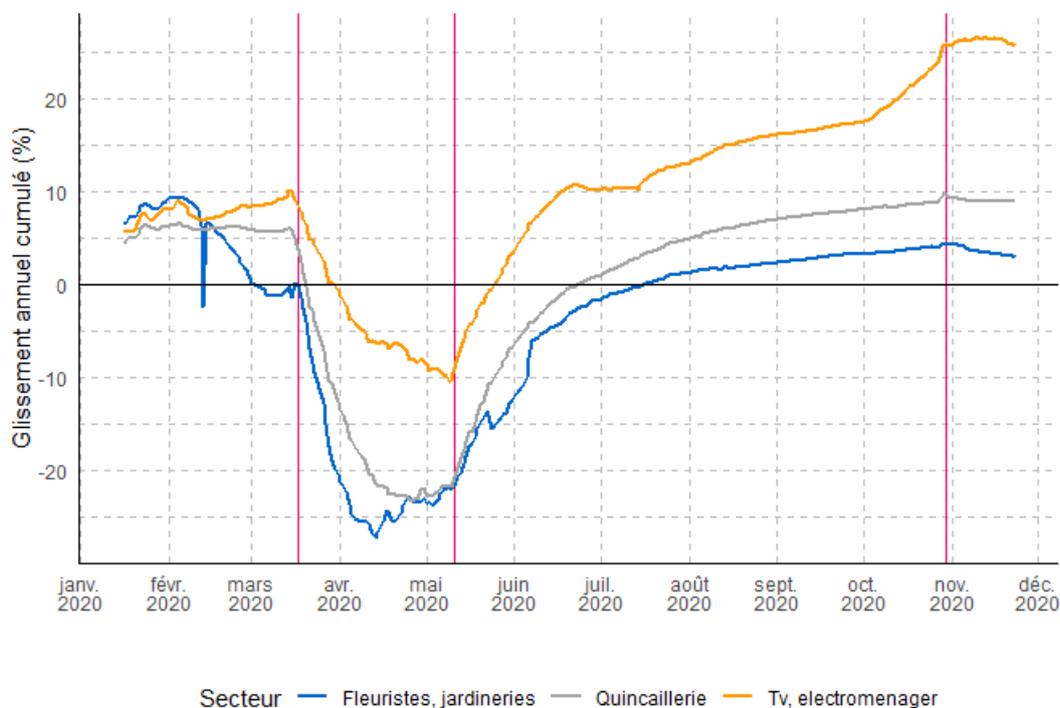
Graphique 19 – Évolution des transactions par *Cartes Bancaires CB* dans la quincaillerie, l'électroménager et les fleuristes et jardinerie (glissement annuel)



Sources : *Cartes Bancaires CB, Calculs Insee*

Note de lecture : Début avril 2020, les dépenses en « TV, Électroménager » étaient inférieures de 55 % à celles de 2019.

Graphique 20 – Évolution du cumul des transactions par *Cartes Bancaires CB* dans la quincaillerie, l'électroménager et les fleuristes et jardinerie (glissement annuel)



Sources : *Cartes Bancaires CB, Calculs Insee*

Note de lecture : Début novembre 2020, les dépenses cumulées depuis le début de l'année en « TV, Électroménager » étaient supérieures de 25 % à celles de 2019.

L'absence de transactions dans ces secteurs pendant le premier confinement a pu générer des tensions sur les liquidités de leurs entreprises. Au cours de l'été, les montants dépensés par cartes bancaires dans ces secteurs étaient supérieurs à ceux de l'année 2019.

L'analyse du cumul des transactions depuis le début de l'année confirme que les transactions par cartes bancaires entre les confinements ont plus que compensé l'absence de dépenses pendant le confinement.

Le deuxième confinement semble avoir été plus anticipé par les consommateurs, avec des montants conséquents de transactions en électroménager. D'autre part, la diminution du montant de transactions est plus mesurée. Ces secteurs semblent donc mieux armés qu'au confinement de printemps pour faire face à une crise de liquidités, malgré les incertitudes qui pèsent sur les ventes de fin d'année.

Certains secteurs, comme l'**habillement** ou les **meubles** sont dans une situation plus fragile. Les dépenses dans ces secteurs n'auraient pas retrouvé en 2020 leur niveau de 2019, même en l'absence de deuxième confinement.

Le premier confinement affecte fortement les dépenses en habillement, articles de sport et meubles. La première semaine se caractérise par un arrêt presque total de ces achats (-95%). La reprise d'activité au cours du déconfinement montre également une forme de report d'achats empêchés, mais ceux-ci restent mesurés et ne compensent pas les transactions manquées pendant le premier confinement. Enfin, les dates des soldes d'été génèrent un surcroît d'achats en août, au détriment de juillet.

Avant le deuxième confinement, les dépenses dans ces secteurs étaient inférieures de 5 % à 15 % par rapport à 2019. Le confinement d'automne semble également générer des diminutions importantes des dépenses de ces postes (-50 % à -70 %). De plus, contrairement aux autres secteurs étudiés, il ne semble pas y avoir eu une anticipation de transactions avant le confinement.

L'absence de revenus pendant les confinements est donc susceptible de générer des tensions sur les liquidités des entreprises de ces secteurs. De plus les pertes de revenus n'ayant pas été compensées, une crise de solvabilité est possible pour les entreprises les plus fragiles.

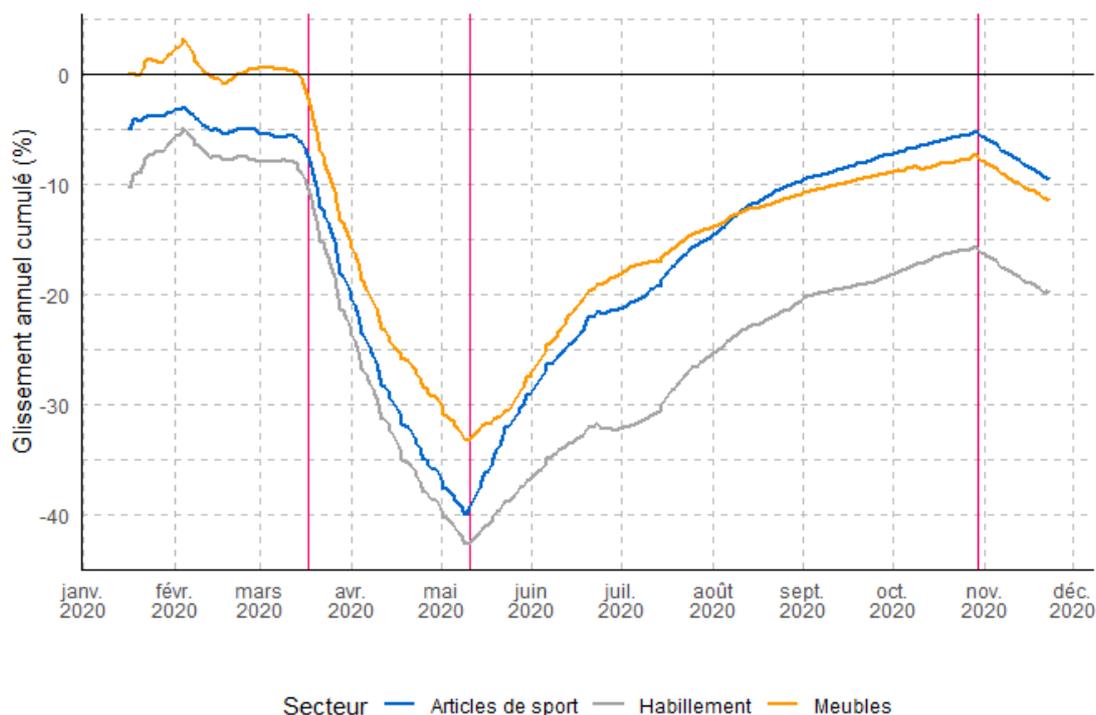
Graphique 21 – Évolution des transactions par *Cartes Bancaires CB* dans l'habillement, les articles de sport, et les meubles (glissement annuel)



Sources : *Cartes Bancaires CB, Calculs Insee*

Note de lecture : Au début du confinement de printemps, les dépenses en « meubles » étaient inférieures de 95 % à celles de 2019.

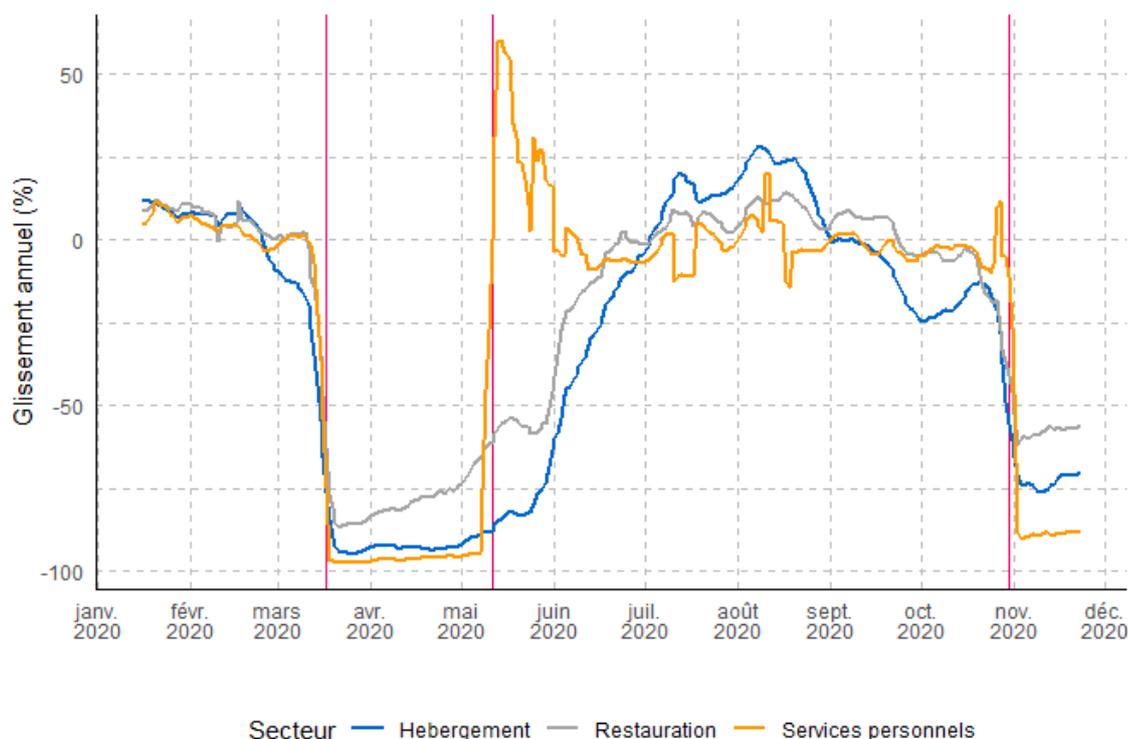
Graphique 22 – Évolution du cumul des transactions par *Cartes Bancaires CB* dans l’habillement, les articles de sport, et les meubles (glissement annuel)



Sources : *Cartes Bancaires CB*, *Calculs Insee*

Note de lecture : Début novembre 2020, les dépenses cumulées depuis le début de l’année en « *Habillement* » étaient inférieures de 15 % à celles de 2019.

Graphique 23 – Évolution des transactions par *Cartes Bancaires CB* dans l’hébergement, la restauration et les services personnels (glissement annuel)



Sources : *Cartes Bancaires CB*, *Calculs Insee*

Note de lecture : Pendant le premier confinement les montants de transactions par cartes bancaires dans les services personnels (coiffure, centre esthétique, ongles...) étaient inférieurs d’environ 98 % par rapport à 2019 aux mêmes dates.

Les transactions par cartes bancaires CB mettent en évidence des comportements d'achats plus ou moins reportés, ce qui est une caractéristique propre aux ventes de biens. À titre de comparaison, les transactions par carte dans les services montrent des reports beaucoup plus limités, et un impact total de la crise d'un ordre de magnitude supérieur.

Les anticipations d'achats pour stockage étant impossible dans les services, les pics de transactions avant les confinements sont absents, et seuls les services personnels ont connu un faible report, probablement dans les salons de coiffure par exemple. En cumul, depuis le début de l'année et jusqu'au 23 novembre, l'hébergement compte 25 % de transactions en moins qu'en 2019. Enfin, l'impact du deuxième confinement sur les montants de transactions par *Cartes Bancaires CB* semble tout aussi marqué que le premier.

Tableau 1 – Évolutions des transactions *Cartes Bancaires CB* selon la période de l'année 2020, par rapport à 2019 (%)

	Avant le premier confinement du 6 janvier au 16 mars	Premier confinement du 17 mars au 10 mai	Entre les confinements du 11 mai au 29 octobre	Deuxième confinement du 30 octobre au 23 novembre	Cumul annuel du 6 janvier au 23 novembre
Alimentaire	13	17	17	10	16
Articles de sport	-7	-88	18	-74	-10
Autre équipement du foyer	-1	-57	17	-30	-3
Bijoutiers	1	-92	8	-65	-15
Boulangeries	16	-20	32	9	17
Carburant	0	-70	-17	-45	-25
E-commerce généraliste	13	16	21	47	21
Fleuristes, jardinerie	0	-40	26	-17	3
Grands magasins	-1	-92	2	-54	-17
Habillement	-10	-87	2	-68	-20
Librairies, journaux	5	-29	12	-12	2
Meubles	-1	-80	12	-60	-12
Parfumerie	-2	-76	-1	-53	-18
Quincaillerie	5	-50	31	0	9
Tabac	17	22	24	25	22
TV, électroménager	9	-40	50	25	26

Sources : *Cartes Bancaires CB*, Calculs Insee

Lecture : Le montant de transactions par carte bancaire CB dans l'alimentaire est supérieur de 13 % avant le premier confinement à 2019, aux jours équivalents.

Notes : La comparaison porte sur les jours équivalents de 2019 et 2020 : le lundi 6 janvier 2020 est comparé au lundi 7 janvier 2019, pour prendre en compte les variations intra-hebdomadaires fortes. La date de fin du deuxième confinement est arrêtée au 23 novembre 2020, pour ne pas prendre en compte le « black Friday » de 2019 dans les glissements annuels.

3.2 – La vente à distance

La vente à distance (VAD) peut s'analyser à travers deux concepts dans les données de *Cartes Bancaires CB* :

- Des acteurs du *e-commerce*, sous la forme de *pure-players* généralistes
- Un mode de paiement, lié à des transactions sur internet. Ce mode de paiement peut être utilisé par tous les acteurs, à partir du moment où les transactions par cartes bancaires se font *via* un site internet ou une application.

Les confinements et les restrictions administratives ont conduit à une augmentation significative du recours à internet dans les transactions par cartes bancaires CB (+ 15 pp). Un tiers des dépenses par cartes bancaires a ainsi lieu sur internet pendant les confinements.

Le choc des dépenses auprès des acteurs du *e-commerce* a été limité (- 10 % de transactions par *Cartes Bancaires CB* au cours d'une semaine au pire), avec un cumul des montants de transactions (jusqu'au 23 novembre) supérieur de 20 % à 2019.

Il est également possible de comparer le dynamisme des ventes sur internet de ces acteurs du *e-commerce* et des autres. Alors que le premier confinement montre un fort décalage entre les ventes sur internet des acteurs de la vente à distance et les autres, les tendances sont toutes les deux positives depuis juillet. Ceci suggère que, au cours de ce deuxième confinement, les acteurs non *pure-players* bénéficient également d'un dynamisme important de leurs ventes sur internet.

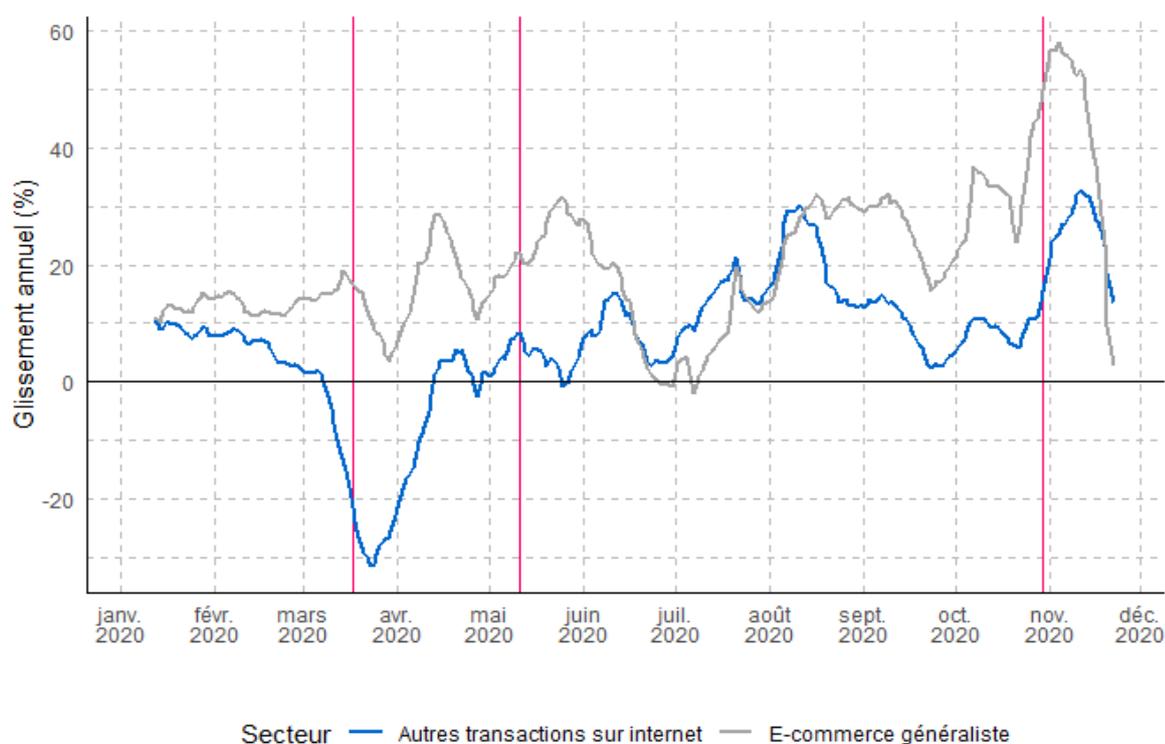
Graphique 24 – Part des dépenses par Cartes Bancaires CB réalisées sur internet (%)



Sources : Cartes Bancaires CB, Calculs Insee

Note de lecture : Début juin 2020, 20 % des dépenses par cartes bancaires CB ont lieu sur internet.

Graphique 25 – Évolutions des montants de transactions par Cartes Bancaires CB sur internet par acteur



Secteur — Autres transactions sur internet — E-commerce généraliste

Sources : Cartes Bancaires CB, Calculs Insee

Note de lecture : Au début du confinement, les montants de transactions par cartes bancaires CB sur internet, hors acteurs de la VAD, étaient 30 % inférieurs à ceux de 2019.

4 – L'emploi salarié total du commerce chute de 2 % avec la crise sanitaire

3,6 millions de personnes²² travaillent dans les secteurs commerciaux²³. Parmi elles, un peu plus de cinq sur six sont salariées.

L'emploi salarié hors intérim du commerce chute de 1,5 % au cours du premier semestre 2020 à la suite de la crise sanitaire. Le secteur perd ainsi 49 100 emplois salariés en six mois. La baisse des effectifs salariés débute dès le premier trimestre (- 0,6 %) et s'accroît au deuxième (- 0,9 %). L'emploi salarié commercial recule cependant moins brutalement que celui du tertiaire marchand (hors intérim) qui se contracte au premier semestre de 3,1 %.

L'emploi salarié du **commerce de détail** se replie fortement de 1,7 % au premier semestre (- 30 400 salariés). L'emploi salarié du commerce de gros enregistre également un sévère recul de 1,6 % au 30 juin (- 15 400 salariés). L'emploi salarié du commerce et de la réparation d'automobiles résiste mieux et ne baisse que de 0,8 % au premier semestre (- 3 400 salariés).

L'**intérim** plonge de 23 % dans le **commerce** au premier semestre 2020 (- 16 600 intérimaires), comme dans le tertiaire marchand. Le nombre d'intérimaires du commerce chute brutalement au premier trimestre (- 34 %) et ne se redresse que partiellement au second trimestre (+ 17 %).

Le **commerce de gros** réduit de 25 % son recours à l'intérim au premier semestre. L'emploi intérimaire chute également fortement dans le commerce et la réparation d'automobiles (- 39 %). La réduction des effectifs intérimaires est en revanche moins marquée dans le commerce de détail (- 16 %).

Au premier semestre, l'**emploi salarié total du commerce** (y compris intérim) recule ainsi de 2 % (- 65 700 salariés), moins sévèrement que celui du tertiaire marchand (- 3,6 %). Le recul de l'**emploi total** (y compris intérim) atteint 2,5 % dans le commerce de gros, 1,9 % dans le commerce de détail et 1,4 % dans le commerce et la réparation d'automobiles.

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 Acemo²⁴ 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.

²² En France hors Mayotte

²³ Ensemble des établissements classés dans le commerce hors artisanat commercial

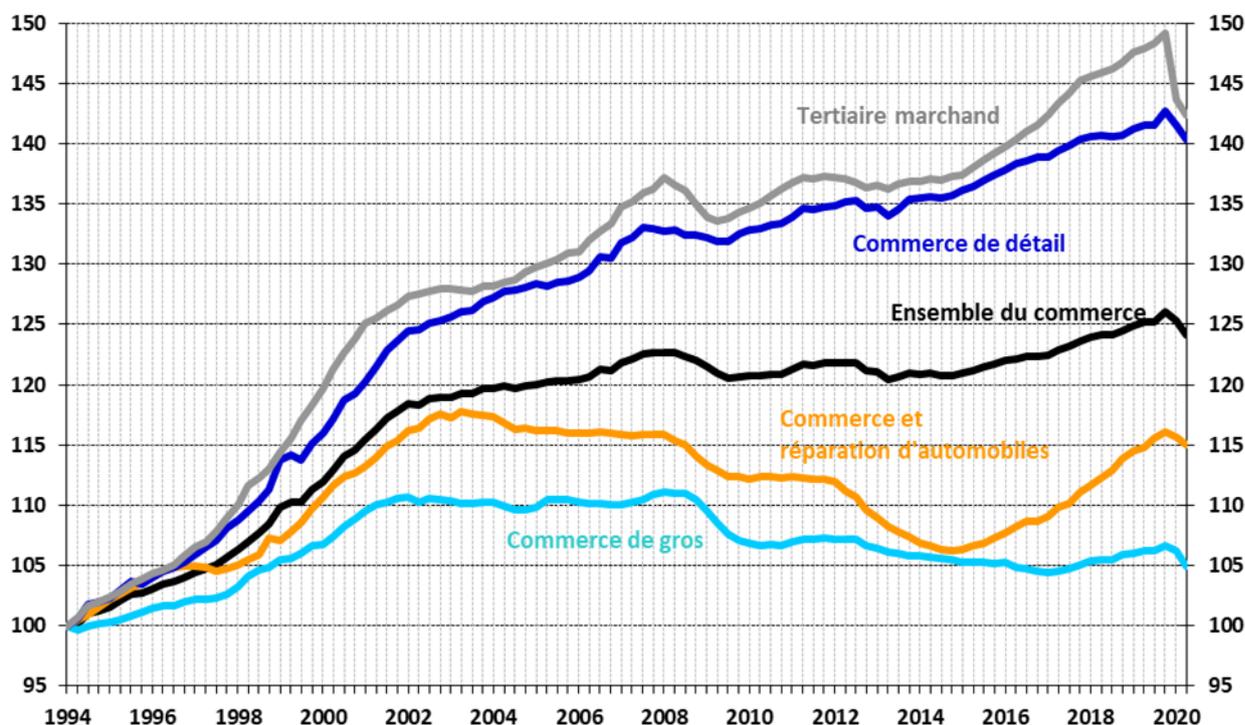
²⁴ Enquête sur l'activité et les conditions de la main-d'œuvre (Ministère du Travail, DARES)

4.1 – Le commerce perd 49 000 emplois salariés hors intérim au premier semestre 2020

L'emploi salarié hors intérim du commerce chute de 1,5 % au cours du premier semestre 2020 à la suite de la crise sanitaire qui frappe le pays depuis le début de l'année. Le secteur perd ainsi 49 100 emplois salariés en six mois après en avoir gagné 40 900 en 2019 (+ 1,3 %), sa meilleure année depuis 2007. Les effets de la baisse d'activité due au confinement de la population et à la fermeture administrative de nombreux commerces à partir du 16 mars 2020 se font sentir dès la fin du premier trimestre : le secteur perd 20 000 emplois au 31 mars (- 0,6 %) puis à nouveau 29 100 emplois au 30 juin (- 0,9 %).

L'emploi salarié commercial recule cependant moins brutalement que celui du tertiaire marchand (hors intérim). Ce dernier chute de 3,1 % en six mois à la fin du premier semestre 2020 et perd 366 600 emplois, tiré à la baisse par le plongeon de l'hébergement-restauration (- 11,6 %) et des arts, spectacles et activités récréatives (- 13,2 %).

Graphique 26 : Effectif salarié trimestriel dans les secteurs du commerce (base 100 au 1er trimestre 1994)



Champ : France (hors Mayotte)

Source : Insee, estimations d'emploi

L'emploi salarié du commerce de détail se replie fortement de 1,7 % au premier semestre 2020 en raison des restrictions imposées à la circulation des personnes et de la fermeture pendant le confinement de nombreux magasins. Le secteur perd 30 400 emplois après en avoir gagné 26 400 en 2019 (+ 1,5 %). Le recul intervient dès le premier trimestre 2020 (- 0,8 % et - 14 800 salariés) et se poursuit au deuxième (- 0,9 % et - 15 600 salariés).

Impacté par la baisse d'activité du commerce de détail et de l'industrie, l'emploi salarié du commerce de gros, se replie également fortement (- 1,6 % au premier semestre). Le commerce de gros compte 15 400 salariés de moins en six mois et revient à son niveau de fin 2017, annulant les gains de deux années de reprise modérée en 2018 et 2019. La baisse débute au premier trimestre (- 0,4 % et - 4 200 salariés) et s'amplifie nettement au deuxième (- 1,2 % et - 11 200 salariés).

L'emploi salarié dans le commerce et la réparation d'automobiles recule de 0,8 % au premier semestre 2020 (- 3 400 salariés). Bien que l'activité du secteur ait été très fortement ralentie, l'emploi salarié y résiste mieux que dans le commerce de détail et le commerce de gros. Ce recul fait suite à une bonne année 2019 (+ 1,9 % et un gain de 7 600 salariés) et à cinq années de croissance de l'emploi depuis 2015. Il débute au premier semestre (- 0,3 % et - 1 200 salariés) et tend à s'accroître au second (- 0,5 % et - 4 200 salariés).

Tableau 2 : Effectifs salariés hors intérim en fin de période (en milliers) et part (en %)

SECTEURS D'ACTIVITE	2016	2017	2018	2019	2020 T2 (p)	Part en 2020 T2 (en %)
Commerce de détail	1 777	1 796	1 800	1 826	1 796	12
Commerce de gros	957	962	969	977	961	6
Commerce et réparation d'automobiles	376	384	394	401	398	2
Total Commerce	3 109	3 142	3 163	3 204	3 155	20
Tertiaire marchand	11 257	11 445	11 599	11 805	11 438	72
Secteurs principalement marchands	15 729	15 941	16 135	16 400	15 991	100

*(p) : données provisoires**Champ : France hors Mayotte**Source : Insee, estimations d'emploi**Les secteurs principalement marchands comprennent l'industrie, la construction et le tertiaire principalement marchand.***Tableau 3** : Effectifs salariés hors intérim, variation en glissement annuel* en fin de période (en % et milliers)

SECTEURS D'ACTIVITE	2016	2017	2018	2019	2020 T2 (p)	Variation T2 2020 (en milliers)
Commerce de détail	1,1	1,1	0,2	1,5	-1,7	-30
Commerce de gros	-0,7	0,5	0,8	0,7	-1,6	-15
Commerce et réparation d'automobiles	1,3	2,3	2,5	1,9	-0,8	-3
Total Commerce	0,6	1,1	0,7	1,3	-1,5	-49
Tertiaire marchand	1,2	1,7	1,3	1,8	-3,1	-367
Secteurs principalement marchands	0,6	1,4	1,2	1,6	-2,5	-409

*(p) : données provisoires**Champ : France hors Mayotte**Source : Insee, estimations d'emploi*** Glissement semestriel en 2019**Les secteurs principalement marchands comprennent l'industrie, la construction et le tertiaire principalement marchand.*

4.2 – L'emploi intérimaire plonge de 23 %

Le commerce emploie 1,8 % de ses salariés en intérim, soit 56 400 intérimaires à la fin du premier semestre 2020. Ce recours à l'intérim est modéré comparativement à l'industrie dans laquelle 6 % 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 % mi-2020) est lié à la plus forte volatilité de son activité.

Tableau 4 : Nombre d'intérimaires en fin de période (en milliers) et part (en %)

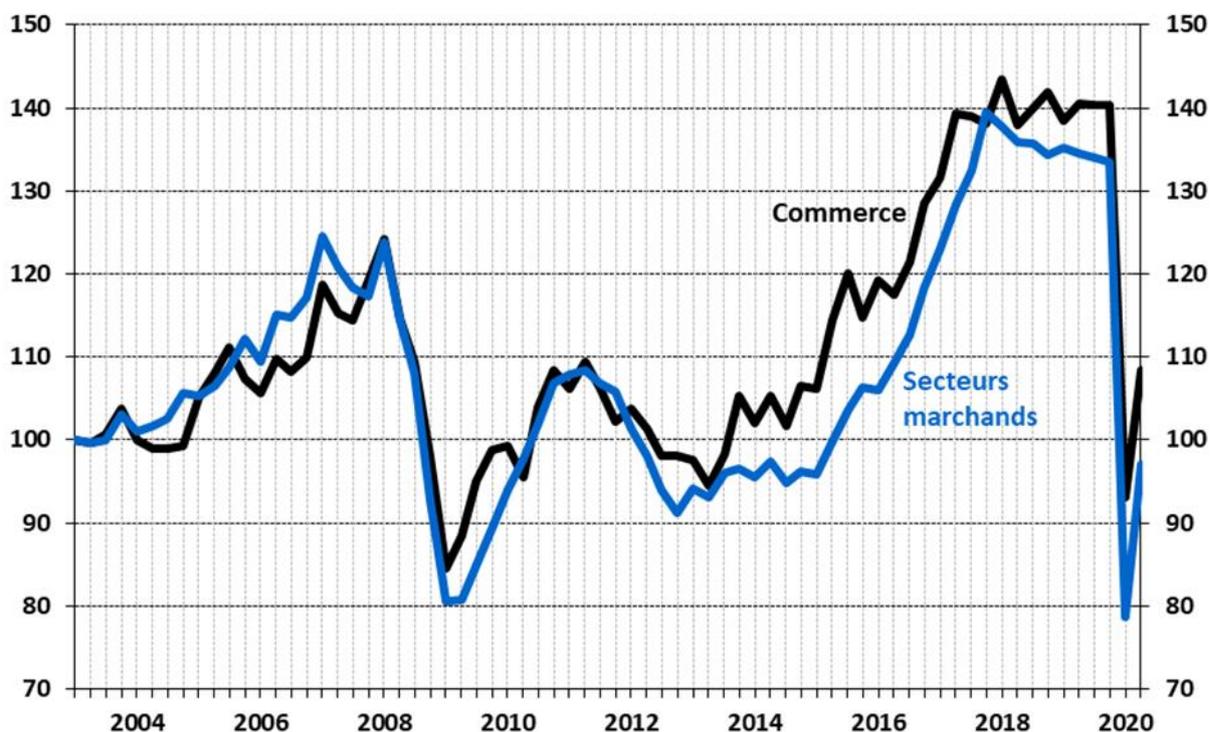
SECTEURS D'ACTIVITE	2016	2017	2018	2019	2020 T2 (p)	Part en 2020 T2 (en %)
Commerce de détail	25	26	28	27	22	4
Commerce de gros	36	39	40	40	30	5
Commerce et réparation d'automobiles	6	6	6	6	4	1
Total Commerce	67	72	74	73	56	10
Tertiaire marchand	257	306	307	323	247	45
Secteurs principalement marchands	676	796	766	762	554	100

*Champ : France hors Mayotte**Source : Dares**Les secteurs principalement marchands comprennent l'industrie, la construction et le tertiaire principalement marchand.*

L'intérim plonge de 23 % dans le commerce au premier semestre 2020. Comme dans les autres secteurs de l'économie, les entreprises commerciales réduisent rapidement leur recours à l'intérim et se séparent de 16 600 intérimaires pour s'adapter à la baisse d'activité induite par la crise sanitaire et par les mesures de confinement du printemps 2020. La baisse du recours à l'intérim au premier semestre est de même ampleur dans le tertiaire marchand (- 23 %). L'emploi salarié total (y compris intérim) recule ainsi en six mois au 30 juin de 2 % (- 65 700 salariés) dans le commerce et de 3,6 % (- 441 800 salariés) dans le tertiaire marchand.

Dès la fin du premier trimestre, le nombre de salariés intérimaires du commerce chute de 34 % (- 24 600 intérimaires). L'emploi intérimaire du commerce se redresse ensuite au second trimestre de 17 % (+ 8 000 intérimaires) à la suite du déconfinement et de la réouverture des magasins le 11 mai, mais sans retrouver son niveau d'avant la crise.

Graphique 27 : Effectif intérimaire trimestriel (base 100 au 1er trimestre 2003)



Champ : France hors Mayotte
Source : Dares

Le commerce de gros, dont l'activité dépend en grande partie des secteurs industriels, réduit d'un quart son recours à l'intérim au premier semestre avec 10 000 intérimaires de moins. Ce reflux marqué des effectifs intérimaires accentue le recul de l'emploi total (y compris intérim) du secteur à 2,5 % (- 25 400 salariés). L'emploi intérimaire chute également fortement dans le commerce et la réparation d'automobiles (- 39 % et - 2 300 intérimaires) et porte la contraction de l'emploi total en fin de premier semestre à 1,4 % (- 5 700 salariés). La réduction des effectifs intérimaires reste en revanche limitée à 16 % dans le commerce de détail (- 4 300 intérimaires) et y contient le repli de l'emploi total à 1,9 % (- 34 700 salariés).

Tableau 5 : Nombre d'intérimaires, variation en glissement annuel* en fin de période (en % et milliers)

SECTEURS D'ACTIVITE	2016	2017	2018	2019	2020 T2 (p)	Variation en 2020 T2 (en milliers)
Commerce de détail	11	5	7	-4	-16	-4
Commerce de gros	11	9	1	1	-25	-10
Commerce et réparation d'automobiles	24	10	-6	3	-39	-2
Total Commerce	12	7	3	-1	-23	-17
Tertiaire marchand	16	19	0	5	-23	-75
Secteurs principalement marchands	11	18	-4	-1	-27	-208

Champ : France hors Mayotte

Source : Dares

* Glissement semestriel en 2019

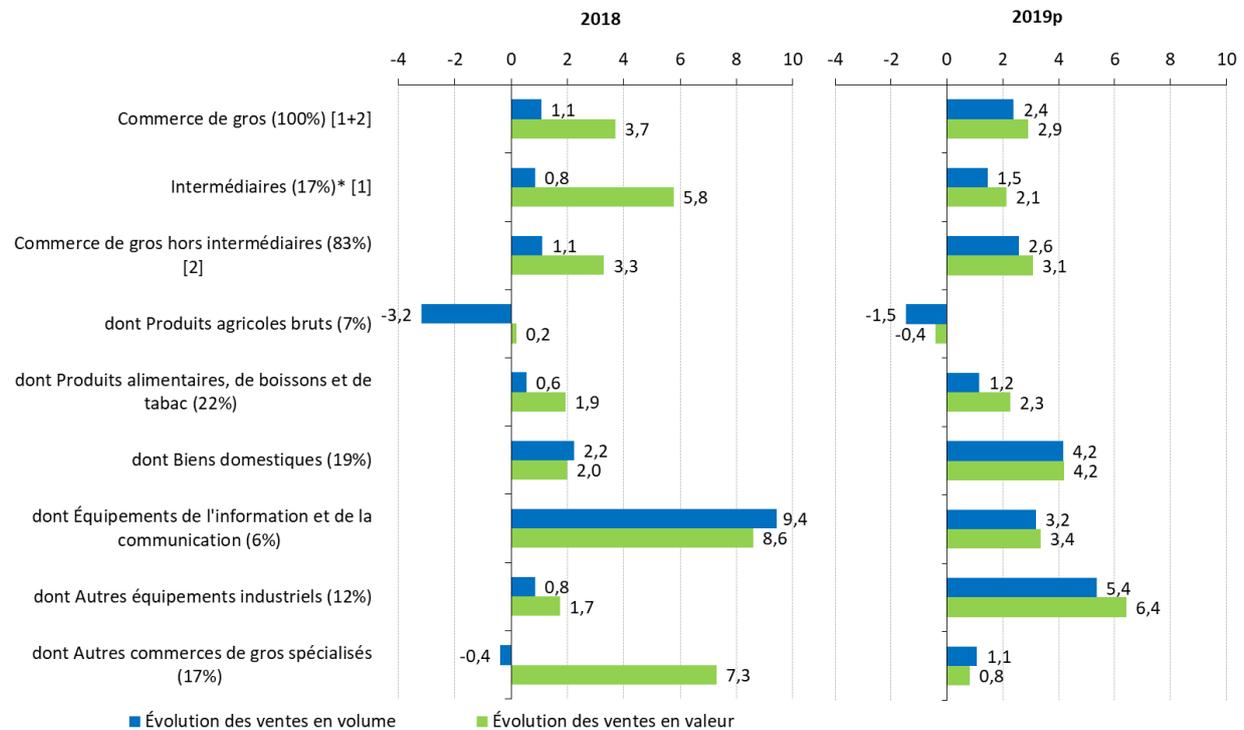
Les secteurs principalement marchands comprennent l'industrie, la construction et le tertiaire principalement marchand

CHAPITRE II : ÉCLAIRAGES SECTORIELS

Avertissement : Cette partie exploite les données disponibles dans l'enquête sectorielle annuelle (ESA) 2018. Ainsi, le chiffrage de l'activité a été actualisé dans les trois grands secteurs du commerce pour l'année 2018. Les données de l'année 2019 se basent toujours sur les déclarations mensuelles de chiffre d'affaires.

1 - Commerce de gros

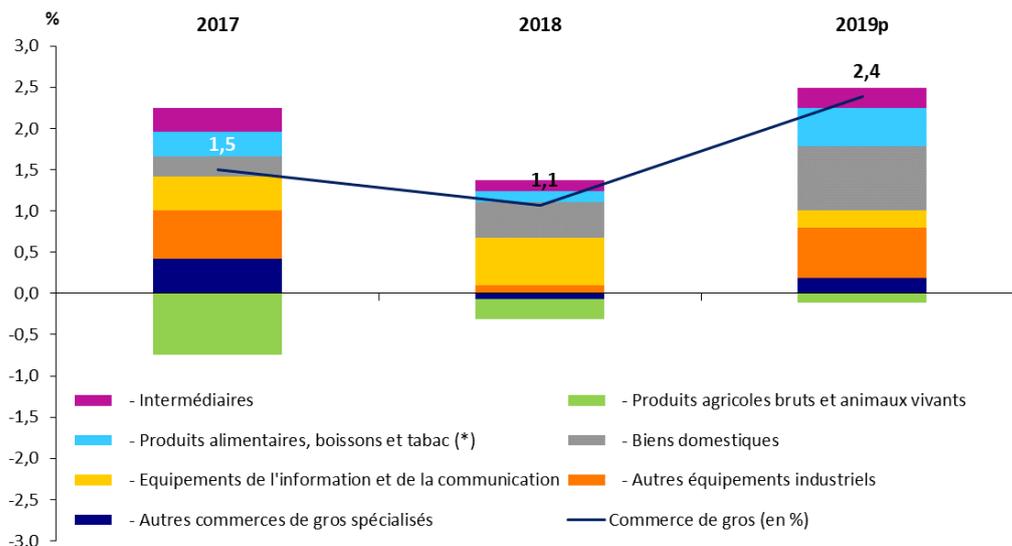
Graphique 1 : Ventes du commerce de gros, évolutions en 2018 et 2019 (en %)



Source : Insee - Comptes du commerce

Lecture : (p) provisoire – (*) en 2019, les ventes des intermédiaires représentent 17% des ventes des grossistes, hors commerce de gros spécialisé. L'évolution du commerce de gros non spécialisé n'est pas retracée dans le graphique. Il représente 3% du commerce de gros en 2019.

Graphique 2 : Ventes du commerce de gros, contributions à l'évolution en volume (en points)



Source : Insee - Comptes du commerce

Lecture : (p) provisoire – (*) Le commerce de gros non spécialisé a été inclus avec le C.G. de produits alim., de boissons et de tabac pour le calcul des contributions.

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

Secteurs	Evolution en volume (en %)			Evolution en valeur (en %)			Montant 2019p	
	2017	2018	2019p	2017	2018	2019p	en Md€	en %
C.G. de produits agricoles bruts	-8,9	-3,2	-1,5	-6,1	0,2	-0,4	58,8	7,1
Céréales, tabac non manufacturé, semences et aliments pour le bétail	-12,7	-3,8	-2,4	-9,9	1,5	-2,1	42,9	5,2
Autres produits (1)	3,5	-1,4	1,1	6,3	-3,3	4,4	15,9	1,9
C.G. de produits alimentaires, de boissons et de tabac	3,5	0,6	1,2	5,7	1,9	2,3	156,0	18,9
Produits frais (2)	1,9	-0,9	1,4	6,2	2,4	3,9	68,1	8,3
Boissons (alcoolisées ou non)	5,3	2,4	-1,6	6,0	3,4	0,7	28,4	3,4
Autres produits (3)	4,4	1,3	2,2	5,1	0,7	1,2	59,5	7,2
C.G. de biens domestiques	1,2	2,2	4,2	1,3	2,0	4,2	156,9	19,1
Produits pharmaceutiques	1,4	2,5	4,5	2,0	2,3	3,7	65,5	8,0
Autres produits (4)	1,2	2,1	3,9	0,8	1,8	4,5	91,4	11,1
C.G. d'équipements de l'information et de la communication	6,8	9,4	3,2	5,9	8,6	3,4	53,2	6,5
Ordinateurs, équipements informatiques périphériques et logiciels	5,6	11,4	4,2	5,6	11,1	5,3	35,5	4,3
Composants et équipements électroniques et télécommunication	8,7	5,9	1,2	6,5	4,1	-0,4	17,7	2,2
C.G. d'autres équipements industriels	5,2	0,8	5,4	5,6	1,7	6,4	97,8	11,9
Équipements de bureau (5)	-2,2	2,5	-0,3	-2,1	3,3	1,0	3,8	0,5
Matériel électrique	8,3	-1,0	9,3	8,8	-1,0	9,4	21,6	2,6
Autres équipements (6)	4,7	1,3	4,5	5,1	2,5	5,9	72,3	8,8
Autres C.G. spécialisés	2,6	-0,4	1,1	8,8	7,3	0,8	137,6	16,7
Combustibles et produits annexes	3,9	-0,9	-0,1	17,3	16,3	0,1	47,7	5,8
Produits pour l'installation de l'habitat et de la construction (7)	4,6	1,0	2,8	5,0	2,7	4,5	53,9	6,5
Autres produits (8)	-1,4	-1,8	0,3	5,3	3,5	-3,4	35,9	4,4
Commerce de gros hors intermédiaires (9)	1,4	1,1	2,6	3,5	3,3	3,1	685,5	83,3
Intermédiaires du commerce	1,8	0,8	1,5	6,0	5,8	2,1	137,6	16,7
dont centrales d'achats	-0,1	2,0	1,5	4,2	7,2	2,3	120,4	14,6
Commerce de gros et intermédiaires	1,5	1,1	2,4	3,9	3,7	2,9	823,2	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.

1.1 - La clientèle intérieure du commerce de gros : principalement des industriels et des détaillants

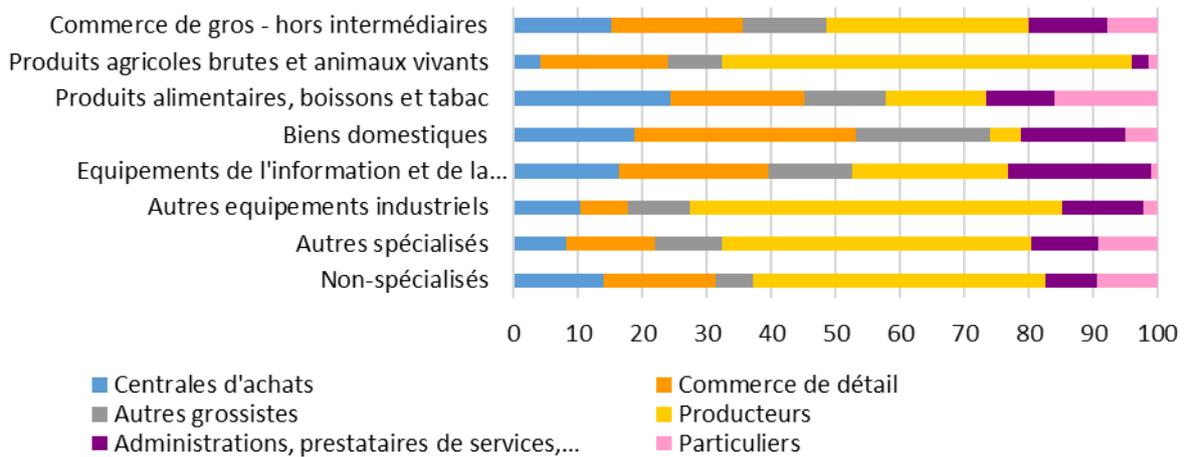
En 2018, sur le marché intérieur, l'activité des grossistes (hors centrales d'achats et intermédiaires du commerce) est orientée pour 31 % de leur chiffre d'affaires vers l'approvisionnement des producteurs (industriels, artisans et agriculteurs) et à hauteur de 20 % vers le commerce de détail. Vient ensuite la redistribution des marchandises vers les centrales d'achats (15 %). Les autres clients professionnels (administrations, prestataires de services, ...) comptent pour 12 % et les autres grossistes pour 13 %. Enfin, l'activité des grossistes est tournée à hauteur de 8 % vers les particuliers.

Les grossistes en produits agricoles (céréales, animaux vivants, cuirs et peaux), les grossistes en autres équipements industriels (hormis mobilier, machines et équipements de bureau), les autres grossistes spécialisés (hormis combustibles) et les grossistes non spécialisés sont très fortement dépendants des commandes des producteurs.

Les entreprises du commerce de gros qui vendent leurs produits à d'autres grossistes ou à des centrales d'achats sont principalement spécialisées dans les biens de consommation (biens domestiques pour 40 % et produits alimentaires et boissons pour 37 %), ainsi que dans les équipements de l'information et de la communication pour 29 %.

De surcroît, ces mêmes entreprises spécialisées sont celles où la clientèle du commerce de détail est la plus significative : 34 % pour les grossistes en biens domestiques, 21 % pour les grossistes en produits alimentaires, et 23 % pour les grossistes en équipements de l'information et de la communication.

Graphique 3 : Clientèle intérieure du commerce de gros en 2018



Source : Insee – Comptes du commerce.

Encadré 1 : 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 2018, définitifs, sont basés sur l'exploitation du système d'information sur la statistique d'entreprise Esane. Ceux de 2019, estimés, s'appuient sur les résultats définitifs 2018 et ont été obtenus à partir des indices de chiffres d'affaires renouvelés calculés par l'Insee²⁵. Les évolutions présentées pour 2019 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)

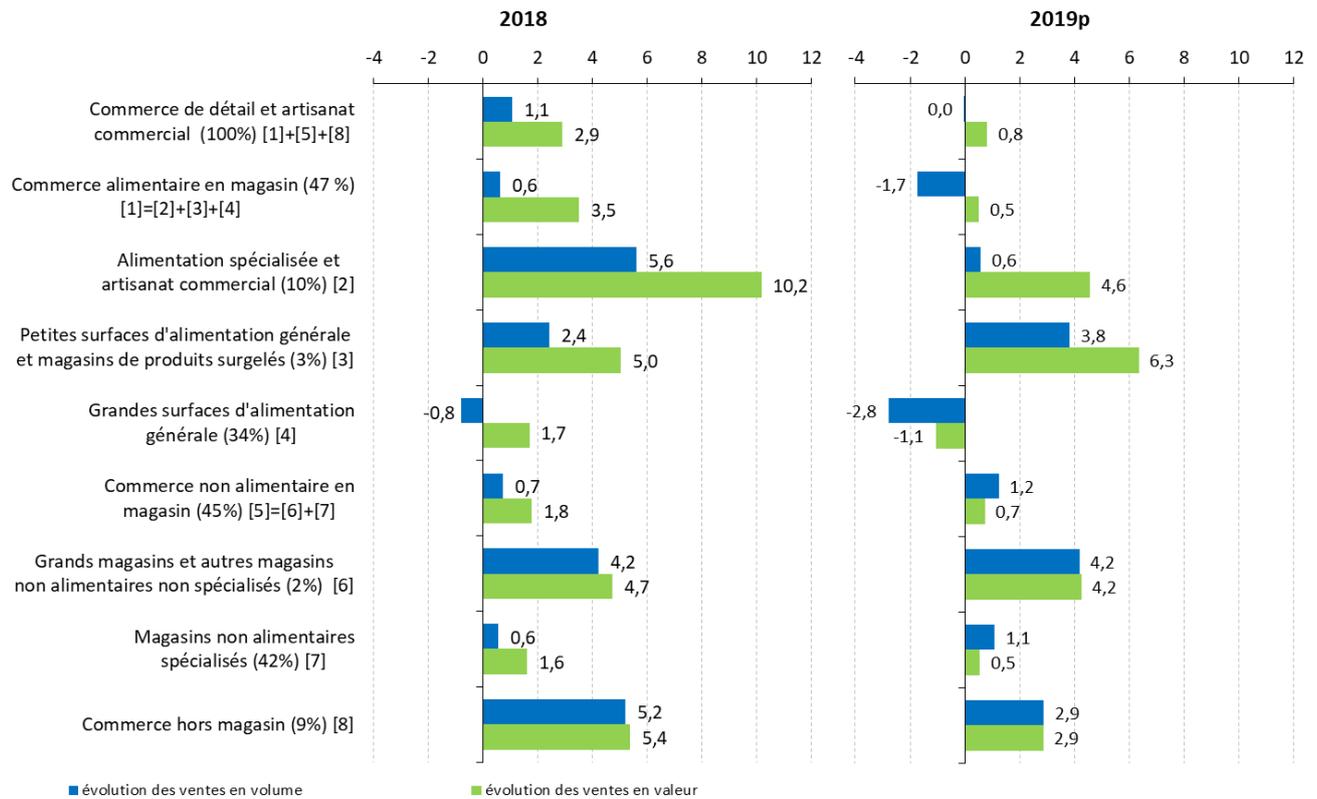
	Dates de publication des rapports	En volume						En valeur					
		2014	2015	2016	2017	2018	2019	2014	2015	2016	2017	2018	2019
base 2014	décembre 2020	+ 1,5	+ 0,9	+ 3,6	+ 1,4	+ 1,1 (def)	+ 2,6 (p)	- 1,0	- 0,6	+ 1,9	+ 3,5	+ 3,3 (def)	+ 3,1 (p)
	juin 2020	+ 1,5	+ 0,9	+ 3,6	+ 1,4	+ 2,0 (sd)	+ 2,6 (p)	- 1,0	- 0,6	+ 1,9	+ 3,5	+ 4,1 (sd)	+ 3,1 (p)
	décembre 2019	+ 1,5	+ 0,9	+ 3,6	+ 1,4 (def)	+ 2,0 (p)		- 1,0	- 0,6	+ 1,9	+ 3,5 (def)	+ 4,1 (p)	
	juin 2019	+ 1,5	+ 0,9	+ 3,6	+ 2,1 (sd)	+ 2,0 (p)		- 1,0	- 0,6	+ 1,9	+ 4,1 (sd)	+ 4,1 (p)	
	décembre 2018	+ 1,5	+ 0,9	+ 3,6 (def)	+ 2,4 (p)			- 1,0	- 0,6	+ 1,9 (def)	+ 4,1 (p)		
	juin 2018	+ 1,5 (r)	+ 0,9 (r)	+ 1,9 (sd)	+ 2,4 (p)			- 1,0	- 0,6	+ 0,2 (sd)	+ 4,2 (p)		
base 2010	décembre 2017	+ 1,1	+ 0,9 (def)	+ 1,9 (p)				- 1,0	- 0,6 (def)	+ 0,3 (p)			
	juin 2017	+ 1,1	+ 0,8 (sd)	+ 1,9 (p)				- 1,0	- 0,8 (sd)	+ 0,2 (p)			
	décembre 2016	+ 1,1 (def)	+ 0,7 (p)					- 1,0 (def)	- 0,8 (p)				
	juin 2016	+ 0,8 (sd)	+ 0,6 (p)					- 1,3 (sd)	- 0,9 (p)				
	décembre 2015	+ 0,3 (p)						- 1,7 (p)					
	juin 2015	+ 0,3 (p)						- 1,7 (p)					

(def) données devenues définitives (r) données révisées suite au changement de base (sd) données semi-définitives (p) données provisoires
Source Insee - Comptes du commerce

²⁵ <https://www.insee.fr/fr/metadonnees/source/s1354>

2 - Commerce de détail

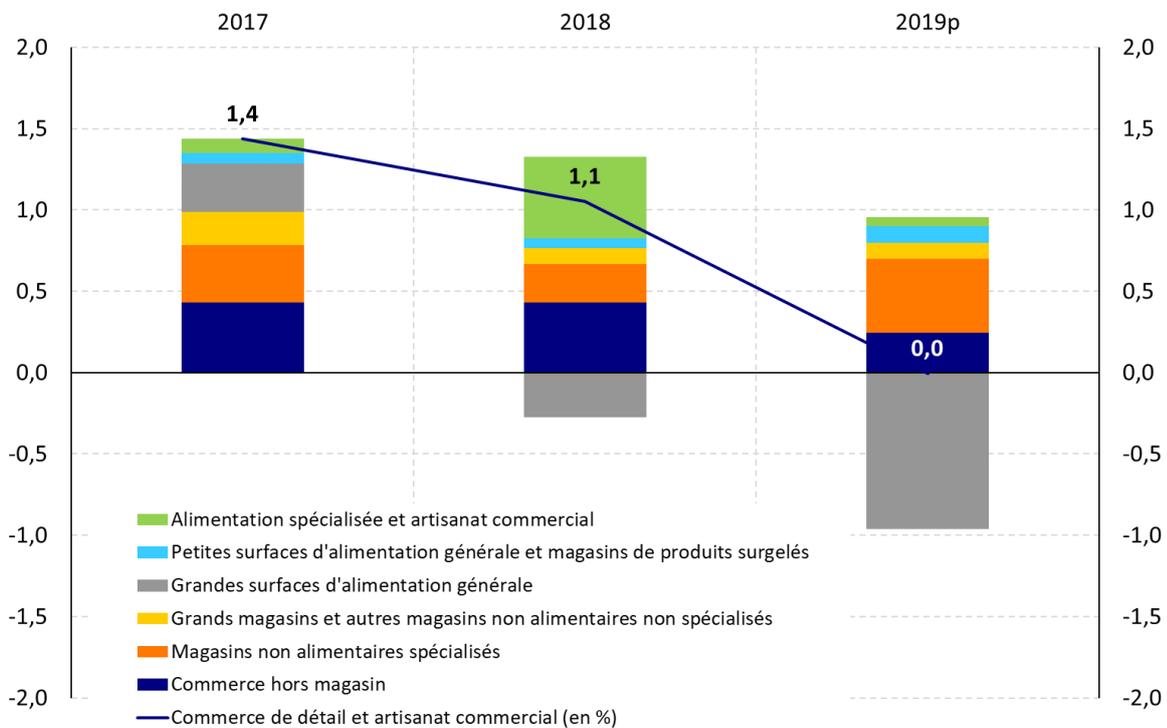
Graphique 4 : Ventes du commerce de détail, évolutions en 2018 et 2019 (en %)



(p) provisoire

Source : Insee - Comptes du commerce

Graphique 5 : Ventes du commerce de détail, contributions à l'évolution en volume (en points)



(p) provisoire

Source : Insee - Comptes du commerce

Tableau 2 : 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 2019p	
	2017	2018	2019p	2017	2018	2019p	en Md€	en %
ENSEMBLE DU COMMERCE EN MAGASIN	1,1	0,7	-0,3	1,9	2,7	0,6	481,7	91,4
ENSEMBLE du commerce alimentaire en magasin	1,0	0,6	-1,7	2,4	3,5	0,5	245,7	46,6
<i>Alimentation spécialisée et artisanat commercial¹</i>	1,0	5,6	0,6	2,4	10,2	4,6	52,1	9,9
Boulangeries-pâtisseries	3,8	1,8	3,9	4,6	3,4	5,7	15,0	2,8
Boucheries-charcuteries	-4,1	6,3	-1,5	-3,1	7,7	1,0	8,4	1,6
Autres magasins d'alimentation spécialisée	1,2	7,6	-0,5	3,0	14,8	5,1	28,8	5,5
<i>Petites surfaces d'alimentation générale et magasins de produits surgelés</i>	2,5	2,4	3,8	3,7	5,0	6,3	14,9	2,8
<i>Grandes surfaces d'alimentation générale</i>	0,9	-0,8	-2,8	2,3	1,7	-1,1	178,6	33,9
ENSEMBLE du commerce non alimentaire en magasin	1,2	0,7	1,2	1,5	1,8	0,7	236,1	44,8
<i>Grands magasins et autres magasins non alimentaires non spécialisés</i>	9,7	4,2	4,2	9,9	4,7	4,2	12,5	2,4
<i>Magasins non alimentaires spécialisés (yc. pharmacie)</i>	0,8	0,6	1,1	1,1	1,6	0,5	223,6	42,4
Carburants	-0,7	-2,6	-4,1	7,6	9,5	-3,7	17,6	3,3
Technologie de l'information et de la communication	8,6	11,2	6,4	3,9	7,1	1,0	9,1	1,7
Équipement du foyer	1,2	0,3	2,5	0,3	-0,2	1,8	51,7	9,8
Culture, loisirs	-3,4	-2,0	-0,1	-2,8	1,4	2,5	24,7	4,7
Autres commerce de détail en magasin spécialisé	1,2	0,9	1,1	1,2	0,9	0,2	120,6	22,9
Habillement-chaussures	-0,2	-2,8	-2,2	-0,1	-2,6	-2,7	36,0	6,8
Autres équip. de la personne	4,2	1,0	3,5	4,4	1,4	3,5	21,7	4,1
Pharmacies, articles médic. et orthopédiques	2,5	3,2	2,6	0,6	0,9	0,0	38,2	7,2
Autres magasins spécialisés	-1,5	3,0	1,7	1,5	6,5	2,3	24,7	4,7
ENSEMBLE DU COMMERCE HORS MAGASIN	5,3	5,2	2,9	5,0	5,4	2,9	45,6	8,6
Commerce sur éventaire ou marché	-5,3	3,0	1,1	-3,9	5,4	3,3	6,3	1,2
Ventes à distance et autres formes de commerce ²	7,2	5,5	3,2	6,5	5,4	2,8	39,3	7,5
ENSEMBLE COMMERCE DE DÉTAIL ET ARTISANAT COMMERCIAL	1,4	1,1	0,0	2,2	2,9	0,8	527,3	100,0
<i>dont : activités artisanales</i>	4,8	1,2	3,2	5,7	2,8	5,1	16,5	3,1
<i>dont : commerce de détail (hors pharmacies³) et artisanat commercial</i>	1,3	0,9	-0,2	2,3	3,0	0,9	489,1	92,8

Source : Insee - Comptes du commerce

(1) boulangeries, pâtisseries, charcuteries

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

p : provisoire

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...

Encadré 2 : 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.

L'évolution des ventes au détail présentée sur l'année 2019 est provisoire. Elle est issue de la version provisoire de la consommation commercialisable et des évolutions d'indices de chiffres d'affaires mensuels par secteur d'activité calculés par l'Insee à partir des déclarations des entreprises pour le paiement de la TVA.

Les résultats de l'année 2018, définitifs, sont basés sur la version définitive de la consommation commercialisable et sur l'exploitation du système d'information sur la statistique d'entreprise Esane.

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

	Dates de publication des rapports	En volume						En valeur					
		2014	2015	2016	2017	2018	2019	2014	2015	2016	2017	2018	2019
base 2014	décembre 2020	+ 0,8	+ 1,5	+ 1,6	+ 1,4	+ 1,1 (def)	0,0 (p)	- 0,3	+ 0,1	+ 1,1	+ 2,2	+ 2,9 (def)	+ 0,8 (p)
	juin 2020	+ 0,8	+ 1,5	+ 1,6	+ 1,4 (def)	+ 0,4 (sd)	+ 0,3 (p)	- 0,3	+ 0,1	+ 1,1	+ 2,2 (def)	+ 2,2 (sd)	+ 1,1 (p)
	décembre 2019	+ 0,8	+ 1,5	+ 1,6	+ 1,4 (def)	+ 0,2 (p)		- 0,3	+ 0,1	+ 1,1	+ 2,2 (def)	+ 1,9 (p)	
	juin 2019	+ 0,8	+ 1,5	+ 1,6 (def)	+ 1,3 (sd)	+ 0,3 (p)		- 0,3	+ 0,1	+ 1,1 (def)	+ 2,0 (sd)	+ 2,1 (p)	
	décembre 2018	+ 0,8	+ 1,5	+ 1,6 (def)	+ 1,2 (p)			- 0,3	+ 0,1	+ 1,1 (def)	+ 2,0 (p)		
	juin 2018	+ 0,8	+ 1,5 (def)	+ 1,4 (sd)	+ 1,2 (p)			- 0,3	+ 0,1 (def)	+ 0,9 (sd)	+ 2,0 (p)		
base 2010	décembre 2017	+ 0,8	+ 2,3 (def)	+ 1,5 (p)				- 0,3	+ 1,0 (def)	+ 0,9 (p)			
	juin 2017	+ 0,8 (def)	+ 1,7 (sd)	+ 1,2 (p)				- 0,3 (def)	+ 0,3 (sd)	+ 0,7 (p)			
	décembre 2016	+ 0,8 (def)	+ 1,8 (p)					- 0,3 (def)	+ 0,4 (p)				
	juin 2016	+ 0,9 (sd)	+ 1,8 (p)					- 0,3 (sd)	+ 0,3 (p)				
	décembre 2015	+ 0,7 (p)						- 0,5 (p)					
	juin 2015	+ 0,8 (p)						- 0,4 (p)					

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

2.1 - Une croissance plus faible dans le grand commerce non alimentaire en 2018

Avertissement : les données et analyses présentées dans cette partie concernent des chiffres d'affaires (et pas seulement des ventes de marchandises au détail) en secteurs d'unités légales (et non en secteurs d'établissements ou formes de vente²⁶). Les évolutions ne sont donc pas parfaitement comparables aux tableaux précédents sur le commerce de détail. La population du grand commerce a été redéfinie pour l'année 2018 sur la base des informations de l'ESA.

Encadré 3 : Définition du grand commerce non alimentaire

Le grand commerce non alimentaire est défini²⁷ comme l'ensemble des sociétés²⁸ 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 ;

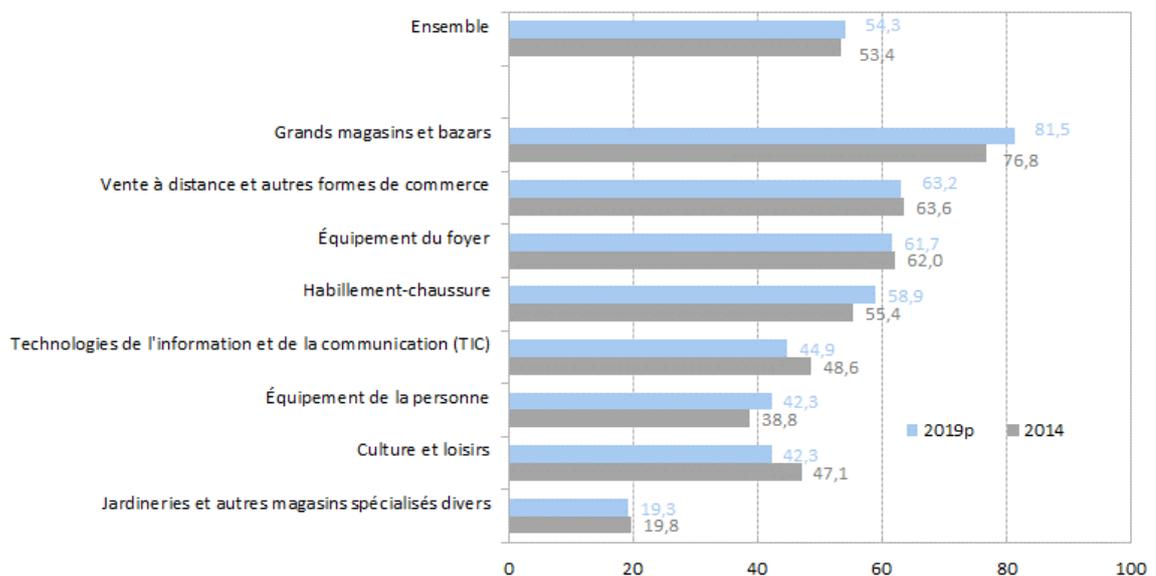
- employer 50 salariés ou plus, et :

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.

Graphique 6 : Part du chiffre d'affaires H.T. du grand commerce dans l'ensemble du commerce non alimentaire, par secteur, en 2014 et 2019 (en %)



p : provisoire

Source : Insee - Esane et Comptes du Commerce.

²⁶ Une même entreprise peut posséder plusieurs magasins (établissements) ayant des formes de vente différentes (par exemple supérette et supermarché). 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.

²⁷ Définition arrêtée par la Commission des comptes commerciaux de la Nation en 1987, révisée en 1998

²⁸ Le terme « société » désigne toute unité légale déclarée au répertoire Sirene.

Tableau 3 : Chiffre d'affaires H.T du grand commerce et de l'ensemble du commerce non alimentaire

	Secteurs	Évolution en volume (en %)			Évolution en valeur (en %)			Montant en Md€ 2019p
		2017	2018	2019p	2017	2018	2019p	
Grand commerce	Technologies de l'information et de la communication (TIC)	6,9	2,5	5,1	2,1	-2,4	-1,1	3,4
	Équipement du foyer	2,8	0,9	3,6	2,3	1,0	3,5	32,4
	Culture et loisirs	3,4	-6,0	4,9	2,6	-6,3	4,8	8,0
	Habillement-chaussure	0,0	0,9	0,2	0,0	0,9	-0,1	20,3
	Équipement de la personne	7,7	4,8	4,3	8,1	5,3	4,6	8,7
	Jardineries et autres magasins spécialisés divers	4,4	1,2	5,7	4,2	-1,2	4,6	3,5
	Grands magasins et bazars	11,1	6,6	6,6	10,7	6,7	6,2	10,2
	Vente à distance et autres formes de commerce	5,9	6,0	4,6	5,8	6,2	4,5	20,2
	Grand commerce non alimentaire	4,0	2,3	3,7	3,6	2,0	3,3	106,7
Commerce à dominante non alimentaire	Technologies de l'information et de la communication (TIC)	8,9	14,5	9,3	4,0	9,1	2,8	7,6
	Équipement du foyer	1,0	0,7	4,1	0,5	0,8	4,0	52,5
	Culture et loisirs	-1,5	2,0	4,9	-2,3	1,7	4,8	18,9
	Habillement-chaussure	-0,1	-1,8	-0,2	0,0	-1,8	-0,6	34,5
	Équipement de la personne	4,4	1,8	5,8	4,9	2,3	6,1	20,5
	Jardineries et autres magasins spécialisés divers	3,1	11,3	8,1	2,9	8,6	7,0	18,1
	Grands magasins et bazars	10,7	5,8	7,2	10,3	5,9	6,8	12,5
	Vente à distance et autres formes de commerce	8,3	8,3	6,3	8,1	8,6	6,3	32,0
	Commerce à dominante non alimentaire	2,9	3,3	4,7	2,5	3,0	4,2	196,6

(p) provisoire

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

Source : Insee - Esane et Comptes du Commerce.

2.2 - L'équipement commercial du commerce de détail : un magasin de plus de 400 m² sur deux dans l'alimentaire non spécialisé ou l'équipement du foyer

En moyenne, en 2018, les magasins du commerce de détail (y compris artisanat commercial) disposent d'une surface commerciale de 264 m². La grande majorité d'entre eux (71 %) ont une surface de moins de 120 m². Seuls 11 % ont une surface supérieure ou égale à 400 m². La moitié des magasins dépasse les 400 m² pour ceux appartenant au secteur « Grands magasins et bazars » et plus d'un tiers lorsqu'ils appartiennent à l'alimentation non spécialisée. Les surfaces de très grande taille (2 500 m² ou plus) représentent 2 % des magasins du commerce. Parmi les très grandes surfaces, 42 % sont des magasins en alimentaire non spécialisé (hypermarchés) et 27 % des magasins d'équipement du foyer (quincailleries, meubles etc.).

Selon la tranche de surface, la répartition sectorielle est différente. Parmi ceux de moins de 400 m², 15 % appartiennent à l'habillement-chaussure, 15 % à l'alimentation en magasin spécialisé, 14 % aux autres produits non alimentaires et 14 % dans l'artisanat commercial. Pour ceux de 400 m² ou plus, il existe davantage de concentration puisque plus d'un magasin sur deux se situe dans l'alimentation en magasin non spécialisé ou dans l'équipement du foyer.

Entre 2017 et 2018, le poids des grandes surfaces commerciales dans le parc de magasins reste stable dans l'ensemble du commerce de détail. Cependant, le poids des magasins de plus de 400 m² devient beaucoup plus important dans le secteur grands magasins et bazars (+ 16 points). Cette hausse s'explique, en partie, par une expansion rapide de certaines grandes enseignes spécialisées dans le hard-discount non-alimentaire. À l'inverse, la part des magasins de plus de 400 m² diminue dans l'alimentation en magasin spécialisé (- 6 points). Dans l'alimentaire, les consommateurs semblent faire de plus en plus confiance aux petits commerces de proximité (primeurs, fromagers, cavistes, commerce bio etc.).

En 2018, près de 94 % des commerces de détail n'ont qu'un seul magasin. Pour les commerces d'habillement-chaussure, 12 % possèdent au moins deux magasins.

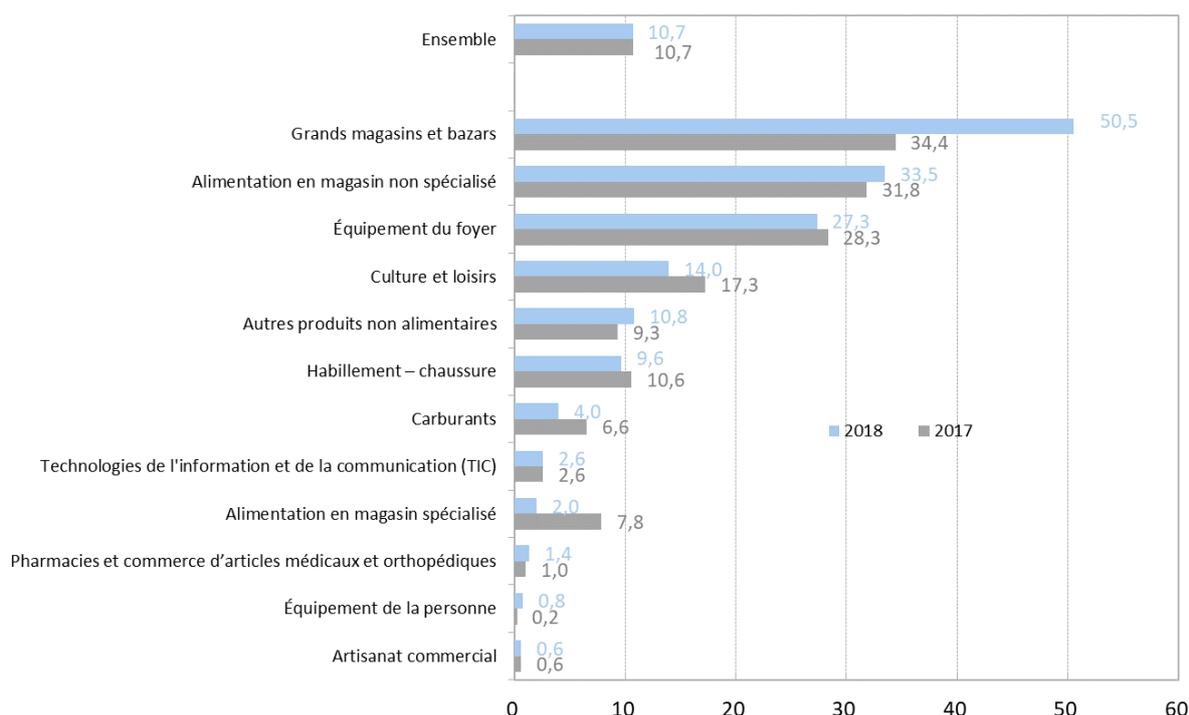
Parmi les détaillants comptant au moins 10 magasins, 29 % se situent dans l'habillement-chaussure, 22 % dans les autres produits non alimentaires et 12 % dans l'alimentation non spécialisée. Ensuite pour les commerces ne comptant qu'un seul magasin, les secteurs de l'alimentation en magasin spécialisé puis des autres produits non alimentaires en regroupent, chacun, 15 % et l'artisanat commercial 14 %.

Tableau 4 : Répartition des magasins des entreprises du commerce de détail et de l'artisanat commercial par tranche de surface

Secteurs d'activité	En %
Prédominance alimentaire en magasins	100
Moins de 120 m ²	78
De 120 m ² à moins de 400 m ²	12
De 400 m ² à moins de 2500 m ²	8
2500 m ² et plus	2
Non alimentaire en magasins hors carburants	100
Moins de 120 m ²	68
De 120 m ² à moins de 400 m ²	21
De 400 m ² à moins de 2500 m ²	9
2500 m ² et plus	2
Carburants	100
Moins de 120 m ²	74
Plus de 120 m ²	26
Ensemble du commerce	100
Moins de 120 m ²	71
De 120 m ² à moins de 400 m ²	18
De 400 m ² à moins de 2500 m ²	9
2500 m ² et plus	2

Source : Insee - Enquête sectorielle annuelle sur le commerce en 2018.

Graphique 7 : Poids des magasins de 400 m² ou plus par secteur d'activité en 2018 et 2017 (en %)



Note de lecture en 2018, 27,3 % des magasins du secteur de l'équipement du foyer sont des magasins de 400 m² ou plus, contre 28,3 % en 2017.

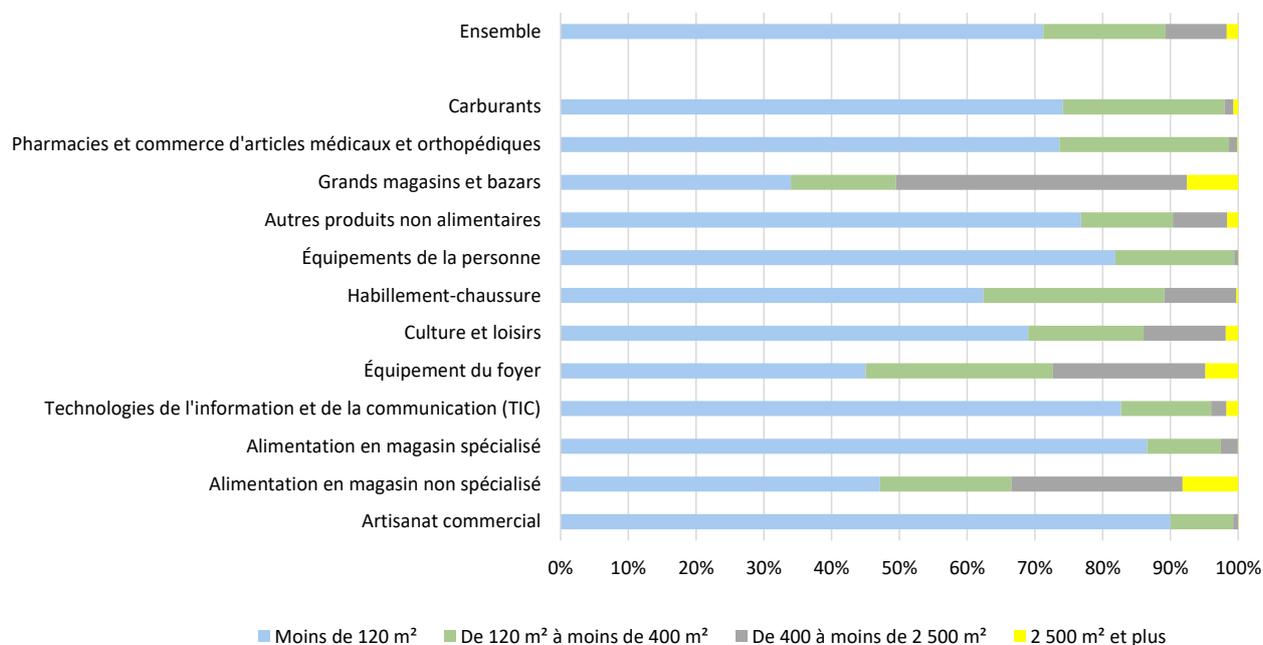
Source : Insee - Enquête sectorielle annuelle sur le commerce en 2017 et 2018.

Tableau 5 : Répartition des magasins par taille et secteur d'activité en 2018 (en %)

	Magasin de moins de 400 m ²	Magasin de 400 m ² ou plus
Artisanat commercial	14,0	0,9
Alimentation en magasin non spécialisé	6,5	27,3
Alimentation en magasin spécialisé	14,6	3,2
Technologies de l'information et de la communication (TIC)	1,7	0,6
Équipement du foyer	7,7	24,2
Culture et loisirs	5,7	7,8
Habillement-chaussure	15,0	15,3
Équipement de la personne	10,0	0,5
Autres produits non alimentaires	14,1	12,5
Grands magasins et bazars	0,8	6,5
Pharmacies et commerce d'articles médicaux et orthopédiques	8,7	1,0
Carburants	1,1	0,2
Ensemble du commerce de détail (y compris artisanat commercial)	100	100

Source : Insee - Enquête sectorielle annuelle sur le commerce en 2018.

Graphique 8 : Répartition des magasins selon leur surface par secteur dans le commerce de détail en 2018 (en %)



Source : Insee - Enquête sectorielle annuelle sur le commerce en 2018.

Tableau 6 : Répartition des entreprises dans le commerce de détail selon leur nombre de magasins (en %)

	1 magasin	2 à 9 magasins	10 magasins et plus	Ensemble des magasins
Artisanat commercial	13,8	16,4	1,1	13,9
Alimentation en magasin non spécialisé	8,9	3,7	12,1	8,6
Alimentation en magasin spécialisé	15,3	14,3	5,3	15,2
Technologies de l'information et de la communication (TIC)	1,7	1,0	1,0	1,7
Équipement du foyer	8,7	14,7	10,9	9,1
Culture et loisirs	6,4	4,4	2,6	6,3
Habillement-chaussure	9,9	20,7	28,8	10,6
Équipements de la personne	8,7	9,8	9,7	8,7
Autres produits non alimentaires	15,3	10,2	21,9	15,0
Grands magasins et bazars	1,0	1,8	1,8	1,0
Pharmacies et commerce d'articles médicaux et orthopédiques	9,4	2,4	3,7	9,0
Carburants	1,0	0,6	1,0	0,9
Commerce de détail	100	100	100	100

Note de lecture : Parmi les entreprises possédant au moins 10 magasins dans le commerce de détail, 28,8 % se situent dans le secteur de l'habillement-chaussure.

Source : Insee - Enquête sectorielle annuelle sur le commerce en 2018.

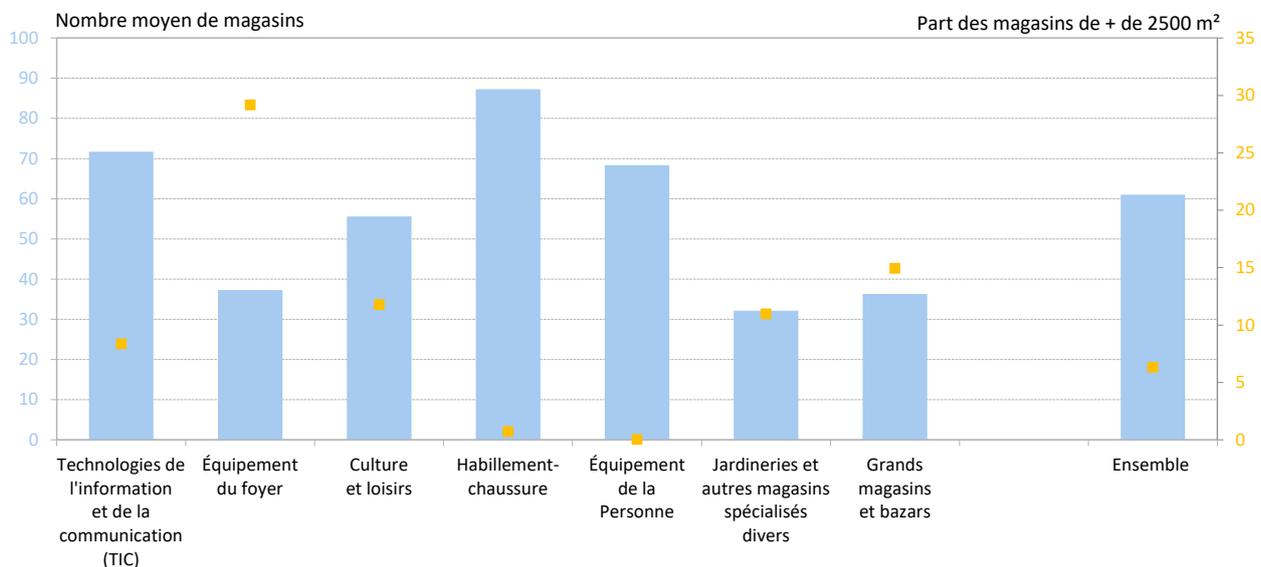
2.3 - L'équipement commercial dans le grand commerce non alimentaire

En 2018, une société du grand commerce non alimentaire compte, en moyenne, 61 magasins. Ces sociétés disposent de réseaux de magasins plus vastes lorsqu'elles sont spécialisées dans l'habillement-chaussure (87 magasins par entreprise) et les technologies de l'information et de la communication ou TIC (72 magasins par entreprise).

15 % des sociétés du grand commerce, hors vente à distance, ne possèdent qu'un seul magasin. Plus de 90 % des sociétés comprennent au moins dix magasins dans l'habillement-chaussure et les technologies de l'information et de la communication (TIC). Pour l'habillement-chaussure, plusieurs enseignes possèdent au moins 300 magasins lorsqu'elles appartiennent à l'habillement. Ce vaste réseau de magasins permet à ces enseignes d'être davantage implantées dans des petites ou moyennes villes hors grandes agglomérations.

Hors vente à distance, les surfaces de 400 à 2 500 m² puis celles d'au moins 2 500 m² représentent respectivement 28 % et 6 % des magasins du grand commerce en 2018. Cette part importante s'explique par la présence de nombreux magasins de meubles ou de bricolage. De par leurs fonctions, ces magasins doivent disposer d'un espace assez important. Par ailleurs, hors vente à distance, 38 % des superficies des magasins du grand commerce se situent dans l'équipement du foyer et 27 % dans l'habillement-chaussure.

Graphique 9 : Nombre moyen de magasins par société et part des très grandes surfaces dans le grand commerce en 2018

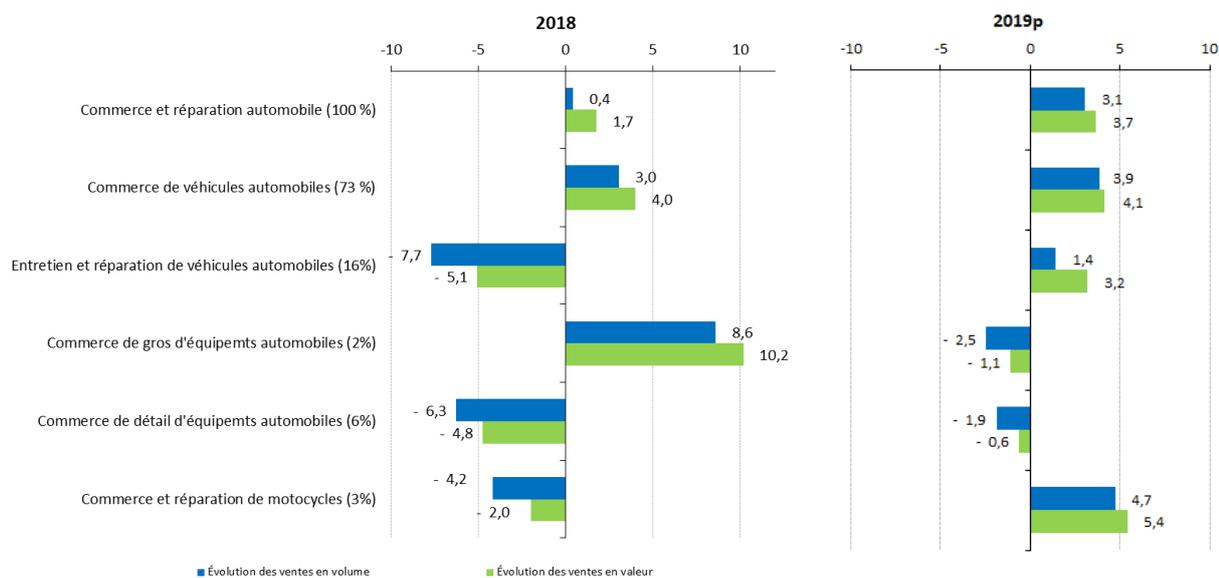


Note de lecture : En 2018, les sociétés de l'habillement-chaussure comptent en moyenne 87 magasins. 1 % des magasins de ce secteur ont une surface supérieure à 2 500 m² (échelle de droite).

Source : Insee - Esane et Comptes du Commerce.

3 - Commerce et réparation d'automobiles et de motocycles

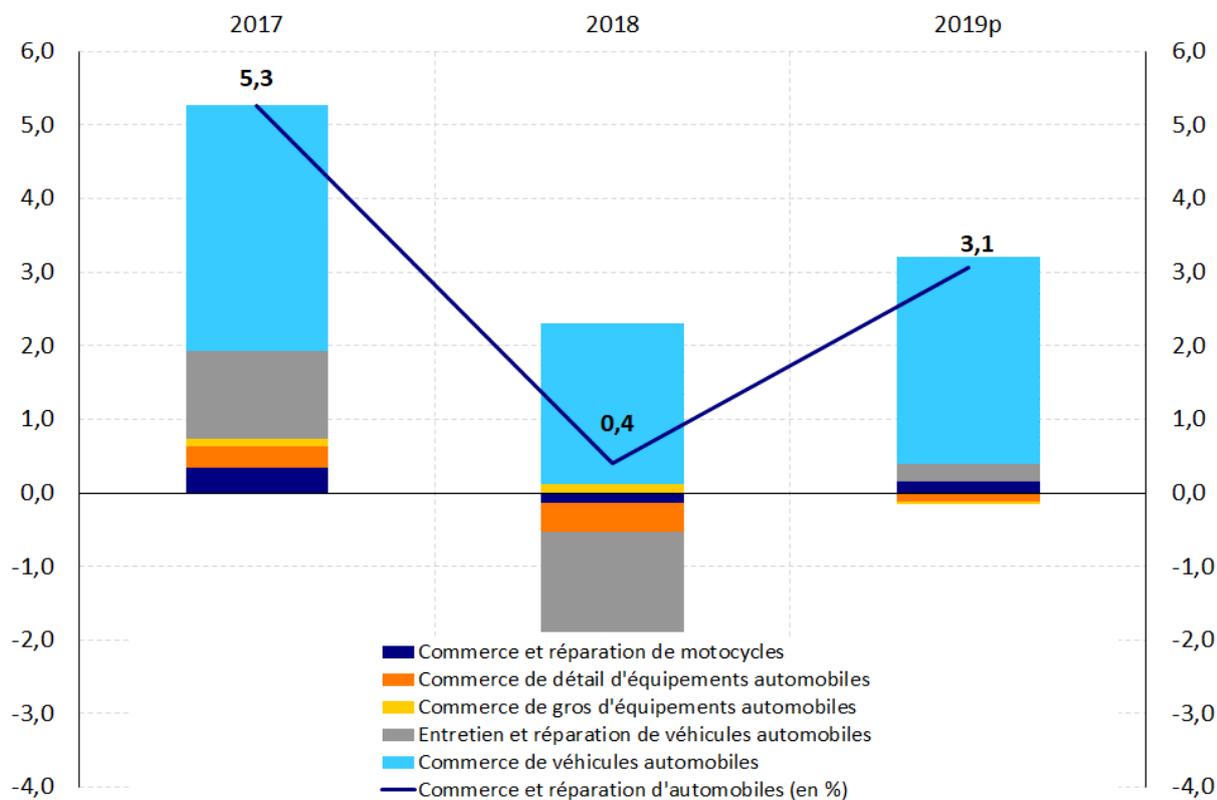
Graphique 10 : Ventes du commerce et de la réparation d'automobiles, évolutions en 2018 et 2019 (en %)



(p) provisoire

Source : Insee - Comptes du commerce

Graphique 11 : Ventes du commerce et de la réparation d'automobiles, contributions à l'évolution en volume (en points)



(p) provisoire

Source : Insee - Comptes du commerce

Tableau 7 : 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 2019p	
	2017	2018	2019p	2017	2018	2019p	en Md€	en %
Commerce de véhicules automobiles*	4,6	3,0	3,9	5,3	4,0	4,1	98,7	73,3
Entretien et réparation de véhicules automobiles	7,0	-7,7	1,4	8,5	-5,1	3,2	22,0	16,3
Commerce de gros d'équipements automobiles	6,6	8,6	-2,5	6,5	10,2	-1,1	2,0	1,5
Commerce de détail d'équipements automobiles	4,5	-6,3	-1,9	4,2	-4,8	-0,6	7,6	5,6
Commerce et réparation de motocycles	10,9	-4,2	4,7	13,0	-2,0	5,4	4,4	3,3
ENSEMBLE COMMERCE ET RÉPARATION DE VÉHICULES AUTOMOBILES ET DE MOTOCYCLES	5,3	0,4	3,1	6,0	1,7	3,7	134,8	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

Encadré 4 : Révisions des ventes au détail du commerce et réparation d'automobiles

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.

L'évolution des ventes au détail présentée sur l'année 2019 est provisoire. Elle est issue de la version provisoire de la consommation commercialisable et des évolutions d'indices de chiffres d'affaires mensuels par secteur d'activité calculés par l'Insee à partir des déclarations des entreprises pour le paiement de la TVA.

Les résultats de l'année 2018, définitifs, sont basés sur la version définitive de la consommation commercialisable et sur l'exploitation du système d'information sur la statistique d'entreprise Esane.

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

Dates de publication des rapports	En volume							En valeur					
	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2014	2015	2016	2017	2018	2019	
décembre 2020	- 0,4	+ 3,8	+ 5,7	+ 5,3	+ 0,4 (def)	+ 3,1 (p)	+ 1,0	+ 4,5	+ 5,4	+ 6,0	+ 1,7 (def)	+ 3,7 (p)	
juin 2020	- 0,4	+ 3,8	+ 5,7	+ 5,3 (def)	+ 1,6 (sd)	+ 3,4 (p)	+ 1,0	+ 4,5	+ 5,4	+ 6,0 (def)	+ 3,1 (sd)	+ 4,0 (p)	
décembre 2019	- 0,4	+ 3,8	+ 5,7	+ 5,3 (def)	+ 1,1 (p)		+ 1,0	+ 4,5	+ 5,4	+ 6,0 (def)	+ 2,8 (p)		
juin 2019	- 0,4	+ 3,8	+ 5,7 (def)	+ 5,3 (sd)	+ 1,1 (p)		+ 1,0	+ 4,5	+ 5,4 (def)	+ 6,0 (sd)	+ 2,9 (p)		
décembre 2018	- 0,4	+ 3,8	+ 5,7 (def)	+ 4,9 (p)			+ 1,0	+ 4,5	+ 5,5 (def)	+ 5,8 (p)			
juin 2018	- 0,4	+ 3,8 (def)	+ 6,5 (sd)	+ 5,1 (p)			+ 1,0	+ 4,5 (def)	+ 6,3 (sd)	+ 5,9 (p)			
décembre 2017	- 0,4	+ 3,5 (def)	+ 6,6 (p)				+ 1,0	+ 4,4 (def)	+ 6,5 (p)				
juin 2017	- 0,4	+ 3,8 (sd)	+ 6,7 (p)				+ 1,0	+ 4,6 (sd)	+ 6,5 (p)				
décembre 2016	- 0,4	+ 3,8 (p)					+ 1,0	+ 4,7 (p)					
juin 2016	+ 0,0 (sd)	+ 3,7 (p)					+ 1,4 (sd)	+ 4,6 (p)					
décembre 2015	- 0,1 (p)						+ 1,4 (p)						
juin 2015	+ 0,1 (p)						+ 1,6 (p)						

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

4 - Une marge commerciale en hausse de 2,5% en 2018

La revente en l'état de marchandises est l'activité dominante des secteurs commerciaux. La marge commerciale mesure l'activité de négoce pur. Elle s'élève à 317,8 milliards d'euros en 2018. Cette marge progresse de 2,5 % en un an. Elle augmente de 2,8 % dans le commerce de gros et également de 2,8 % dans le commerce de détail. Mais, cette marge recule de 0,8 % dans le commerce et la réparation d'automobiles et de motocycles. Le taux de marge (rapport entre la marge commerciale et les ventes de marchandises) est de 21,8 % en moyenne dans le commerce. Il est plus élevé dans le commerce de détail (29,3 %) que dans le commerce de gros (19,4 %) ou dans le commerce et la réparation d'automobiles (13,3 %).

La marge commerciale représente 75 % de la production totale pour l'ensemble du commerce. Cette part est plus élevée pour le commerce de détail (86 %) que pour le commerce de gros (71 %). Au sein du commerce de détail, cette marge représente plus de 90 % de la production pour les ventes de carburants en magasin spécialisé, les ventes sur éventaires et marchés ainsi que dans le secteur des autres commerces de détail en magasin spécialisé (chaussure, pharmacie, optique etc.). Cette part est moindre pour le commerce de détail d'équipements de l'information et de la communication en magasin spécialisé (77 %). Pour ce secteur, cette part plus faible peut s'expliquer par la présence de magasins effectuant à la fois de la revente et des prestations de services (réparation d'ordinateurs, de téléphone etc.). Pour le commerce de gros, la marge commerciale représente 71 % de la production totale. Ce poids est un peu plus important dans le secteur des produits alimentaires, de boissons et de tabac (85 %) et dans celui des biens domestiques (83 %). Dans le commerce et la réparation d'automobiles et de motocycles, cette part est moins élevée (57 %) puisque la vente de service de réparation y est également développée.

En 2018, la valeur ajoutée dégagée par les secteurs commerciaux s'élève à 209 milliards d'euros soit 10 % de la valeur ajoutée dégagée par l'ensemble de l'économie française. La valeur ajoutée représente 50 % de la production totale dans le commerce hors artisanat commercial. Cette part atteint 57 % dans le commerce de détail et 53 % dans le commerce et la réparation d'automobiles. Elle est plus faible pour le commerce de gros (44 %). Au sein du commerce de détail, cette part est plus faible pour le commerce hors magasins, éventaires ou marchés. Ici, les consommations intermédiaires y sont plus conséquentes en raison, probablement, d'un recours plus important aux services de transport. Dans le commerce de gros, cette part est moindre pour les produits alimentaires, les boissons ou le tabac. Ces secteurs peuvent nécessiter de nombreuses consommations intermédiaires avec des moyens techniques importants (locaux adaptés pour la conservation, moyens de transport, etc.). Un faible ratio valeur ajoutée/production totale s'observe aussi pour les intermédiaires du commerce de gros *via*, en particulier, les centrales d'achat de carburant et non alimentaires.

Le taux de rentabilité permet de mesurer la capacité des entreprises à dégager un résultat à partir de leur activité. Il peut être calculé à partir du ratio excédent brut d'exploitation/chiffre d'affaires hors taxes. Pour les secteurs commerciaux, ce taux s'élève à 3,7 %. Ce ratio est plus élevé dans le commerce de détail (5,4 %) que dans le commerce de gros (3 %) ou le commerce et la réparation d'automobiles (2,1 %). Cette différence est le fait de charges de personnel plus faibles dans le commerce de détail : elles y représentent 64 % de la valeur ajoutée contre 75 % pour le commerce et la réparation d'automobiles et 65 % pour le commerce de gros. Au sein du commerce de détail, le taux de rentabilité atteint 22,4 % dans le commerce de détail sur éventaires et marchés et 21,9 % dans l'alimentaire en magasin spécialisé. Pour ce dernier, les charges de personnel représentent, en général, une part assez faible de la valeur ajoutée.

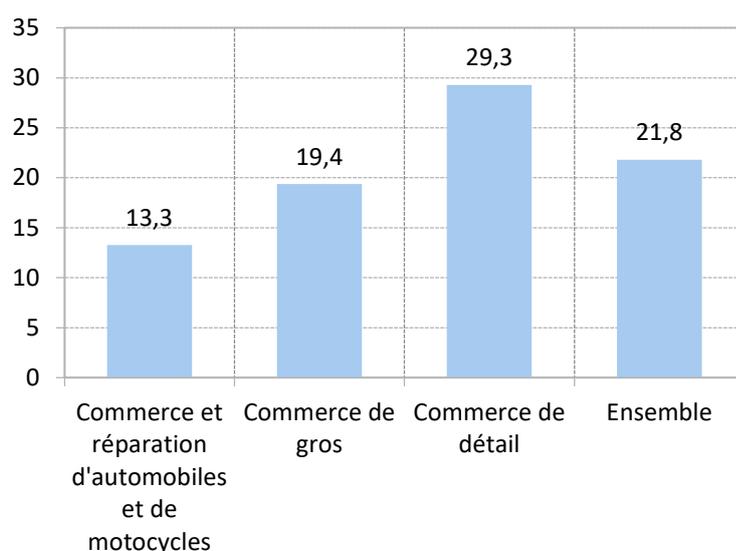
Tableau 8 : Compte des secteurs commerciaux (hors artisanat commercial) en 2018

En milliards d'euros

	Commerce et réparation d'automobiles et de motocycles	Commerce de gros	Commerce de détail	Ensemble
COMPTE DE PRODUCTION				
Chiffre d'affaires hors TVA	203,8	862,0	494,3	1560,1
Ventes de marchandises	185,4	799,9	472,0	1457,3
- Coût d'achat des marchandises	160,8	644,9	333,7	1139,5
= Marge commerciale (au prix de base)	24,6	154,9	138,3	317,8
+ Production vendue de biens et services	18,4	62,1	22,2	102,8
+ Production stockée et immobilisée	0,2	0,7	0,2	1,1
= Production totale au prix de base	43,1	217,8	160,8	421,7
- Consommations intermédiaires	20,2	123,0	69,4	212,7
= Valeur ajoutée au prix de base	22,9	94,7	91,4	209,0
COMPTE D'EXPLOITATION				
Valeur ajoutée	22,9	94,7	91,4	209,0
+ Subventions d'exploitation	0,1	0,3	0,4	0,9
- Frais de personnel	17,3	61,8	58,5	137,6
- Impôts et taxes sur la production	1,5	7,0	6,5	15,0
= Excédent brut d'exploitation	4,2	26,2	26,8	57,2
ELEMENTS DU COMPTE DE RESULTAT				
Excédent brut d'exploitation	4,2	26,2	26,8	57,2
+ Autres produits d'exploitation et financiers	0,6	21,4	3,6	25,6
- Autres charges d'exploitation et financières	0,8	8,8	3,8	13,4
= Profit brut courant avant impôt	4,1	38,9	26,5	69,4

Source : Insee, Esane, comptes du commerce

Graphique 12 : Taux de marge commerciale²⁹ par secteur (en %)



Source : Insee, Esane, comptes du commerce

²⁹ Rapport entre la marge commerciale et les ventes de marchandises, appelé taux de marge en comptabilité d'entreprise

CHAPITRE III : OPÉRATIONS INTERNATIONALES

1 - Le volume du commerce mondial en légère baisse en 2019

Pour la première fois depuis la crise économique de 2008-2009, le volume du commerce mondial de marchandises a légèrement diminué en 2019 (- 0,1 % : source OMC) après un ralentissement de sa croissance en 2018 (+ 2,9 %, après + 4,6 % en 2017). La montée des tensions commerciales depuis fin 2018, l'incertitude économique (*shutdown* américain, retrait du Royaume-Uni de l'Union européenne, changements de politique monétaire dans les économies majeures) et le ralentissement de la croissance économique mondiale ont contribué à la contraction du volume du commerce mondial au quatrième trimestre 2019.

La demande mondiale adressée à la France a ralenti en 2019 (+ 1,5 % après + 3,9 % en 2018). Néanmoins, la France a maintenu ses parts de marché dans le commerce mondial (source DGDDI).

Dans ce contexte, les échanges français restent dynamiques malgré un ralentissement. La bonne tenue des échanges semble profiter davantage aux exportateurs relevant du secteur du commerce, avec une croissance de leurs exportations deux fois plus rapide que celle de l'ensemble des secteurs (respectivement + 6,2 % et + 3,1 % en valeur). La progression en valeur des importations relevant des opérateurs du commerce (+ 3,9 %) se maintient, alors que celle de l'ensemble des secteurs ralentit (+ 2,1 %).

En 2019, les exportations des opérateurs du secteur du commerce s'établissent à 144,4 milliards d'euros. Le dynamisme de leurs exportations est porté par les ventes de produits pharmaceutiques, de produits textiles, d'habillement, en cuir et de produits informatiques. En revanche, les exportations du commerce et de la réparation d'automobiles décélèrent fortement. Les exportations des sociétés commerciales ont progressé vers l'ensemble des zones, et tout particulièrement vers l'Union européenne (qui représente les deux tiers des débouchés des entreprises commerciales), vers l'Asie et l'Amérique.

Les importations des opérateurs du secteur du commerce s'établissent, quant à elles, à 284,9 milliards d'euros en 2019. Leur hausse par rapport à 2018 est notamment soutenue par les achats de produits pharmaceutiques, de machines industrielles et agricoles, d'équipements électriques et ménagers et de produits manufacturés divers ; en revanche, les importations des matériels de transport se contractent. Les importations de ces opérateurs augmentent en provenance de toutes les zones. Elles sont particulièrement dynamiques pour celles en provenance d'Asie et de l'Union européenne.

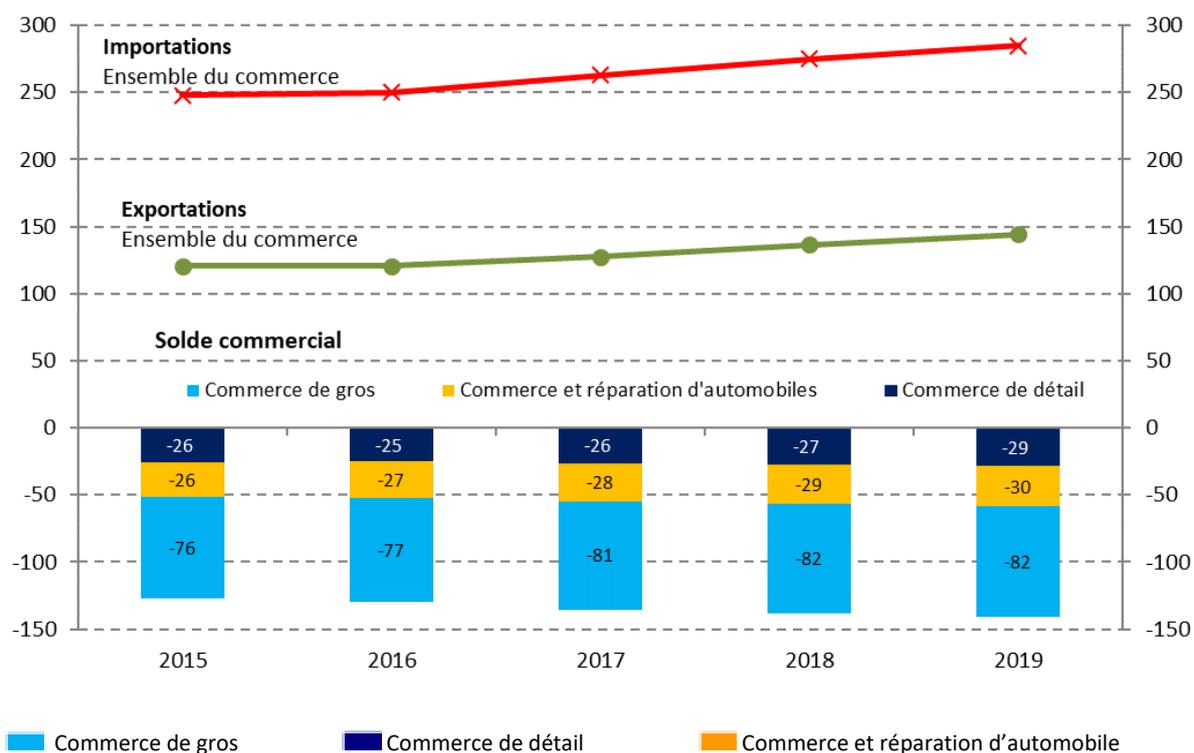
Ainsi, en 2019, le déficit extérieur du secteur du commerce s'établit à 140,5 milliards d'euros. Le solde du commerce extérieur pour ces opérateurs s'inscrit en très légère détérioration (138,3 milliards d'euros en 2018). Cette dégradation est portée par le commerce de détail et le commerce et la réparation d'automobiles (respectivement - 1,2 milliard et - 0,8 milliard). À l'inverse, le solde du commerce de gros évolue peu (- 0,2 milliard).

Tableau 1 : Évolution des échanges de biens de la France et du secteur du commerce (en %)

	2015	2016	2017	2018	2019	Valeur 2019 (en Mds d'€)
Exportations (évolution en %)						
Ensemble du commerce extérieur	4,3	- 0,7	4,7	3,9	3,1	497,6
dont : secteur commerce	4,0	0,0	5,8	8,2	6,2	144,4
Importations (évolution en %)						
Ensemble du commerce extérieur	1,1	0,0	7,0	4,3	2,1	575,4
dont : secteur commerce	3,7	0,8	5,2	4,0	3,9	284,9
Déficit commercial (en Mds d'€)						
Ensemble du commerce extérieur	63,0	66,2	81,0	81,3	77,8	
dont : secteur commerce	127,5	129,5	135,5	138,3	140,5	

Source : DGDDI

Graphique 1 : Évolution des échanges du secteur du commerce (en Mds d'€)



Source : DGDDI

De façon structurelle, l'évolution des échanges des opérateurs du commerce est majoritairement dictée par le commerce de gros, qui représente près de 90 % des ventes et 75 % des achats du secteur.

En 2019, les exportations du commerce de gros demeurent dynamiques : elles progressent de + 6,0 %, après + 7,6 % en 2018. Celles du commerce de détail sont encore plus marquées, avec une croissance de + 11,8 %. En revanche, les exportations du commerce et de la réparation d'automobiles décèlent fortement : + 2,9 %, après + 17,3 %.

Les importations du commerce de gros poursuivent leur croissance en 2019 au même rythme que l'année précédente (+ 3,6 %, après + 3,5 % en 2018). Les importations des opérateurs du commerce de détail restent sur un rythme soutenu (+ 6,3 %, après + 4,7 %). Au contraire, le secteur du commerce et la réparation d'automobiles connaît une croissance ralentie (+ 2,9 %, après + 5,9 % en 2018), après plusieurs années de forte hausse (+ 8,2 % en moyenne entre 2015 et 2017).

Tableau 2 : Évolution des échanges du commerce par sous-secteurs (en %)

	2015	2016	2017	2018	2019	Valeur 2019 (en Mds d'€)
Exportations						
Ensemble du secteur du commerce	4,0	0,0	5,8	8,2	6,2	144,4
dont : commerce et réparation d'automobiles	7,1	5,8	22,6	17,3	2,9	9,3
dont : commerce de gros	3,9	-0,4	4,6	7,6	6,0	124,6
dont : commerce de détail	3,5	1,8	8,7	8,8	11,8	10,3
Importations						
Ensemble du secteur du commerce	3,7	0,8	5,2	4,0	3,9	272,2
dont : commerce et réparation d'automobiles	10,8	7,2	6,6	5,9	2,9	38,5
dont : commerce de gros	1,7	0,2	5,0	3,5	3,6	198,0
dont : commerce de détail	8,5	-1,5	5,1	4,7	6,3	35,7

Source : DGDDI

1.1 - La progression des échanges du commerce de gros est centrée sur les produits manufacturés

En 2019, les exportations des grossistes se sont accrues de + 6,0 %, après + 7,6 % en 2018. La plupart des produits participent à cette croissance, notamment les produits pharmaceutiques. Au contraire, les exportations de produits énergétiques reculent, du fait du repli des livraisons de pétrole raffiné en lien avec la moindre production française de la branche cokéfaction-raffinage. Par ailleurs, les exportations vers les pays tiers maintiennent leur fort dynamisme (+ 11,4 %).

Dans le même temps, les importations des opérateurs du commerce de gros progressent au même rythme que l'an dernier (+ 3,6 % après + 3,5 %). Elles progressent pour la plupart des produits, à l'exception notable des matériels de transport qui poursuivent la baisse entamée depuis 2016, et des produits pétroliers raffinés. La croissance des importations s'explique par les produits pharmaceutiques, les machines industrielles et agricoles, les équipements électriques et ménagers et les produits manufacturés divers. La hausse des importations est essentiellement portée par l'Union européenne, qui représente plus de la moitié des achats du secteur.

Tableau 3 : Évolution des échanges du commerce de gros par produits (en %)

	2015	2016	2017	2018	2019	Valeur 2019 (en Mds d'€)
Exportations						
Ensemble du secteur du commerce de gros	3,9	-0,4	4,6	7,6	6,0	124,6
AZ - Produits agricoles	6,2	-9,9	- 3,9	8,4	5,3	11,7
C1 - Produits des industries agroalimentaires	0,3	-5,4	9,1	2,5	3,3	15,4
DE - Hydrocarbures naturels	-10,9	-8,2	22,9	8,3	-6,5	1,5
C2 - Produits pétroliers raffinés	- 33,8	-16,3	18,0	59,5	-19,9	2,1
C3 - Equipements mécaniques, matériel électrique, électronique et informatique	7,5	3,9	4,8	5,2	1,2	25,4
C4 - Matériel de transport	19,2	3,5	21,1	8,7	-2,4	4,7
C5 - Autres produits industriels	4,4	1,8	3,2	8,3	11,2	63,3
CB - Textiles, habillement, cuir et chaussures	11,7	8,5	3,0	11,5	12,8	14,1
CC - Bois, papier et imprimerie	- 5,2	- 0,9	4,1	4,4	2,1	1,5
CE - Produits chimiques, parfums et cosmétiques	- 1,0	- 0,7	9,9	5,5	6,1	19,5
CF - Produits pharmaceutiques	1,6	2,6	- 15,8	10,8	36,4	12,6
CG - Produits en caoutchouc et plastiques	5,1	3,7	4,3	6,8	- 1,5	2,3
CH - Produits métallurgiques et métalliques	16,9	- 11,1	18,6	7,2	- 1,9	6,1
CM - Produits manufacturés divers	5,4	8,6	4,1	9,2	6,0	7,1
Importations						
Ensemble du secteur du commerce de gros	1,7	0,2	5,1	3,5	3,6	206,4
AZ - Produits agricoles	8,2	5,5	6,8	1,8	2,4	8,8
C1 - Produits des industries agroalimentaires	5,5	3,8	3,6	0,3	4,4	22,4
DE - Hydrocarbures naturels	- 44,9	- 51,0	53,6	42,7	40,5	3,5
C2 - Produits pétroliers raffinés	- 32,7	- 16,4	7,3	29,3	- 3,8	10,7
C3 - Equipements mécaniques, matériel électrique, électronique et informatique	5,7	3,0	5,0	2,7	3,8	58,7
C4 - Matériel de transport	23,4	- 1,6	- 9,7	- 2,8	- 5,4	5,1
C5 - Autres produits industriels	5,2	0,7	5,5	2,1	3,9	96,3
CB - Textiles, habillement, cuir et chaussures	8,0	1,4	2,5	3,0	5,2	16,3
CC - Bois, papier et imprimerie	- 0,7	- 0,5	4,4	3,6	2,1	5,4
CE - Produits chimiques, parfums et cosmétiques	2,7	- 1,1	7,7	3,1	- 1,0	18,1
CF - Produits pharmaceutiques	6,6	- 1,5	1,5	- 2,7	10,9	19,0
CG - Produits en caoutchouc et plastiques	4,1	3,8	5,8	1,4	1,8	9,4
CH - Produits métallurgiques et métalliques	3,8	- 2,9	14,5	7,1	0,2	13,1
CM - Produits manufacturés divers	8,1	7,1	4,3	1,7	5,3	15,0

Note : Tous les produits échangés ne figurent pas dans ce tableau. Seuls ceux avec les montants les plus importants sont diffusés.

Source : DGDDI

Tableau 4 : Évolution des échanges du commerce de gros par zone géographique (en %)

	2015	2016	2017	2018	2019	Valeur 2019 (en Mds d'€)
Exportations						
Ensemble du secteur du commerce de gros	3,9	-0,4	4,6	7,6	6,0	124,6
vers l'Union européenne	3,5	1,6	5,0	5,4	3,3	18,7
vers les pays tiers (hors UE)	4,5	-4,3	3,8	12,1	11,4	27,5
Importations						
Ensemble du secteur du commerce de gros	1,7	0,2	5,0	3,5	3,6	206,4
depuis l'Union européenne	0,6	0,9	5,5	2,3	3,6	112,4
depuis les pays tiers (hors UE)	3,0	-0,7	4,4	4,9	3,6	94,1

Source : DGDDI

Encadré : Les opérateurs à l'exportation et à l'importation du secteur du commerce

En 2019, 46 000 opérateurs (unités légales disposant d'un numéro siren) relevant du secteur du commerce ont déclaré avoir exporté au moins un bien depuis la France au cours de l'année pour un montant total d'exportations de 147 milliards d'euros.

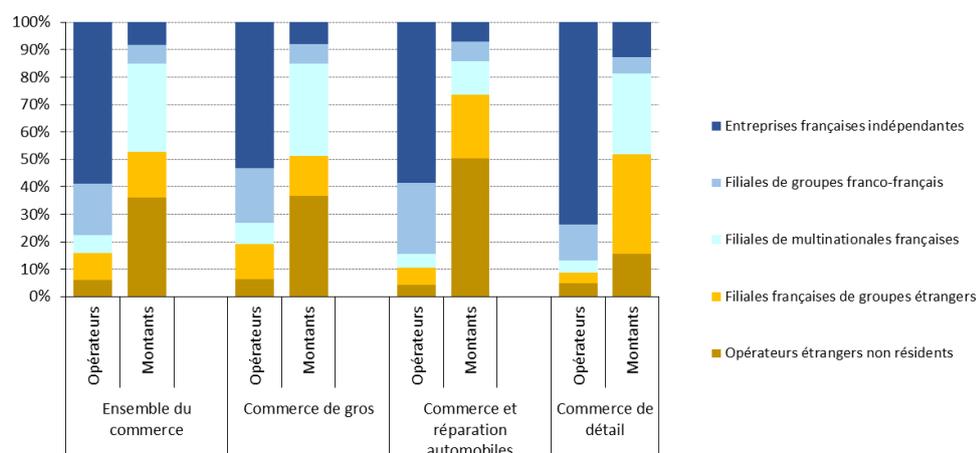
Ils sont un peu plus de 30 000 dans le commerce de gros, près de 12 000 dans le commerce de détail et environ 4 000 dans le commerce et la réparation d'automobiles. Les exportateurs du commerce de gros dominent les exportations : deux tiers des opérateurs pour 86 % des exportations, soit une moyenne de 4 millions d'euros d'exportations par opérateur. Mais ce montant moyen reste nettement plus faible que pour le secteur industriel (12 millions d'euros en moyenne par exportateur). Les exportateurs du commerce de détail qui représentent le quart des exportateurs sont, quant à eux, nettement moins concentrés avec un montant moyen d'exportations de 0,9 million par opérateur. Ceux du commerce et de la réparation d'automobiles se positionnent dans une situation intermédiaire avec un montant moyen de 2,5 millions d'euros.

Tous secteurs du commerce confondus, plus du tiers de ces exportations sont réalisées par des entreprises étrangères non immatriculées au registre du commerce et des sociétés (RCS) et qui n'ont aucun établissement productif en France. Ces opérateurs sont pourtant très minoritaires en nombre (environ 3 % des exportateurs) mais le montant moyen des exportations pour ces opérateurs est de 35,8 millions d'euros. Cette importance de quelques opérateurs étrangers non immatriculés se retrouve dans l'ensemble des sous-secteurs du commerce mais surtout dans le secteur automobile où ils représentent à eux seuls 50 % des montants des exportations, soit un montant moyen de 29 millions d'euros.

Au-delà de ces opérateurs particuliers, les multinationales représentent également une part importante des exportations. Les exportateurs du commerce appartenant à des groupes multinationaux sont près de 7 600 (16 % du secteur du commerce) pour 71 milliards d'exportations (53 % des montants du secteur du commerce), soit un montant moyen de 9,4 millions par exportateur. Ils sont particulièrement nombreux dans le commerce de gros (près d'un opérateur sur deux). Mais c'est dans le commerce de détail que leur poids est particulièrement important puisqu'ils ne représentent que 8 % des opérateurs pour près des deux tiers des montants des exportations du secteur. Parmi ces multinationales, les groupes français sont majoritaires dans le commerce de gros, où ils pèsent un tiers du montant des exportations, contre 15 % pour les multinationales étrangères. Les multinationales étrangères ont un poids important au regard de leur nombre, en particulier dans le commerce de détail, avec 36 % des montants exportés du secteur par seulement 4 % des opérateurs.

Au total, si l'on cumule opérateurs étrangers et multinationales, 22 % des exportateurs du secteur du commerce représentent 85 % du montant des exportations. L'essentiel des autres opérateurs sont des entreprises françaises indépendantes (27 000 unités) ou filiales de groupes franco-français (8 600 unités) ; ils réalisent un montant moyen d'exportations de 0,6 million d'euros.

Répartition du nombre d'exportateurs et des montants exportés dans le secteur du commerce par catégorie d'opérateurs (en %)



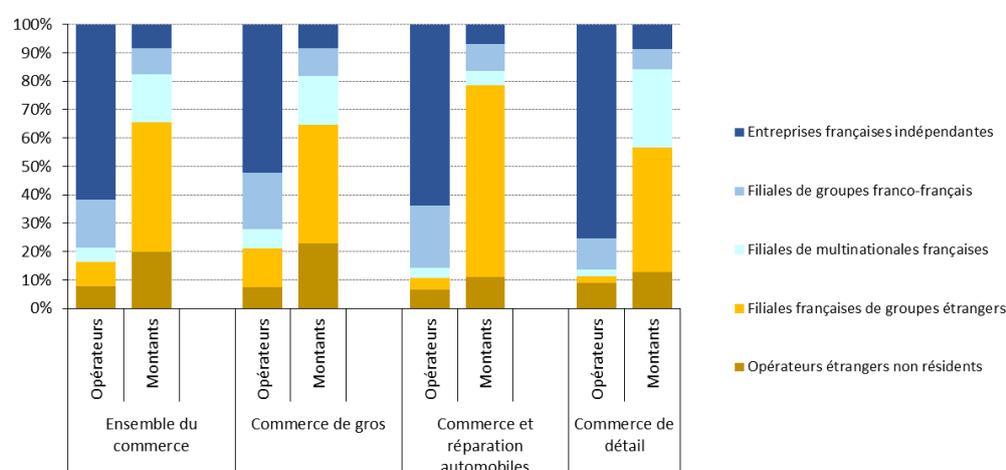
Source : DGDDI

Champ : Exportations de biens depuis la France en 2018 hors expéditions intracommunautaires en-dessous du seuil de déclaration statistique

Le nombre d'importateurs relevant du secteur du commerce s'établit à 67 000 en 2019 pour un montant total de 285 milliards d'euros. La caractérisation de ces opérateurs est sensiblement la même que pour les exportateurs. Ils sont plus de 35 000 dans le commerce de gros, contre 25 000 environ pour le commerce de détail, soit un poids du commerce de détail un peu plus important que pour les exportations. Ce rééquilibrage concerne également les montants des importations puisque le commerce de gros ne représente que 72 % des achats (contre 86 % des exportations).

La répartition en nombre d'opérateurs est très proche de celle des exportateurs : les opérateurs étrangers non immatriculés au RCS représentent moins de 8 % des importateurs, les multinationales 14 %, les autres opérateurs étant des entreprises ou des groupes franco-français. En ce qui concerne les montants, on retrouve également la même répartition que pour les exportations : 82 % pour les opérateurs étrangers et les multinationales, 18 % pour les entreprises et groupes français. En revanche, le poids des multinationales françaises est nettement moins important à l'import (17 %) qu'il ne l'est à l'export (32 %). *A contrario*, les multinationales étrangères et les opérateurs étrangers non immatriculés au RCS réalisent à eux seuls 65 % des importations du secteur du commerce (contre plus de la moitié des exportations). Ce moindre poids des multinationales françaises dans les importations concerne tant le commerce de gros que le commerce et la réparation d'automobiles. Dans le commerce de détail, les multinationales françaises réalisent 28 % des importations et 30 % des exportations.

Répartition du nombre d'importateurs et des montants importés dans le secteur du commerce par catégorie d'opérateurs (en %)



Source : DGDDI

Champ : Importations de biens en France en 2018 hors introductions intracommunautaires en-dessous du seuil de déclaration statistique

1.2 - Fort ralentissement des exportations du secteur du commerce et de la réparation d'automobiles

En 2019, les exportations des opérateurs du secteur du commerce et de la réparation d'automobiles ont progressé de 2,9 %, après 17,3 % en 2018 (contre + 11,9 % en moyenne entre 2015 et 2017). Ce fort ralentissement s'explique par le recul de la production industrielle française. Les exportations d'automobiles assemblées continuent de décélérer, en particulier vers l'Union européenne et vers l'Afrique, et celles des équipements reculent.

Les importations de ce secteur sont moins dynamiques (+ 2,9 % en 2019, contre + 6,6 % en moyenne de 2016 à 2018). C'est surtout la baisse des importations de véhicules automobiles en provenance de l'Union européenne qui modère cette croissance. Dans le sillage du recul de la production industrielle, les achats de produits en caoutchouc et plastiques ralentissent en 2019 (+ 3 %).

Tableau 5 : Évolution des échanges du commerce et réparation d'automobiles par produits (en %)

	2015	2016	2017	2018	2019	Valeur 2019 (en Mds d'€)
Exportations						
Ensemble du secteur commerce et réparation d'automobiles	7,1	5,8	22,6	17,3	2,9	9,3
dont : C4 - matériel de transport	6,2	12,5	30,7	21,7	4,2	7,4
dont : C29A - automobiles	4,6	16,7	44,5	27,3	6,1	6,0
dont : C29B- équipements pour automobile	6,8	3,8	-0,2	3,6	-5,8	1,1
dont : CG - produits en caoutchouc et plastiques	5,2	-18,7	-5,2	0,9	2,1	0,9
Importations						
Ensemble du secteur commerce et réparation d'automobiles	10,8	7,2	6,6	5,9	2,9	39,5
dont : C4 - matériel de transport	11,4	8,7	7,3	5,9	3,7	35,0
dont : C29A - automobiles	12,3	9,8	7,3	6,1	3,6	30,3
dont : C29B- équipements pour automobile	7,5	1,3	7,4	5,3	2,0	3,1
dont : CG - produits en caoutchouc et plastiques	2,2	-8,6	0,2	8,1	3,0	1,8

Note : Tous les produits échangés ne figurent pas dans ce tableau. Seuls les ceux avec les montants les plus importants sont diffusés.

Source : DGDDI

Tableau 6 : Évolution des échanges du commerce et réparation d'automobiles par zone géographique (en %)

	2015	2016	2017	2018	2019	Valeur 2019 (en Mds d'€)
Exportations						
Ensemble du secteur commerce et réparation d'automobiles	7,1	5,8	22,6	17,3	2,9	9,3
vers l'Union européenne	14,1	13,7	21,9	23,6	3,1	7,9
vers les pays tiers (hors UE)	-9,3	-17,9	25,7	-8,1	2,2	1,4
Importations						
Ensemble du secteur commerce et réparation d'automobiles	10,8	7,2	6,6	5,9	2,9	39,5
depuis l'Union européenne	10,9	5,9	2,3	4,7	1,5	30,5
depuis les pays tiers (hors UE)	9,9	13,5	26,7	10,4	7,8	9,0

Source : DGDDI

1.3 - Maintien du dynamisme des exportations dans le commerce de détail

En 2019, les exportations du secteur du commerce de détail accélèrent (+ 11,8 %, après + 8,8 % en 2018), sous l'effet de la forte hausse des ventes de produits pharmaceutiques et du maintien du dynamisme des ventes de produits de luxe (articles d'habillement et de cuir, parfums et cosmétiques) et de produits informatiques.

Dans le même temps, les importations des opérateurs du commerce de détail restent dynamiques (+ 6,3 % après + 4,7 % en 2018). Les importations sont tirées par les produits pharmaceutiques, les produits informatiques, les équipements électriques et ménagers et les textiles et l'habillement.

Tableau 7 : Évolution des échanges du commerce de détail par produit (en %)

	2015	2016	2017	2018	2019	Valeur 2019 (en Mds d'€)
Exportations						
Ensemble du secteur du commerce de détail	3,5	1,8	8,7	8,8	11,8	10,3
dont C3 - Equipements mécaniques, matériel électrique, électronique et informatique	-0,9	-6,4	18,5	15,5	28,4	2,2
dont C5 - Autres produits industriels	8,3	7,0	5,8	3,5	8,0	6,3
dont CB - Textiles, habillement, cuir et chaussures	4,7	20,1	2,9	2,4	4,2	3,5
dont CE - Produits chimiques, parfums et cosmétiques	16,0	-34,1	17,6	-20,8	22,6	0,6
dont CM - Produits manufacturés divers	9,5	12,3	4,1	19,7	9,1	1,5
Importations						
Ensemble du secteur du commerce de détail	8,5	-1,5	5,1	4,7	6,3	38,9
dont C1 - Produits des industries agroalimentaires	5,7	-5,0	3,1	10,4	2,8	3,9
dont C3 - Equipements mécaniques, matériel électrique, électronique et informatique	17,7	-16,7	11,0	14,3	13,2	7,2
dont C5 - Autres produits industriels	7,0	3,2	3,7	2,1	4,0	25,0
dont CB - Textiles, habillement, cuir et chaussures	5,8	5,3	1,9	0,9	2,4	14,1
dont CE - Produits chimiques, parfums et cosmétiques	17,6	-1,9	5,2	-14,3	2,9	1,1
dont CG - Produits en caoutchouc et plastiques	5,8	-1,6	9,1	3,4	8,9	1,7
dont CH - Produits métallurgiques et métalliques	14,2	-2,1	9,6	8,0	6,7	1,2
dont CM - Produits manufacturés divers	7,7	8,1	6,1	6,9	6,1	5,9

Note : Tous les produits échangés ne figurent pas dans ce tableau. Seuls ceux avec les montants les plus importants sont diffusés.

Source : DGDDI

Tableau 8 : Évolution des échanges du commerce de détail par zone géographique (en %)

	2015	2016	2017	2018	2019	Valeur 2019 (en Mds d'€)
Exportations						
Ensemble du secteur du commerce de détail	3,5	1,8	8,7	8,8	11,8	10,3
vers l'Union européenne	3,1	0,8	8,5	9,5	14,4	7,3
vers les pays tiers (hors UE)	4,2	4,1	9,0	7,1	6,2	3,0
Importations						
Ensemble du secteur du commerce de détail	8,5	-1,5	5,1	4,7	6,3	38,9
depuis l'Union européenne	7,6	-2,9	7,4	5,0	8,0	19,4
depuis les pays tiers (hors UE)	9,4	-0,3	3,0	4,4	4,7	19,5

Source : DGDDI

2 - La position nette du commerce progresse en 2019

Fin 2019, les stocks d'investissements directs du commerce présentent une **position nette créditrice**³⁰ de 41 milliards d'euros³¹ en valeur mixte³², contre 39 milliards l'année précédente. **Cette progression de la position nette s'explique par une augmentation du stock d'investissements directs français à l'étranger du secteur du commerce.** Celui-ci progresse en effet de 3 % en 2019, pour atteindre 95 milliards d'euros. De leur côté, les investissements directs étrangers dans le secteur français du commerce sont quasiment stables, à près de 53 milliards à fin 2019.

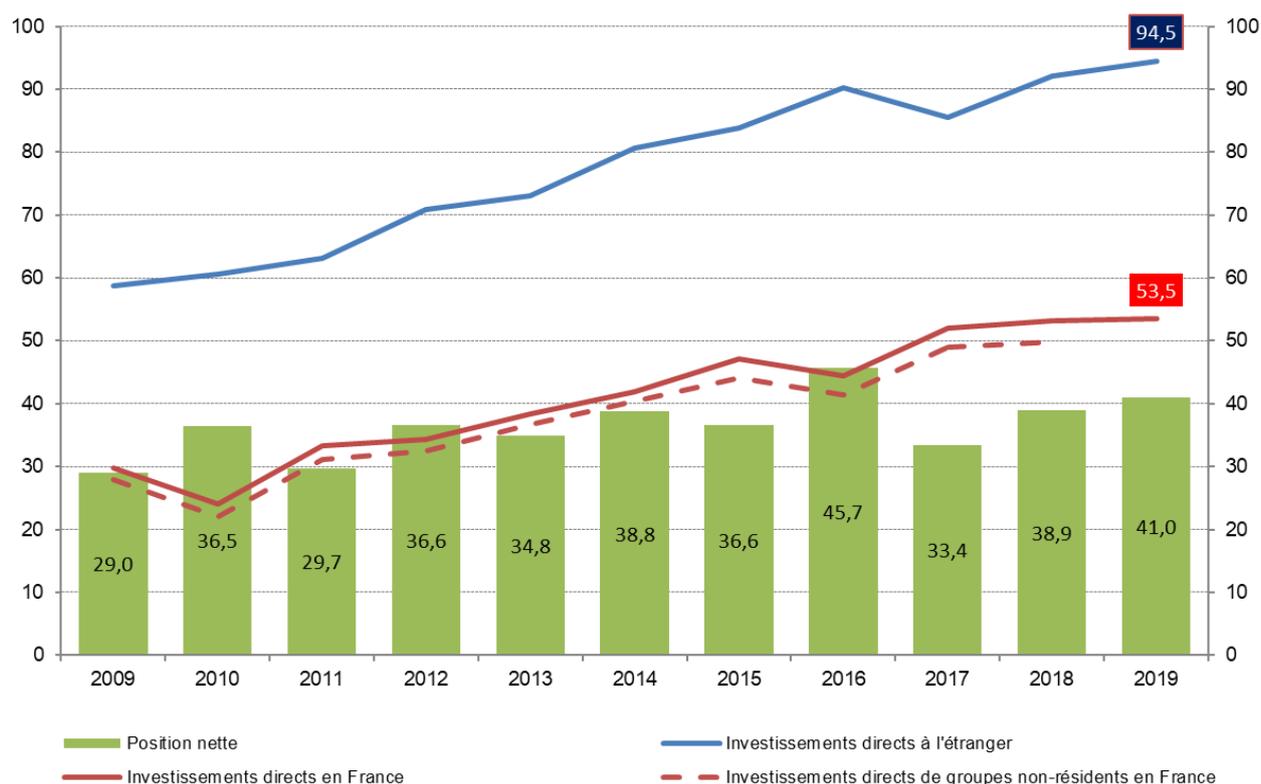
Sur moyenne période, après avoir connu des à-coups, la position extérieure nette du secteur du commerce en investissements directs s'est stabilisée depuis 2016. À fin 2019, elle représente près de 7 % de la position nette totale de la France en investissements directs (proche de 600 milliards d'euros).

³⁰ Égale à la différence entre investissements directs sortants et investissements directs entrants, la position nette en investissements directs étrangers (IDE) d'un pays est positive (créditrice) lorsque le pays est investisseur net à l'étranger, et négative (débitrice) quand le pays accueille plus d'IDE qu'il n'en effectue lui-même à l'étranger. Elle évolue d'une année sur l'autre en fonction des flux nets d'IDE enregistrés au cours de l'année, des fluctuations de change (se traduisant par la variation de la contre-valeur en euro des encours libellés en devises) et d'autres ajustements statistiques (effets de valorisation et autres changements de volume).

³¹ Du fait de travaux en cours sur le reclassement sectoriel des sociétés holdings, les données présentées ici pour les années 2017 à 2019 divergent légèrement de celles publiées dans le *Rapport annuel de la balance des paiements et de la position extérieure de la France* de 2019.

³² En valeur mixte, les capitaux propres détenus dans des sociétés cotées sont valorisés en valeur de marché, tandis que les investissements dans les sociétés non cotées sont valorisés en valeur comptable. Tous les chiffres relatifs aux investissements directs dans ce rapport sont donnés en valeur mixte.

Graphique 2 : Stocks d'investissements directs du secteur du commerce depuis 2008 (en milliards d'euros)



Source : Banque de France, Direction des Enquêtes et Statistiques Sectorielles

2.1 - L'essentiel de la position créditrice provient de la forte internationalisation du commerce du détail

Par rapport aux autres grands secteurs d'activité, le commerce se situe au quatrième rang avec une position nette en investissements directs à 41 milliards d'euros fin 2019. L'industrie possède la position nette créditrice la plus élevée (385 milliards), devant les activités financières et d'assurance (près de 122 milliards) et l'information-communication (66 milliards d'euros).

Tableau 9 : Position nette de la France en investissements directs par secteur d'activité³³

Secteurs	en Mds d'€				
	2015	2016	2017	2018	2019
Agriculture, sylviculture et pêche (A)	0,0	- 0,3	- 0,4	- 0,4	- 0,5
Industries (B à E)	364,8	375,3	329,5	383,4	384,7
Construction (F)	4,6	- 0,3	- 1,5	1,8	5,4
Commerce ; réparation d'automobiles (G)	36,6	45,7	33,4	38,9	41,0
Transports et entreposages (H)	- 0,7	- 1,2	- 2,0	- 0,4	2,0
Hébergement et restauration (I)	6,6	5,1	10,7	5,1	3,5
Information et communication (J)	57,7	54,2	48,6	58,3	65,6
Activités financières et d'assurance (K)	111,5	142,3	135,8	113,8	121,7
Activités immobilières (L)	- 70,1	- 65,9	- 84,5	- 70,8	- 69,5
Autres services (M à S)	10,8	2,5	45,4	51,1	22,5
Non ventilé	11,6	2,2	2,9	11,8	14,8
Total (tous secteurs)	533,5	559,7	517,9	592,6	591,2

Source : Banque de France, Direction des Enquêtes et Statistiques Sectorielles

³³ La ventilation par activité économique est effectuée sur la base de la NAF rév. 2. Le secteur est celui de l'entité résidente, pour les investissements entrants comme sortants. Pour les investissements directs français à l'étranger, le secteur est donc celui de l'investisseur, tandis qu'il s'agit du secteur de l'entreprise investie pour les investissements directs étrangers en France. Les sociétés holdings appartenant à un groupe coté sont reclassées en fonction de l'activité principale de leur groupe.

La position nette créditrice du secteur du commerce provient principalement du commerce de détail en magasin non spécialisé. Cette activité concentre 87 % de la position créditrice totale du commerce, avec près de 36 milliards d'euros à fin 2019. Elle est le reflet de l'internationalisation de plusieurs grands groupes du secteur (Carrefour, Auchan, Casino). Le solde est également créditeur, mais dans une bien moindre mesure, pour le commerce de gros ainsi que pour le commerce et la réparation d'automobiles. Les investissements directs étrangers sont en revanche plus importants que les investissements français dans quelques segments, comme le commerce de gros d'équipements de l'information et de la communication.

Tableau 10 : Position nette de la France en investissements directs du commerce

	en Mds d'€				
Secteurs	2015	2016	2017	2018	2019
Commerce de gros (y compris intermédiaires)	1,8	1,7	- 3,1	- 0,1	- 3,7
dont Intermédiaires du commerce de gros	- 1,7	- 2,0	- 2,2	- 3,3	- 3,3
dont CG de produits agricoles brut et animaux vivants	1,0	1,0	1,1	1,6	1,0
dont CG de produits alimentaires, boissons, tabac	1,9	1,4	1,3	1,6	- 2,6
dont CG de biens domestiques	2,9	3,7	2,8	5,9	7,8
dont CG d'équipements information et communication	- 1,7	- 1,1	- 1,6	- 2,5	- 2,6
dont CG d'autres équipements industriels	- 1,8	- 2,1	- 4,5	- 4,4	- 2,5
dont autres CG spécialisés	0,9	0,9	0,2	1,0	- 1,6
Commerce de détail	30,9	39,3	32,1	33,5	37,4
dont CD en magasin non spécialisé	34,3	42,3	36,1	33,4	35,7
dont CD non alimentaire en magasin spécialisé	- 3,2	- 3,2	- 4,4	- 0,2	1,4
Commerce et réparation d'automobiles	4,0	4,8	4,4	5,4	7,3
Total commerce	36,6	45,7	33,4	38,9	41,0

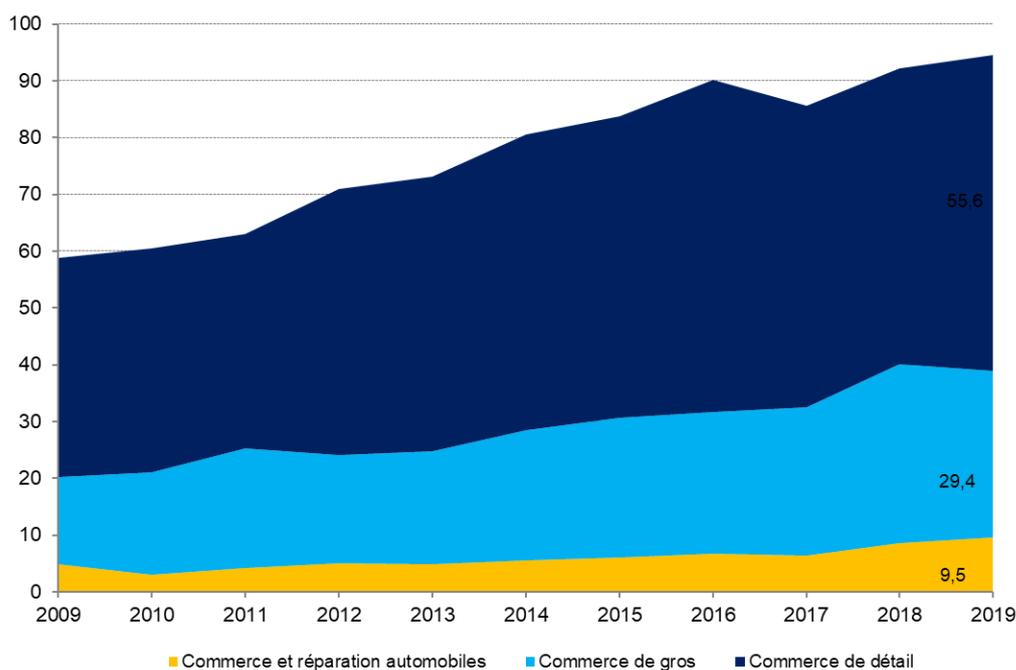
Source : Banque de France, Direction des Enquêtes et Statistiques Sectorielles

2.2 - Huit groupes concentrent 70 % des investissements directs du secteur du commerce à l'étranger

L'essentiel des **investissements directs à l'étranger** du secteur du commerce provient de huit groupes : Carrefour, Auchan, Kering, Kingfisher (Castorama, Brico Dépôt), Casino, Décathlon, LVMH et Valéo.

Le commerce de détail porte l'essentiel des investissements directs à l'étranger, avec près de 56 milliards d'euros à fin 2019. Ces investissements sont surtout le fait des opérateurs du commerce de détail en magasin non spécialisé, qui représentent à eux seuls 42 milliards d'euros. Le commerce de gros détient 29 milliards d'euros de participations à l'étranger, et le commerce et la réparation d'automobiles 10 milliards.

Graphique 3 : Décomposition sectorielle du stock d'investissements des entreprises commerciales résidentes à l'étranger (en milliards d'euros)

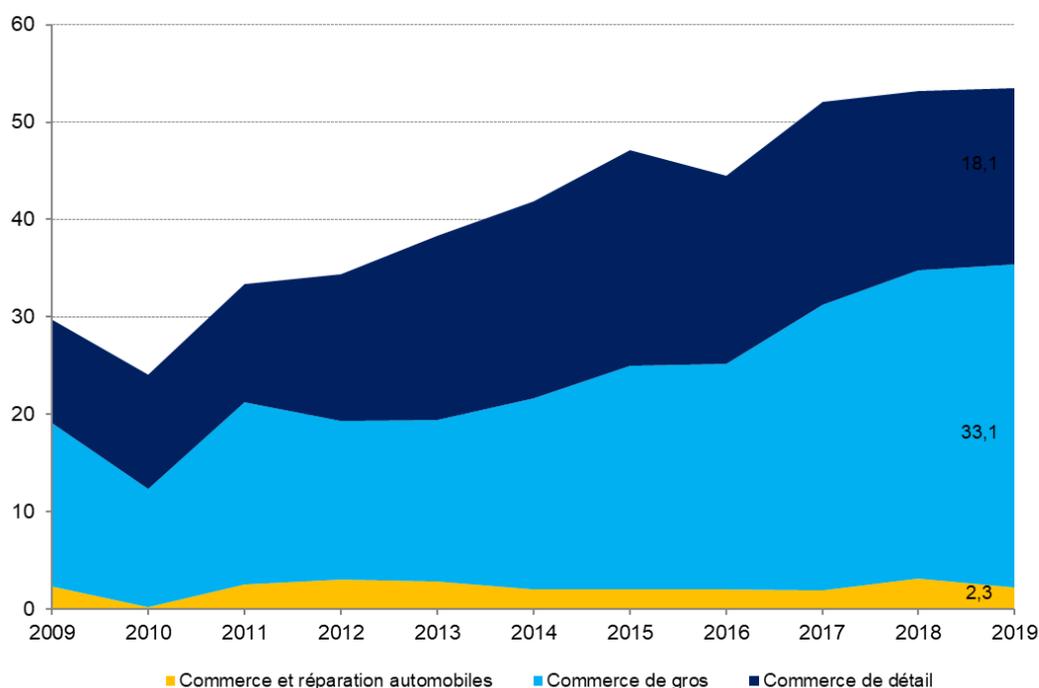


Source : Banque de France, Direction des Enquêtes et Statistiques Sectorielles

Les flux cumulés d'investissements directs des entreprises commerciales résidentes à l'étranger sont proches de 9 milliards d'euros sur les cinq dernières années, soit environ 3 % du total des investissements directs français à l'étranger sur cette période.

Les **investissements directs entrants** dans le secteur commercial français sont nettement moins concentrés que les investissements sortants. Quelques gros opérateurs résidents sont toutefois investis par des non-résidents, notamment Kingfisher France (Castorama, Brico dépôt), ou encore Volkswagen France. En outre, contrairement aux investissements français, les investissements étrangers se portent davantage sur le commerce de gros (33 milliards d'euros à fin 2019) que sur le commerce de détail (18 milliards). Les détentions étrangères dans le commerce et la réparation d'automobiles sont quant à elles nettement plus faibles (2 milliards).

Graphique 4 : Décomposition sectorielle du stock d'investissements directs étrangers dans les entreprises commerciales résidentes (en milliards d'euros)



Source : Banque de France, Direction des Enquêtes et Statistiques Sectorielles

Les flux cumulés des investissements étrangers dans le secteur du commerce en France atteignent 7 milliards d'euros sur les cinq dernières années, concentrés dans le commerce de détail. Ils représentent environ 5 % des investissements directs étrangers en France depuis 2015.

2.3 - Les pays de l'Union européenne sont les principaux partenaires du secteur commercial français

L'Union européenne est la principale destination immédiate³⁴ des investissements directs français à l'étranger. Avec 62 milliards d'euros fin 2019, elle concentre deux tiers du total des investissements directs détenus à l'étranger par des entreprises commerciales résidentes. Les principaux pays d'accueil – qui sont pour partie des pays de transit – sont les **Pays-Bas**, suivis par la **Belgique**, le **Royaume-Uni** et l'**Allemagne**.

³⁴ Dans cette partie, la ventilation géographique des investissements directs français à l'étranger ou étrangers en France est opérée en fonction du pays immédiat de destination ou de provenance des fonds, sans tenir compte de la localisation du destinataire final ou de l'investisseur ultime. Ainsi, lorsqu'une entreprise non résidente investit en France via le Luxembourg, l'investissement est attribué au Luxembourg et non au pays qui est à l'origine de l'investissement.

Tableau 11 : Ventilation géographique du stock d'investissements directs des entreprises commerciales françaises à l'étranger (pays de contrepartie immédiate)

en Mds d'€

Pays	2015	2016	2017	2018	2019
Union européenne (à 27)	57,6	64,3	58,4	60,7	61,5
Zone euro (à 19)	53,3	60,2	54,6	56,3	57,2
Allemagne	5,7	6,9	8,8	6,8	8,5
Belgique	15,4	15,8	11,1	15,1	17,6
Espagne	6,2	6,5	6,4	6,4	3,0
Italie	1,7	1,7	2,0	2,1	1,8
Luxembourg	0,6	1,5	1,0	0,8	1,2
Pays-Bas	22,8	27,1	24,3	22,4	22,3
Autres pays de l'Union européenne	4,2	4,1	3,9	4,4	4,3
Pologne	2,8	2,5	2,3	2,5	2,4
République tchèque	0,4	0,4	0,4	0,6	0,6
Roumanie	0,4	0,5	0,5	0,4	0,5
Reste du monde	26,2	25,9	27,1	31,4	33,0
Brésil	2,4	3,1	3,0	3,1	2,9
Chine et Hong-Kong	3,6	3,2	4,1	4,0	3,6
États-Unis	2,3	2,3	1,9	2,9	3,5
Japon	0,3	0,5	0,5	0,7	0,9
Royaume-Uni	9,3	8,6	8,6	8,9	8,6
Russie	0,5	0,6	0,8	0,9	1,2
Suisse	1,1	0,8	0,6	0,9	0,9
Total	83,8	90,2	85,5	92,1	94,5

Source : Banque de France, Direction des Enquêtes et Statistiques Sectorielles

Les pays de l'**Union européenne** ont également un poids prépondérant dans les investissements directs étrangers en direction du secteur commercial résident français : avec 34 milliards d'euros, ces investissements représentent à encore près de deux tiers du total des stocks à fin 2019. Les premiers pays de provenance immédiate sont le **Luxembourg**, les **Pays-Bas**, le **Royaume-Uni** et l'**Allemagne**.

Tableau 12 : Ventilation géographique du stock d'investissements directs étrangers dans les entreprises commerciales résidentes (pays de contrepartie immédiate)

en Mds d'€

Pays	2015	2016	2017	2018	2019
Union européenne (à 27)	34,0	33,1	32,9	35,1	34,2
Zone euro (à 19)	32,9	31,7	31,4	33,2	32,3
Allemagne	6,0	5,2	6,4	6,7	6,5
Autriche	1,7	1,7	2,1	0,9	0,7
Belgique	2,6	2,4	3,1	3,6	3,6
Danemark	0,9	1,2	1,4	1,5	1,5
Espagne	1,1	1,2	0,9	0,9	1,0
Italie	1,9	2,0	2,1	2,4	2,3
Luxembourg	12,4	11,9	7,7	9,3	9,0
Pays-Bas	6,6	6,5	7,7	8,2	8,0
Autres pays de l'Union européenne	1,1	1,4	1,4	1,9	1,9
Suède	0,2	0,3	0,2	0,4	0,5
Reste du monde	13,1	11,4	19,2	18,1	19,3
Chine et Hong-Kong	0,7	0,5	0,6	0,4	0,6
États-Unis	1,5	1,5	1,6	2,4	3,7
Japon	3,6	1,9	2,4	2,5	2,5
Royaume-Uni	3,7	4,2	10,5	8,8	8,7
Suisse	2,5	2,4	2,6	2,6	2,3
Total	47,1	44,5	52,1	53,2	53,5

Source : Banque de France, Direction des Enquêtes et Statistiques Sectorielles

2.4 - L'origine ultime³⁵ des investissements directs étrangers se situe aussi aux États-Unis et au Japon

L'attribution des investissements directs au pays de la tête de groupe de l'investisseur modifie la hiérarchie des principaux pays investisseurs en France, par rapport au classement établi sur la base du pays de provenance immédiate des fonds investis. Les premiers pays investisseurs en France dans le secteur du commerce sont alors l'Allemagne, le Royaume-Uni, les États-Unis et le Japon. Au contraire, le poids des pays de transit – en particulier les Pays-Bas et le Luxembourg – diminue nettement.

Dans cette approche, la France est également présente parmi les investisseurs directs, avec un encours de 3 milliards d'euros fin 2018. Plusieurs groupes multinationaux français, tels que Carrefour, Auchan ou Casino, disposent en effet de réseaux internationaux de filiales – en particulier des sociétés holdings, localisées notamment aux Pays-Bas, au Luxembourg ou en Belgique – susceptibles de détenir des participations financières en France pour le compte du groupe.

Tableau 13 : Origine ultime du stock d'investissements directs étrangers dans les entreprises commerciales résidentes

en Mds d'€					
Pays	2014	2015	2016	2017	2018
France	1,4	3,0	3,1	3,1	3,5
Union européenne (à 26)	20,3	19,6	20,8	24,1	25,3
Zone euro (à 18)	19,0	18,2	19,0	22,2	23,1
Allemagne	6,0	7,1	7,2	8,4	8,0
Belgique	1,8	1,4	1,6	2,0	2,7
Danemark	0,8	0,8	1,1	1,3	1,4
Espagne	1,3	1,4	1,4	1,4	1,5
Italie	1,8	1,8	2,0	2,1	2,3
Luxembourg	3,9	1,8	2,1	2,9	3,0
Pays-Bas	2,1	1,0	0,9	1,3	1,1
Autres pays de l'Union européenne	1,4	1,4	1,8	2,0	2,3
Suède	0,5	0,7	0,7	0,7	0,8
Rest du monde	20,1	24,5	20,6	24,9	24,4
Chine et Hong-Kong	0,5	0,8	0,4	0,7	0,6
États-Unis	3,3	7,4	6,2	6,2	8,0
Japon	4,0	4,6	3,0	3,4	3,9
Royaume-Uni	6,3	6,5	6,5	9,2	7,7
Qatar	0,8	1,0	1,0	1,0	1,0
Suisse	2,9	3,0	2,4	3,0	2,7
Total	41,8	47,1	44,5	52,1	53,2
<i>Total hors France</i>	<i>40,4</i>	<i>44,1</i>	<i>41,4</i>	<i>49,0</i>	<i>49,7</i>

Source : Banque de France, Direction des Enquêtes et Statistiques Sectorielles

3 - Les groupes étrangers réalisent un quart du chiffre d'affaires des sociétés commerciales

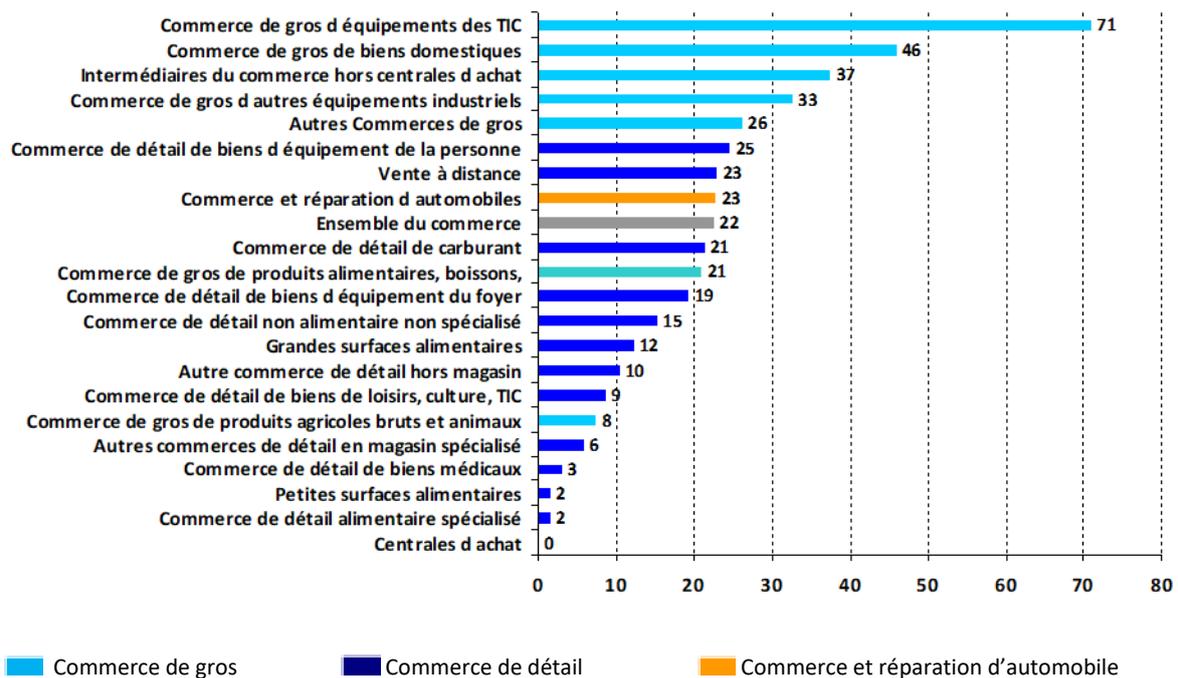
3.1 - La part des groupes étrangers est plus forte dans le commerce de gros

En 2018, les filiales commerciales résidentes contrôlées par des groupes étrangers réalisent un chiffre d'affaires de 358 milliards d'euros et emploient 514 000 salariés, soit 23 % du chiffre d'affaires et 16 % de l'emploi salarié de l'ensemble des opérateurs commerciaux intervenant sur le territoire français.

Dans le commerce de gros (hors intermédiaires), les filiales résidentes de groupes étrangers réalisent 28 % du chiffre d'affaires de l'ensemble du secteur en 2018. C'est dans ce secteur que la part des filiales de groupes étrangers est la plus importante. En effet, outre les filiales commerciales de sociétés commerciales étrangères, ce secteur inclut les filiales de commercialisation des opérateurs industriels distribuant leurs produits en France. Pour les mêmes raisons, les filiales de sociétés étrangères détiennent une place importante dans le commerce et la réparation d'automobiles (23 %). En revanche, la part des filiales de sociétés étrangères est plus faible dans le commerce de détail (13 %).

³⁵ La ventilation des stocks d'investissements directs étrangers en France en fonction du pays de résidence de l'investisseur ultime repose sur la connaissance des liens financiers entre entreprises. Recommandée par l'OCDE, cette approche complémentaire fournit une analyse plus précise de l'origine géographique réelle des fonds investis dans les entreprises résidentes. Elle est calculée jusqu'en 2018, les informations nécessaires n'étant pas encore disponibles pour 2019. À l'inverse, il n'est pas possible pour l'instant d'établir de ventilation géographique des investissements directs français à l'étranger selon les pays de destination ultime.

Graphique 5 : Part dans le secteur d'activité du chiffre d'affaires des filiales françaises de groupes étrangers en 2018 (en %)



Source : Insee-Lifi, Comptes du commerce

Au sein du commerce de gros, l'activité des filiales sous contrôle étranger est dominante dans l'équipement de l'information et de la communication (71 %) et dépasse le cinquième du chiffre d'affaires total dans les autres secteurs, à l'exception du commerce de gros de produits agricoles bruts où elle reste marginale (8 %).

Parmi les intermédiaires du commerce, la présence étrangère est très faible dans les centrales d'achats, mais importante au sein des autres intermédiaires (37 %).

Dans le commerce et la réparation d'automobiles, la part des filiales de groupes étrangers ne reflète pas complètement le poids des constructeurs automobiles étrangers dans la distribution d'automobiles en France. En effet, les concessionnaires automobiles en France distribuant des marques étrangères sont liés par contrat et non par des liens financiers avec les constructeurs automobiles étrangers ou leur filiale de commercialisation établie en France.

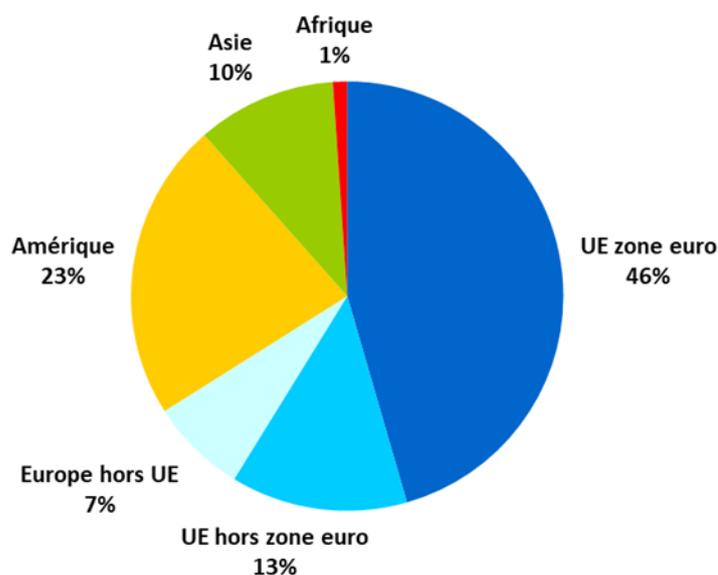
Dans le commerce de détail, le contrôle étranger est modeste. Les groupes étrangers sont surtout présents dans l'équipement de la personne (25 %), la vente à distance (23 %), la vente de carburant (21 %) et l'équipement du foyer (19 %). Ils sont quasiment absents, en revanche, du commerce de biens médicaux, du commerce alimentaire spécialisé et des petites surfaces alimentaires, secteurs dans lesquels le poids des unités légales indépendantes est prépondérant.

3.2 - Les groupes européens contrôlent les deux tiers de l'activité des filiales commerciales des groupes étrangers

Les groupes européens dominent nettement au sein des groupes étrangers ayant une activité commerciale en France. Leurs filiales réalisent en 2018 les deux tiers du chiffre d'affaires de l'ensemble des filiales commerciales résidentes de groupes étrangers. Les groupes originaires de l'Union européenne (UE) réalisent 59 % de l'activité commerciale des groupes étrangers (46 % pour les groupes de la zone euro).

Les filiales commerciales de groupes non européens (un peu plus du tiers du chiffre d'affaires total) sont majoritairement contrôlées par des groupes situés sur le continent américain (23 %) et, dans une moindre mesure, en Asie (10 %). Le poids des groupes africains est très faible (1 %).

Graphique 6 : Répartition du chiffre d'affaires des filiales commerciales des groupes étrangers par zone géographique d'origine du groupe en 2018 (en %)



Source : Insee-Lifi

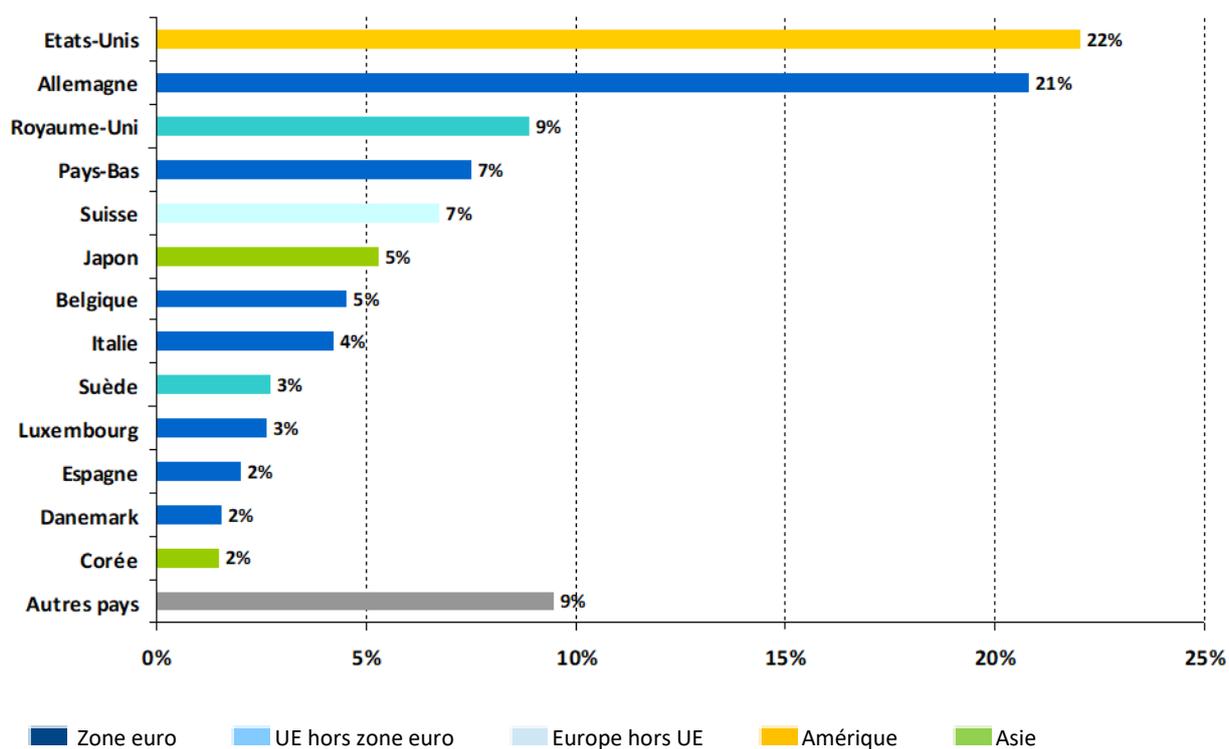
Note de lecture : En 2018, 46 % du chiffre d'affaires des filiales commerciales en France de groupes étrangers sont réalisés par des filiales de groupes originaires de pays européens appartenant à la zone euro.

Avec 79 milliards d'euros de chiffre d'affaires, soit 22 % de l'activité des implantations commerciales en France de groupes étrangers, les États-Unis sont le pays le plus présent. Leurs filiales exercent neuf dixièmes de leur activité dans le commerce de gros, en particulier dans le commerce de gros de produits pharmaceutiques (McKesson corporation, Walgreen Boots Alliance, Merck, Johnson & Johnson, Bristol-Myers Squibb ou Pfizer) et d'ordinateurs (Hewlett-Packard, Tech data, Dell).

Les filiales commerciales des groupes allemands arrivent en deuxième position en 2018 avec 21 % de l'activité commerciale d'origine étrangère et un chiffre d'affaires de 72 milliards d'euros. Leur poids est presque équivalent à celui des implantations des groupes des États-Unis. Ces filiales se trouvent principalement dans le commerce de véhicules automobiles (Volkswagen, Porsche, Daimler) et les supermarchés (Lidl, Aldi).

Les filiales commerciales des groupes britanniques, au troisième rang avec 9 % de l'activité et 32 milliards de chiffre d'affaires, sont notamment implantées dans la distribution de produits pétroliers (BP, EG group), dans les grandes surfaces de bricolage (Kingfisher avec les enseignes Castorama et Brico Dépôt) et la distribution de produits à base de tabac (Imperial brands).

Graphique 7 : Part du chiffre d'affaires des filiales commerciales des groupes étrangers par nationalité d'origine du groupe en 2018 (en %)



Source : Insee-Lifi

Note de lecture : En 2018, les filiales commerciales en France de groupes des États-Unis réalisent 22 % du chiffre d'affaires total des filiales commerciales de groupes étrangers.

DONNÉES DE CADRAGE : LE COMMERCE DANS L'ÉCONOMIE

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

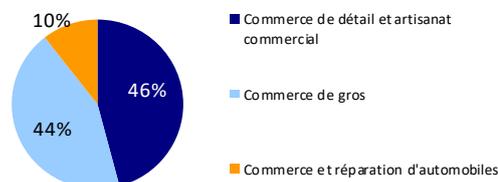
Valeur ajoutée en 2018

	en milliards d'euros	
	Commerce	Part dans l'économie (1)
Valeur ajoutée	217,3	10,4 %

(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 du commerce en 2018



Chiffre d'affaires H.T. des secteurs commerciaux

	en milliards d'euros		
	2017	2018	2019p
Com. détail, artis. com.	493,7	510,9	526,1
Commerce de gros	831,0	862,0	887,6
Commerce, répar. auto.	195,5	203,8	215,2
Ensemble commerce	1 520,2	1 576,7	1 629,0

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	2017	2018	2019
Effectif salarié	3 109,2	3 138,5	3 160,6
Effectif non salarié	424,2	nd	nd

Source : Insee - estimations d'emploi

Taux de marge commerciale

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

Hors artisanat commercial	2018
Commerce de détail	29,3%
Commerce de gros	19,4%
Commerce, répar. auto.	13,3%

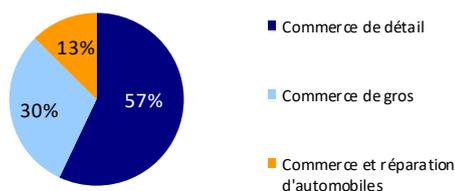
Source : Insee, comptes du commerce

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

	2019	Part dans les secteurs principalement marchands
	en milliers	
Hors artisanat commercial		
Commerce de détail	1 826,4	11,1%
Commerce de gros	976,5	6,0%
Commerce, répar. auto.	401,3	2,4%
Ensemble commerce	3 204,1	19,5%

Source : Insee - estimations d'emploi

Répartition de l'emploi salarié du commerce en 2019



Source : Insee - estimations d'emploi

Démographie des sociétés et entreprises individuelles en 2019

	Commerce	Ensemble de l'économie (*)	Part du commerce
Nombre de sociétés et entreprises individuelles (en milliers)	952,0	5 000,6	19,0%
Nombre de créations (en milliers)	121,7	815,3	14,9%
Nombre de créations hors micro-entrepreneurs (en milliers)	80,5	428,9	18,8%
Taux de création (en %)	12,8%	16,3%	///
Taux de création hors micro-entrepreneurs (en %)	8,5%	8,6%	///
Nombre de défaillances hors artisanat commercial (en milliers)	11,1	51,2	21,7%

(*) Ensemble des activités marchandes hors agriculture

Sources : Sirene, Banque de France

Les données présentées dans tout le rapport concernent les sociétés et entreprises individuelles des secteurs du commerce, et non les entreprises au sens de la loi de modernisation de l'économie. 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, 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
<i>dont centrales d'achats</i>	4612A, 4617A, 4619A
Commerce de gros et intermédiaires	Division 46

COMMERCE DE DÉTAIL ET ARTISANAT COMMERCIAL

Secteur dans les publications sur le commerce	Activité principale exercée (APE) : code(s) NAF
ENSEMBLE DU COMMERCE EN MAGASIN	1071B, 1071C, 1071D, 1013B, et groupes 47.1 à 47.7
ENSEMBLE du commerce alimentaire en magasin	1071B, 1071C, 1071D, 1013B, et groupe 47.2
Alimentation spécialisée et artisanat commercial¹	
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	4719A, 4719B
Grands magasins et autres magasins non alimentaires non spécialisés	Groupes 47.3, 47.4, 47.5, 47.6, et 47.7
Magasins non alimentaires spécialisés	
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	Groupe 47.7
<i>Habillement-chaussures</i>	4771Z, 4772A
<i>Autres équip. de la personne</i>	4772B, 4775Z, 4777Z, 4778A
<i>Pharmacies, articles médicaux et orthopédiques</i>	4773Z, 4774Z
<i>Autres magasins spécialisés</i>	4776Z, 4778B, 4778C, 4779Z
ENSEMBLE DU COMMERCE HORS MAGASIN	Groupes 47.8 et 47.9
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>	1013B, 1071B, 1071C, 1071D
<i>dont : commerce de détail hors pharmacies (incl act artisanales)</i>	1013B, 1071B, 1071C, 1071D, et division 47 hors 4773Z, 4774Z

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 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

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 2019

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)	67,0	178,6	12,5	223,6	45,6	527,2	40,9	34,5	602,7	72,2	530,5
<i>Produits alimentaires (4)</i>	63,9	126,4	0,6	8,5	15,6	215,1	0,0	7,0	222,1	14,4	207,6
<i>Produits non alimentaires</i>	2,2	32,5	11,7	195,9	29,5	271,8	0,8	23,1	295,7	45,2	250,5
<i>Produits liés à l'automobile (5)</i>	1,0	19,7	0,1	19,2	0,4	40,3	40,0	4,5	84,9	12,5	72,4
Vente et réparation automobile (6)	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,1	93,9	3,3	97,2	38,3	58,9
Total des ventes au détail et des ventes et réparation automobile en forme de vente (7)	67,0	178,6	12,5	223,6	45,6	527,3	134,8	37,8	699,9	110,5	589,4
Valorisation des commissions en ventes - ventes des activités secondaires (restauration, réparation hors automobile, commerce de gros ...) (8)	-1,9	-52,2	-2,2	-36,2	1,5	-91,0	-118,2				
Chiffre d'affaires en secteur d'entreprise (9)	68,9	230,8	14,7	259,8	44,1	618,3	252,9				

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) Y compris tabac et allumettes

(5) Y compris vente et réparation de motocycles, carburants

(6) Y compris caravanes et remorques

(7) Ventes au détail et vente et réparation auto = (8) + (9)

(8) 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)

(9) 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 527,3 milliards d'euros (7). Elles sont obtenues à partir du **chiffre d'affaires total du commerce de détail et de l'artisanat** (colonne f, ligne (9)), 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 134,8 milliards des *ventes et réparations du secteur du commerce et réparation automobile* et les 37,8 milliards de *ventes au détail des autres secteurs* sont ajoutés aux 527,3 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 (699,9 milliards).

c) L'ensemble de la **consommation commercialisable**, de 589,4 milliards (colonne k, ligne (7)), s'obtient en retranchant à la totalité des 699,9 milliards d'euros de *ventes au détail réalisées par l'ensemble des secteurs de l'économie*, 110,5 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.

ANNEXE – MÉTHODE : LES INVESTISSEMENTS DIRECTS À L'ÉTRANGER

Les statistiques d'investissements directs étrangers, produites par la Banque de France, sont établies conformément à la méthodologie dite « du principe directionnel étendu », recommandée par le 6^{ème} manuel de balance des paiements du FMI (2008). Celle-ci constitue la norme officielle dans l'Union européenne. Pour des raisons d'homogénéité des séries statistiques, les données géographiques et sectorielles historiques ont été retraitées selon la même méthodologie. Par ailleurs, ces séries sont établies en « valeur mixte » : les investissements en capitaux propres dans des sociétés cotées sur les marchés financiers sont comptabilisés en valeur de marché, tandis que les investissements dans des sociétés non cotées sont mesurés en valeur comptable.

Le principe directionnel étendu présente les opérations et positions d'investissements directs en fonction du centre de décision économique : les prêts entre sociétés appartenant à un même groupe international ne sont pas classés en fonction du sens du prêt, mais d'après la résidence de la tête de groupe. Ainsi, le prêt d'une filiale à sa maison mère ou l'investissement en capital d'une filiale dans sa maison mère (représentant moins de 10 % du capital), considérés comme ayant été décidés par la maison mère, sont qualifiés d'investissements à rebours et sont reclassés en désinvestissements de la mère dans la fille. Par extension, le traitement principe directionnel est également appliqué aux relations entre sociétés « sœurs », c'est-à-dire appartenant au même groupe international mais sans lien direct en capital entre elles. Lorsqu'une société résidant en France détient une créance sur une société sœur non résidente, si la tête de groupe est également résidente, la créance est considérée comme un investissement à l'étranger ; si la tête de groupe est non résidente, la créance est reclassée comme un désinvestissement étranger en France.

L'objectif de ce reclassement est de neutraliser les flux et les stocks d'investissements directs entrants et sortants liés au développement par les multinationales de réseaux internationaux de filiales susceptibles de porter des créances et des engagements intra-groupes. Ainsi, certaines filiales résidentes d'un groupe français peuvent dégager des excédents de trésorerie alors que d'autres ont des besoins de trésorerie. Avec la méthodologie du principe directionnel étendu, la position nette, positive ou négative, vis-à-vis du centre de trésorerie non résident figure uniquement dans les investissements français à l'étranger, ce qui a pour effet de réduire du même montant les investissements entrants et sortants. Cette règle de classement peut conduire à des stocks négatifs, correspondant notamment au cas de groupes puisant davantage de fonds dans la trésorerie de leurs filiales étrangères que ce qu'ils y ont investi.

La méthodologie de la balance des paiements peut être consultée à l'adresse ci-dessous :

<https://www.banque-france.fr/statistiques/balance-des-paiements-et-statistiques-bancaires-internationales/la-balance-des-paiements-et-la-position-exterieure>

Des séries statistiques depuis 2000 par pays et secteur d'activité sont également disponibles à l'adresse suivante :

<https://www.banque-france.fr/statistiques/balance-des-paiements-et-statistiques-bancaires-internationales/les-investissements-directs/investissements-directs-series>