

La situation du commerce en 2020 ***Tendances 2021*** **(éd. juillet)**

**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

E2021/01

**La situation du commerce en 2020
Tendances 2021
(Édition juillet)**

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

Division Commerce

Juillet 2021

*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 1^{er} juillet 2021.

Nadège PRADINES, Bertrand FROC, Pascal LEVY, Philippe POTTIER, Arnaud ROUSSET, Clément COHEN et Arthur CAZAUBIEL à la division « commerce » de l'Insee 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 :
 - Thèmes :
 - Secteurs d'activité : Commerce
 - Collections :
 - Documents de travail : [La situation du commerce](#)

Pour en savoir plus

- Amoureux V., Héam J.-C., Laurent T., « Les comptes de la Nation en 2020 : Baisse historique du PIB, mais résilience du pouvoir d'achat des ménages », Insee Première n° 1860, mai 2021. <https://www.insee.fr/fr/statistiques/5387891>
- Bédué M., Cohen C., « Le commerce de proximité : des pôles plus florissants en périphérie qu'en centre-ville », Insee Première n° 1858, mai 2021. <https://www.insee.fr/fr/statistiques/5386414>
- Laïb N., « Les réseaux d'enseigne dégagent près de 60 % du chiffre d'affaires dans le commerce des biens d'équipement », Insee Première n° 1843, mars 2021. <https://www.insee.fr/fr/statistiques/5233816>
- Notes et points de conjoncture Insee. <https://www.insee.fr/fr/statistiques?collection=119>

La situation du commerce en 2020 et début 2021

Résumé :

En 2020, en France, les ventes plongent dans le commerce non alimentaire en magasin, et le commerce et la réparation d'automobiles sous l'effet de la crise sanitaire liée à la Covid-19. Ces secteurs ont été particulièrement touchés par les fermetures administratives, les confinements et les couvre-feux. Dans le commerce de gros, les ventes se replient dans quasiment tous les secteurs. À l'inverse, les ventes du commerce alimentaire en magasin rebondissent. L'activité accélère dans le commerce hors magasin, avec le développement de la vente en ligne.

En 2020, l'emploi salarié du commerce fléchit de 1,0 %, mais il résiste mieux que dans le tertiaire marchand hors intérim (- 2,4 %).

Au premier trimestre 2021, le volume des ventes dépasserait son niveau du premier trimestre 2019 dans tous les secteurs commerciaux.

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 and early 2021

Abstract:

In France in 2020, sales plummet in non-food retail and automotive trade and repair as a result of the Covid-19 health crisis. These sectors have been particularly affected by administrative closures, lockdowns and curfews. In wholesale trade, sales fall in almost all sectors. In contrast, sales in the food retail trade rebound. Activity is accelerating in the non-store trade, with the development of online sales.

In 2020, wage employment in the retail sector fall by 1.0 %, but is more resilient than in the market services sector excluding temporary work (- 2.4 %).

In the first quarter of 2021, the volume of sales is expected to exceed the level of the first quarter of 2019 in all trade sectors.

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 2021

LE COMMERCE

RAPPORT SUR LES COMPTES

SOMMAIRE

CHAPITRE I : RÉSUMÉ 2020 ET POINT SUR DÉBUT 2021	11
1 - Début 2021, l'activité s'améliore dans le commerce, après avoir plongé en 2020.....	11
2 - Les commerçants ont modérément recouru aux mesures publiques de soutien de l'activité	14
3 - Au premier trimestre 2021, l'activité dépasserait le niveau du premier trimestre 2019	15
4 - Fin 2020, l'emploi salarié commercial revient à son niveau de début 2019	16
5 - Les comportements d'achat des consommateurs en 2021 diffèrent fortement de ceux de 2020	17
CHAPITRE II : LE COMMERCE DE GROS	24
1 - Produits agricoles bruts : des ventes peu affectées par le contexte sanitaire	25
2 - Produits alimentaires : déclin des ventes, même si les prix soutiennent les ventes en valeur	25
3 - Biens domestiques : baisse des ventes	26
4 - Équipements de l'information et de la communication : les ventes diminuent	27
5 - Autres équipements industriels : les ventes régressent	28
6 - Commerce de gros spécialisé : les ventes plus touchées en valeur qu'en volume	28
7 - Intermédiaires : le repli du prix du pétrole freine les ventes en valeur	29
CHAPITRE III : LE COMMERCE DE DÉTAIL	31
1 - Evolution contrastée de l'activité du petit commerce alimentaire sur fond de crise sanitaire	32
2 - Rebond des ventes pour les grandes surfaces alimentaires (GSA)	33
3 - L'implantation des grandes surfaces alimentaires	33
4 - Effondrement de l'activité pour les grands magasins	36
5 - Fort repli du commerce non alimentaire spécialisé	37
6 - Forte hausse de la vente à distance	39
7 - Les parts de marché par forme de ventes	41
8 - Le grand commerce non alimentaire plus touché en 2020 par la crise sanitaire que l'ensemble du commerce non alimentaire	45
9 - L'implantation des grandes surfaces non alimentaires	49
CHAPITRE IV : LE COMMERCE ET LA RÉPARATION D'AUTOMOBILES ET DE MOTOCYCLES	54
1 - Fort recul pour le commerce de véhicules automobiles	54
2 - Repli des ventes dans l'entretien-réparation et dans l'équipement automobile de détail	55
3 - Résistance de l'activité des ventes de motocycles	56
CHAPITRE V : DÉMOGRAPHIE D'ENTREPRISES	57
1 - Les micro-entrepreneurs continuent à tirer les créations d'entreprises commerciales à la hausse	58
2 - Nouveau recul des défaillances en 2019 grâce au commerce de détail	61
CHAPITRE VI : EMPLOI	63
1 - L'emploi salarié commercial revient à son niveau de début 2019	63
2 - L'emploi intérimaire se redresse après la chute de début 2020	66
3 - En 2018, le recul de l'emploi non-salarié commercial ralentit grâce aux micro-entrepreneurs	67
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	71
ANNEXE : ÉVOLUTION DES INTERDICTIONS D'ACCUEIL DU PUBLIC DANS LES COMMERCES DE DÉTAIL EN 2020-2021	73
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 2020	77

CHAPITRE I : RÉSUMÉ 2020 ET POINT SUR DÉBUT 2021	11
Graphique 1 : Ventes du commerce, évolutions en 2019 et 2020 (en %)	11
Graphique 2 : Ventes du commerce de gros, contributions à l'évolution en volume (en points)	12
Graphique 3 : Ventes du commerce de détail, contributions à l'évolution en volume (en points)	13
Graphique 4 : Ventes du commerce et de la réparation d'automobiles, contributions à l'évolution en volume (en points)	13
Graphique 5 : Recours aux mesures d'aides pendant le premier confinement de 2020	14
Graphique 6 : Répartition sectorielle des salariés en activité partielle	15
Graphique 7 : Glissement annuel du volume des ventes dans le commerce au premier trimestre 2021	15
Graphique 8 : Évolution trimestrielle des effectifs salariés dans le commerce (en %, base 100 en 1995)	16
Graphique 9 : Évolution des transactions bancaires CB pendant les périodes de fermeture des commerces non essentiels (en %)	17
Graphique 10 : Evolution des transactions bancaires CB à la réouverture des commerces	18
Graphique 11 : Évolutions des transactions par carte bancaire CB dans l'alimentaire	19
Graphique 12 : Évolutions des transactions par carte bancaire CB dans les pharmacies	19
Graphique 13 : Évolutions des transactions par carte bancaire CB dans les quincailleries	20
Graphique 14 : Évolutions des transactions par carte bancaire CB dans les stations-services	21
Graphique 15 : Évolutions des transactions par carte bancaire CB dans l'habillement	22
Graphique 16 : Évolutions des transactions par carte bancaire CB dans les articles de sport	22
Graphique 17 : Proportion des dépenses par cartes bancaires CB sur internet	23
CHAPITRE II : LE COMMERCE DE GROS	24
Tableau 1 : Ventes de marchandises du commerce de gros H.T.	24
Encadré 1 : Évaluation et révisions des ventes de marchandises des secteurs du commerce de gros	30
CHAPITRE III : LE COMMERCE DE DÉTAIL	31
Tableau 1 : Ventes du commerce de détail et de l'artisanat à caractère commercial T.T.C.	31
Graphique 1 : Répartition des grandes surfaces alimentaires au 1er janvier 2020 (en %)	34
Encadré 1 : Méthodologie sur l'estimation du nombre de grandes surfaces alimentaires	34
Tableau 2 : Nombre de grandes surfaces alimentaires par région au 1er janvier 2020	35
Graphique 2 : Densité de grandes surfaces alimentaires (GSA) au 1 ^{er} janvier 2020	36
Encadré 2 : Le recours aux places de marché dans la vente en ligne	40
Graphique 3 : Taux de commission versés aux places de marché selon le secteur en 2019 (en %)	40
Graphique 4 : Part de marché de l'ensemble des produits commercialisables hors véhicules automobiles par forme de vente (en %)	41
Graphique 5 : Part de marché des produits alimentaires par forme de vente (en %)	42
Graphique 6 : Part de marché des produits non alimentaires par forme de vente (en %)	43
Encadré 3 : Évaluation et révisions des ventes au détail	44
Encadré 4 : Définition du grand commerce non alimentaire	45
Tableau 3 : Chiffre d'affaires hors taxes du grand commerce non alimentaire et de l'ensemble du commerce non alimentaire spécialisé	45
Graphique 7 : Part du chiffre d'affaires H.T du « grand commerce » dans l'ensemble du commerce non alimentaire, par secteur, en 2015 et 2020 (en %)	46
Graphique 8 : Répartition des grandes surfaces non alimentaires au 1er janvier 2020	50
Encadré 5 : Méthodologie sur l'estimation du nombre de grandes surfaces non alimentaires	50
Tableau 4 : Nombre de grandes surfaces non alimentaires par région au 1er janvier 2020	51
CHAPITRE IV : LE COMMERCE ET LA RÉPARATION D'AUTOMOBILES ET DE MOTOCYCLES	54
Tableau 1 : Ventes du commerce et de la réparation de véhicules automobiles et de motocycles T.T.C.	54
Encadré 1 : Évaluation et révisions des ventes au détail du commerce et réparation automobile	56
CHAPITRE V : DÉMOGRAPHIE D'ENTREPRISES	57
Graphique 1 : Créations d'entreprises de 2000 à 2020 (base 100 en 2000)	58
Tableau 1 : Créations d'entreprises y compris micro-entrepreneurs, évolution (en %) et nombre	59
Tableau 2 : Immatriculations de micro-entreprises, évolution (en %) et nombre	59
Tableau 3 : Créations d'entreprises hors micro-entrepreneurs, évolution (en %) et nombre	60
Tableau 4 : Créations d'entreprises hors micro-entrepreneurs en 2020 par forme juridique, nombre et évolution (en %)	60
Graphique 2 : Variations du nombre de créations d'entreprises selon la catégorie juridique entre 2019 et 2020	61
Encadré 1 : Définition des défaillances	61
Graphique 3 : Défaillances d'entreprises de 2007 à 2020 (base 100 en 2007)	62
CHAPITRE VI : EMPLOI	63
Graphique 1 : Effectif salarié trimestriel dans les secteurs du commerce (base 100 au 1er trimestre 1994)	64
Tableau 1 : Effectifs salariés hors intérim en fin de période (en milliers) et part (en %)	65
Tableau 2 : Effectifs salariés hors intérim, variation en glissement annuel en fin de période (en % et milliers)	66
Tableau 3 : Nombre d'intérimaires en fin de période (en milliers) et part (en %)	66

Tableau 4 : Nombre d'intérimaires, variation en glissement annuel en fin de période (en % et milliers).....	67
Graphique 2 : Effectif intérimaire trimestriel (base 100 au 1er trimestre 2003)	67
Tableau 5 : Effectifs non-salariés au 31/12 (en milliers) et évolution (en %).....	68
Tableau 6 : Effectifs non-salariés micro-entrepreneurs actifs au 31/12 (en milliers) et évolution (en %).....	68
Tableau 7 : Part des micro-entrepreneurs actifs au sein des non-salariés (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	71
ANNEXE : ÉVOLUTION DES INTERDICTIONS D'ACCUEIL DU PUBLIC DANS LES COMMERCES DE DÉTAIL EN 2020-2021	73
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 2020	77

Introduction

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

Dans ce rapport, **les résultats définitifs de l'année 2018** sont issus des statistiques structurelles d'entreprises (dispositif Esane). **Les résultats de 2019 et 2020** sont obtenus à partir des indices de chiffres d'affaires calculés par l'Insee et sont calés sur les comptes nationaux parus fin mai 2021.

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 comptes 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 indices de chiffres d'affaires 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.

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

La documentation des méthodes d'élaboration des comptes est accessible en ligne :

<https://www.insee.fr/fr/metadonnees/source/serie/s1048>



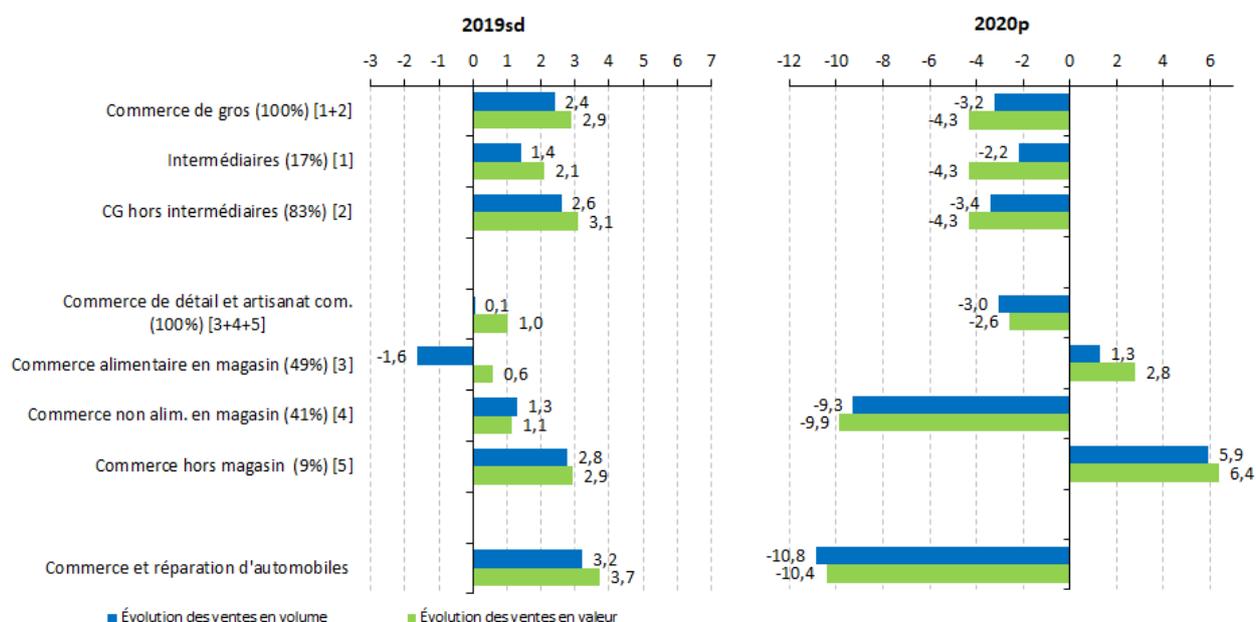
CHAPITRE I : RÉSUMÉ 2020 ET POINT SUR DÉBUT 2021

Avertissement : Contrairement au rapport de décembre, cette partie du rapport de juillet se base sur un chiffrage complet de l'activité dans le commerce. Les volumes de ventes, indicateurs basés sur les déclarations de TVA, publiés mensuellement par l'INSEE, servent toujours à estimer l'évolution du chiffre d'affaires par secteur en 2019 et 2020. Mais ces estimations sont calées sur les données de comptabilité nationale publiées fin mai.

1 - Début 2021, l'activité s'améliore dans le commerce, après avoir plongé en 2020

En 2020, dans un contexte de baisse historique du PIB en France, les dépenses de consommation des ménages reculent nettement en volume (- 7,1 % en euros constants, après + 1,8 % en 2019). L'investissement se replie fortement (- 8,6 % après + 4,0 %), en particulier celui des ménages (- 12,1 %) mais de façon moins prononcée pour les entreprises non financières (- 7,7 %). Les échanges extérieurs ont été très fortement affectés par la crise sanitaire : en volume, les exportations diminuent de 15,8 % et les importations de 11,9 %. Dans ce contexte, les ventes du commerce de détail se retournent (- 3,0 % en volume) mettant fin à une décennie de croissance régulière. Le repli des ventes est d'une ampleur comparable dans le commerce de gros (- 3,2 %). Il est beaucoup plus marqué dans le commerce et la réparation d'automobiles (- 10,8 %).

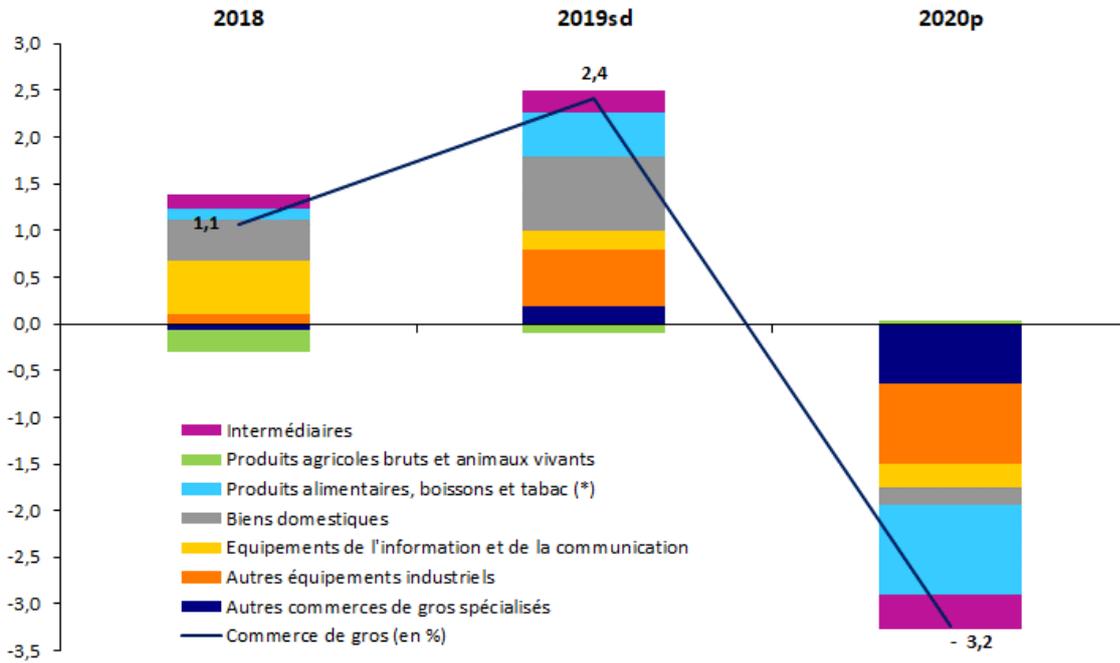
Graphique 1 : Ventes du commerce, évolutions en 2019 et 2020 (en %)



Source : Insee, comptes du commerce – base 2014

Dans le commerce de gros, l'activité a été pénalisée par la crise sanitaire dans tous les secteurs, à l'exception de celui des grossistes de produits agricoles bruts. Les ventes de marchandises en volume diminuent de 3,2 % en 2020, après + 2,4 % sur l'ensemble de l'année 2019. Dans le commerce de produits agricoles bruts, les ventes en gros d'animaux vivants accélèrent (+ 9,0 %), en raison d'une forte demande de viande porcine en Chine, dont la production locale est toujours pénalisée par la peste porcine africaine. À l'inverse, les ventes des grossistes en céréales reculent en 2020 (- 2,6 %) comme en 2019 (- 2,3 %). En 2020, les ventes en volume du commerce de gros de produits alimentaires se dégradent (- 5,5 %). En particulier, les ventes des grossistes en boissons se contractent fortement en volume (- 11,4 %), la fermeture des restaurants et débits de boissons pendant les confinements et le repli des échanges extérieurs ayant réduit leurs débouchés. L'activité des grossistes en biens domestiques se réduit légèrement (- 1,0 %) sous l'effet d'évolutions contrastées : les ventes de produits pharmaceutiques restent dynamiques (+ 4,5 %) tandis que les fermetures des magasins de détail pèsent sur l'activité des grossistes en habillement et chaussures (- 15,6 %). En 2020, les ventes en volume des grossistes en équipements de l'information et de la communication baissent (- 3,9 %). Les ventes d'ordinateurs et équipements périphériques résistent grâce aux besoins liés au télétravail et à l'enseignement à distance, mais ne compensent pas la baisse des ventes de composants et équipements électroniques. L'activité des grossistes en équipements industriels (- 7,2 %) a été marquée par la détérioration de l'activité dans l'industrie.

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



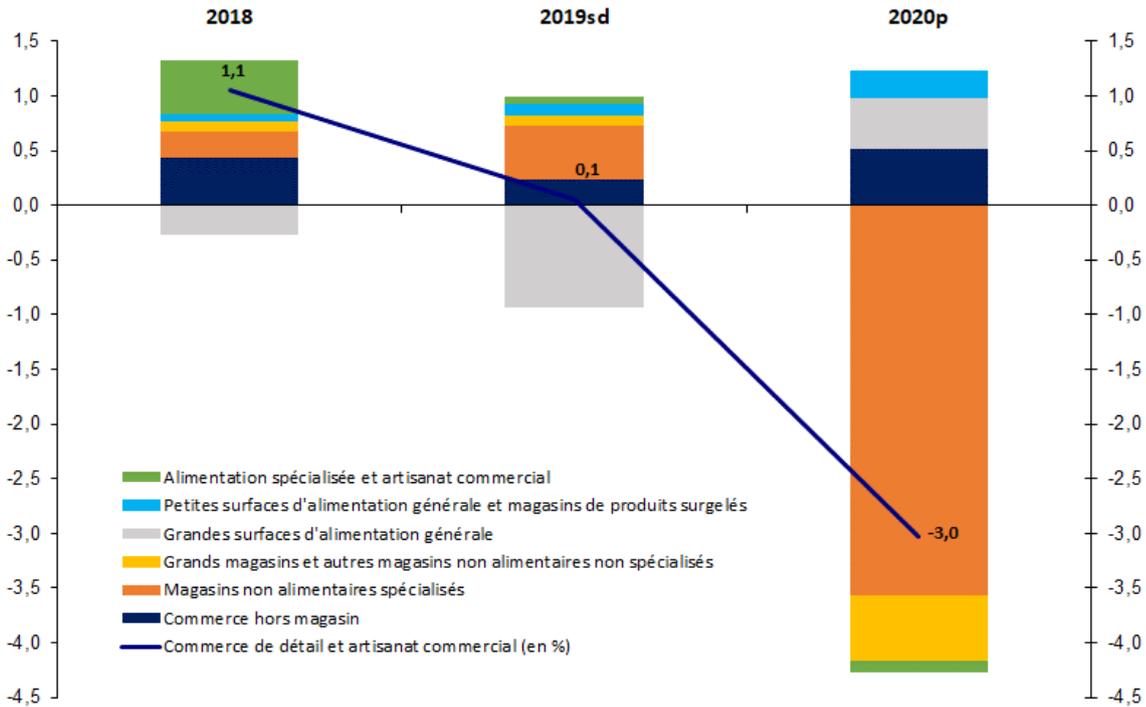
(p) provisoire (sd) semi-définitif

Source : Insee, comptes du commerce.

Dans le commerce de détail, l'activité du commerce non alimentaire en magasin a particulièrement souffert de la crise sanitaire et des mesures prises pour lutter contre la propagation de l'épidémie (confinements successifs, fermeture des magasins non essentiels etc.) : elle se contracte de 9,3 % en 2020. Les ventes des grands magasins s'effondrent (- 37,6 %). Au sein des commerces non alimentaires spécialisés, les situations sont différenciées : les ventes se maintiennent dans l'équipement du foyer (+ 0,9 %) ; elles progressent notamment dans l'électroménager (+ 13,4 %) et le bricolage en grande surface (+ 4,6 %) mais refluent pour les meubles (- 9,9 %). L'activité des commerces de pharmacie, articles médicaux et orthopédiques est dynamique (+ 3,6 %). Elle est en revanche en fort repli pour l'habillement-chaussure (- 21,6 %), la culture et les loisirs (- 14,9 %) et la parfumerie (- 13,0 %).

L'activité du commerce et de la réparation automobiles et de motos chute de 10,8 %. Avec l'arrêt de l'activité des concessionnaires automobiles pendant le confinement du printemps 2020, les immatriculations de voitures particulières neuves diminuent d'un quart sur l'ensemble de l'année.

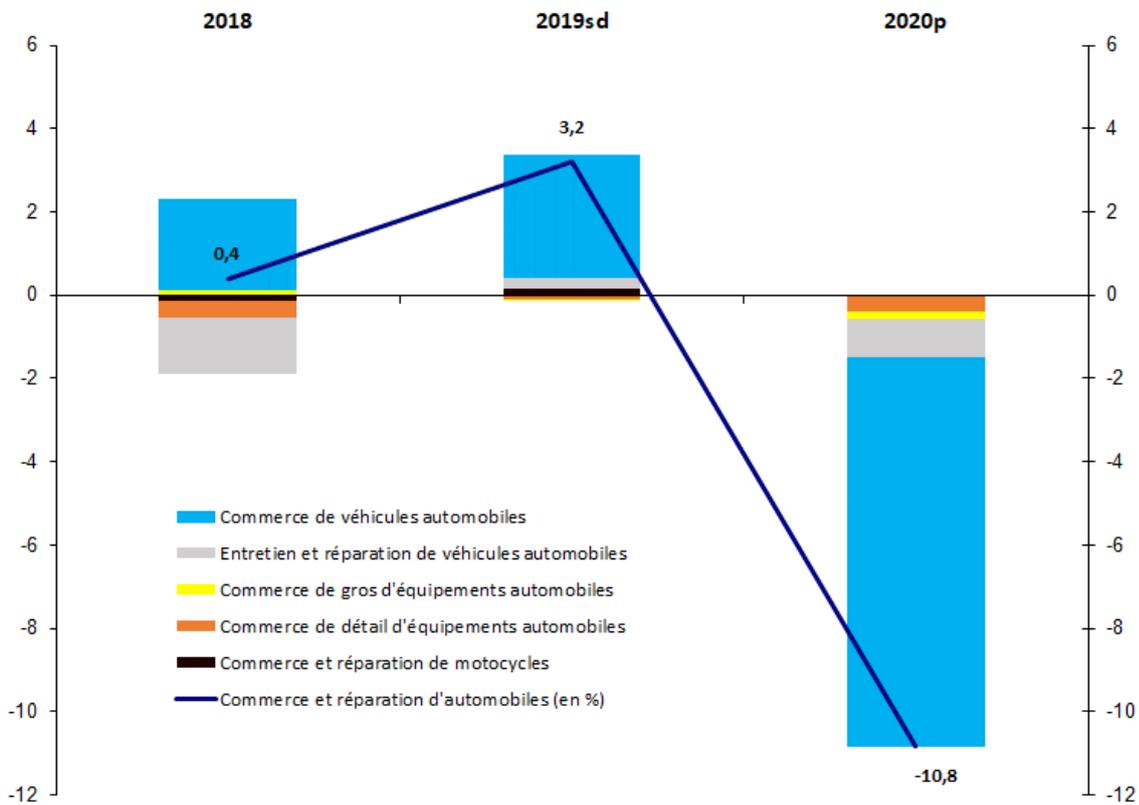
Graphique 3 : Ventes du commerce de détail, contributions à l'évolution en volume (en points)



(p) provisoire (sd) semi-définitif

Source : Insee, comptes du commerce.

Graphique 4 : Ventes du commerce et de la réparation d'automobiles, contributions à l'évolution en volume (en points)



(p) provisoire (sd) semi-définitif

Source : Insee, comptes du commerce.

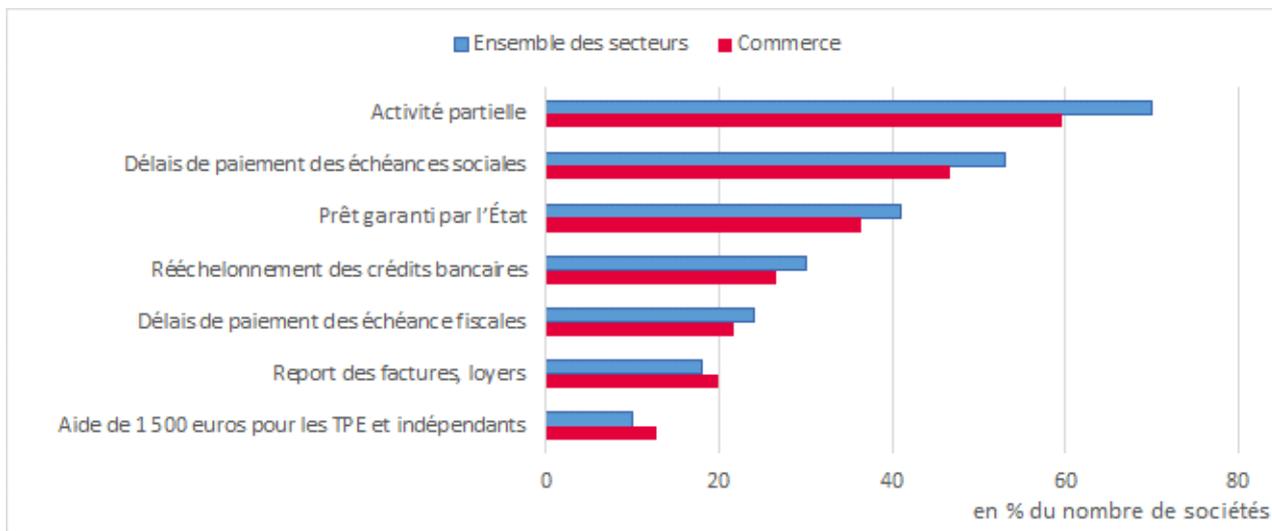
En 2020, les ventes du commerce alimentaire en magasin progressent de 1,3 % après une baisse de 1,6 % en 2019. Les petites surfaces d'alimentation générale et magasins de produits surgelés sont favorisés par leur proximité des consommateurs (+9,0 % de ventes). Dans l'alimentation spécialisée et l'artisanat commercial, les boucheries-charcuteries (+5,2 %) et les primeurs (+8,9 %) ont bénéficié de la confection des repas à domicile, tandis que les boulangeries-pâtisseries (-5,4 %) et les cavistes (-3,0 %) ont pâti de la chute de la restauration hors domicile et des occasions festives, et de l'engouement pour le « fait-maison ». Les ventes des grandes surfaces d'alimentation générale (hors carburants) se redressent (+1,4 % après -2,7 % en 2019). Elles rebondissent dans les supermarchés (+4,6 % après -1,0 %) mais continuent de baisser dans les hypermarchés (-1,2 % après -4,0 %). En effet, selon l'enquête mensuelle sur l'activité des grandes surfaces alimentaires (Emagsa), les ventes de produits alimentaires dans les hypermarchés ont nettement moins progressé que dans les supermarchés, notamment durant le premier confinement. Les ventes de produits non alimentaires ont pour leur part subi une chute beaucoup plus marquée en novembre, avec la fermeture des rayons de produits considérés comme non essentiels.

Le commerce hors magasin augmente fortement (+5,9 % après +2,8 %). Selon la fédération du e-commerce et de la vente à distance (Fevad), les ventes en ligne des enseignes magasins se sont développées en 2020, avec une accélération des livraisons à domicile, du click & collect et du drive pendant les deux confinements. Les ventes à distance des commerçants qui vendent essentiellement sur Internet accélèrent (+7,5 % après +3,0 %).

2 - Les commerçants ont modérément recouru aux mesures publiques de soutien de l'activité

Pendant le premier confinement, 60 % des sociétés commerciales de 10 salariés ou plus (5 ou plus dans le commerce de détail) ont déclaré avoir utilisé le dispositif d'activité partielle, mais également les délais de paiement des échéances sociales (47 %) et les prêts garantis par l'État (36 %). Ces taux de recours sont moins élevés que ceux de l'ensemble des sociétés.

Graphique 5 : Recours aux mesures d'aides pendant le premier confinement de 2020



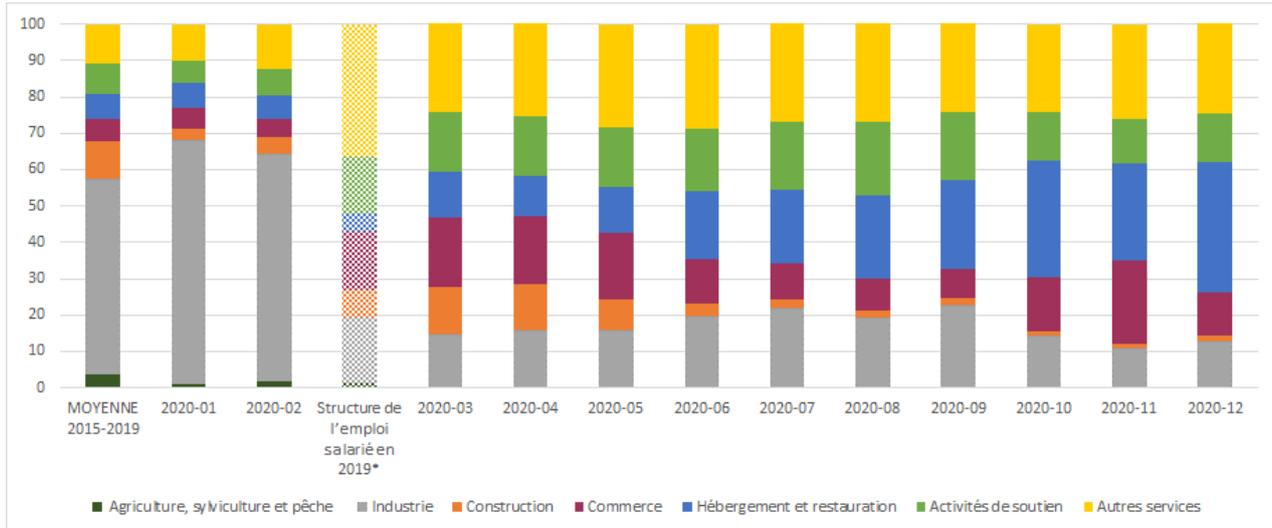
Lecture : pendant le premier confinement de 2020, 70 % des sociétés ont eu recours au dispositif de chômage partiel.

Champ : sociétés de 10 salariés ou plus, sauf pour le commerce de détail (sociétés de 5 salariés ou plus).

Source : Insee, enquête Impact de la crise sanitaire sur l'organisation et l'activité des sociétés 2020.

Selon la Dares, en mars 2020, au début du premier confinement, le commerce représentait 19 % des salariés effectivement placés en activité partielle, une proportion supérieure à son poids dans l'emploi salarié privé en 2019 (16 %). Le recours à ce dispositif est cependant moins marqué que dans l'hébergement-restauration (qui représentait 13 % des salariés en activité partielle contre 5 % de l'emploi salarié).

Graphique 6 : Répartition sectorielle des salariés en activité partielle

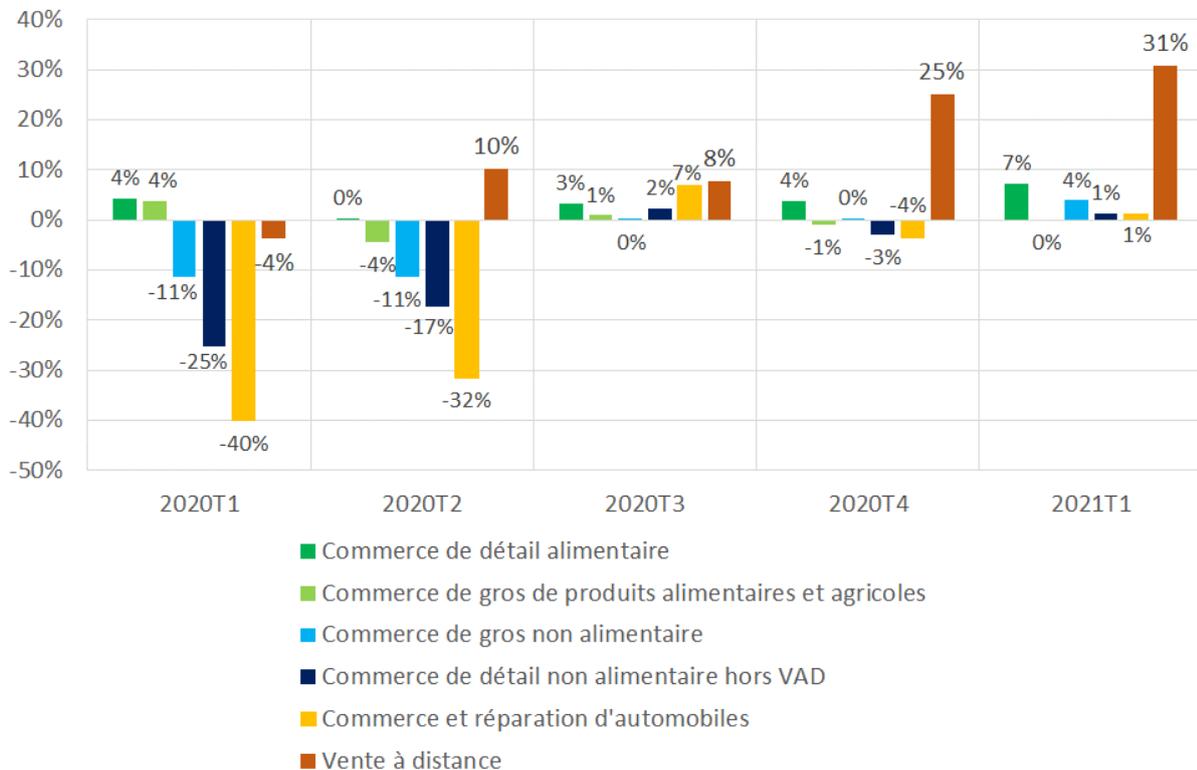


Source : Dares, calculs comptes du commerce

3 - Au premier trimestre 2021, l'activité dépasserait le niveau du premier trimestre 2019

Au premier trimestre 2021, le volume des ventes dépasserait son niveau du premier trimestre 2019 dans tous les secteurs commerciaux, en particulier dans le commerce de gros non alimentaire (+ 4 %) et dans le commerce de détail alimentaire (+ 7 %). Les ventes à distance des commerçants qui vendent essentiellement sur Internet culmineraient à 31 % au-dessus de leur niveau du premier trimestre 2019.

Graphique 7 : Glissement annuel du volume des ventes dans le commerce au premier trimestre 2021



Source : volumes des ventes dans le commerce issus des déclarations mensuelles de TVA, données brutes, Insee, calculs comptes du commerce

Selon les enquêtes de conjoncture, en mai 2021, le climat des affaires rebondit fortement dans le commerce de détail et dans le commerce et la réparation automobiles par rapport à avril, avec l'allègement programmé des restrictions

sanitaires et notamment la réouverture des commerces non essentiels le 19 mai. Le solde d'opinion des chefs d'entreprise sur les perspectives d'activité repasse, pour la première fois depuis février 2020, au-dessus de sa moyenne de longue période. Dans le commerce de gros, les soldes d'opinion des chefs d'entreprise sur les perspectives d'activité, sur les intentions de commandes et sur les commandes à livrer à l'étranger s'améliorent fortement entre mars et mai 2021. Ils atteignent leur niveau le plus élevé depuis début 2018, bien au-dessus de leur moyenne de longue période.

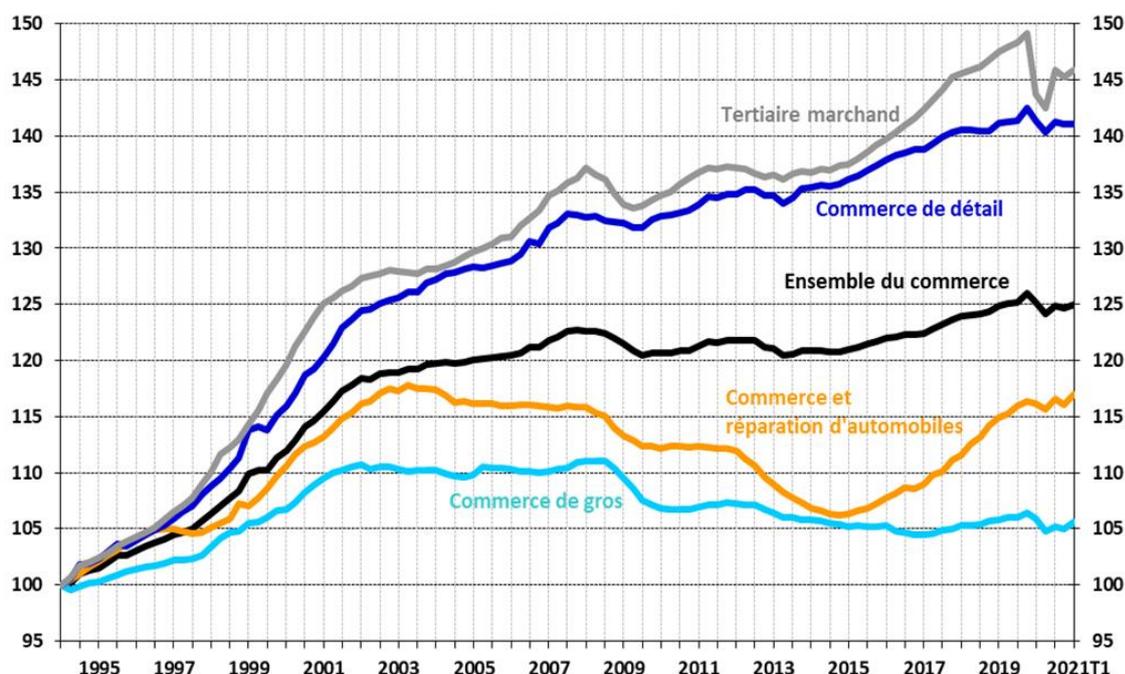
4 - Fin 2020, l'emploi salarié commercial revient à son niveau de début 2019

En 2020, l'emploi salarié du commerce fléchit de 1,0 % avec la crise sanitaire ; le secteur perd 32 200 emplois salariés sur l'année après en avoir gagné 40 800 en 2019. En fin d'année, l'emploi salarié du commerce revient à un niveau proche de celui de la fin du premier trimestre 2019. L'emploi salarié commercial résiste mieux que celui du tertiaire marchand (hors intérim ; - 2,4 % en 2020). L'emploi salarié du commerce de détail se replie de 1,0 % en 2020. Il progresse dans le commerce alimentaire (+ 1,4 %) et la vente à distance (+ 11,8 %) mais chute dans le commerce non alimentaire en magasin (- 3,5 %). Les effectifs salariés du commerce de gros reculent de 1,3 % en 2020 : l'emploi y recule dans tous les secteurs, en particulier dans le commerce de gros de produits alimentaires, boissons et tabac (- 3,1 %). L'emploi salarié dans le commerce et la réparation d'automobiles cesse de croître (- 0,3 %), mais résiste mieux que les autres secteurs commerciaux grâce à la progression des effectifs dans l'entretien et la réparation.

Après une année 2020 en dents de scie au rythme des mesures successives de confinements et de réouvertures, le premier trimestre 2021 est marqué par une inflexion à la hausse des effectifs salariés du commerce (+ 0,3 %) comme du tertiaire marchand (+ 0,4 %), en relation avec un relâchement provisoire de la contrainte sanitaire. L'emploi salarié progresse nettement dans le commerce et la réparation d'automobiles (+ 0,8 %) et le commerce de gros (+ 0,6 %) mais fléchit légèrement dans le commerce de détail (- 0,1 %).

Après une chute d'un tiers au premier trimestre 2020, l'emploi intérimaire commercial se redresse lors des deux trimestres suivants et limite sa baisse à - 6,4 % fin 2020. Si le recours à l'intérim recule en 2020 dans le commerce et la réparation d'automobiles et le commerce de gros, il progresse, en revanche, dans le commerce de détail. Au premier trimestre 2021, l'emploi intérimaire du commerce poursuit son redressement (+ 2,1 %).

Graphique 8 : Évolution trimestrielle des effectifs salariés dans le commerce (en %, base 100 en 1995)



Lecture : pour 100 salariés du commerce à la fin du premier trimestre 1995, on en compte 125 au premier trimestre 2021.

Source : Insee, estimations d'emploi.

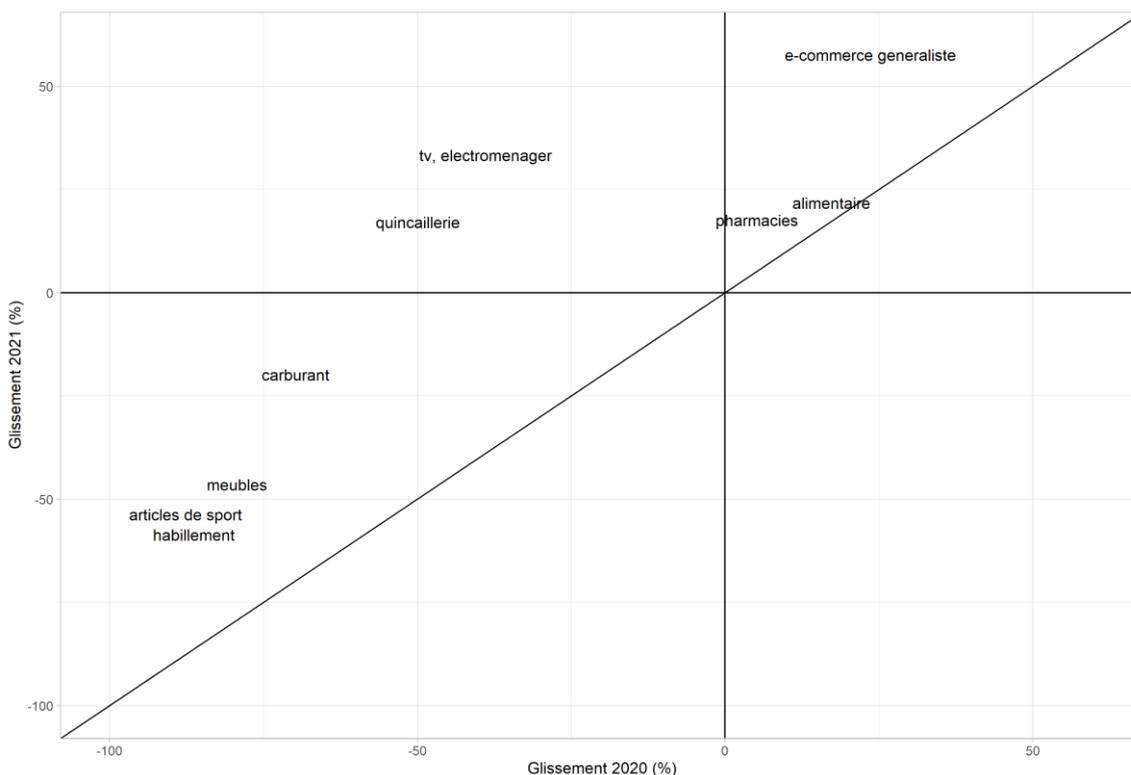
5 - Les comportements d'achat des consommateurs en 2021 diffèrent fortement de ceux de 2020

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 limites. D'une part, seules les transactions des résidents en France sont comptabilisées. 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 CB tend à surévaluer l'évolution des montants de transactions CB de 2020-2021 par rapport à 2019. Enfin, les nomenclatures d'activité utilisées par les organisations monétaires internationales ne sont que peu compatibles avec la nomenclature d'activité française (NAF) sur laquelle s'appuie le système statistique public.

Les fermetures des commerces non essentiels de 2020 et 2021 ont eu des conséquences très différenciées selon les secteurs d'activité. Les évolutions de transactions par carte bancaire CB permettent d'illustrer ces changements de comportement de consommation entre les années et les secteurs.

Le premier confinement de 2020 est marqué par une baisse des transactions CB pour la plupart des secteurs, à l'exception notable de l'alimentaire, des pharmacies, et du e-commerce. Au cours de la période de fermeture des commerces non essentiel en 2021¹, les quincailleries et le secteur de l'électroménager se caractérisent par une activité maintenue à des niveaux élevés. Les autres secteurs sont en recul, mais dans des proportions moindres qu'en 2020.

Graphique 9 : Évolution des transactions par carte bancaire CB pendant les périodes de fermeture des commerces non essentiels (en %)



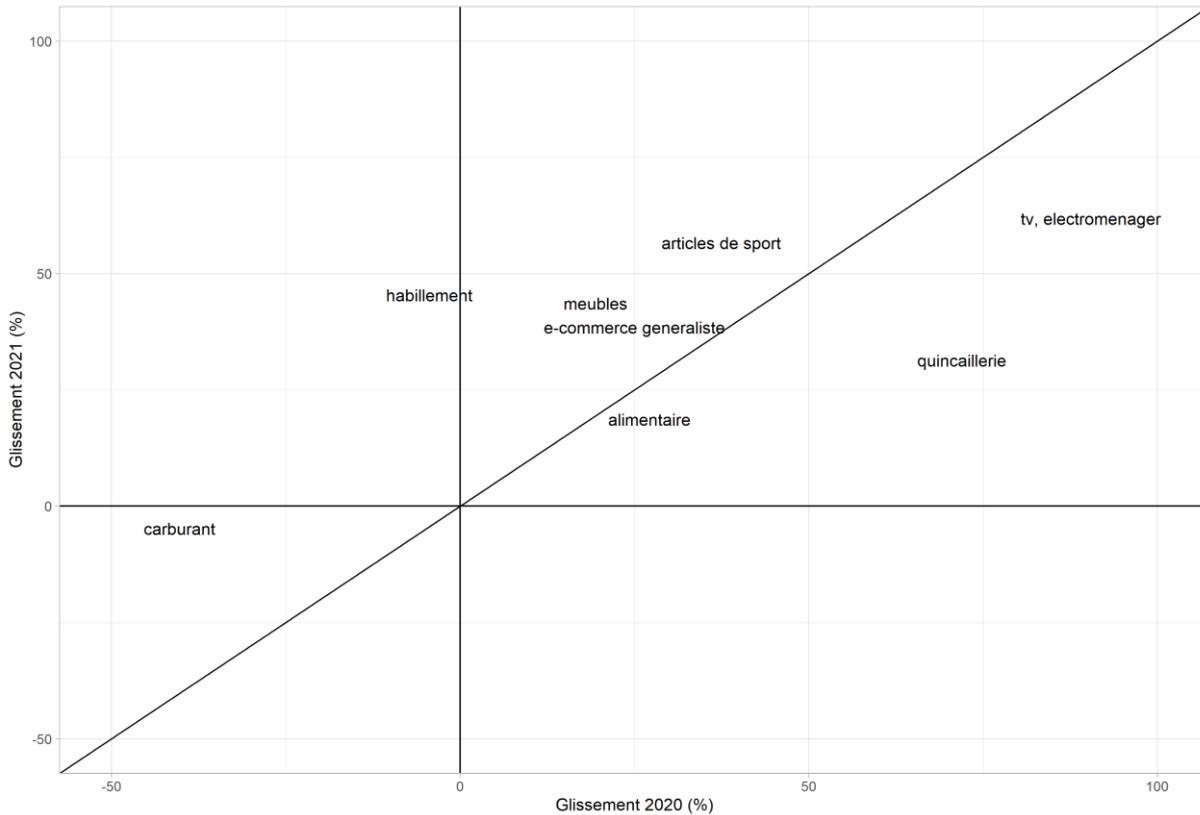
Sources : Cartes Bancaires CB. Calculs Insee.

Lecture : Au cours du premier confinement, les transactions par carte bancaire CB dans l'habillement étaient inférieures de 86 % à 2019. Pendant la fermeture des commerces non-essentiels de 2021, les dépenses étaient en recul de 59 % par rapport à la même année.

¹ Toutes les variations de transactions CB, en 2020 et en 2021 sont calculées par rapport à leur jour équivalent de 2019. Le glissement 2020 est donc annuel et le glissement 2021 biannuel.

La reprise des transactions CB², à la réouverture des commerces, montre également de fortes disparités entre 2020 et 2021. Quasiment tous les secteurs en 2020 et 2021 connaissent une activité très dynamique à la réouverture des commerces, mais certains sous-secteurs comme l’habillement, les meubles ou les articles de sport sont beaucoup plus dynamiques en 2021 qu’en 2020.

Graphique 10 : Evolution des transactions par carte bancaire CB à la réouverture des commerces



Sources : Cartes Bancaires CB. Calculs Insee.

Lecture : Lors de la réouverture des magasins, après le confinement de 2020, les transactions par carte bancaire CB dans l’habillement étaient inférieures de 2 % à 2019. Lors de la réouverture des magasins de 2021, les dépenses étaient en supérieures de 45 % par rapport à la même année.

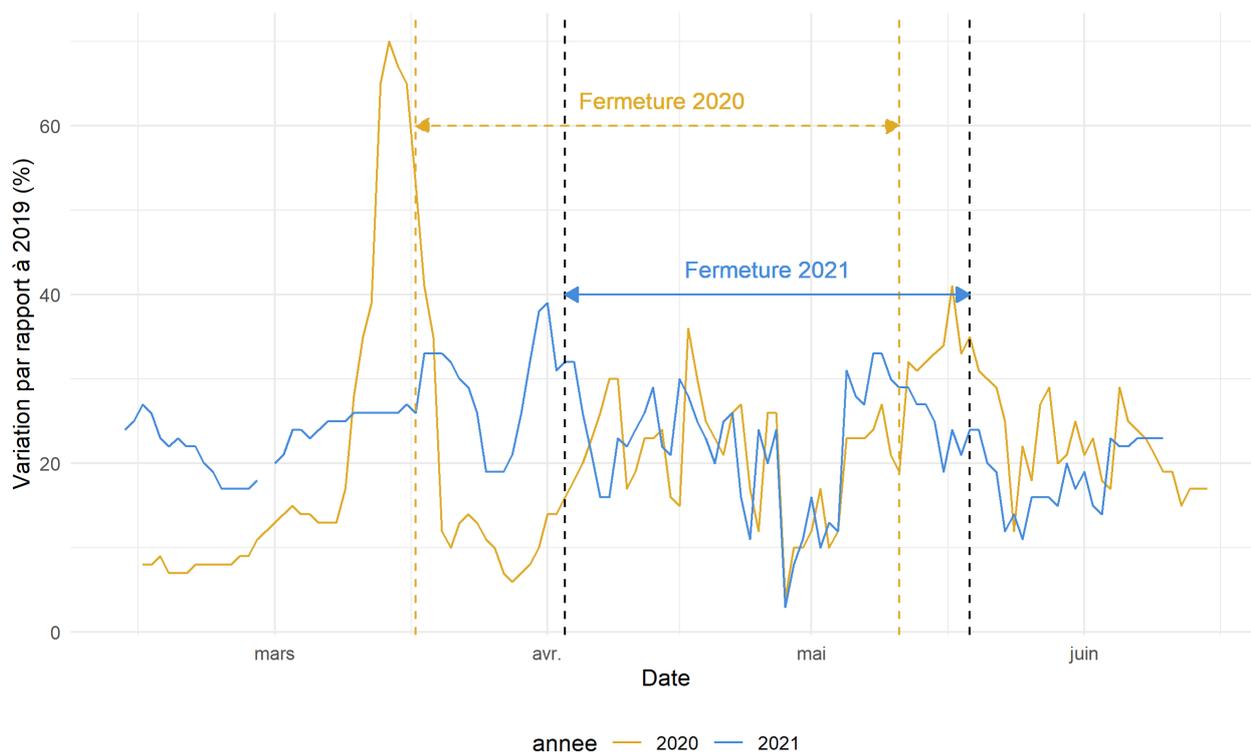
▪ **Alimentaire et pharmacies : des dynamiques conservées**

Les dépenses par cartes bancaires CB dans l’alimentaire, non directement concernées par les fermetures de magasins, ont été très dynamiques en 2020 et en 2021 par rapport à 2019. En 2021, elles se maintiennent à un niveau élevé par rapport à 2019 (+ 20 %) environ. Les comportements de surconsommation face à la crainte d’une pénurie, très présents au premier confinement sont quasiment absents en 2021. Les commerces alimentaires ont su convaincre les consommateurs de la robustesse de leur chaîne d’approvisionnement et les consommateurs étaient possiblement mieux préparés à ce troisième confinement.

Les mêmes constats s’imposent concernant les transactions par carte bancaire CB dans les pharmacies. En 2021, les transactions CB sont de 15 à 20 % plus élevées qu’en 2019, sans connaître un surcroît de consommation, suivi d’une très forte diminution, comme en 2020. La forte volatilité de la série temporelle illustre également un changement de saisonnalité dans les transactions CB intra-hebdomadaires, tout particulièrement en 2020.

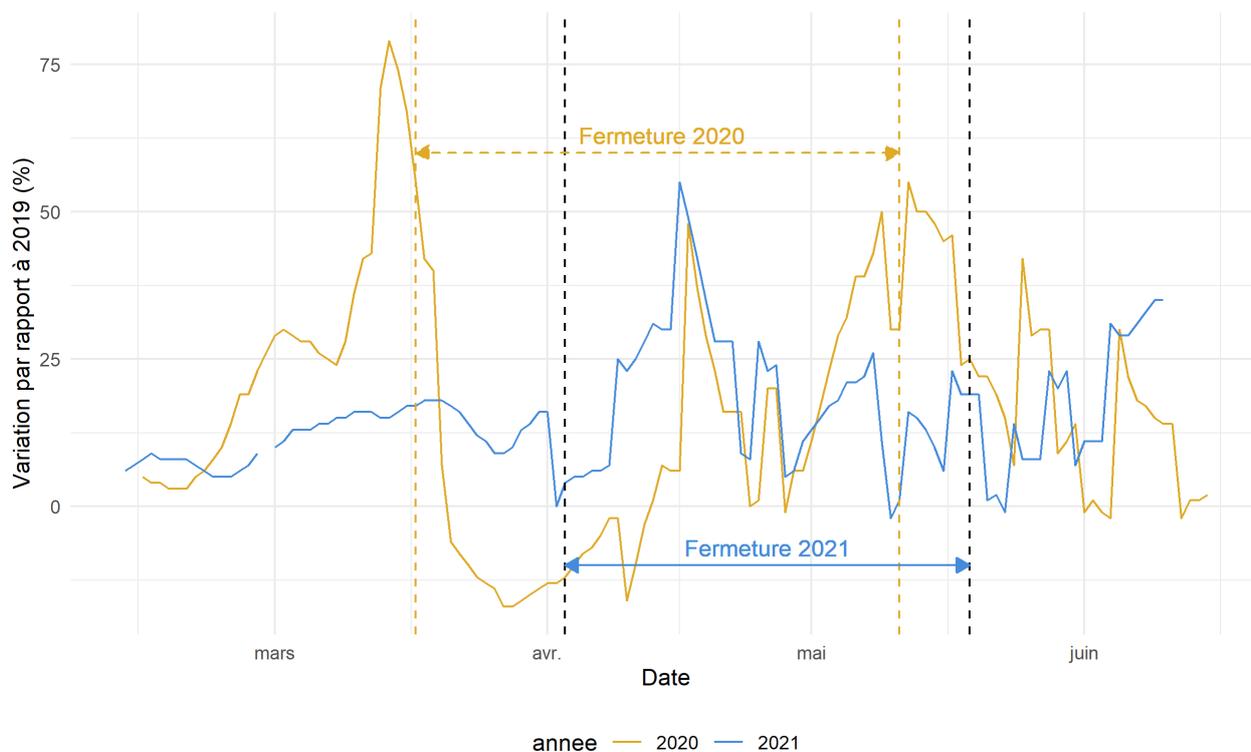
² La reprise des transactions est calculée sur les 25 jours suivants la réouverture des commerces.

Graphique 11 : Évolutions des transactions par carte bancaire CB dans l'alimentaire



Sources : Cartes Bancaires CB. Calculs Insee.

Graphique 12 : Évolutions des transactions par carte bancaire CB dans les pharmacies

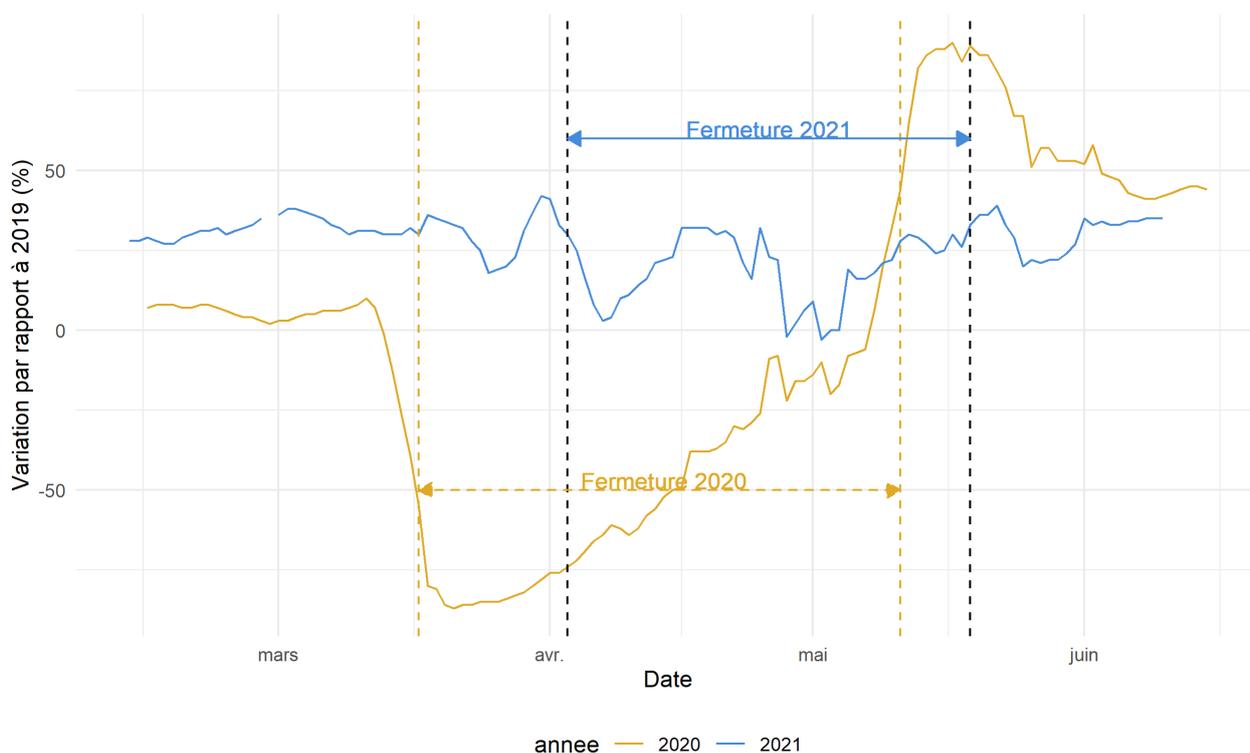


Sources : Cartes Bancaires CB. Calculs Insee.

▪ **Quincailleries et stations-services : une activité maintenue en 2021**

Les quincailleries et les stations-services, non-directement concernés par les fermetures de commerces non-essentiels, présentent un profil très différent en 2020 et 2021. Une partie importante des magasins de bricolage avaient décidé de fermer leurs portes au début du confinement de 2020, avant de rouvrir quelques semaines plus tard. Leur profil de transactions par carte bancaire CB de 2020 était particulièrement marqué, avec un rebond atteignant + 75 % lors de la réouverture. En 2021, les dépenses sont très stables, aux alentours de + 25 % par rapport à 2019.

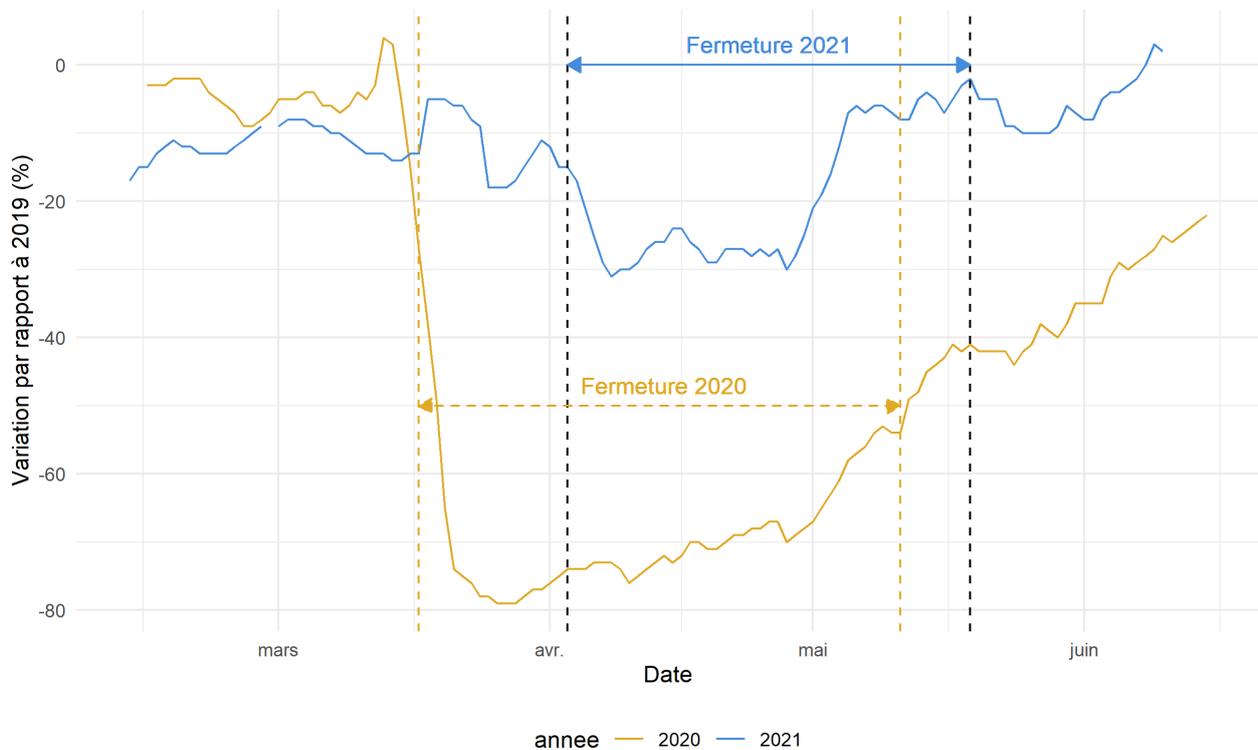
Graphique 13 : Évolutions des transactions par carte bancaire CB dans les quincailleries



Sources : Cartes Bancaires CB. Calculs Insee.

Les stations-services n'ont jamais été directement concernées par les fermetures de commerces non-essentiels, bien que grandement dépendantes des limitations de déplacement. En 2020, les transactions CB avaient chuté de 80 % par rapport à 2019, avant de remonter progressivement au cours des mois de mai et juin. En 2021, les montants sont légèrement inférieurs à ceux de 2019, et l'impact de la fermeture des commerces est bien moindre. Les semaines de fermetures des établissements scolaires coïncident toutefois avec une légère diminution des transactions CB, avant de se stabiliser à son niveau initial.

Graphique 14 : Évolutions des transactions par carte bancaire CB dans les stations-services



Sources : Cartes Bancaires CB. Calculs Insee.

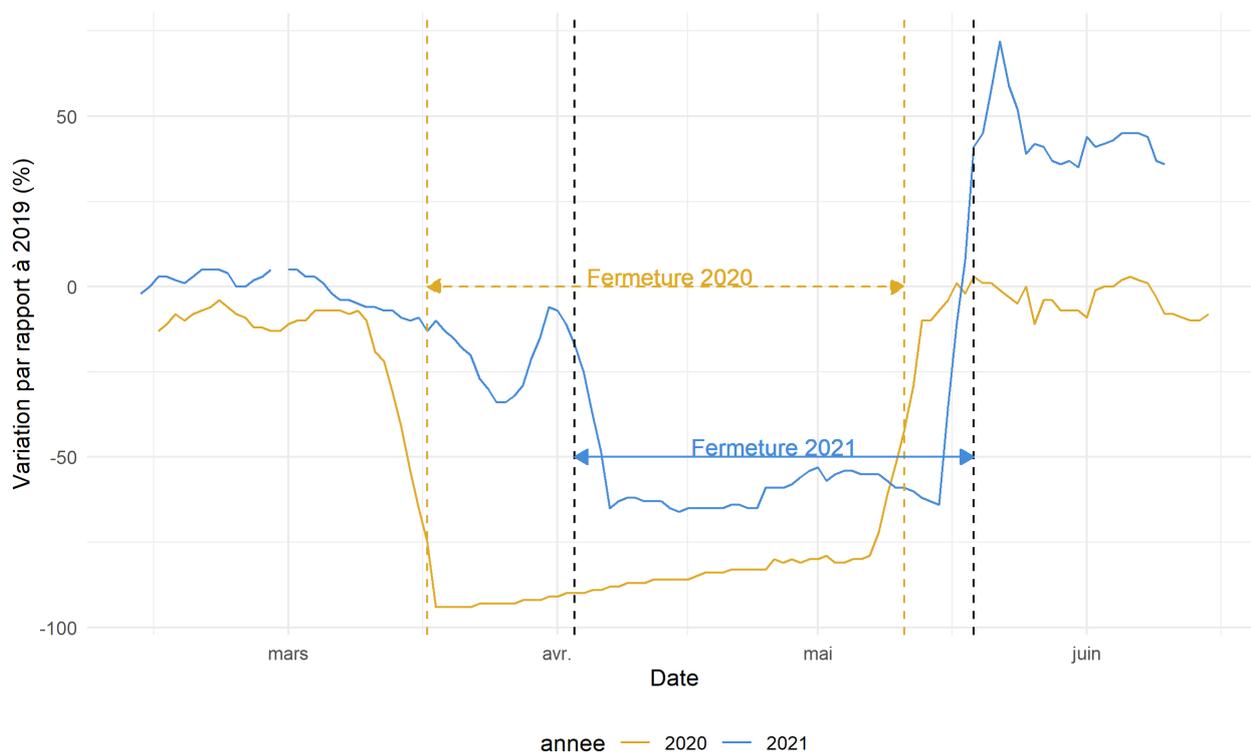
- **Des conséquences moins marquées dans les secteurs de grande consommation**

Pour d'autres secteurs, comme l'habillement ou les articles de sport, cette troisième obligation de fermeture n'a pas eu les mêmes effets que lors du premier confinement de 2020.

En 2020, dans l'habillement, les transactions par carte bancaire CB s'étaient quasiment interrompues. La réouverture des magasins n'avait pas compensé l'absence de transactions CB pendant la période. En 2021, le constat est plus mesuré. D'une part, la durée de la fermeture fut plus courte et son impact plus faible. Le confinement de 2020 s'était accompagné d'une diminution de 84 % des transactions par carte bancaire CB. En 2021, le repli n'était plus que de 53 %, notamment en raison de l'émergence des transactions CB sur internet. Par ailleurs, la réouverture des magasins de 2021 a conduit à des achats bien plus importants qu'en 2020.

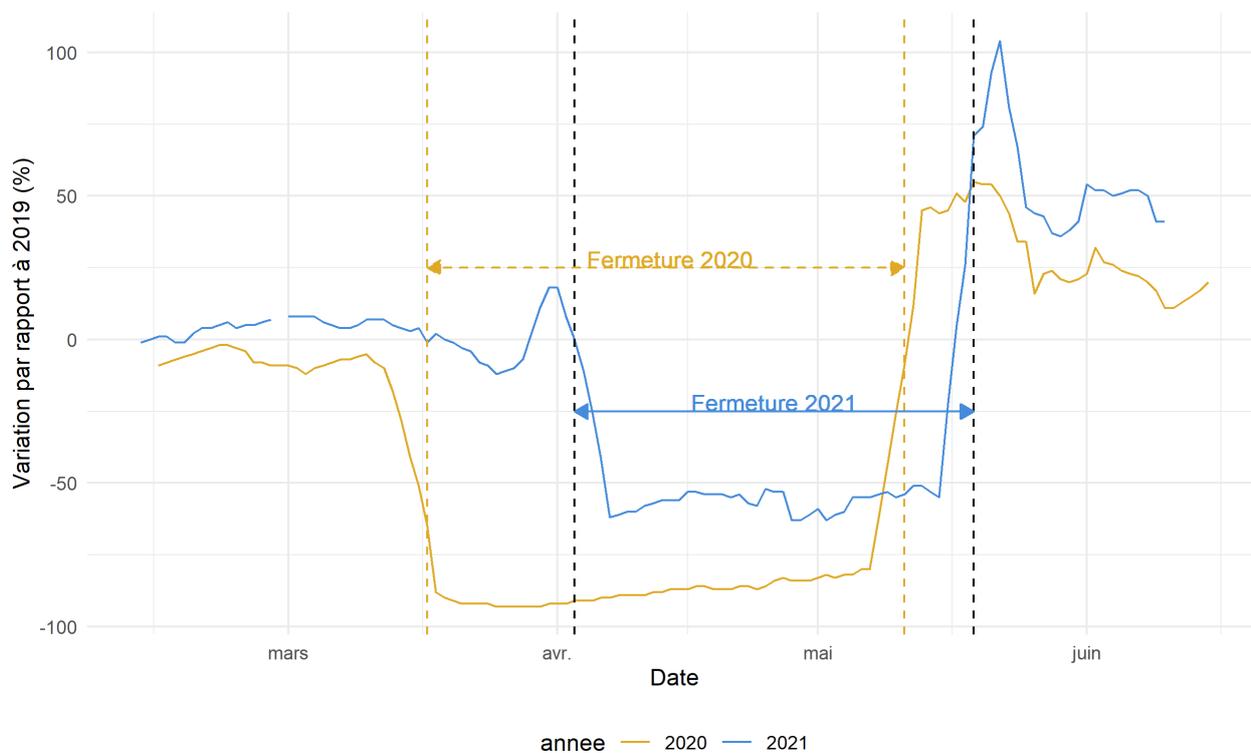
Les transactions par carte bancaire CB dans le secteur des articles de sport présentent un profil similaire à l'habillement. Toutefois, la reprise d'activité en 2021 à la réouverture des magasins pour ce secteur avait déjà été observée en 2020.

Graphique 15 : Évolutions des transactions par carte bancaire CB dans l'habillement



Sources : Cartes Bancaires CB. Calculs Insee.

Graphique 16 : Évolutions des transactions par carte bancaire CB dans les articles de sport

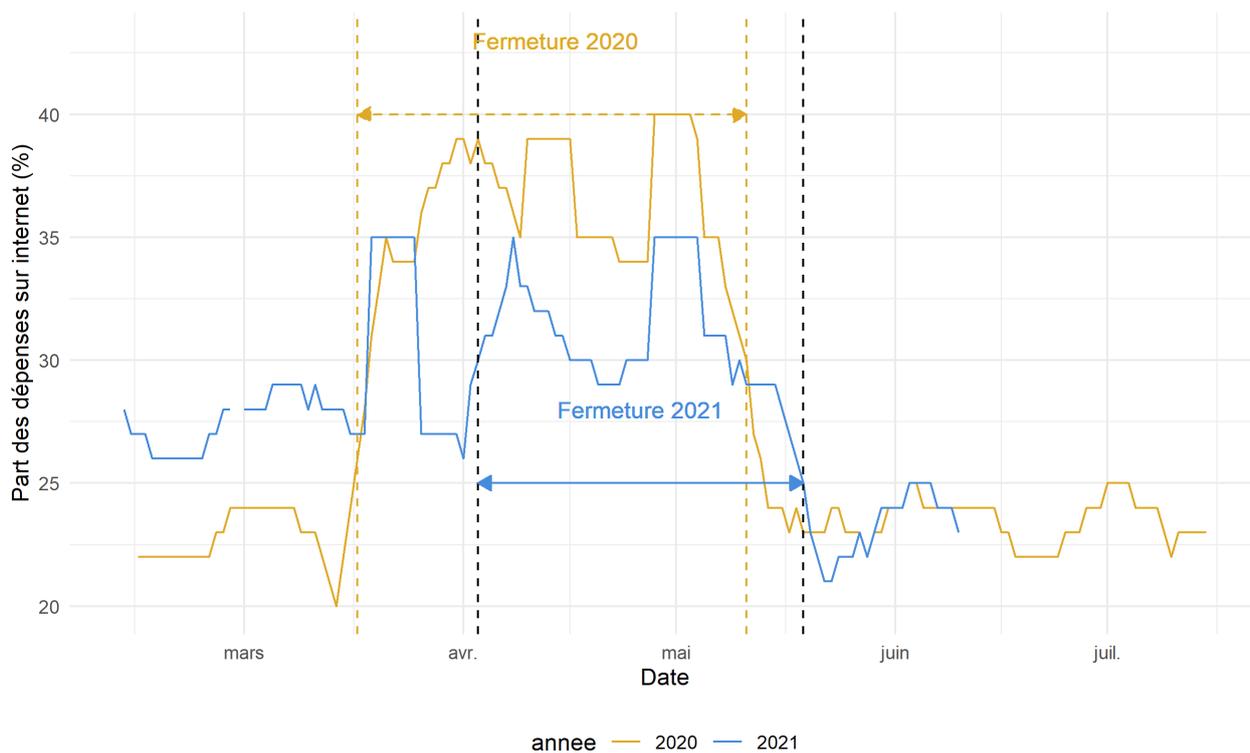


Sources : Cartes Bancaires CB. Calculs Insee.

- **Le e-commerce progresse moins pendant les fermetures de 2021 que celles de 2020**

Les transactions CB sur internet, principal moteur du maintien des transactions par carte bancaire CB en 2020, évoluent beaucoup moins à l’occasion de la troisième fermeture des commerces non-essentiels. La part des transactions CB sur internet est, avant la fermeture, déjà bien supérieure, mais n’atteint jamais les proportions vues pendant le premier confinement. La réouverture des commerces marque une diminution de la numérisation des transactions CB, pour atteindre 20 à 25 %.

Graphique 17 : Proportion des dépenses par carte bancaire CB sur internet



Sources : Cartes Bancaires CB. Calculs Insee.

CHAPITRE II : LE COMMERCE DE GROS

Dans le commerce de gros, l'activité en volume diminue en 2020 (- 3,2 % après + 2,4 % et + 1,1 %). Dans un contexte de crise sanitaire, les grossistes français ont pâti du ralentissement de l'activité.

Contrairement aux années 2017 et 2018, le ralentissement des prix en 2019 (+ 0,5 %) avait conduit à une décélération des ventes en valeur (+ 2,9 % en 2019). En 2020, le contexte de crise sanitaire et la baisse des prix (- 1,1 %) ont entraîné une baisse des ventes en valeur (- 4,3 %).

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

Secteurs	Evolution en volume (en %)			Evolution en valeur (en %)			Montant 2020p	
	2018	2019sd	2020p	2018	2019sd	2020p	en Md€	en %
C.G. de produits agricoles bruts	-3,2	-1,3	0,6	0,2	-0,2	2,4	60,3	7,7
Céréales, tabac non manufacturé, semences et aliments pour le bétail	-3,8	-2,3	-2,6	1,5	-2,0	0,3	43,1	5,5
Autres produits (1)	-1,4	1,6	9,0	-3,3	5,0	8,1	17,2	2,2
C.G. de produits alimentaires, de boissons et de tabac	0,6	1,2	-5,5	1,9	2,3	-3,3	150,8	19,1
Produits frais (2)	-0,9	1,4	-3,3	2,4	3,9	-0,6	67,8	8,6
Boissons (alcoolisées ou non)	2,4	-1,6	-11,4	3,4	0,7	-11,0	25,3	3,2
Autres produits (3)	1,3	2,2	-5,3	0,7	1,2	-2,8	57,8	7,3
C.G. de biens domestiques	2,2	4,2	-1,0	2,0	4,2	-1,3	154,8	19,6
Produits pharmaceutiques	2,5	4,5	4,5	2,3	3,6	3,1	67,5	8,6
Autres produits (4)	2,1	4,0	-4,9	1,8	4,7	-4,5	87,4	11,1
C.G. d'équipements de l'information et de la communication	9,4	3,2	-3,9	8,6	3,4	-4,1	51,0	6,5
Ordinateurs, équipements informatiques périphériques et logiciels	11,4	4,2	-3,4	11,1	5,3	-3,3	34,3	4,4
Composants et équipements électroniques et télécommunication	5,9	1,2	-4,8	4,1	-0,4	-5,8	16,7	2,1
C.G. d'autres équipements industriels	0,8	5,3	-7,2	1,7	6,4	-6,7	91,2	11,6
Équipements de bureau (5)	2,5	-0,3	-9,9	3,3	1,0	-9,7	3,5	0,4
Matériel électrique	-1,0	9,1	-4,6	-1,0	9,2	-4,2	20,7	2,6
Autres équipements (6)	1,3	4,6	-7,9	2,5	5,9	-7,3	67,1	8,5
Autres C.G. spécialisés	-0,4	1,1	-3,8	7,3	0,8	-11,4	121,9	15,5
Combustibles et produits annexes	-0,9	-0,1	-8,8	16,3	0,1	-24,1	36,2	4,6
Produits pour l'installation de l'habitat et de la construction (7)	1,0	2,8	-2,1	2,7	4,5	-1,8	52,9	6,7
Autres produits (8)	-1,8	0,3	0,2	3,5	-3,4	-8,9	32,8	4,2
Commerce de gros hors intermédiaires (9)	1,1	2,6	-3,4	3,3	3,1	-4,3	656,3	83,3
Intermédiaires du commerce	0,8	1,4	-2,2	5,8	2,1	-4,3	131,6	16,7
dont centrales d'achats	2,0	1,5	-2,6	7,2	2,2	-4,6	114,8	14,6
Commerce de gros et intermédiaires	1,1	2,4	-3,2	3,7	2,9	-4,3	788,0	100,0

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

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

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

(4) Textile, habillement, chaussure, électroménager, vaisselle, verrerie, parfumerie, meubles, tapis, appareils d'éclairage, horlogerie, bijouterie...

(5) Mobilier de bureau, autres machines et équipements de bureau.

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

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

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

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

(p) provisoire, (sd) semi-définitif

Source : Insee – Comptes du commerce.

En 2020, les ventes en volume baissent dans tous les grands secteurs du commerce de gros, à l'exception des grossistes de produits agricoles bruts (+ 0,6 % après - 1,3 %).

Les ventes en volume des grossistes en autres équipements industriels, les plus dynamiques en 2019, sont les plus repli en 2020 (- 7,2 % après + 5,3 %). Les ventes en volume des grossistes en produits alimentaires, boisson et tabac baissent également (- 5,5 % après + 1,2 %). Toutefois, une hausse des prix en 2020 dans ce secteur (+ 2,4 %) a permis de limiter la baisse des ventes en valeur (- 3,3 %).

1 - Produits agricoles bruts : des ventes peu affectées par le contexte sanitaire

En 2020, les ventes des grossistes en **produits agricoles bruts** augmentent en volume (+ 0,6 % après - 1,3 %). La hausse des prix en 2020 soutient la croissance des ventes en valeur (+ 2,4 % après - 0,2 %).

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

▪ Céréales et aliments du bétail : en 2020 les baisses de ventes perdurent en volume, pas en valeur

Comme en 2019, les ventes des grossistes en **céréales** et aliments pour bétail reculent en volume (- 2,6 % en 2020 après - 2,3 %). Mais la hausse des prix en 2020 (+ 2,9 %) a permis de maintenir les ventes en valeur (+ 0,3 % en 2020 après - 2 %).

L'année 2020 a été atypique et la production de céréales déclinait de 19 %, tout comme les surfaces (excepté le cas du maïs). Les conditions climatiques (sécheresse au printemps 2020...), comme en 2019, ont pu freiner la production. On observe en 2020 des récoltes limitées également dans l'UE et en Ukraine.

Même si globalement la production mondiale ne s'est pas effondrée, les prix ont augmenté en 2020, notamment à partir de septembre 2020. En effet, la demande mondiale a été forte, pour des céréales de qualité³.

▪ Autres produits agricoles bruts : les ventes en volume d'animaux vivants augmentent

En 2020, les ventes en gros **d'autres produits agricoles bruts** accélèrent en volume (+ 9,0 % après + 1,6 %). Même avec une légère baisse des prix (- 0,9 %) en 2020, les ventes en valeur progressent fortement (+ 8,1 % après + 5,0 %).

Dans ce secteur « autres produits agricoles bruts » les ventes des animaux vivants sont majoritaires.

En 2020 les productions animales augmentent légèrement en volume⁴. L'augmentation concerne notamment les productions de bovins finis, de porcins, d'œufs et de lait, qui compensent les reculs dans les filières ovine, veaux de boucherie et canards. Tout au long de l'année 2020, la France a exporté beaucoup de viande porcine en Chine, comme en 2019. La propagation de la peste porcine africaine (PPA) en Asie, premier continent de production porcine, avait déjà provoqué une forte hausse des importations, notamment chinoises, l'an dernier. Ces exportations en 2020 ont pu compenser des pertes du marché français de la viande. En effet, le confinement a favorisé la consommation de viande française à domicile, mais elle n'a pas compensé la chute de la restauration hors foyer⁵.

2 - Produits alimentaires : déclin des ventes, même si les prix soutiennent les ventes en valeur

En 2020, les ventes en volume du commerce de gros de **produits alimentaires** se dégradent (- 5,5 % après + 1,2 %). À l'instar de 2019, la hausse des prix permet un résultat majoré sur les ventes en valeur en 2020 (- 3,3 % après + 2,3 %). Le commerce de gros de produits alimentaires, de boissons et de tabacs constitue le deuxième plus important secteur du commerce de gros (intermédiaires compris) avec 150,8 milliards d'euros, soit 19,1 % de ce dernier.

▪ Produits frais : les ventes en volume déclinent

Les ventes en volume des grossistes en **produits frais** baissent en 2020 (- 3,3 % après + 1,4 %). Comme en 2019, les ventes en valeur (- 0,6 % après + 3,9 %) sont majorées par des prix toujours croissants.

³ Agreste Panorama – Bilan conjoncturel 2020 – Décembre 2020

⁴ Insee Première : Le compte prévisionnel de l'agriculture pour 2020 / Agreste Panorama – Bilan conjoncturel 2020 – Décembre 2020

⁵ Agreste Panorama – Bilan conjoncturel 2020 – Décembre 2020

Dans ce secteur, le poids des fruits et légumes et des produits laitiers, œufs, huiles et matières grasses comestibles est prépondérant.

En 2020, les ventes des grossistes en **fruits et légumes** déclinent en volume (- 4,6 % après + 2,4 %). Pareillement à 2019 et surtout 2018, les prix sont en forte hausse en 2020 et portent de nouveau les ventes en valeur (+ 2,4 % après + 5,4 %). Les conditions climatiques et le contexte du confinement (manque de main d'œuvre qualifiée, perturbations des circuits de commercialisation...), ont pesé sur les récoltes et entraîné les prix à la hausse⁶.

Les ventes en gros de **produits laitiers, œufs, huiles et matières grasses comestibles** baissent en volume (- 0,9 % après + 2,2 %). Contrairement à 2019, les prix ont baissé et ne soutiennent pas les ventes en valeur (- 1,4 % après + 3,7 %). On observe en 2020 une évolution positive de la consommation des produits laitiers ultra-frais (yaourts, crèmes, laits liquides). Mais la crise sanitaire a pesé sur les achats de fromages AOP. Quant à la production d'œufs, elle reprend en 2020, dans un contexte de transition vers des productions alternatives (bio et plein air)⁷.

▪ **Boissons : baisse significative des ventes**

En 2020, les ventes des grossistes en **boissons** se contractent fortement en volume (- 11,4 % après - 1,6 %). Les ventes en valeur, assez peu soutenues par les prix, ralentissent beaucoup également (- 11,0 % après + 0,7 %).

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

On observe en 2020 une récolte vinicole proche de la moyenne 2015-2019, à l'image de l'Espagne et de l'Italie. Mais la fermeture de la restauration hors foyer pendant les confinements, ainsi que la limitation des occasions festives ont eu un impact négatif sur la consommation. Aussi, la chute des exportations de vins et de spiritueux pendant le premier confinement (mars-mai), a pesé sur l'excédent des échanges⁸.

▪ **Autres produits alimentaires : baisse des ventes, notamment en volume**

Les ventes des grossistes des **autres produits alimentaires** se dégradent en volume en 2020 (- 5,3 % après + 2,2 %). Les prix, globalement orientés à la hausse (+ 2,7 %) freinent la baisse des ventes en valeur (- 2,8 % après + 1,2 %).

En 2020, les ventes des grossistes en **sucre, chocolat et confiserie** ralentissent en volume (- 8,9 % après + 4,1 %). Mais la hausse des prix soutient les ventes en valeur (- 0,6 % après - 0,5 %). La récolte betteravière de 2020 a chuté du fait de la jaunisse et la sécheresse.

De leur côté, les ventes en volume des grossistes en **produits surgelés** chutent en 2020 (- 19,9 % après + 2 %). Les prix en hausse, entraînent une baisse moindre des ventes en valeur (- 16,8 % après + 2,9 %).

Les ventes des grossistes en **alimentaire spécialisé divers** (nutrition animale entre autres) ralentissent en volume (+ 0,0 % après + 4,5 %) et en valeur (+ 0,4 % après + 3,1 %).

Enfin, s'agissant de l'**alimentaire non spécialisé**, on observe un ralentissement des ventes en volume (- 3,8 % après + 2,5 %) et en valeur (- 2,9 % après + 1,3 %).

3 - Biens domestiques : baisse des ventes

En 2020, les ventes des grossistes en **biens domestiques** baissent en volume (- 1,0 % après + 4,2 %) et en valeur (- 1,3 % après + 4,2 %). Avec 154,8 milliards d'euros en 2020, les grossistes en biens domestiques représentent 19,6 % du commerce de gros (intermédiaires compris).

▪ **Produits pharmaceutiques : les ventes en volume restent dynamiques**

Le commerce de gros de **produits pharmaceutiques** progresse au même rythme qu'en 2019 en volume (+ 4,5 %), mais baisse légèrement en valeur (+ 3,1 % après + 3,6 %), dans un contexte de contraction des prix.

En 2020, les achats et les ventes internationales de produits pharmaceutiques restent dynamiques. Les exportations de produits pharmaceutiques progressent (+ 4,7 % après + 10,5 %). Seules les exportations de produits pharmaceutiques augmentent dans le contexte de la crise sanitaire. Les exportations atteignent 35,3 milliards d'euros

⁶ Agreste Panorama– Bilan conjoncturel 2020 – Décembre 2020

⁷ Agreste Panorama– Bilan conjoncturel 2020 – Décembre 2020

⁸ Agreste Panorama– Bilan conjoncturel 2020 – Décembre 2020

en 2020, chiffre jamais atteint auparavant. Il s'agit principalement de médicaments vers les Etats-Unis, la Suisse, la Belgique et l'Italie, et accessoirement la Chine. Les importations progressent également (+ 10,4 % après - 5,5 %), avec l'approvisionnement en médicaments contenant de l'insuline originaires de Grèce et d'Italie, et en produits immunologiques⁹.

▪ **Autres produits : les ventes déclinent**

En 2020, chez les grossistes des **autres produits de biens domestiques**, les ventes en volume baissent (- 4,9 % après + 4,0 %). Cette chute est légèrement amortie en valeur (- 4,5 % après + 4,7 %), du fait d'une petite augmentation des prix.

Les fermetures des magasins de détail pèsent sur l'activité des grossistes en **habillement et chaussures** dont les ventes chutent en volume (- 15,6 % après + 3,6 %) dans un contexte où les prix restent quasiment stables. Les exportations de produits d'habillement, textiles baissent (- 10,6 % après + 8,6 %), et les importations évoluent peu (+ 0,5 % après + 3,7 %)¹⁰.

En 2020, les volumes des ventes sont quasi stables dans le commerce de gros de l'**électroménager** (- 0,1 % après + 2,8 %), la baisse des prix engendrant une diminution des ventes en valeur (- 1,8 % après + 2,3 %). Les exportations de produits d'équipements électriques et ménagers baissent (- 8,9 % après + 3,2 %), mais les importations aussi (- 9,1 % après + 3,7 %)¹¹.

En 2020, le commerce de gros de **parfumerie et de produits de beauté** a baissé, contrairement à 2019, où le secteur avait bénéficié d'une conjoncture internationale très favorable, notamment pour les produits liés à l'industrie du luxe. Les ventes en volume déclinent fortement (- 8,4 % après + 6,9 %). La hausse des prix en 2020 permet une légère majoration des ventes en valeur (- 7,0 % après + 8,6 %). À l'international, les exportations des parfums et cosmétiques ont baissé en 2020 (- 12,7 % après + 8,9 %). Il en est de même pour les importations (- 6,6 % après + 5,5 %)¹².

En 2020, les ventes des **autres biens domestiques** décroissent en volume (- 1,6 % après + 3,4 %). En 2019 dans ce secteur les grossistes d'articles de maroquinerie et d'accessoires de voyage bénéficiaient aussi d'une bonne conjoncture internationale à l'instar de la parfumerie, des produits de beauté, et des produits du luxe. Les exportations d'articles de maroquinerie qui représentent les deux tiers des ventes de la filière française du cuir ont baissé de 7 % en 2020, d'après le conseil national du cuir. Cependant, la filière française du cuir limite la dégradation à l'export grâce à une demande toujours forte en Asie, notamment en Chine.¹³

4 - Équipements de l'information et de la communication : les ventes diminuent

En 2020, les ventes en volume des grossistes en **équipements de l'information et de la communication** baissent (- 3,9 % après + 3,2 %). Les prix sont quasi stables et les ventes en valeur régressent également (- 4,1 % après + 3,4 %). La composante internationale est particulièrement importante dans ce secteur où les importations représentaient 66 % des achats des grossistes en 2017, et les exportations 26 % de ses ventes.

Les ventes des grossistes en **ordinateurs, équipements informatiques périphériques et logiciels**, se rétractent tant en volume qu'en valeur (- 3,4 % après + 4,2 % en volume ; et - 3,3 % après + 5,3 % en valeur). Malgré le contexte difficile en 2020, les ventes des distributeurs résistent grâce au dynamisme des ventes d'équipements de divertissements, de PC portables, notebooks... et produits de sécurité. Le recours massif au télétravail, à l'enseignement à domicile et le besoin de trouver des loisirs dans le contexte du confinement explique également le déclin limité des ventes¹⁴.

Par ailleurs, depuis quelques années, les achats des entreprises compensent le recul continu des achats des particuliers, qui conserveraient leurs ordinateurs plus longtemps et seraient moins enclins à l'achat de nouveaux modèles.

En 2020, la tendance à la baisse est plus marquée pour les grossistes en **composants et équipements électroniques et de télécommunication** : leurs ventes fléchissent en volume (- 4,8 % après + 1,2 %), et plus encore en valeur (- 5,8 % après - 0,4 %), du fait d'une baisse des prix.

⁹ Le chiffre du commerce extérieur – Analyse annuelle 2020 (05/02/2021 <http://lekiosque.finances.gouv.fr>)

¹⁰ Le chiffre du commerce extérieur – Analyse annuelle 2020 (05/02/2021 <http://lekiosque.finances.gouv.fr>)

¹¹ Le chiffre du commerce extérieur – Analyse annuelle 2020 (05/02/2021 <http://lekiosque.finances.gouv.fr>)

¹² Le chiffre du commerce extérieur – Analyse annuelle 2020 (05/02/2021 <http://lekiosque.finances.gouv.fr>)

¹³ Conseil national du cuir : Le commerce extérieur de la filière Française du cuir en 2020

¹⁴ Contexte pour le SGI (Syndicat des grossistes en informatique)

5 - Autres équipements industriels : les ventes régressent

En 2020, les ventes en volume déclinent (- 7,2 % après + 5,3 %). La hausse modérée des prix freine la décroissance des ventes en valeur (- 6,7 % après + 6,4 %). L'activité des grossistes a été pénalisée par la détérioration du climat des affaires dans tous les grands secteurs industriels¹⁵, du fait du contexte sanitaire.

Dans ce secteur, près des trois quarts des ventes concernent des équipements industriels liés à la production, 23 % du matériel électrique et 4 % du mobilier et de l'équipement de bureau.

En 2020, les ventes des grossistes en **autres biens d'équipements** décroissent fortement (respectivement - 7,9 % en volume et - 7,3 % en valeur), après une année 2019 dynamique (respectivement + 4,6 % en volume et + 5,9 % en valeur).

Dans le commerce de gros de **matériel électrique**, les ventes en volume déclinent également (respectivement - 4,6 % en volume et - 4,2 % en valeur), après une année 2019 très positive (respectivement + 9,1 % en volume et + 9,2 % en valeur).

Pour satisfaire les besoins en biens d'équipement des entreprises en France, les grossistes en biens d'équipements industriels ont recours aux importations notamment pour les machines dans l'industrie. En 2017, globalement, les importations représentaient 38 % des achats des grossistes du secteur. La part des exportations dans les ventes de ces mêmes grossistes est moindre, à 17 %. Or en 2020, les échanges commerciaux internationaux sont moins dynamiques du fait de la crise sanitaire. En effet, les exportations de machine se contractent fortement (- 12 % après + 0,8 % en 2019), comme les importations (- 11,8 % après + 4,5 % en 2019). Il en est de même pour le matériel électrique (exportations : - 9,4 % après + 3,3 % ; importations : - 11,6 % après + 2,8 %)¹⁶.

6 - Commerce de gros spécialisé : les ventes plus touchées en valeur qu'en volume

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

En 2020, les ventes en volume de ce secteur baissent (- 3,8 % après + 1,1 %). Les prix baissant aussi beaucoup¹⁷, les ventes en valeur chutent encore davantage (- 11,4 % après + 0,8 %).

▪ Combustibles et produits annexes : baisse des ventes et des prix

Du fait de la crise sanitaire en 2020, de la baisse de l'activité économique et des mesures de restrictions (confinement...), les besoins énergétiques de la France sont moins importants. Par exemple, les livraisons de carburants routiers sont en baisse de 15 % sur l'année 2020. Au total, les livraisons de produits pétroliers énergétiques baissent de 17,3 % sur l'année pour s'établir à 48,492 millions de tonnes¹⁸. On observe une chute des importations d'énergie (- 39,8 %), qui représente un tiers de la baisse globale des importations françaises (hydrocarbures naturels : - 48,7 % ; pétrole raffiné : - 32,9 %). Il s'agit du plus bas niveau d'importations d'hydrocarbures naturels (essentiellement pétrole brut et gaz naturel) depuis vingt ans. Les exportations de produits énergétiques diminuent également, de 33,1 % en 2020, notamment du fait du recul des livraisons de pétrole raffiné (- 43,6 %) en lien avec la baisse importante des prix du pétrole. En mars 2020, le prix du pétrole chute lourdement, à son plus bas niveau depuis janvier 2016¹⁹.

Dès lors, en France, les ventes en volume des grossistes en **combustibles et produits annexes** baissent en 2020 (- 8,8 % après - 0,1 %), et s'effondrent en valeur (- 24,1 % après + 0,1 %).

▪ Produits pour l'installation de l'habitat et la construction : baisse des ventes

En 2020, les ventes des grossistes en produits pour **l'installation de l'habitat et la construction** déclinent en volume (- 2,1 % après + 2,8 %) et en valeur (- 1,8 % après + 4,5 %).

Selon les professionnels, en 2020, l'activité dans le bâtiment a reflué (- 15,2 %). L'amélioration-entretien est touché (- 8,8 %) mais c'est surtout le neuf qui s'effondre (- 22,5 %) que ce soit dans la construction de logement ou du non résidentiel²⁰. Côté travaux publics, l'activité a été fortement dégradée par le premier confinement : elle est réduite de

¹⁵ Insee : Enquête mensuelle de conjoncture dans l'industrie - avril 2021

¹⁶ Le chiffre du commerce extérieur – Analyse annuelle 2020 (05/02/2021 <http://lekiosque.finances.gouv.fr>)

¹⁷ En moyenne sur l'année 2020, le cours du baril de Brent s'élève à 42 \$, contre 64 \$ un an plus tôt, soit une baisse de 35%.

¹⁸ Ufip (Union Française des industries pétrolières) – La consommation française de produits pétroliers en 2020

¹⁹ Insee Informations Rapides - Prix du pétrole et des matières premières importées - mars 2020

²⁰ FFB (Fédération Française du Bâtiment) : Bilan 2020 et prévisions 2021 – Décembre 2020.

moitié en mars, puis de plus de 80 % en avril. L'année 2020 s'est clôturée avec une perte de chiffre d'affaires d'environ 12,5 %²¹.

▪ **Autres produits : des prix en net repli**

En 2020, les ventes en volume des **autres grossistes en biens intermédiaires** restent stables (+ 0,2 % après + 0,3 %). D'un côté, les prix de certains métaux baissent (cuivre, zinc, nickel...). L'indice des prix internationaux (en euros) des matières importées est de - 6,8 % en 2020 pour les métaux et minerais non ferreux. De l'autre, la baisse des prix du pétrole se répercute, via les processus de production, sur les prix des produits chimiques ou des papiers et cartons²². Dans ce contexte, les ventes en valeur reculent sensiblement (- 8,9 % après - 3,4 %).

En 2020, les ventes en volume des grossistes en **minerais et métaux** diminuent de nouveau (- 13,7 % après - 2,9 %). La baisse des prix des métaux accentue le recul des ventes en valeur (- 17,5 % après - 4,6 %).

En 2020, les ventes en volume des grossistes de **produits chimiques** augmentent (+ 12,1 % après - 0,6 %). Le fort recul des prix du secteur induit une régression notable des ventes en valeur (- 2,9 % après - 4,3 %).

Les ventes des grossistes en **autres produits intermédiaires** (caoutchouc, matières plastiques, papiers et cartons) déclinent sensiblement en volume en 2020 (- 1,2 % après + 5,6 %). Là encore, le repli marqué des prix du secteur conduit à une plus forte diminution des ventes en valeur (- 7,9 % après - 0,2 %).

7 - Intermédiaires : le repli du prix du pétrole freine les ventes en valeur

En 2020, les ventes de marchandises des **intermédiaires** du commerce de gros déclinent en volume (- 2,2 % après + 1,4 %), avec une décélération plus forte des ventes en valeur (- 4,3 % après + 2,1 %), imputable principalement au repli du prix du pétrole. En 2020, les ventes des intermédiaires s'établissent à 131,6 milliards d'euros, soit environ un sixième des ventes du commerce de gros.

Le secteur des intermédiaires du commerce est composé en majorité de petites entreprises. Toutefois, les centrales d'achat, souvent filiales de groupes leaders dans l'agroalimentaire, la grande distribution, les produits pharmaceutiques ou encore l'électronique et l'informatique, pèsent pour près de 90 % des ventes de ce secteur.

Les intermédiaires mettent en relation acheteurs et vendeurs, et exécutent des opérations commerciales pour le compte d'un tiers sans être eux-mêmes propriétaires des marchandises. Leur chiffre d'affaires se compose de commissions et de ventes de marchandises. Les centrales d'achat vendent principalement des marchandises (plus de 80 % de leur chiffre d'affaires en moyenne) alors que les autres intermédiaires facturent davantage de services commerciaux.

Pesant singulièrement sur les évolutions des ventes des intermédiaires du commerce, les ventes des **centrales d'achat** rétrogradent en volume (- 2,6 % après + 1,5 %).

Parmi les centrales d'achat non alimentaires, les ventes en volume des **centrales d'achat de carburant** se dégradent en 2020 (- 15,9 % après + 1,6 %), tandis que leurs ventes en valeur s'enrayent brutalement après deux années très dynamiques (- 25,2 % après + 1,7 %).

Pour les **autres centrales d'achat non alimentaires**, les ventes chutent aussi bien en volume qu'en valeur (- 1,5 % après + 7,1 % en volume ; - 2,0 % après + 7,3 % en valeur).

La situation est en revanche positive pour les **centrales d'achat alimentaires** dont les ventes en volume redémarrent en 2020 (+ 6,2 % après - 0,4 %). Les ventes en valeur augmentent également (+ 8,7 % après + 0,9 %).

Hors centrales d'achat, les ventes des **intermédiaires** se stabilisent en volume (+ 0,8 % après + 1,0 %), tandis qu'elles déclinent en valeur (- 2,2 % après + 1,2 %), conséquence de la baisse des prix dans ce secteur.

²¹ FNTP (Fédération Nationale des Travaux Publics) : COVID-19 : Bilan et perspectives sur l'activité des TP

²² Le commerce extérieur de la France en 2020 – Le bilan annuel – <https://lekiosque.finances.gouv.fr>.

Encadré 1 : Évaluation et révisions 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 et de 2020, estimés, s'appuient sur les résultats définitifs 2018 et ont été obtenus à partir des indices de chiffres d'affaires calculés par l'Insee²³.

Les évolutions présentées pour 2019 et 2020 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 que remplissent les grossistes pour le paiement de la TVA.

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	2020	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
base 2014	juin 2021						+ 2,6 (sd)	- 3,4 (p)						+ 3,1 (sd)	- 4,3 (p)
	décembre 2020					+ 1,1 (def)	+ 2,6 (p)					+ 3,3 (def)	+ 3,1 (p)		
	juin 2020					+ 2,0 (sd)	+ 2,6 (p)					+ 4,1 (sd)	+ 3,1 (p)		
	décembre 2019				+ 1,4 (def)	+ 2,0 (p)						+ 3,5 (def)	+ 4,1 (p)		
	juin 2019				+ 2,1 (sd)	+ 2,0 (p)						+ 4,1 (sd)	+ 4,1 (p)		
	décembre 2018			+ 3,6 (def)	+ 2,4 (p)						+ 1,9 (def)	+ 4,1 (p)			
base 2010	juin 2018	+ 1,5 (r)	+ 0,9 (r)	+ 1,9 (sd)	+ 2,4 (p)				- 1,0	- 0,6	+ 0,2 (sd)	+ 4,2 (p)			
	décembre 2017		+ 0,9 (def)	+ 1,9 (p)						- 0,6 (def)	+ 0,3 (p)				
	juin 2017		+ 0,8 (sd)	+ 1,9 (p)						- 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 définitives (sd) semi-définitives (p) données provisoires

²³ <https://www.insee.fr/fr/metadonnees/source/s1354>

CHAPITRE III : LE COMMERCE DE DÉTAIL

En 2020, les ventes du commerce de détail et de l'artisanat à caractère commercial (boulangeries, pâtisseries, charcuteries) s'élevèrent à 515 milliards d'euros, toutes taxes comprises.

L'activité du commerce de détail se retourne pour cette année atypique de crise sanitaire (- 3,0 % en volume après + 0,1 % en 2019) mettant fin à une décennie de croissance régulière. Les ventes en valeur baissent de la même ampleur (- 2,6 %) que les ventes en volume dans un contexte de stabilité des prix à la consommation en 2020.

La croissance de l'activité dans le **commerce hors magasin** double en 2020 (+ 5,9 % en volume après + 2,8 %). Elle est tirée par l'explosion de la vente à distance (+ 7,5 % en volume après + 3,0 %) dopée par la fermeture des magasins non essentiels. A l'inverse, dans le même temps, les ventes du commerce « traditionnel » en magasin chutent brutalement (- 3,9 % en volume), principalement sous l'effet du retournement brutal de l'ensemble du commerce non alimentaire en magasin (- 9,3 % en volume après + 1,3 %).

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

Formes de vente	Évolution en volume (en %)			Évolution en valeur (en %)			Montant 2020p	
	2018	2019sd	2020p	2018	2019sd	2020p	en Md€	en %
ENSEMBLE DU COMMERCE EN MAGASIN	0,7	-0,2	-3,9	2,7	0,9	-3,4	466,4	90,6
ENSEMBLE du commerce alimentaire en magasin	0,6	-1,6	1,3	3,5	0,6	2,8	252,8	49,1
Alimentation spécialisée et artisanat commercial ¹	5,6	0,7	-1,1	10,2	4,7	3,5	54,0	10,5
Boulangeries-pâtisseries	1,8	3,9	-5,4	3,4	5,7	-4,5	14,3	2,8
Boucheries-charcuteries	6,3	-0,9	5,2	7,7	1,6	8,4	9,1	1,8
Autres magasins d'alimentation spécialisée	7,6	-0,5	-0,6	14,8	5,1	6,2	30,6	5,9
Petites surfaces d'alimentation générale et magasins de produits surgelés	2,4	3,9	9,0	5,0	6,4	11,5	16,6	3,2
Grandes surfaces d'alimentation générale	-0,8	-2,7	1,4	1,7	-1,0	1,9	182,1	35,4
ENSEMBLE du commerce non alimentaire en magasin	0,7	1,3	-9,3	1,8	1,1	-9,9	213,6	41,5
Grands magasins et autres magasins non alimentaires non spécialisés	4,2	4,2	-24,9	4,7	4,3	-24,7	9,4	1,8
Magasins non alimentaires spécialisés (yc. pharmacie)	0,6	1,2	-8,4	1,6	1,0	-9,0	204,3	39,7
Carburants	-2,6	-4,1	-17,9	9,5	-3,7	-25,9	13,0	2,5
Technologie de l'information et de la communication	11,2	6,8	-6,7	7,1	1,1	-9,6	8,2	1,6
Équipement du foyer	0,3	2,6	0,9	-0,2	1,9	1,1	52,3	10,2
Culture, loisirs	-2,0	-0,1	-14,9	1,4	2,6	-11,8	21,8	4,2
Autres commerce de détail en magasin spécialisé	0,9	1,2	-9,8	0,9	1,0	-10,3	108,9	21,2
Habillage-chaussures	-2,8	0,0	-21,6	-2,6	-0,5	-22,0	28,7	5,6
Autres équip. de la personne	1,0	3,2	-17,6	1,4	3,4	-17,0	18,0	3,5
Pharmacies, articles médic. et orthopédiques	3,2	0,8	3,6	0,9	0,2	2,9	39,4	7,6
Autres magasins spécialisés	3,0	1,8	-6,2	6,5	2,4	-7,6	22,8	4,4
ENSEMBLE DU COMMERCE HORS MAGASIN	5,2	2,8	5,9	5,4	2,9	6,4	48,5	9,4
Commerce sur éventaire ou marché	3,0	1,2	-3,9	5,4	3,5	-0,8	6,2	1,2
Ventes à distance et autres formes de commerce ²	5,5	3,0	7,5	5,4	2,8	7,5	42,3	8,2
ENSEMBLE COMMERCE DE DÉTAIL ET ARTISANAT COMMERCIAL	1,1	0,1	-3,0	2,9	1,0	-2,6	514,9	100,0
<i>dont : activités artisanales</i>	1,2	3,3	-5,5	2,8	5,1	-4,4	15,8	3,1
<i>dont : commerce de détail (hors pharmacies³) et artisanat commercial</i>	0,9	0,0	-3,6	3,0	1,1	-3,0	475,6	92,4

Source : Insee - Comptes du commerce

(1) boulangeries, pâtisseries, charcuteries

(2) vente à distance sur catalogue général et sur catalogue spécialisé, vente à domicile, vente par automates et autres commerces de détail hors magasin, éventaires ou marchés.

(3) hors pharmacies et commerces d'articles médicaux et orthopédiques

p : provisoire ; sd : semi définitif

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

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

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

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

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

Le contexte sanitaire de limitation des déplacements, de couvre-feux, de télétravail, de fermeture des cantines et des restaurants induisant un report des repas au domicile profite au **commerce alimentaire en magasin** qui rebondit (+ 1,3 % en volume après - 1,6 %). L'activité des magasins de proximité est favorisée : les petites surfaces d'alimentation générales et magasins de produits surgelés (+ 9,0 %), certains commerces d'alimentation spécialisée (fruits et légumes : + 8,9 %, viandes : + 7,6 %, poissons + 5,4 %) et, dans une moindre mesure, les grandes surfaces d'alimentation générale (+ 1,4 %).

En 2020, les **magasins non alimentaires spécialisés** ont beaucoup souffert des confinements successifs et des mesures de restriction sanitaires (jauges, couvre-feux) et terminent l'année en forte baisse (- 8,4 % en volume, après + 1,2 %). *A contrario*, la sphère autour de la maison se développe : les ventes progressent dans l'équipement du foyer (+ 0,9 % après + 2,6 %) dont l'électroménager (+ 13,4 %) et le bricolage en grande surface (+ 4,6 %). Les commerces de pharmacie, articles médicaux et orthopédiques tirent aussi leur épingle du jeu (+ 3,6 % en volume après + 0,8 %). L'activité est en revanche en fort repli pour l'habillement chaussure (- 21,6 %), la culture et loisir (- 14,9 %) et la parfumerie (- 13,0 %).

1 - Evolution contrastée de l'activité du petit commerce alimentaire sur fond de crise sanitaire

Le petit commerce alimentaire comprend l'alimentation spécialisée et l'artisanat commercial, ainsi que les petites surfaces d'alimentation générale et magasins de produits surgelés. Il représente 14 % du total des ventes du commerce de détail.

▪ L'activité de l'alimentation spécialisée et de l'artisanat commercial se replie globalement

En 2020, les ventes de **l'alimentation spécialisée et de l'artisanat commercial** diminuent en volume (- 1,1 % après + 0,7 %) et décèlent en valeur (+ 3,5 % après + 4,7 % en 2019 et + 10,2 % en 2018).

Les ventes en **boulangeries-pâtisseries** pourtant classées essentielles, se replient fortement (- 5,4 % en volume après + 3,9 %) marquant une rupture après quatre années consécutives d'embellie. Ce sont les grands perdants du commerce alimentaire durant cette année de crise. 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.

Les ventes en **boucheries-charcuteries** se redressent vigoureusement en volume (+ 5,2 % après - 0,9 %) et poursuivent leur progression en valeur (+ 9,1 % après + 8,4 %) maintenue par la poursuite de la hausse du prix moyen des viandes (+ 2,7 % en 2020 après + 2,5 % selon l'IPC). L'année a été synonyme de multiplication des repas pris à la maison, de temps libre et du retour au fait maison, avec la volonté d'avoir une alimentation saine ²⁴.

Les ventes des **cavistes**, ouverts pendant les confinements, baissent davantage en volume (- 3,0 % après + 0,5 %), qu'en valeur (- 1,5 % après + 3,5 %). Les cavistes ont bénéficié d'un report de la consommation des bars et restaurants mais, à l'inverse, ont souffert de l'impossibilité des rassemblements entre amis ou familiaux.

Le **commerce de détail de fruits et légumes** chez les primeurs progresse fortement (+ 8,9 % en volume après + 3,1 %) en lien avec un effet de report de la consommation en restauration hors domicile, un pic d'achat a été observé en avril. La croissance des achats en volume a été moins marquée en fruits par rapport aux légumes, en raison d'une offre en retrait lors des campagnes estivales en France comme en Europe. La progression en valeur est plus forte (+ 15,2 % après + 6,8 %) en lien avec la forte progression des prix moyens (+ 9,1 % pour les fruits frais après + 0,3 % et + 8,7 % pour les légumes frais hors tubercules après + 6,0 % selon l'IPC). La part de marché des fruits et légumes bio, qui était en progression constante ces dernières années, se stabilise. Les consommateurs s'interrogent de plus en plus sur le rapport coût/avantage du bio²⁵.

La baisse de l'activité des **débitants de tabac** se poursuit en 2020 (- 6,4 % après - 3,4 %). En revanche, elle continue d'augmenter en valeur (+ 5,2 % après + 5,5 %). La baisse de consommation est une conséquence des principales mesures de politiques publiques mises en place depuis l'année 2017 : programme triennal de hausse des prix, remboursement de droit commun des traitements nicotiques de substitution (TNS), mise en place du paquet neutre.

²⁴ Points de Ventes – Viande un marché dopé par la crise

²⁵ Interfel CTIFL – Achats de fruits et légumes frais par les ménages français pour leur consommation à domicile données 2020 / bilan de consommation 2020

Les montants en valeur augmentent dans un contexte de double hausse du prix du paquet de tabac en 2020 comme en 2019 (mars et novembre)²⁶.

- **Les ventes bondissent pour les petites surfaces d'alimentation générale et les magasins de produits surgelés**

Les ventes des petites surfaces d'alimentation générale et magasins de produits surgelés explosent en volume (+ 9,0 % en 2020 après + 3,9 %) comme en valeur (+ 11,5 % après + 6,4 %). Toutes ces formes de ventes ont profité d'un bonus de proximité suite aux restrictions de circulation. L'activité progresse pour les **commerces d'alimentation générale** (+ 11,9 % en volume après + 10,5 %) comme pour les supérettes (+ 2,8 % après - 1,6 %). Les distributeurs multiplient les nouveaux concepts, rénovent les parcs, les ouvertures de magasins sont de plus en plus nombreuses, pour un format de vente qui répond aux nouvelles attentes des consommateurs. Les ventes en **commerce de détail de produits surgelés** rebondissent en 2020 (+ 16,4 % après - 4,0 % en volume), faisant suite à 4 années de baisse de volume. Ces produits ont séduit les consommateurs dans le contexte économique et sanitaire²⁷.

2 - Rebond des ventes pour les grandes surfaces alimentaires (GSA)

En 2020, les ventes en volume des grandes surfaces d'alimentation générale (GSA) se redressent (+ 1,4 % après - 2,7 %). Les conditions de marché ont été plus favorables aux supermarchés (+ 4,6 % en volume après - 1,0 %) qu'aux hypermarchés (- 1,2 % après - 4,0 %). 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 qui ont su s'adapter aux contraintes sanitaires et tirer profit d'une clientèle de proximité captive. En valeur, les ventes en GSA se redressent également (+ 1,9 % après - 1,0 %) grâce à la progression des ventes des supermarchés (+ 5,2 % après + 0,9 %) et des magasins multi commerces (+ 1,1 % après - 2,3 %) alors que les ventes en hypermarché se stabilisent (- 0,7 % après - 2,4 %).

Selon l'enquête mensuelle sur l'activité des grandes surfaces alimentaires (Emagsa), les ventes de produits alimentaires bondissent dans les supermarchés (+ 7,6 % en valeur en moyenne sur l'ensemble de l'année 2020 après - 0,1 % en 2019) et dans une moindre mesure dans les hypermarchés (+ 2,4 % en valeur après - 1,0 %). Les ventes non alimentaires rebondissent dans les deux formes de vente mais moins fortement que les ventes alimentaires, après une décennie de baisse (+ 2,3 % en valeur, après - 1,5 % dans les supermarchés et + 0,6 %, après - 1,8 % dans les hypermarchés)²⁸.

Depuis 2013, les GSA tendent à perdre du terrain par rapport aux autres formes de vente de commerce alimentaire. En 2020, elles réalisent 31 % des ventes du commerce de détail et de l'artisanat commercial, hors automobile (voir la partie sur les parts de marché) alors que cette part était de 33 % en 2013. Parmi elles, les ventes des hypermarchés représentent 53 % de l'ensemble des GSA, celles des supermarchés 45 %.

3 - L'implantation des grandes surfaces alimentaires

- **La moitié des grandes surfaces alimentaires sont des supermarchés**

Les grandes surfaces alimentaires ou GSA (**Encadré 1**) correspondent aux magasins à dominante alimentaire d'au moins 400 m².

Au 1er janvier 2020, les supermarchés « classiques » représentent la moitié des GSA (**Graphique 1**). Ensuite, les magasins de hard-discount alimentaire (30 %) occupent une place prépondérante devant les hypermarchés (20 %).

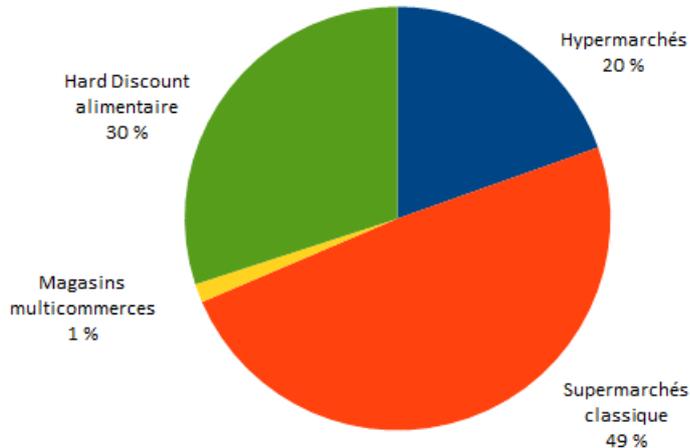
Parmi les hypermarchés, 12 % comprennent une surface de vente supérieure à 10 000 m². Pour les supermarchés, 18 % possèdent une surface de vente supérieure à 2 000 m².

²⁶ OFDT - Tabagisme et arrêt du tabac en 2020

²⁷ Le Parisien – Les surgelés en surchauffe

²⁸ Emagsa (enquête mensuelle sur l'activité des grandes surfaces alimentaires)

Graphique 1 : Répartition des grandes surfaces alimentaires au 1er janvier 2020 (en %)



Sources : Tascom, Sirene, Sirius, Enquête « réseaux d'enseignes », Calculs Insee

Encadré 1 : Méthodologie sur l'estimation du nombre de grandes surfaces alimentaires

Le champ

Les grandes surfaces alimentaires (GSA) ont une surface de vente supérieure ou égale à 400 m² et sont classées en 4 catégories en fonction de leur surface de vente et de la part de leurs ventes en produits alimentaires : hypermarchés, supermarchés « classiques », hard-discount alimentaire et « magasins multicommerces ». La surface d'un hypermarché dépasse 2 500 m² et celle d'un supermarché est comprise entre 400 et 2 500 m².

L'estimation du nombre de grandes surface alimentaires (GSA)

Le nombre de grandes surfaces alimentaires est estimé à partir des fichiers issus de la taxe sur les surfaces commerciales (Tascom) qui donne une photographie du parc du début 2020. Cette taxe ne s'appliquant que sous certaines conditions d'imposition, le fichier n'est pas tout à fait exhaustif. Les fichiers Sirius et Sirene de l'Insee sont aussi mobilisés pour corriger les codes d'activité (APE). Le champ du hard-discount alimentaire est estimé à partir de l'enquête réseaux d'enseignes. Cette estimation s'appuie aussi sur les noms d'enseignes identifiés dans les fichiers Sirius de l'Insee et les informations obtenues dans la base de données LSA expert. Les chiffres du tableau 2, présentés selon la région d'implantation du magasin, doivent être considérés comme des estimations. Le nombre d'hypermarchés, de supermarchés et de magasins de hard-discount alimentaire a été rapporté à la population par département pour obtenir les cartes qui représentent la densité en nombre de magasins pour 100 000 habitants.

▪ **12 % des grandes surfaces alimentaires en Ile-de-France**

Au 1er janvier 2020, une relative dispersion géographique s'observe dans la répartition des grandes surfaces alimentaires (GSA) entre les régions françaises (**Tableau 2**). L'Ile-de-France, même si elle est la région la mieux pourvue, regroupe seulement 12 % des GSA françaises alors qu'elle concentre 18 % de la population française²⁹. Une pression foncière plus importante et une présence accrue dans les grands centres urbains de petits commerces alimentaires spécialisés (fromageries, primeurs, magasins bio etc.) peut expliquer cette sous-représentation des GSA par rapport aux autres régions françaises.

Ensuite, la répartition entre régions est un peu différente pour chaque type de grandes surfaces alimentaires. Ainsi, les régions du Sud-Ouest (Nouvelle-Aquitaine et Occitanie), où 18 % de la population française réside, regroupent 22 % des **hypermarchés** français. Cette présence est aussi importante en Bretagne où 8 % des hypermarchés français sont

²⁹ Source : Insee, recensement de la population (population légale au 1er janvier 2018)

implantés pour 5 % de la population française seulement. A l'inverse, l'Ile-de-France n'en accueille que 9 % pour 18 % de cette même population.

Pour les **supermarchés**, la répartition entre régions apparaît plus équilibrée. La région Ile-de-France est la mieux pourvue et regroupe 14 % des supermarchés en France.

Enfin, les régions Grand-Est et Hauts-de-France regroupent plus d'un quart des magasins de **hard-discount alimentaire** en France. Des raisons historiques expliquent cette présence plus importante puisque les premiers Hard-Discount ont été lancés en Allemagne près de ces régions frontalières au début de la seconde moitié du 20^{ème} siècle. Par ailleurs à l'intérieur de ces mêmes régions, le hard-discount alimentaire représente dans le Grand-Est et les Hauts-de-France, respectivement, 48 % et 40 % des grandes surfaces alimentaires. Pour la France, cette part s'élève en moyenne à 30 %.

Tableau 2 : Nombre de grandes surfaces alimentaires³⁰ par région au 1er janvier 2020

Régions	Total	Nombre de grandes surfaces alimentaires			
		Hypermarchés	Supermarchés	Hard-Discount alimentaire	Magasins multicommerces
Auvergne-Rhône-Alpes	1 319	232	725	339	23
Bourgogne-Franche-Comté	653	132	292	228	1
Bretagne	647	186	305	152	4
Centre-Val de Loire	497	114	246	130	7
Corse	56	14	42		
DOM	190	34	125	31	
Grand Est	1 097	205	363	524	5
Hauts de France	1 212	188	536	481	7
Ile-de-France	1 419	206	814	321	78
Normandie	654	151	295	208	
Nouvelle-Aquitaine	1 228	264	613	343	8
Occitanie	1 149	228	545	372	4
Pays de la Loire	615	201	259	148	7
Provence-Alpes-Cote d'Azur	889	118	535	213	23
Ensemble	11 625	2 273	5 695	3 490	167

Sources : Tascom, Sirene, Sirus, Enquête « réseaux d'enseignes », Calculs Insee

▪ Des grandes surfaces alimentaires plus présentes dans les départements ruraux

Au 1er janvier 2020, les départements français comptent en moyenne 17 grandes surfaces alimentaires pour 100 000 habitants (Graphique 2). Au regard de leur population, les départements peu peuplés situés dans la « diagonale du vide »³¹ se révèlent les mieux pourvus. Les départements de la Corrèze, de l'Ariège, du Jura, de la Nièvre, du Lot et des Vosges enregistrent les densités les plus élevées et comptent chacun au moins 27 grandes surfaces alimentaires pour 100 000 habitants. Les départements d'Ile-de-France et d'Outre-Mer présentent, quant à eux, les plus faibles densités. La Guyane et la Seine-Saint-Denis, avec respectivement 5,1 et 8,8 grandes surfaces alimentaires pour 100 000 habitants, affichent les ratios les plus faibles.

Mais en fonction de la catégorie à laquelle appartiennent ces grandes surfaces alimentaires, des spécificités apparaissent sur la densité par département.

Ainsi, les départements français comptent en moyenne 3,4 hypermarchés pour 100 000 habitants. Avec plus de 7 hypermarchés pour 100 000 habitants, les Côtes d'Armor affichent la densité la plus élevée. Ce ratio dépasse aussi 6 hypermarchés pour 100 000 habitants en Vendée, dans le Lot-et-Garonne et la Nièvre. A l'opposé, la ville de Paris et les Hauts-de-Seine comptent moins d'un hypermarché pour 100 000 habitants. Cette moindre présence dans ces

³⁰ Le champ retenu est celui des grandes surfaces alimentaires généralistes de plus de 400 m². Les secteurs relevant de la Naf 472 (Commerce de détail alimentaire en magasin spécialisé) ne sont pas intégrés dans ce champ.

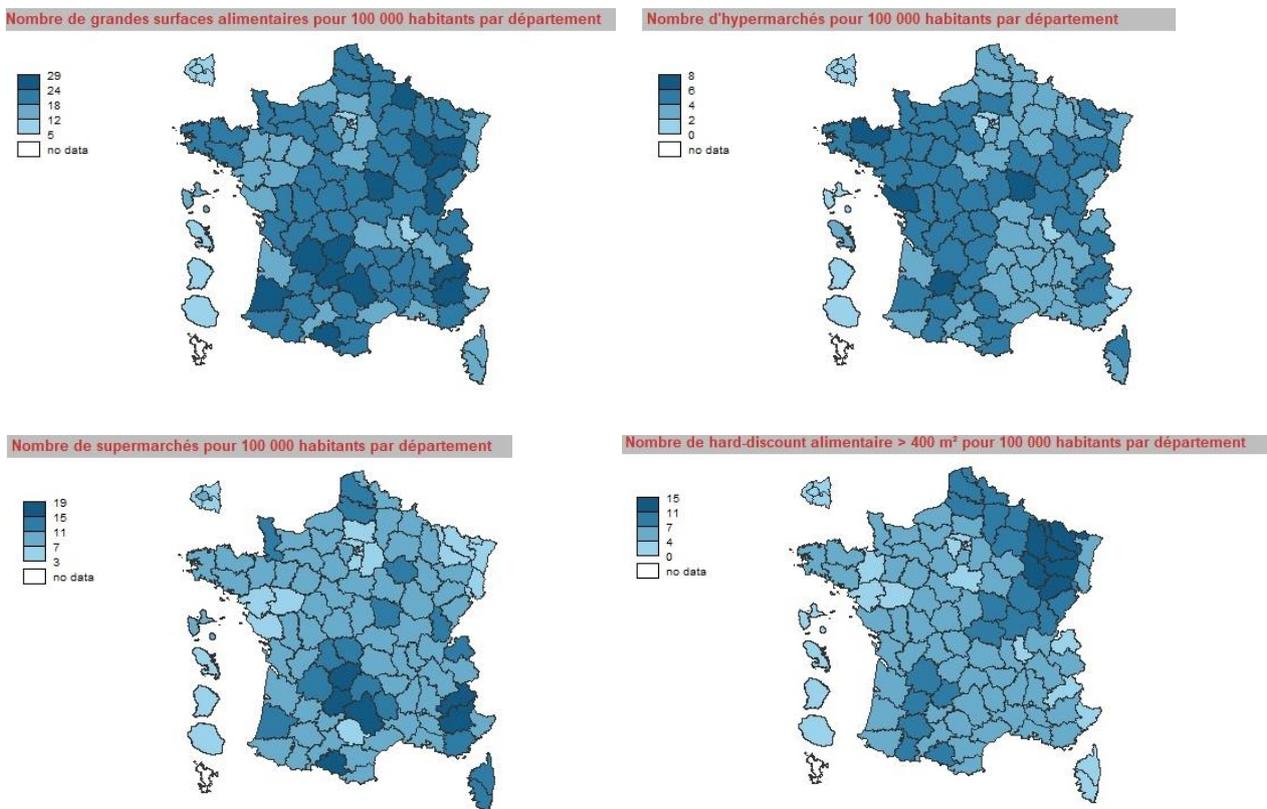
³¹ La « Diagonale du vide » correspond aux départements qui s'étendent du Nord Est au Sud Ouest de la France. Ces départements se caractérisent par une densité de population relativement faible par rapport au reste de la France et ont connu un exode rural massif au cours des XIXe et XXe siècles.

départements peut notamment s’expliquer par la présence de grands centres commerciaux (Les 4 Temps à La Défense, Beaugrenelle, Italie 2 etc.) où se regroupent de nombreux commerces.

Ensuite, les départements français comptent 8,5 supermarchés pour 100 000 habitants en moyenne. Ici, les départements avec les plus fortes densités se situent plutôt dans la moitié sud de la France. Avec plus de 18 supermarchés pour 100 000 habitants, les Hautes-Alpes affichent la densité la plus élevée. Ce ratio dépasse aussi 15 supermarchés pour 100 000 habitants en Corrèze, en Ariège, dans le Lot, en Alpes-de-Haute-Provence et en Aveyron. A l’inverse, la Guyane, la Seine-Saint-Denis et la Moselle enregistrent les ratios les plus faibles avec chacun moins de 5 hypermarchés pour 100 000 habitants.

Enfin dans le hard-discount alimentaire, les départements français comprennent en moyenne 5,3 grandes surfaces pour 100 000 habitants. Pour ce type de magasins, les départements du Grand-Est observent les densités les plus importantes. A ce niveau, sept départements, tous situés dans le Grand-Est, comptent au moins, chacun, 10 magasins de hard-discount alimentaire pour 100 000 habitants.

Graphique 2 : Densité de grandes surfaces alimentaires (GSA) au 1^{er} janvier 2020



Sources : Tascom, Sirene, Sirus, Enquête « réseaux d’enseignes », Calculs Insee

4 - Effondrement de l'activité pour les grands magasins

En 2020, les ventes réalisées par le commerce non alimentaire non spécialisé chutent brutalement d’un quart en volume (- 24,9 % après + 4,2 % en 2019) ainsi qu’en valeur (- 24,7 % après + 4,3 %). L’activité pour les **grands magasins**, surtout implantés à Paris et dans les grandes villes, s’effondre (- 37,6 % après - 0,7 % en volume et - 37,5 % après - 0,8 % en valeur). Ce sont les grands perdants du commerce de détail pour cette année 2020 en raison d’une offre majoritairement « non essentielle », ils ont dû fermer leurs portes lors des deux confinements. Ils ont également été fragilisés par la disparition de la clientèle étrangère et l’application des jauges et du couvre-feu. Ils avaient déjà été pénalisés, les deux dernières années, par un contexte de mobilisation contre la réforme des retraites fin 2019 qui succédait au mouvement des gilets jaunes au quatrième trimestre 2018. Des fermetures définitives sont prévues en 2021.

Les ventes des **autres commerces non alimentaires non spécialisés** (magasins de type « bazar ») chutent fortement (- 11,7 % en volume, après + 9,8 % ; - 11,4 % en valeur, après + 10,1 %).

5 - Fort repli du commerce non alimentaire spécialisé

En 2020, les volumes des ventes du commerce non alimentaire spécialisé sont en moyenne très affectés (- 8,4 % après + 1,2 %) par les restrictions d'ouverture liés à la crise sanitaire, la plupart étant des commerces non essentiels. Les volumes des ventes du commerce non alimentaire spécialisé représentent 40 % des ventes du commerce de détail en 2020. Certains pans du commerce non alimentaire ont tiré leur épingle du jeu (l'équipement du foyer et les pharmacies), d'autres limitent la baisse profitant des phases de déconfinement et enfin d'autres sont en net recul (habillement- chaussure, bijouterie).

▪ **Reflux d'activité pour les détaillants en technologies de l'information et de la communication (TIC)**

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

Les ventes en volume des TIC refluent (- 6,7 % après + 6,8 %) après les fortes hausses des années passées pénalisées par leur fermeture lors des deux confinements. La surprise vient du **matériel audio et vidéo en magasin spécialisé** (+ 6,8 % en volume après + 2,9 %), notamment par les ventes en hausse des téléviseurs portées par l'usage confiné de la télévision et l'arrivée de nouvelles plates-formes, comme celle de Disney, malgré le report de l'Euro de football et des JO³². Les ventes **d'ordinateurs, d'unités périphériques et de logiciels** chutent en magasin spécialisé (- 10,0 % après + 7,3 %) possiblement au profit des ventes à distance portées par le télétravail et le gaming. Les ventes de **matériels de télécommunication en magasin spécialisé** se stabilisent (+ 0,3 % après + 7,8 %). Les opérateurs sont toujours les piliers du marché Smartphone dans un contexte d'essor des modèles 5G mais leurs boutiques sont restées fermées pendant les confinements³³.

▪ **Maintien de l'activité dans l'équipement du foyer**

Le commerce de détail d'équipement du foyer comprend le commerce de détail d'équipements ménagers, tels que textiles, quincaillerie, tapis, appareils électriques et électroménager ou meubles, en magasins spécialisés. L'activité se maintient en 2020 (+ 0,9 % en volume, après + 2,6 % et + 0,3 %). Bloqués chez eux par le confinement et le télétravail, les Français ont amélioré le confort de leur maison.

Le commerce de meuble se replie fortement (- 9,9 % en volume, après + 2,8 % et + 0,1 %) marqué par la fermeture pendant trois mois de la majorité des points de vente de meubles. Toutes les familles du meuble affichent des résultats en recul sur l'exercice à l'exception du jardin³⁴. De plus le secteur n'a pu bénéficier en 2020 de la poussée habituelle liée à la construction de logements neufs et aux déménagements, tous deux en recul.

Le commerce de détail de bricolage (quincaillerie, peintures et verres) en grandes surfaces affiche un essor exceptionnel (+ 4,6 % en volume après + 1,0 % et - 2,1 %) bénéficiant de l'engouement des Français pour l'amélioration de leur habitat. Confinés, les Français ont eu le temps de profiter de leur habitat, d'en apprécier ses défauts et d'envisager le réaménagement de celui-ci pour les besoins du télétravail ou pour le rendre plus confortable. Pour certains, l'activité partielle a libéré du temps qu'ils ont mis à profit pour améliorer leur logement ou enfin se lancer dans des travaux sans cesse reportés par manque de temps. La quasi-totalité des rayons profite du dynamisme du marché, notamment l'outillage et la peinture, à l'exception de celui du chauffage (+ 3 %) pénalisé par la douceur des températures³⁵.

Le commerce d'appareils électroménagers en magasin spécialisé profite d'une dynamique positive (+ 13,4 % en volume après + 6,5 %) en poursuivant son ascension ininterrompue depuis une décennie. L'engouement du petit électroménager est porté par le fait maison (appareils de préparation culinaire et de cuisson des aliments) avec la multiplication des repas à la maison. Les priorités se sont aussi portées sur l'entretien du logement notamment des sols, la volonté de se faire plaisir avec l'achat de produits haut de gamme (machines à café avec broyeur) ainsi que les nouveaux usages de circonstance (tondeuses et défroisseurs vapeur). Le gros électroménager connaît aussi une dynamique positive. Les congélateurs ont connu un nouvel engouement, un moyen de faire des stocks et d'aller moins souvent faire ses courses. Véritable achat plaisir, les caves à vin enregistrent également une bonne performance. Lave-linges et sèche-linges sont aussi en croissance³⁶.

³² GFK – TV et casques Bluetooth au top des ventes électronique grand public

³³ Les Echos GFK – Les opérateurs français attendent le boom de la 5G

³⁴ IPEA – Bilan de l'année 2020

³⁵ INOHA FMB – 2020 une année hors du commun pour le marché français du bricolage

³⁶ GIFAM – communiqué de presse

▪ Chute des ventes de biens culturels et de loisirs

L'activité des magasins dans le **secteur culturel et récréatif** se replie fortement après deux années maussades en volume (- 14,9 %, après - 0,1 % en 2019 et - 2,0 % en 2018) comme en valeur pour cette année de crise sanitaire (- 11,8 %, + 2,6 % et + 1,4 % en 2018).

Le commerce de détail de journaux et de papeterie en magasin spécialisé plonge en 2020 en volume (- 30,4 % après - 5,4 % en 2019) comme en valeur (- 22,8 % après + 2,3 %). Cette forte baisse s'explique par l'accélération du transfert du format papier vers le format numérique enregistré dans la vente à distance. Les grands quotidiens connaissent toujours une croissance du nombre d'exemplaires vendus portés par le besoin d'information et de divertissement des lecteurs en pleine pandémie. Les journaux sportifs ont en revanche particulièrement souffert de l'arrêt des compétitions sportives³⁷.

Malgré l'intérêt renouvelé des Français durant toute l'année 2020 pour une pratique sportive synonyme de bien-être et de santé, **le commerce de détail d'articles de sport en magasin spécialisé** chute alors qu'il s'était ressaisi les deux années précédentes (- 6,3 % en volume, après + 4,2 % et + 2,3 %). Les lieux de pratiques sont restés fermés et les compétitions se sont arrêtées. Les segments de la natation, des sports collectifs, des sports de raquette et de la montagne sont très affectés. Le fitness et le rayon cycles échappe à la baisse³⁸.

Les ventes **de livres en magasin spécialisé** chutent après une année stable (- 9,6 % en volume, après + 0,1 %) suites aux fermetures durant les confinements. Le format imprimé reste éminemment plus vendu que les livres numériques. La BD affiche des ventes record (1 livre sur 5 achetés en France), mangas en tête. Ensuite les livres de jeunesse, le parascolaire et le loisirs/pratique sont portés par une conjoncture favorable à l'achat de livres pour occuper les plus jeunes pendant les confinements, le relais de la fermeture des écoles et le développement des activités à la maison. Les livres Beaux-Arts subissant les fermetures de musées ainsi que les livres Tourisme sont les grands perdants de l'année 2020³⁹.

Les ventes de **jeux et jouets en magasins spécialisés** poursuivent leur baisse en volume (- 5,7 % après - 2,2 % et - 12,8 %), en valeur le repli est un peu moindre cette année (- 4,1 % après - 3,8 % et - 14,1 %). Avec les fermetures des magasins, il y a eu moins d'achats d'impulsion et un report sur des jouets plus chers pour occuper les enfants. Pendant les deux confinements, les familles ont redécouvert le plaisir de jouer ensemble, les jeux de société et les puzzles sont les grands gagnants de 2020. L'électronique junior et les jeux de construction boostés par les nouveautés, sont en croissance. Cet engouement a profité aux ventes sur internet qui progressent fortement⁴⁰.

▪ Forte chute des ventes au détail de carburants

En conséquence des restrictions de circulation liées à la crise sanitaire, les ventes des stations-services chutent fortement en volume (- 17,9 % après - 4,1 %). Les ventes plongent également en valeur (- 25,9 % après - 3,7 %) dans le sillage de la baisse du prix du baril de Brent et du maintien de la TICPE à son niveau depuis 2018.

▪ Plongeon de l'activité dans les boutiques d'habillement et de chaussures, la maroquinerie et les horlogeries et bijouteries

En 2020, l'activité des **autres commerces de détail en magasin spécialisé** reflue en volume (- 9,8 % après + 1,2 %) comme en valeur (- 10,3 % après + 1,0 %). Ces commerces pour la plupart non essentiels sont pénalisés par leur fermeture durant les confinements. A l'inverse, **les commerces de pharmacies, articles médicaux et orthopédiques**, restés ouverts, profitent d'une croissance d'activité (+ 3,6 % en volume après + 0,8 %). La baisse des ventes de prescription de la médecine de ville est compensée par la dynamique des prescriptions hospitalières. La demande en dispositifs médicaux (thermomètres, masques) est restée forte, tirée par le contexte covid-19.

Le commerce de fleurs, plantes graines, engrais, animaux de compagnie et aliments pour ces animaux en magasin spécialisé est resté dynamique (+ 2,2 % après + 1,3 %) poussé par des Français en quête de nature et de vert, convaincus du bienfait du végétal sur leur vie⁴¹.

L'activité du **commerce d'équipement de la personne en magasin spécialisé** (habillement, chaussure, maroquinerie, parfumerie, bijouterie, optique) plonge en volume (- 20,1 % en volume après + 1,1 %).

³⁷ ACPM – communiqué de presse

³⁸ Les Echos Union sport & cycles – coup de pompe pour la vente d'articles de sport.

³⁹ GFK – En 2020, les Français ont acheté 6 millions de livres neufs par semaine

⁴⁰ FJP NPD – Bilan 2020 : La filière jouet tire son épingle du jeu

⁴¹ FJAF – communiqué de presse

L'activité des détaillants plonge en volume pour **l'habillement** (- 21,8 % après + 0,2 %) et pour les **chaussures** (- 19,7 % après - 1,4 %) suite aux deux confinements et après plusieurs années difficiles. En 2020, le secteur a assisté à une transformation du shopping « plaisir » vers l'achat efficace, planifié, comme en témoigne la forte réduction de la fréquentation en magasin. L'activité des centres-villes et centres commerciaux a souffert de la désaffection des lieux à forte fréquentation, de l'effondrement du tourisme et du télétravail. Les régions sont restées moteur de la croissance alors que Paris a particulièrement été touché. Le e-commerce est en forte progression mais compense peu la perte d'activité des boutiques⁴².

Les ventes dans **les horlogeries et bijouteries** sont fortement impactées par la fermeture des magasins pendant 3 mois et l'absence de clientèle étrangère (- 20,7 % après + 2,7 %). L'horlogerie (un tiers du marché) connaît un repli plus marqué pour les montres à plus de 1 000 €, généralement plus prisées par la clientèle étrangère que pour les montres à moins de 1 000 €, grâce au succès des montres connectées. Toutes les catégories de bijoux sont en baisse, sauf le plaqué or. Les ventes d'alliances en or reculent d'un tiers en raison de la baisse d'un tiers du nombre de mariages. La fantaisie est en baisse comme les bijoux en diamants⁴³.

Le marché de l'optique se replie (- 10,1 % en volume, après + 4,7 %) dans le contexte de fermetures répétées liées aux confinements, ainsi que l'effet baissier de la réforme du RAC O (100 % Santé). Cette réforme mise en place au 1er janvier 2020 permet aux français de se tourner vers une offre de lunettes standardisée prise en charge intégralement par l'assurance maladie et les mutuelles.⁴⁴

Les ventes du commerce de détail de **maroquinerie et d'articles de voyage** plongent (- 42,0 % en volume, après + 8,7 %). Les restrictions de déplacement et l'absence de clientèle étrangère ont pesé sur l'activité de ce secteur.

Enfin, les ventes de la **parfumerie et des produits de beauté** chutent fortement (- 13,0 % en volume, après - 0,2 %). En sortant moins et masqués les consommateurs sont moins enclins à utiliser du parfum et du maquillage. Le boom des achats en ligne de parfum et autres soins n'a pas compensé les pertes des magasins physiques. Les fêtes de fin d'année sont néanmoins restées très dynamiques⁴⁵.

6 - Forte hausse de la vente à distance

Le commerce hors magasin comprend le commerce de détail sur éventaires ou marchés, la vente à distance (par correspondance ou par Internet), la vente à domicile ainsi que par automate. En 2020, l'activité du commerce hors magasin augmente fortement de + 5,9 % après + 2,8 % en volume. En valeur, les ventes augmentent fortement également de + 6,4 % après + 2,9 %.

L'activité de la **vente à distance et autres formes de commerce hors magasin** accélère : les ventes augmentent de 7,5 % en volume (après + 3,0 %) et de 7,5 % en valeur (après + 2,8 %).

Selon la Fevad, le e-commerce représente 13,4 % du commerce de détail en 2020 après 9,8 % en 2019. La vente de produits sur internet a joué un rôle d'amortisseur économique pour les magasins physiques. Les ventes en ligne des enseignes magasins confirment leur progression : +53 % sur l'année avec des pics à +100 % pendant les deux confinements (accélération des livraisons à domicile, du click & collect et du drive). Au mois d'avril, lors du premier confinement, les ventes de produits de grande consommation ont augmenté de 86 %. Ces achats sur internet ont permis aux foyers qui le souhaitent d'acheter des biens alimentaires sans se rendre en magasin⁴⁶.

L'activité des ventes à domicile baisse fortement (- 5,5 % en volume, après - 1,0 % en 2019 et en 2018).

Les ventes par automates et autres formes de vente chutent également (- 7,3 % en volume, après - 0,5 %), en lien avec le télétravail et la fermeture des lieux de vie.

La fermeture des marchés pendant le premier confinement national a pénalisé l'activité du **commerce sur éventaire ou marché** (- 3,9 % en volume, après + 1,2 %), via une fréquence d'achat en recul marqué.

⁴² Alliance du commerce – bilan de la consommation année 2020

⁴³ FRANCECLAT – Les ventes d'horlogerie-bijouterie en France en 2020

⁴⁴ GFK – Optique : résistance de l'activité 2020

⁴⁵ Les Echos NPD – Les achats en parfumerie ont plongé sous l'effet de la crise

⁴⁶ Fédération du e-commerce et de la vente à distance (FEVAD) – Bilan du e-commerce en France 2020

Encadré 2 : Le recours aux places de marché⁴⁷ dans la vente en ligne

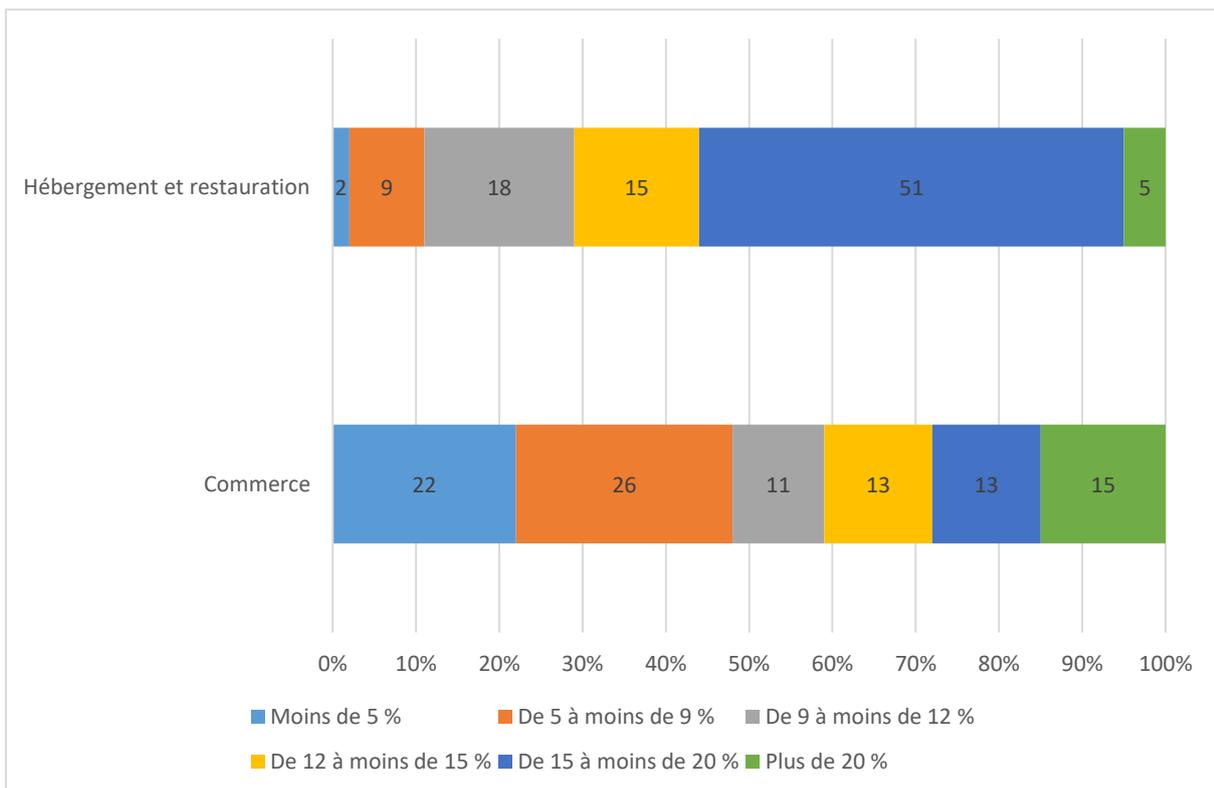
En 2019, selon l'enquête TIC, 24 % des unités légales du commerce effectuent des ventes en ligne. Parmi celles-ci, 17 % utilisent une ou plusieurs places de marché, soit 4 % du total. Les unités légales du commerce de détail sont plus nombreuses à vendre en ligne que celles du commerce de gros (29 % contre 23,5 %) mais recourent moins aux places de marché (6 % contre 30 %).

Le recours aux places de marché est moins important dans le secteur du commerce que dans celui des services, où 38 % des unités légales passent par une place de marché. Pour l'hébergement et la restauration, une unité légale sur deux recourt à au moins une place de marché. Cet usage se fait en complément d'un site web : 33 % des unités légales des services utilisent à la fois leur site web et au moins une place de marché contre seulement 11,5 % des unités légales du commerce.

Les ventes via les places de marché représentent 2,8 % des ventes sur internet du commerce. Dans le commerce de détail, cette part s'élève à 2,1 % des ventes sur internet, contre 2,7 % pour le commerce de gros et 11,8 % pour le commerce et la réparation automobiles. Ces parts sont relativement faibles comparées à d'autres secteurs : dans le secteur de l'hébergement, 41 % des ventes sur internet sont générées via une place de marché. Elles représentent 23 % des ventes sur internet pour le secteur de la restauration.

Les taux de commission appliqués dans le secteur de l'hébergement et la restauration sont plus importants que ceux appliqués dans le commerce. Dans le secteur du commerce, 48 % des sociétés versent moins de 9 % de taux de commission tandis que dans l'hébergement et la restauration, 55 % des sociétés payent des taux de commission supérieurs à 15 % (cf graphique 1).

Graphique 3 : Taux de commission versés aux places de marché selon le secteur en 2019 (en %)



Source : Insee, enquête TIC 2020

Lecture : En 2019, 22 % des sociétés du commerce qui utilisent une place de marché payent un taux de commission inférieur à 5 %. Cette part s'élève à 2 % dans l'hébergement-restauration.

⁴⁷ Place de marché : Une place de marché est un lieu virtuel où les transactions se réalisent entre des vendeurs et des acheteurs.

7 - Les parts de marché par forme de ventes

▪ Ensemble des produits commercialisables

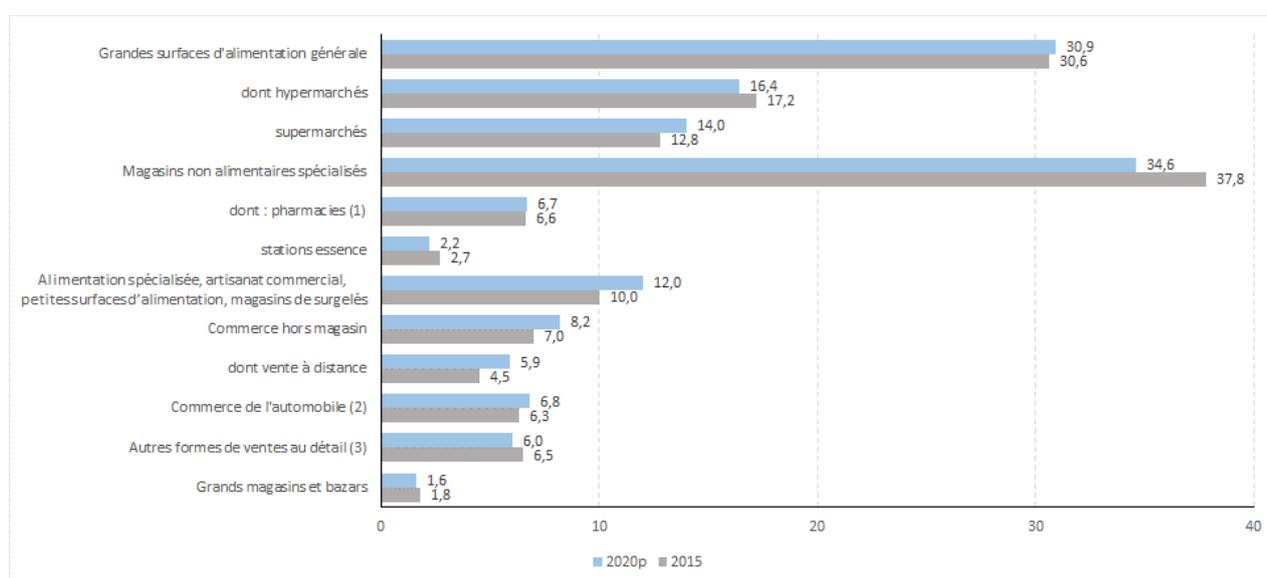
En 2020, les ventes au détail de produits commercialisables dans **toutes les formes de vente** (y compris les commerces liés à l'automobile) mais **hors produits liés à l'automobiles** (voitures neuves, d'occasion, caravane, remorque, entretien et réparation de véhicules automobiles) – s'élèvent à 590 milliards d'euros.

Deux acteurs principaux se partagent ce marché : les **commerces non alimentaires spécialisés y compris les pharmacies et les stations essence** (34,6 %) et les **grandes surfaces d'alimentation générale (30,9 %)**. Leurs parts de marché sont toutefois en recul depuis 2015, respectivement de 3,2 points et de 0,3 point.

A l'inverse, la part du **commerce hors magasin** a augmenté de 1,2 point depuis 2015 pour s'établir à 8,2 % en 2020.

De même, le **commerce et réparation automobile** et les **commerces alimentaires spécialisés et les petites surfaces** gagnent respectivement + 0,5 et + 2,0 points de part de marché entre 2015 et 2020.

Graphique 4 : Part de marché de l'ensemble des produits commercialisables hors véhicules automobiles par forme de vente (en %)



Source : Insee - Comptes du commerce

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

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

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

Champ : ensemble des ventes au détail de produits commercialisables, hors automobiles.

▪ Produits alimentaires

En 2020, les **grandes surfaces d'alimentation générale**⁴⁸ commercialisent 62,5 % des produits alimentaires (hors tabac). Leur part de marché recule de 4,4 points par rapport à 2015 en raison du repli des hypermarchés (- 3,6 point).

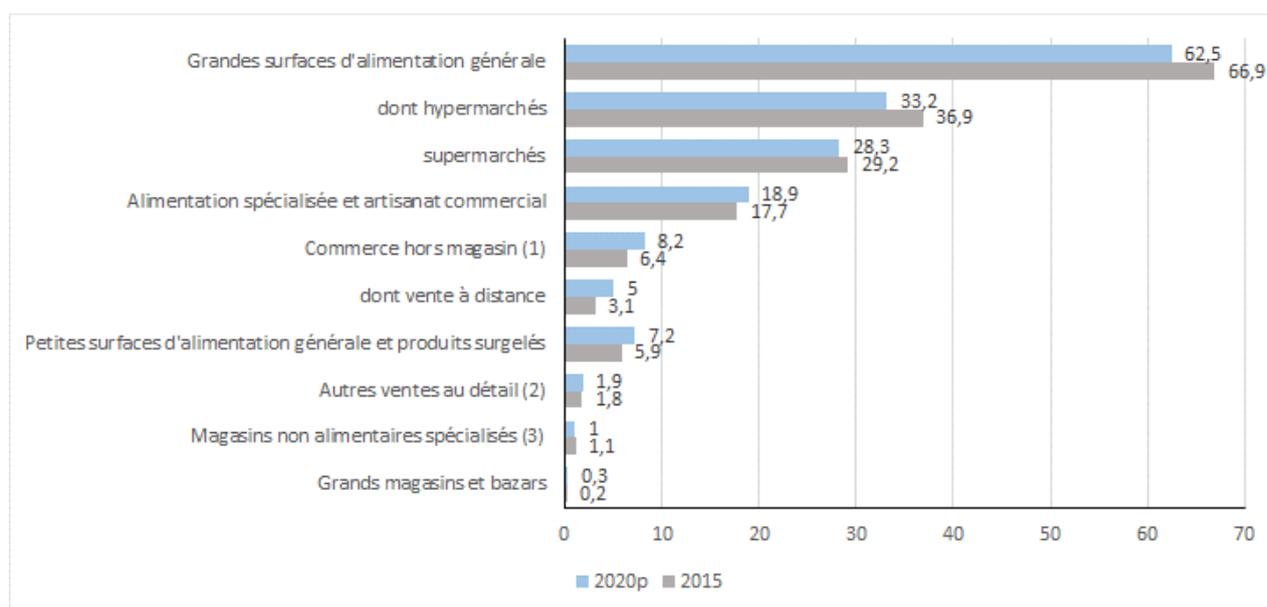
Les **commerces d'alimentation spécialisés, y compris l'artisanat commercial**, gagnent 1,2 point de parts de marché entre 2015 et 2020.

En 2020, les **petites surfaces d'alimentation générale et les magasins de produits surgelés**, qui détiennent ensemble 7,2 % du marché des produits alimentaires, gagnent 1,3 point de parts de marché depuis 2015.

La **vente à distance** de produits alimentaires réalise une percée réelle (+ 1,8 point) par rapport à 2015, mais sa part de marché reste marginale (5,0 % en 2020).

⁴⁸ Les grandes surfaces d'alimentation générale comprennent les supermarchés, les magasins multi-commerces et les hypermarchés. Les magasins dits de hard-discount ne constituent pas une catégorie particulière dans les nomenclatures. Ils sont classés selon leur superficie en supérettes (moins de 1/3 d'entre eux) ou en supermarchés.

Graphique 5 : Part de marché des produits alimentaires par forme de vente (en %)



Source : Insee - Comptes du commerce

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

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

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

Champ : ensemble des ventes au détail de produits alimentaires, hors tabac, de tous les secteurs de l'économie.

▪ Produits non alimentaires

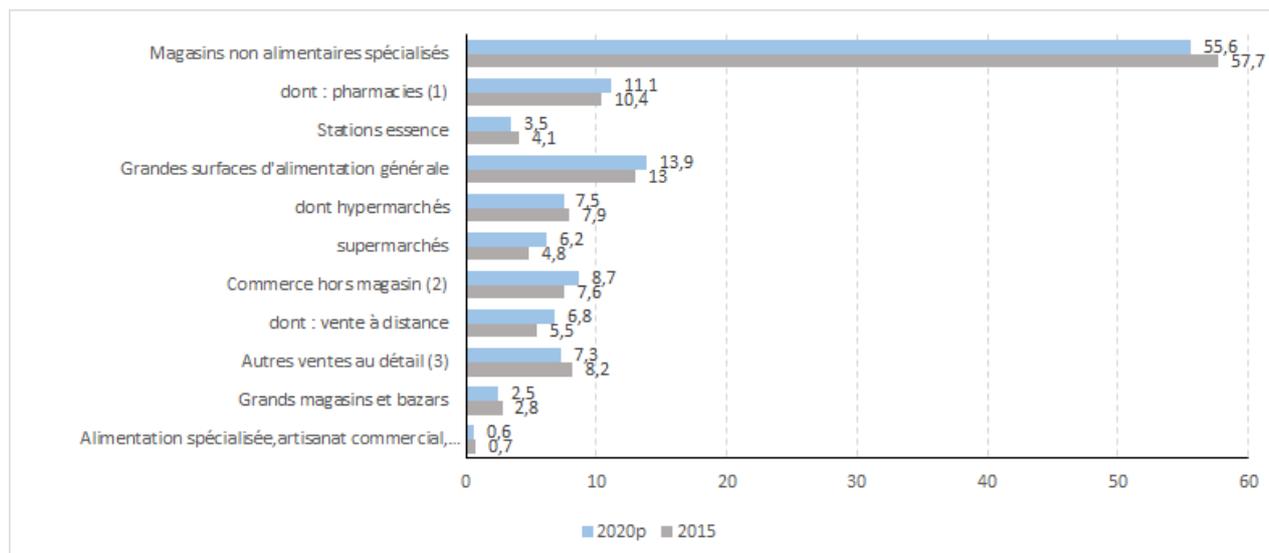
En 2020, le **commerce non alimentaire spécialisé** détient 55,6 % du marché des produits non alimentaires, soit une baisse de 2,1 point depuis 2015. La principale forme de vente sur ce marché est la **pharmacie** (11,1 %).

Les **grandes surfaces d'alimentation générale** détiennent 13,9 % du marché des produits non alimentaires, en hausse de 0,9 point par rapport à 2015 ; le recul est léger pour les hypermarchés (- 0,4 points) alors que la part de marché des supermarchés augmente de 1,4 point.

La part de marché de la **vente à distance** sur les produits non alimentaires reste modeste (6,8 % en 2020) malgré une augmentation de 1,3 point par rapport à 2015.

La part de marché des **grands magasins** pour les produits non alimentaires est de 2,5 %. Elle a baissé de 0,3 point par rapport à 2015.

Graphique 6 : Part de marché des produits non alimentaires par forme de vente (en %)



Source : Insee - Comptes du commerce

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

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

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

Champ : ensemble des ventes au détail de produits non alimentaires, y compris produits énergétiques et liés à l'automobile, hors véhicules automobiles, de tous les secteurs de l'économie.

Encadré 3 : Évaluation et révisions des ventes au détail

Le calcul des ventes au détail par forme de vente s'appuie sur la réconciliation de deux sources : la consommation commercialisable des ménages et les chiffres d'affaires des secteurs commerciaux. Celles-ci sont donc sensibles aux révisions de la consommation commercialisable d'une part, et aux changements de secteur des entreprises d'une année à l'autre, notamment lors des restructurations. Les évolutions des ventes au détail présentées sur les années 2019 et 2020 sont provisoires. Elles sont issues de la version semi-définitive ou provisoire de la consommation commercialisable et des évolutions d'indices de chiffres d'affaires mensuels par secteur d'activité calculés par l'Insee à partir des déclarations des entreprises pour le paiement de la TVA. Les résultats de l'année 2018, définitifs, sont basés sur l'exploitation du système d'information sur la statistique d'entreprise Esane. Ceux de 2019 et de 2020, estimés, s'appuient sur les résultats définitifs 2018 et ont été obtenus à partir des indices de chiffres d'affaires calculés par l'Insee.

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	2020	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
base 2014	juin 2021	+ 0,8	+ 1,5	+ 1,6	+ 1,4	+ 1,1 (def)	+ 0,1 (sd)	- 3,0 (p)	- 0,3	+ 0,1	+ 1,1	+ 2,2	+ 2,9 (def)	+ 1,0 (sd)	- 2,6 (p)
	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) semi-définitives (p) données provisoires

8 - Le grand commerce non alimentaire plus touché en 2020 par la crise sanitaire que l'ensemble du commerce non alimentaire

Avertissement : les données et analyses présentées dans cette partie concernent des chiffres d'affaires (et non pas seulement des ventes de marchandises au détail) en secteurs d'entreprises (et non en secteurs d'établissements ou formes de vente⁴⁹). Les évolutions ne sont donc pas parfaitement comparables aux parties précédentes sur le commerce de détail.

Encadré 4 : Définition du grand commerce non alimentaire

Le grand commerce non alimentaire spécialisé est défini⁵⁰ comme l'ensemble des entreprises⁵¹ 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), des grands magasins ou des autres commerces de détail en magasin non spécialisé (4719A et 4719B) et qui répondent à l'une des conditions suivantes :

- employer 100 salariés ou plus ;
- employer 50 salariés ou plus, et :
 - Soit exploiter 10 magasins ou plus
 - Soit exploiter au moins un magasin 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.

En 2020, avec le contexte de la crise sanitaire, l'activité du grand commerce non alimentaire décroît fortement par rapport à 2019, aussi bien en valeur (- 10,8 % après + 2,6 %) qu'en volume (- 10,7 % après + 3,0 %). Cette baisse est plus marquée que dans l'ensemble du commerce non alimentaire (- 7,2 % en valeur et - 7,1 % en volume en 2020), en lien avec les mesures de fermeture des plus grandes surfaces.

Tableau 3 : Chiffre d'affaires hors taxes du grand commerce non alimentaire et de l'ensemble du commerce non alimentaire spécialisé

	Secteurs	Évolution en volume (en %)			Évolution en valeur (en %)			Montant en Md€
		2018	2019sd	2020p	2018	2019sd	2020p	
Grand commerce	Technologies de l'information et de la communication (TIC)	2,5	5,2	-20,5	-2,4	-1,0	-22,2	2,7
	Équipement du foyer	0,9	1,3	-1,8	1,0	1,2	-1,4	31,2
	Culture et loisirs	-6,0	4,9	-16,7	-6,3	4,8	-16,1	6,7
	Habillement-chaussures	0,9	0,1	-26,0	0,9	-0,3	-26,2	15,0
	Équipement de la personne	4,8	4,3	-26,6	5,3	4,6	-26,3	6,4
	Jardineries et autres magasins spécialisés divers	1,2	5,7	4,1	-1,2	4,6	1,5	3,5
	Grands magasins et bazars	6,6	6,6	-28,3	6,7	6,2	-28,2	7,3
	Vente à distance et autres formes de commerce	6,0	4,6	7,2	6,2	4,5	7,3	21,7
Grand commerce	2,3	3,0	-10,7	2,0	2,6	-10,8	94,5	
Commerce à dominante non alimentaire	Technologies de l'information et de la communication (TIC)	14,5	9,4	-12,2	9,1	2,8	-14,0	6,6
	Équipement du foyer	0,7	2,7	0,0	0,8	2,6	0,4	52,0
	Culture et loisirs	2,0	4,9	-9,5	1,7	4,9	-8,8	17,3
	Habillement-chaussures	-1,8	2,0	-21,8	-1,8	1,6	-22,0	27,5
	Équipement de la personne	1,8	5,4	-17,9	2,3	5,7	-17,6	16,9
	Jardineries et autres magasins spécialisés divers	11,3	8,1	-1,8	8,6	7,0	-4,2	17,3
	Grands magasins et bazars	5,8	7,2	-23,9	5,9	6,8	-23,9	9,5
	Vente à distance et autres formes de commerce	8,3	6,3	10,8	8,6	6,2	10,9	35,4
Commerce à dominante non alimentaire	3,3	4,6	-7,1	3,0	4,2	-7,2	182,4	

p : provisoire, sd : semi-définitif.

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

Source : Insee - Comptes du Commerce.

⁴⁹ Une même entreprise peut posséder plusieurs magasins (établissements) ayant des formes de vente différentes (par exemple des quincailleries et des magasins d'articles de bricolage). Le secteur d'un établissement correspond à sa forme de vente. Celui d'une entreprise est déterminé par la forme de vente la plus importante.

⁵⁰ Définition arrêtée par la Commission des comptes commerciaux de la nation en 1987, révisée en 1998.

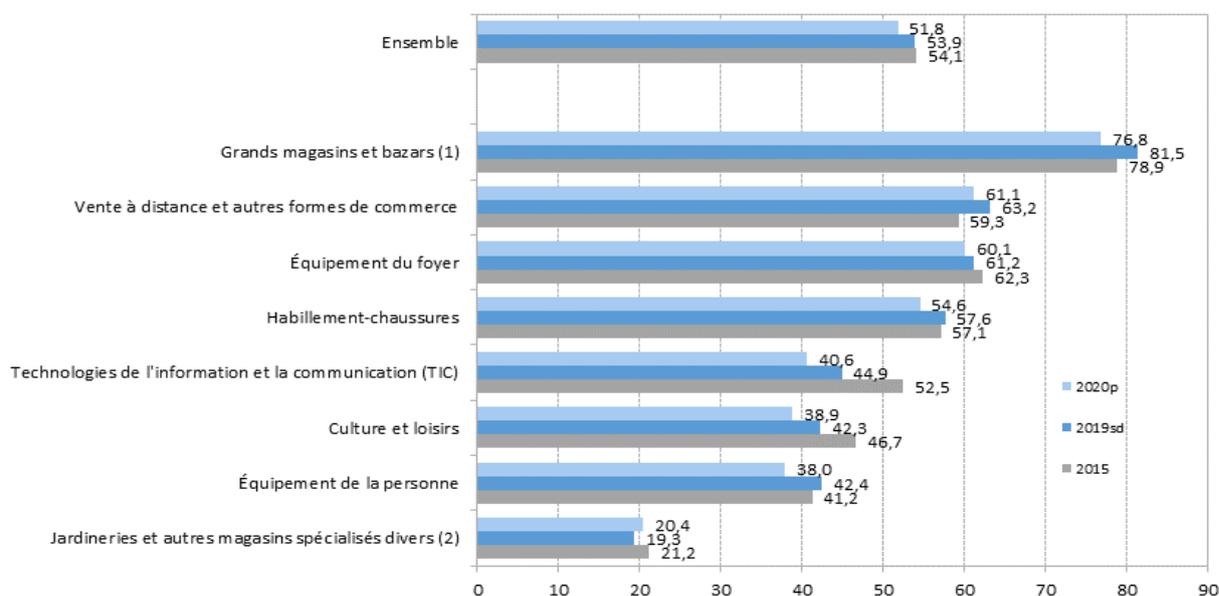
⁵¹ Le terme d'« entreprise » utilisé ici recouvre les sociétés et les entreprises individuelles. Il désigne toute unité légale déclarée au répertoire Sirene.

En 2020, le grand commerce réalise ainsi 51,8 % du chiffre d'affaires du commerce non alimentaire, soit moins qu'en 2019 (53,9 %) et 2018 (54,7 %). Entre 2010 et 2018, cette part augmentait peu à peu ; depuis 2018, elle diminue. En 2020, la baisse est plus prononcée du fait de la crise sanitaire.

En effet, par rapport à 2015, la part a régressé en 2020 (- 2,3 points), mais la tendance n'est pas homogène selon les secteurs. Le grand commerce gagne des parts de marché dans la vente à distance (+ 1,8 point). Toutefois, c'est le seul secteur où la part augmente. À l'inverse, dans le secteur des TIC, la part de marché a reflué (- 11,9 points par rapport à 2015). Dans le secteur de la culture et des loisirs, la part du grand commerce diminue (- 7,8 points), comme dans le secteur de l'équipement de la personne (- 3,2 points).

Par rapport à 2019, la part a régressé en 2020 (- 2,1 points). Le seul secteur où la part augmente en 2020 est celui des jardineries et autres magasins spécialisés divers (+ 1,2 point). Le poids des autres secteurs décline, notamment les grands magasins et bazars (- 4,6 points), l'équipement de la personne (- 4,5 points), et les TIC (- 4,3 points).

Graphique 7 : Part du chiffre d'affaires H.T du « grand commerce » dans l'ensemble du commerce non alimentaire, par secteur, en 2015 et 2020 (en %)



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

(p) : provisoire.

Lecture : En 2020, 61,1 % du chiffre d'affaires dégagé par la vente à distance et les autres formes de commerce (incluant notamment la vente par internet mais aussi la vente par correspondance, à domicile, par automates, etc.) sont réalisés par des entreprises du grand commerce.

Source : Insee, Comptes du Commerce.

▪ Vente à distance et autres formes de commerce : le secteur qui s'en sort le mieux en 2020

Le grand commerce spécialisé dans la vente à distance (par internet ou par correspondance) ou dans les autres formes de vente hors magasin comprend principalement des grandes enseignes du *e-commerce* (vente à distance spécialisée ou non sur une gamme de produits) ainsi que quelques grandes enseignes de vente sur automates et de vente à domicile. En 2020, les ventes de ce secteur augmentent de 7,2 % en volume (après + 4,6 % en 2019) et de 7,3 % en valeur (après + 4,5 % en 2019).

L'activité des grandes enseignes de vente à distance est multisectorielle (TIC, habillement, alimentaire...). Elle enregistre une croissance de 9,5 % en valeur en 2020 après + 5,7 % en 2019. Les consommateurs, qui utilisent de plus en plus leur *smartphone* pour réaliser leurs achats, ont fréquemment recours à certaines grandes enseignes de vente en ligne qui voient leurs parts de marché s'accroître⁵². En 2020, la pandémie a entraîné une accélération de la vente

⁵² Fevad : les chiffres clés 2019

de produits sur internet, la part du commerce électronique dans le commerce de détail s'est développée grâce à sa digitalisation accrue⁵³.

Le marché des TIC est fortement impacté par le développement du e-commerce. C'est le cas notamment du jeu vidéo, qui a réalisé en 2020 une forte croissance. Les joueurs se sont évadés dans un contexte sanitaire inédit, avec notamment l'arrivée de nouvelles consoles. Les ventes dématérialisées et les jeux sur *smartphone* sont plébiscités⁵⁴.

De leur côté, l'activité des grandes enseignes de vente sur automates et de vente à domicile reculent en 2020 (- 18,5 % en valeur).

▪ Technologies de l'Information et de la Communication (TIC) : les ventes diminuent notablement

Le grand commerce du secteur des TIC regroupe les grandes enseignes spécialisées dans la vente d'ordinateurs, d'équipements périphériques, d'équipements de télécommunication et de produits électroniques grand public. En 2020, les ventes du grand commerce des TIC baissent de 20,5 % en volume, en nette baisse par rapport à 2019 (+ 5,2 %). Les ventes du secteur en 2020 ont aussi baissé notablement en valeur (- 22,2 %, contre - 1,0 % en 2019), dans un contexte de baisse des prix (- 2,1 % dans ce secteur par rapport à 2019).

En 2020, le marché des TIC est fortement impacté par la diminution des ventes physiques, avec la fermeture des magasins lors du premier confinement. 2020 n'a pas été une bonne année pour le marché mondial des *smartphones*, notamment au premier trimestre 2020⁵⁵. Cette mauvaise performance de début d'année n'a pas été compensée par les achats effectués à la réouverture des magasins. Globalement le *high-tech* a pu être sous tension⁵⁶, même si pendant le confinement, les Français se sont rués sur le matériel informatique (télétravail, enseignement à distance...).

▪ Équipement du foyer : l'activité a résisté en 2020, exceptée la grande distribution d'ameublement

L'équipement du foyer est le premier secteur du grand commerce, représentant plus de 30 % de son chiffre d'affaires en 2020.

Le grand commerce spécialisé dans l'équipement du foyer est représenté essentiellement par les grandes surfaces de bricolage, d'ameublement et d'appareils électroménagers. En 2020, le chiffre d'affaires du grand commerce spécialisé dans l'équipement du foyer décroît en volume (- 1,8 % en 2020, contre + 1,3 % en 2019) et en valeur (- 1,4 % contre + 1,2 %).

Le grand commerce spécialisé dans le bricolage a bien résisté en 2020 (+ 1,9 % en valeur après + 2,3 %). La concurrence reste forte entre les enseignes de bricolage, car les consommateurs privilégient les petits prix. Mais le bricolage reste une activité très populaire chez les Français, qui y voient la possibilité de réaliser leurs projets sur mesure et à moindre coût. Le contexte de la crise sanitaire a favorisé ce type d'activité en 2020, certains Français cherchant des occupations pendant le confinement et souhaitant améliorer le confort de leur logement⁵⁷.

En 2020, l'activité des grandes surfaces spécialisées dans les appareils électroménagers redémarre (+ 6,2 % en valeur après - 4,2 % en 2019). Le secteur de l'électroménager a démontré en 2020 une réelle capacité de résilience, en dépit de la pandémie⁵⁸.

Le grand commerce spécialisé dans l'ameublement marque un recul en 2020 (- 11,8 % en valeur après + 4,3 %). Les enseignes de la grande distribution d'ameublement enregistrent un fort recul de leur activité en 2020. Deux des acteurs majeurs du secteur ont rencontré des difficultés et fermé des points de vente en 2020, tandis que de nombreuses enseignes ont rencontré des problèmes de stocks à la réouverture des magasins en mai.⁵⁹

▪ Culture et loisirs : après une bonne année 2019, les ventes déclinent en 2020

Ce secteur regroupe les magasins spécialisés d'articles de sport, les librairies-papeteries-journaux, les magasins spécialisés dans les jeux et jouets. En 2020, le chiffre d'affaires du grand commerce de ce secteur baisse de 16,7 % en volume (+ 4,9 % en 2019) et de 16,1 % en valeur (+ 4,8 % en 2019).

⁵³ Fevad : bilan du e-commerce en 2020 : les ventes sur internet atteignent 112 milliards d'euros grâce à la digitalisation accélérée du commerce de détail

⁵⁴ SELL : bilan du marché du jeu vidéo 2020 et 2019

⁵⁵ LSA : Les ventes de smartphones s'effondrent au premier trimestre 2020

⁵⁶ LSA : Le high-tech sous tension

⁵⁷ LSA : Bricolage : une année à quasi + 5 %

⁵⁸ Communiqué de presse – Bilan 2020 du Gifam

⁵⁹ LSA : La grande distribution d'ameublement (Ikea, Conforama ou But) accuse le choc (- 10 %) – 9 Mars 2021
Voir aussi Fédération du Commerce et de la Distribution (FCD) - Note de conjoncture - mars 2021

Le chiffre d'affaires du grand commerce spécialisé dans les articles de sport régresse en 2020 (- 10,2 % en valeur après + 2,7 %). La pratique du sport amateur se consolide, mais la fermeture des lieux de pratique, des magasins et l'arrêt des compétitions ont entraîné un déclin du secteur⁶⁰.

Les difficultés du grand commerce des jeux et jouets persistent en 2020 : le chiffre d'affaires enregistre une baisse en valeur de 6,3 % en 2020 comme en 2019 (- 6,2 %). En 2020, les magasins physiques spécialistes ont le plus souffert. Alternant pertes sèches et croissances inédites durant l'année 2020, le secteur est parvenu néanmoins à limiter les pertes sur l'année⁶¹. Le déclin des naissances met à mal les fabricants de jouets traditionnels, qui cherchent à développer leurs ventes en ligne⁶².

En parallèle, les grandes enseignes spécialisées dans les produits culturels chutent en 2020 (- 32,0 % en valeur après + 5,4 % en 2019) : en 2019 la diversification des produits de loisirs créatifs vendus par les grandes enseignes et leur ouverture au commerce électronique, notamment *via* la vente de livres numériques, ont permis cette croissance. Les deux confinements en 2020 n'ont pas favorisé les ventes de livres, en particulier du fait de la fermeture des librairies au cours du premier confinement⁶³.

▪ **Habillement-chaussure : forte baisse des ventes dans le grand commerce de l'habillement-chaussures**

En 2020, les ventes réalisées par les magasins du grand commerce spécialisés dans l'habillement-chaussures se dégradent de manière significative (- 26,0 % en volume après + 0,1 % en 2019). En valeur, la baisse est de - 26,2 %, après - 0,3 %.

Les ventes en valeur du grand commerce spécialisé dans l'habillement ont reflué de 27,1 % en 2020 (- 0,7 % en 2019). Bien sûr, le secteur a pâti des confinements. Mais il semble aussi que le shopping plaisir cède le pas à un shopping planifié et efficace, avec un consommateur qui pourrait modifier ses tendances de consommation. Les engagements sociétaux mis en avant par toutes les marques vont dans ce sens, de même que le succès de l'occasion⁶⁴.

Du côté du grand commerce spécialisé dans la chaussure, les ventes en valeur ont reflué de 18,4 % (+ 3,7 % en 2019). La crise sanitaire a mis à mal ce secteur⁶⁵.

▪ **Équipement de la personne (hors habillement-chaussures) : l'activité décroît de manière significative**

L'activité du grand commerce spécialisé dans l'équipement de la personne (parfumerie et produits de beauté, horlogerie et bijouterie, maroquinerie et articles de voyages, optique) baisse en 2020, après une progression en 2019 (- 26,6 % en volume après + 4,3 %, et - 26,3 % en valeur après + 4,6 %).

Les ventes des grandes enseignes de maroquinerie chutent en 2020 de façon marquée (- 44,8 % en valeur après + 14,3 %). La pandémie de Covid-19, qui entrave le tourisme et provoque des fermetures massives de magasins, a entraîné une chute de l'activité du marché mondial du luxe en 2020⁶⁶.

Dans l'optique, le grand commerce régresse en valeur (- 15,3 % après + 5,9 % en 2019). Ce secteur se développait, notamment sous l'effet du vieillissement de la population et de l'usage intensif des écrans. Le marché de l'optique a subi de plein fouet la crise du coronavirus, notamment au cours du premier confinement⁶⁷. Dans le même temps, la réforme « 100 % santé », mise en œuvre au 1^{er} janvier 2020, a modifié les règles de remboursement de l'optique : d'un côté, un panier de base remboursé à 100 % sur une offre limitée de montures ; de l'autre, un plus fort reste à charge pour les consommateurs qui voudraient sortir de cette offre de base. Les Français n'auraient pas baissé fortement leur budget optique⁶⁸, limitant l'effet baissier que la réforme 100 % santé pouvait faire anticiper.

Du côté du grand commerce de la parfumerie et des produits de beauté, les ventes se replient (- 18,8 % en valeur après + 1,4 %). La fermeture des boutiques physiques de parfumerie pendant les périodes de confinement a notamment stoppé la croissance des ventes⁶⁹.

⁶⁰ LSA : Décathlon en baisse de 6 % en 2020 voir aussi Union Sport et cycle : Une baisse de la consommation sport évaluée à 7 %

⁶¹ LSA : Le bilan 2020 du jouet en 10 chiffres clés

⁶² LSA : Le jouet a terminé l'année 2019 sur le fil

⁶³ LSA : Les biens culturels profitent moins de la pandémie que les biens techniques

⁶⁴ LSA : Mode : une baisse du chiffre d'affaires de 22,6 % en 2020

⁶⁵ LSA : Chaussures : vers une baisse de 20 % en 2020

⁶⁶ Journal du luxe : Une baisse attendue de - 20 à - 35 % en 2020

⁶⁷ LSA : L'optique : un marché en baisse de 35 % depuis le début de l'année / Gfk : Optique: résistance de l'activité 2020

⁶⁸ LSA : Tops et flops de 10 secteurs du commerce spécialisé en 2020 (Bilan Procos : optique - 9,4 %)

⁶⁹ LSA : Selon NPD, les ventes en parfumerie sélective ont baissé de 20 % en 2020

- **Jardineries, animaleries et autres magasins spécialisés divers : un secteur toujours florissant en 2020**

Les autres activités du grand commerce regroupent les magasins spécialisés dans les fleurs, plantes, animaux de compagnie ainsi que les autres commerces spécialisés divers. En 2020, les ventes de ces commerces continuent d'augmenter (+ 4,1 % en volume après + 5,7 %). La progression en valeur est moins importante (+ 1,5 % après + 4,6 %) du fait d'une baisse des prix (- 2,4 % après - 1,0 %).

Dans les jardineries, le grand commerce conserve une activité dynamique (+ 5,3 % en valeur) comme en 2019. Les grandes enseignes de jardinerie ont bénéficié, depuis mai, d'une reprise importante. Le confinement a entraîné un engouement pour le jardinage. Déjà en 2019, on observait cette tendance du « retour à la nature », les Français étant de plus en plus désireux de s'entourer de plantes et fleurs (notamment les citadins)⁷⁰.

- **Grands magasins et bazars : les ventes chutent, notamment dans les grands magasins**

Près de 77 % de la part du chiffre d'affaires H.T des grands magasins et bazars est réalisée dans le « grand commerce ». Par nature, il s'agit du secteur dans lequel la part du grand commerce est la plus haute. En 2020, les ventes des grandes enseignes des grands magasins et des bazars déclinent fortement (- 28,3 % en volume après + 6,6 % en 2019, et - 28,2 % en valeur après + 6,2 %).

En 2020, les ventes des bazars se replient (- 14,7 % en valeur), en raison de la crise sanitaire, après des années de hausse (+ 14,8 % en 2019 en valeur). Depuis 2014, ces grandes enseignes non-alimentaires spécialisées dans le *hard-discount* ne cessent d'augmenter leur part de marché en France. Dans un contexte de pouvoir d'achat ralenti, les clients sont à la recherche de bonnes affaires. Ils sont friands de décoration et objets du quotidien à petit prix.

Le chiffre d'affaires des grands magasins a été plus touché que les bazars (- 40,0 % en valeur après - 0,3 %). L'activité a été fortement ralentie par les fermetures de magasins en 2020⁷¹. Les grands magasins sont aussi très dépendants du flux de touristes étrangers, très limité en 2020 du fait de la crise sanitaire.

9 - L'implantation des grandes surfaces non alimentaires

- **19 % des GSNA dans l'habillement**

Les grandes surfaces non alimentaires ou GSNA (**Encadré 5**) correspondent aux magasins non alimentaires d'au moins 400 m².

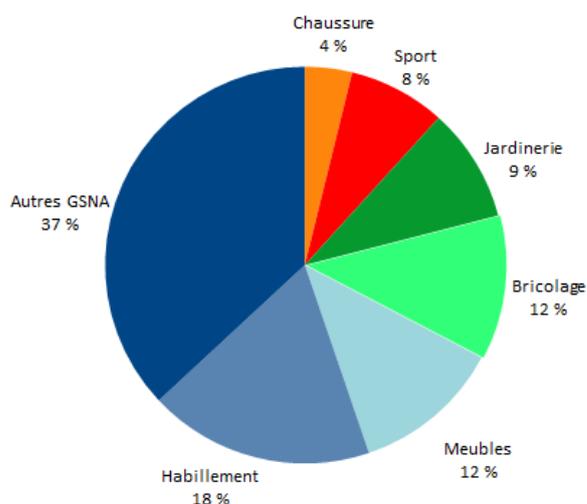
Au 1er janvier 2020, les GSNA (**Graphique 8**) sont proportionnellement les plus nombreuses parmi les magasins des secteurs de l'habillement (18 %) et du meuble (12 %). Viennent ensuite, le bricolage (12 %) et la jardinerie (9 %).

La surface d'une GSNA s'élève, en moyenne, à 1522 m². En raison d'une présence d'articles plus volumineux, les grandes surfaces de bricolage, avec 2894 m², possèdent les surfaces moyennes les plus élevées devant celles du meuble avec 1803 m². Les grandes surfaces spécialisées dans l'équipement de la personne nécessitent naturellement moins d'espaces que celles dédiées à l'équipement de la maison. Avec une surface moyenne de 959 m², les grandes surfaces spécialisées dans la vente de chaussures sont d'une taille inférieure à celles spécialisées dans la vente d'habillement avec 1111 m².

⁷⁰ LSA : Le bricolage-jardinage dans un cercle vertueux

⁷¹ LSA : Galeries Lafayette, 28 novembre 2020 : et le magasin rouvrit...

Graphique 8 : Répartition des grandes surfaces non alimentaires au 1er janvier 2020



Sources : Tascom, Sirene, Sirius, Enquête « réseaux d'enseignes », Calculs Insee

Encadré 5 : Méthodologie sur l'estimation du nombre de grandes surfaces non alimentaires

Le champ

Le champ des grandes surfaces alimentaires non alimentaires (GSNA) regroupe les établissements avec une surface de vente supérieure ou égale à 400 m² et relevant des secteurs suivants selon la nomenclature d'activités françaises (Naf):

4719A. Grands magasins

4719B. Autres commerces de détail en magasin non spécialisé

474. Commerce de détail d'équipements de l'information et de la communication en magasin spécialisé

475. Commerce de détail d'autres équipements du foyer en magasin spécialisé

476. Commerce de détail de biens culturels et de loisirs en magasin spécialisé

477. Autres commerces de détail en magasin spécialisé*

* Sauf commerce de détail de produits pharmaceutiques en magasin spécialisé

(code APE 4773Z)

Les grandes surfaces non alimentaires sont classées, ici, en sept catégories : habillement – chaussures – sport – bricolage – jardinage – meuble – autres GSNA

L'estimation du nombre de grandes surface non alimentaires

Le nombre des grandes surfaces non alimentaires est estimé à partir des fichiers issus de la taxe sur les surfaces commerciales (Tascom) qui donne une photographie du parc début 2020. Cette taxe ne s'appliquant que sous certaines conditions d'imposition, le fichier n'est pas tout à fait exhaustif. Les fichiers Sirius et Sirene de l'Insee sont aussi mobilisés pour corriger les codes d'activité (APE).

Les chiffres du tableau 4, présentés selon la région d'implantation du magasin, doivent être considérés comme des estimations. Le nombre de grandes surfaces non alimentaires a été rapporté à la population par département pour obtenir les cartes qui représentent la densité en nombre de magasins pour 100 000 habitants.

▪ **12 % des GSNA en Auvergne-Rhône-Alpes**

Au 1er janvier 2020, les trois premières régions françaises d'implantation (**Tableau 4**) des grandes surfaces non alimentaires (GSNA) sont l'Auvergne-Rhône-Alpes (12 %), la Nouvelle-Aquitaine (11 %) et l'Île-de-France (11 %).

Selon les catégories auxquelles appartiennent ces GSNA, des spécificités apparaissent dans leur répartition entre régions. Ainsi dans **l'habillement**, l'Île-de-France regroupe 16 % des grandes surfaces françaises. Elle devance l'Auvergne-Rhône-Alpes avec 11 % et les Hauts-de-France avec 10 %.

Pour la **chaussure**, l'Auvergne-Rhône-Alpes occupe la première place avec 15 % des grandes surfaces devant le Grand-Est avec 12 %.

Les grandes surfaces spécialisées dans le **sport** semblent se concentrer davantage vers les régions montagneuses ou littorales. Ainsi, les grandes surfaces de ventes d'articles de sport se situent d'abord en Auvergne-Rhône-Alpes avec 15 % des magasins et ensuite en Nouvelle-Aquitaine et Occitanie avec, respectivement, 12 % et 11 % des grands magasins de sport. La présence de nombreuses stations de ski dans ces territoires favorise, sans doute, une implantation plus importante de grands magasins spécialisés dans la vente d'articles de sport d'hiver.

Pour le **meuble**, l'Auvergne-Rhône-Alpes et la Nouvelle-Aquitaine sont les mieux pourvues et se partagent, respectivement, 13 % et 12 % des grands magasins de meubles en France. Pour le **bricolage**, les deux grandes régions du Sud-Ouest (Nouvelle-Aquitaine et Occitanie) concentrent 25 % des grandes surfaces spécialisées dans ce secteur. Enfin, les régions Nouvelle-Aquitaine, Hauts-de-France et Auvergne-Rhône-Alpes détiennent, chacune, 12 % des jardineries.

Tableau 4 : Nombre de grandes surfaces non alimentaires par région au 1er janvier 2020

Régions	Total	dont nombre de grandes surfaces non alimentaires en :					
		Habillement	Meuble	Bricolage	Jardinerie	Sport	Chaussure
Auvergne-Rhône-Alpes	2 153	352	270	250	191	211	102
Bourgogne-Franche-Comté	954	134	114	124	119	68	44
Bretagne	1 182	212	159	119	148	82	30
Centre-Val de Loire	769	124	94	102	81	53	36
Corse	79	12	13	12	3	3	4
DOM	304	62	42	53	13	24	2
Grand-Est	1 599	305	186	164	150	109	79
Hauts-de-France	1 613	315	172	129	191	112	73
Île-de-France	1 930	514	196	168	127	139	64
Normandie	999	188	126	129	85	68	29
Nouvelle-Aquitaine	1 922	291	245	265	201	162	76
Occitanie	1 627	274	168	240	139	148	60
Pays de la Loire	1 137	187	159	159	96	83	38
Provence-Alpes-Côte d'Azur	1 160	211	162	132	73	111	28
Ensemble	17 428	3 181	2 106	2 046	1 617	1 373	665

Sources : Tascom, Sirene, Sirus, Calculs Insee

▪ **Chaque département compte, en moyenne, 26 grandes surfaces non alimentaires pour 100 000 habitants**

Au 1er janvier 2020, les départements français comptent, en moyenne, 26,1 grandes surfaces non alimentaires pour 100 000 habitants (**Graphique 8**). Les Vosges et les Hautes-Alpes sont les départements les mieux pourvus avec, chacun, plus de 40 GSNA pour 100 000 habitants. Ensuite, ce ratio dépasse 38 GSNA pour 100 000 habitants dans les départements de Saône-et-Loire, de Haute-Marne, de la Nièvre, du Cantal et du Finistère. Avec moins de 10 grandes surfaces non alimentaires pour 100 000 habitants, le département des Hauts-de-Seine détient le ratio le plus faible.

Cette densité est variable aussi selon la catégorie des GSNA.

Dans **l'habillement**, les départements français comptent 4,8 grandes surfaces pour 100 000 habitants. L'Aube affiche la densité la plus élevée avec 10,6 magasins pour 100 000 habitants. Cette forte densité s'explique notamment par la présence de nombreux magasins d'usine dans ce département. Ensuite, 14 départements comptent au moins 6 GSNA pour 100 000 habitants dont 12 situés dans la partie nord de la France. A contrario, la Haute-Loire et la Martinique sont les moins bien pourvus avec, respectivement, 1,8 et 2,1 GSNA pour 100 000 habitants.

Pour la **chaussure**, les départements français comprennent 1,0 grande surface pour 100 000 habitants en moyenne. Pour ce type de magasins avec plus de 2,3 GSNA pour 100 000 habitants chacun, les Alpes-de-Haute-Provence, l'Allier

et le Cher sont les départements les mieux pourvus. Pour ce type de magasins, les faibles densités observées tiennent probablement au fait que de nombreuses grandes surfaces classées comme magasins d'habillement vendent aussi des chaussures.

Ensuite, les départements français comptent, en moyenne, 2,1 grands magasins de **sport** pour 100 000 habitants. Ces derniers sont très bien implantés en montagne. Avec plus de cinq grands magasins de sport pour 100 000 habitants chacun, la Lozère, la Savoie et les Hautes-Alpes affichent, ainsi, les ratios les plus élevés parmi les départements français.

Pour les commerces spécialisés dans l'équipement de la maison, les densités en grandes surfaces au regard de la population se révèlent, là aussi, plus faibles dans les départements franciliens ou les plus peuplés quelles que soient les catégories relevant de ce secteur.

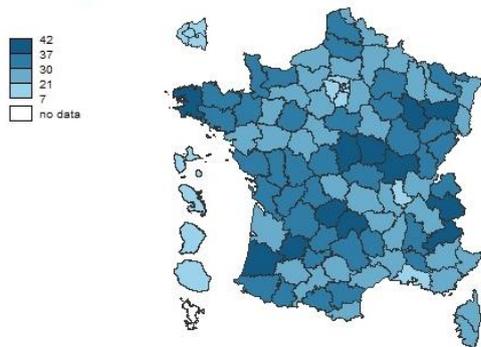
Pour le **bricolage**, les départements français comptent en moyenne 3,1 grandes surfaces pour 100 000 habitants. Pour ce type de commerce, le département des Landes est le mieux loti en comptant, en moyenne, 11,2 grandes surfaces pour 100 000 habitants. Il devance ceux de la Lozère et du Cantal qui recensent, chacun, au moins 7 grands magasins de bricolage pour 100 000 habitants. A contrario en Ile-de-France, ce ratio se situe en dessous de 1 pour la ville de Paris et la Seine-Saint-Denis.

Pour les **jardineries**, les départements français recensent, en moyenne, 2,4 grandes surfaces pour 100 000 habitants. Mais, des départements peu peuplés comme le Gers, la Haute-Marne, la Creuse ou le Lot comprennent, chacun, plus de 6 grandes surfaces de jardinage pour 100 000 habitants. En revanche, la ville de Paris et les départements de petite couronne comptent, chacun, moins d'une grande surface de jardinage pour 100 000 habitants en moyenne.

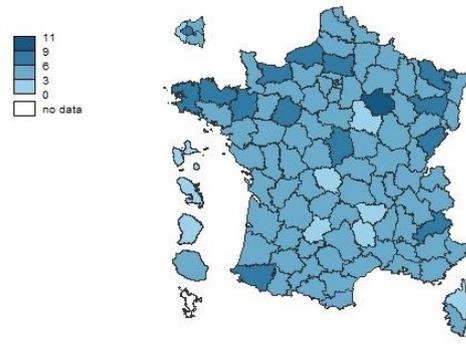
Enfin, pour le **meuble**, les départements français comptent 3,2 grandes surfaces pour 100 000 habitants. Pour ce type de commerce, le Territoire de Belfort et la Haute-Marne enregistrent les densités les plus élevées avec plus de 6 grandes surfaces pour 100 000 habitants pour chacun de ces départements. En revanche, les Hauts-de-Seine et la Seine-Saint-Denis obtiennent les ratios les plus faibles avec, respectivement, 0,2 et 1,0 grandes surfaces pour 100 000 habitants.

Graphique 9 : Densité de grandes surfaces non alimentaires (GSNA) au 1^{er} janvier 2020

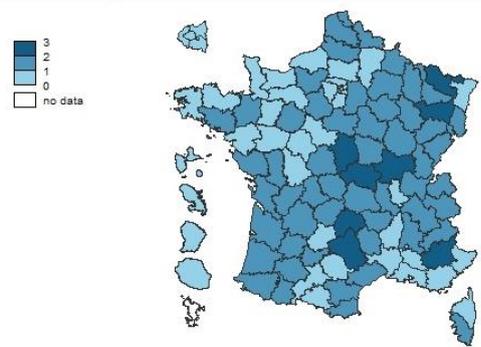
Nombre de grandes surfaces non alimentaires pour 100 000 habitants par département



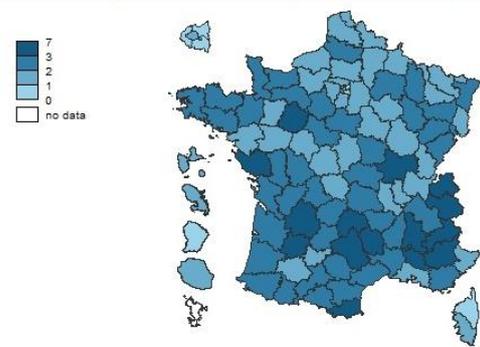
Nombre de magasins d'habillement > 400 m² pour 100 000 habitants par département



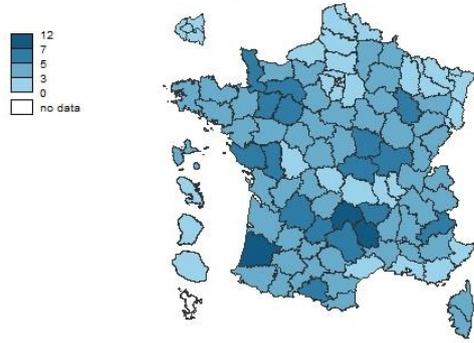
Nombre de magasins de chaussures > 400 m² pour 100 000 habitants par département



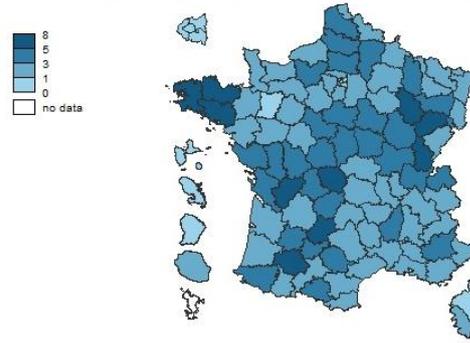
Nombre de magasins de sport > 400 m² pour 100 000 habitants par département



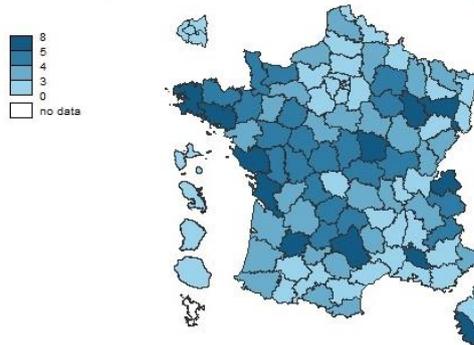
Nombre de magasins de bricolage > 400 m² pour 100 000 habitants par département



Nombre de magasins de jardinage > 400 m² pour 100 000 habitants par département



Nombre de magasins de meuble > 400 m² pour 100 000 habitants par département



Sources : Tascom, Sirene, Sirius, Enquête « réseaux d'enseignes », Calculs Insee

CHAPITRE IV : LE COMMERCE ET LA RÉPARATION D'AUTOMOBILES ET DE MOTOCYCLES

L'activité du **commerce et de la réparation de véhicules automobiles et de motocycles**, marquée par la crise sanitaire, plonge en 2020. Elle chute de 10,8 % en volume, après + 3,2 % en 2019 et + 0,4 % en 2018. En valeur, les ventes du secteur chutent avec la même intensité de 10,4 % (après + 3,7 % et + 1,7 %). Elles s'élèvent à 121 milliards d'euros.

Le **commerce de véhicules automobiles** représente 72 % de l'ensemble du commerce et de la réparation de véhicules automobiles et de motocycles ; il est particulièrement touché en 2020 : ses ventes en valeur ont chuté de 12,3 % (après + 4,2 % et + 4,0 %).

L'**entretien et la réparation de véhicules automobiles** rechute (- 5,7 % en volume après + 1,6 %).

Les ventes du **commerce de détail d'équipements automobiles** baissent plus fortement: - 6,5 % après - 1,8 %, en volume.

D'après l'Indice des Prix à la Consommation (IPC), le prix moyen des achats de véhicule décélère en 2020 (+ 0,4 %, après + 0,6 % et + 1,4 %) pour atteindre le même niveau de hausse qu'en 2009.

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

Activités	Évolution en volume (en %)			Évolution en valeur (en %)			Montant 2020p	
	2018	2019sd	2020p	2018	2019sd	2020p	en Md€	en %
Commerce de véhicules automobiles*	3,0	4,0	-12,8	4,0	4,2	-12,3	86,6	71,7
Entretien et réparation de véhicules automobiles	-7,7	1,6	-5,7	-5,1	3,3	-5,7	20,8	17,2
Commerce de gros d'équipements automobiles	8,6	-2,4	-10,7	10,2	-1,1	-9,5	1,8	1,5
Commerce de détail d'équipements automobiles	4,5	-1,8	-6,5	-4,8	-0,5	-5,8	7,2	5,9
Commerce et réparation de motocycles	-4,2	4,9	-1,0	-2,0	5,5	-0,9	4,4	3,6
ENSEMBLE COMMERCE ET RÉPARATION DE VÉHICULES AUTOMOBILES ET DE MOTOCYCLES	0,4	3,2	-10,8	1,7	3,7	-10,4	120,8	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 ; sd : semi-définitif

1 - Fort recul pour le commerce de véhicules automobiles

En 2020, les ventes de **véhicules automobiles** reculent (- 12,8 % en volume, après + 4,2 %).

Le secteur, considéré comme non essentiel, a été paralysé par la fermeture des usines et des concessions au printemps. Au second confinement les concessions sont restées ouvertes sur rendez-vous pour le retrait un véhicule neuf. D'autre part, l'activité a été influencée par la mise en application de la réglementation européenne CAFE (Corporate Average Fuel Economy), qui vise à réduire les rejets de CO₂, contraint les constructeurs et les réseaux sur la vente de véhicules thermiques pour encourager la vente de motorisations alternatives. Ce dispositif européen est complété en France par une taxe malus, renforcée en 2020, sur l'achat d'un véhicule neuf polluant.

En 2020, les immatriculations de **voitures particulières neuves** chutent d'un quart en France, à 1 631 200 unités. Elles étaient réparties à la hausse en 2014 après avoir souffert particulièrement en 2012 (- 14,1 %). Par la suite, elles avaient

été très dynamiques, surtout en 2015 (+ 6,8 %). En outre, celles de véhicules utilitaires neufs (camionnettes et camions) chutent moins fortement (- 15,1 % après + 6,1 %)⁷².

Les immatriculations de voitures particulières neuves ont très fortement ralenti pendant les mois de mars, avril, mai (avec un total de 177 000 immatriculations sur ces trois mois). Un rattrapage s'observe en juin et en juillet avec des immatriculations (231 000 et 176 000 unités)⁷³ qui dépassent même celles observées les mêmes mois de 2019, sans compenser les pertes sur l'année, encouragé par des aides pour l'acquisition de véhicules peu polluants : le bonus et la prime à la conversion.

Le bonus entré en vigueur au 1^{er} juin 2020 constitue en effet une aide à l'achat ou à la location de longue durée d'un véhicule électrique, hydrogène ou hybride rechargeable neuf. La prime à la conversion, pour un véhicule acquis dès le 1^{er} juin, constitue une aide à l'acquisition ou à la location d'un véhicule peu polluant, en échange de la mise au rebut d'un vieux véhicule.

Cependant, à partir d'août les ventes de voitures particulières neuves se replient, et plus fortement en novembre (- 27 %).

La motorisation diesel qui était la plus fréquente des voitures neuves jusqu'en 2016 continue à perdre du terrain en 2020. La part de marché des voitures thermiques baisse plus fortement pour l'essence (46,9 % après 58,3 %) que pour le diesel (30,4 % après 33,9 %). Les ventes de voitures à batterie sont les grandes gagnantes de l'année, les motorisations 100 % électriques (6,6 % après 1,9 %) et hybrides rechargeables (4,5 % après 0,9 %) représentent 11,1 % de part de marché. En comptant les hybrides non rechargeables (10,6 % après 4,9 %), une voiture vendue sur cinq est électrifiée en 2020⁷⁴. Les mesures incitatives pour l'achat d'un véhicule à faibles émissions ainsi que la nouvelle réglementation s'appliquant aux constructeurs automobiles ont probablement favorisé cet essor.

En 2020, les groupes français restent leaders du marché national ; leur part de marché en terme d'immatriculations de véhicules légers (particuliers et utilitaires) est de 59 %⁷⁵.

Sur le marché de l'occasion, les ventes ont mieux résisté puisque les immatriculations de **voitures particulières d'occasion** baissent seulement de 3,8 %, à 5 570 300 unités, après une hausse de + 2,8 % en 2019 ⁷⁶ . Le marché de l'occasion répond d'abord au besoin de mobilité des ménages et permet réaliser une acquisition à moindre prix qu'un véhicule neuf, particulièrement appréciée en temps de crise. Il est soutenu par la prime à la conversion sous conditions. Il n'est pas soumis au malus et de ce fait constitue un refuge pour ceux qui veulent acheter un véhicule thermique plutôt qu'électrique sans avoir à s'acquitter de la taxe. Il semble aussi bénéficier des hésitations sur la motorisation à privilégier au moment de faire un investissement conséquent sur le neuf.

2 - Repli des ventes dans l'entretien-réparation et dans l'équipement automobile de détail

Avec les mesures de confinement, de télétravail et les restrictions de déplacement mises en place, le trafic routier a fortement diminué en 2020. Il en va de même pour les passages en atelier de réparation automobile pourtant restés ouverts toute l'année. Dans ce contexte, **les ventes d'entretien et de réparation automobile se replient** (- 5,7 % en volume après + 1,6 %), la baisse en valeur est de même ampleur (- 5,7 % après + 3,3 %).

Dans le **commerce de détail d'équipements automobiles**, les ventes en volume se replient également (- 6,5 % en volume après - 1,8 %) sous l'effet de la baisse de fréquence des accidents pendant cette année atypique, mais leur coût ayant augmenté, la baisse en valeur est moindre (- 5,8 % après - 0,5 %). Selon l'IPC, le prix moyen des pièces pour véhicule personnel hors pneumatique a augmenté de + 2,3 % en 2020. De plus, les pièces sont plus chères pour les SUV et les utilitaires dont la part augmente dans le parc. Enfin la gravité des accidents s'accroît, induisant une augmentation du temps moyen de réparation⁷⁷.

Les professionnels classés dans le **commerce de détail d'équipements automobiles** (centres-autos) sont souvent au croisement de la distribution de pièces et de la pose et l'entretien des véhicules les plus anciens, l'entretien-réparation des véhicules de moins de deux ans étant essentiellement réalisé par les entreprises des réseaux constructeurs, classées plus souvent dans le secteur du commerce de véhicules automobiles.

⁷² Données du Service de la donnée et des études statistiques du ministère de la Transition Ecologique et Solidaire (SDES)

⁷³ Données du Service de la donnée et des études statistiques du ministère de la Transition Ecologique et Solidaire (SDES)

⁷⁴ Données du Service de la donnée et des études statistiques du ministère de la Transition Ecologique et Solidaire (SDES)

⁷⁵ Comité des constructeurs français automobiles (CCFA)

⁷⁶ Comité des constructeurs français automobiles (CCFA)

⁷⁷ SRA – Chiffres clés du coût de la réparation en 2020

3 - Résistance de l'activité des ventes de motocycles

L'activité du secteur du **commerce et de la réparation de motocycles** baisse modérément en volume (- 1,0 % après + 4,9 %) comme en valeur (- 0,9 % après + 5,5 %). Ce secteur a bénéficié du maintien de l'ouverture de ces commerces durant les confinements. Dans un contexte de crise sanitaire, les deux roues constituent une alternative aux transports en commun, pour les déplacements professionnels ou personnels.

Le nombre d'immatriculation de motocycles se replie après deux années de forte croissance (- 3,1 % en 2020 après + 10,1 % en 2019 et + 7,5 % en 2018), à 195 900 unités. Au contraire, le nombre d'immatriculations de cyclomoteurs, continue sa progression amorcée depuis deux ans (+ 8,9 % en 2020 après + 24,1 % en 2019 et - 32,3 % en 2018)⁷⁸, à 98 600 unités. La croissance du segment des cyclomoteurs confirme un regain d'intérêt pour les solutions de mobilité urbaine légère, notamment en ce qui concerne le secteur de niche des véhicules électriques. L'année 2020 est également une année de transition réglementaire et technique qui a pu freiner le marché des deux roues. En France, un nouveau permis pour les motos (125 cc et gros cube) est mis en place, modifiant de façon substantielle les épreuves théoriques et pratiques de l'examen. Et au niveau européen, la norme Euro 4 entrée en vigueur en 2017 est remplacée au 1^{er} janvier 2020 par la norme Euro 5 pour tous les nouveaux deux-roues, motos, scooters, tricycles et quadricycles de la catégorie L en phase d'homologation. Elle vise à imposer aux constructeurs de réduire les émissions polluantes des nouveaux deux-roues.

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

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

Les évolutions des ventes au détail présentées sur les années 2019 et 2020 sont susceptibles d'être révisées. Elles sont issues de la version semi-définitive ou provisoire de la consommation commercialisable et des évolutions d'indices de chiffres d'affaires mensuels par secteur d'activité calculés par l'Insee à partir des déclarations des entreprises pour le paiement de la TVA. Par construction, le traitement des restructurations pour ces indices au moment des évaluations provisoires diffère légèrement du traitement effectué *in fine* sur les déclarations fiscales.

Les résultats de l'année 2018, définitifs, sont basés sur l'exploitation du système d'information sur la statistique d'entreprise Esane. Ceux de 2019 et de 2020, estimés, s'appuient sur les résultats définitifs 2018 et ont été obtenus à partir des indices de chiffres d'affaires calculés par l'Insee.

Évolution des ventes au détail des secteurs du commerce et de la réparation d'automobiles

Dates de publication des rapports	En volume								En valeur						
	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	
base 2014	juin 2021	- 0,4	+ 3,8	+ 5,7	+ 5,3	+ 0,4 (def)	+ 3,2 (sd)	- 10,8 (p)	+ 1,0	+ 4,5	+ 5,4	+ 6,0	+ 1,7 (def)	+ 3,7 (sd)	- 10,4 (p)
	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)				
base 2010	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) semi-définitives (p) données provisoires

⁷⁸ Données du Service de la donnée et des études statistiques du ministère de la Transition Ecologique et Solidaire (SDES)

CHAPITRE V : DÉMOGRAPHIE D'ENTREPRISES

Avertissement : Correction de la répartition entre micro-entrepreneurs et entrepreneurs individuels classiques depuis 2015.

La répartition des créations d'entreprises individuelles entre entrepreneurs individuels ayant opté pour le régime de la micro-entreprise (dits micro-entrepreneurs) et entreprises individuelles classiques a été corrigée pour les années 2015 à 2019, sans que le nombre total de créations d'entreprises individuelles soit affecté, ni le nombre total de créations d'entreprises tous types confondus. En effet, depuis la transformation du régime du micro-entrepreneur par la loi Pinel du 18 juin 2014, les liasses déclaratives transmises à l'Insee pour alimenter les statistiques de créations d'entreprises n'étaient pas toutes correctement renseignées, entraînant une classification erronée de certains micro-entrepreneurs comme de certaines entreprises individuelles classiques.

Après correction, le nombre de créations d'entreprises individuelles sous le régime du micro-entrepreneur dans le commerce et l'artisanat commercial en 2019 est de 64 500, contre 41 200 avant correction, soit une révision de + 23 300, tandis que le nombre de créations d'entreprises individuelles classiques du secteur est diminué d'autant et s'établit à 17 900 en 2019 contre 41 200 avant correction.

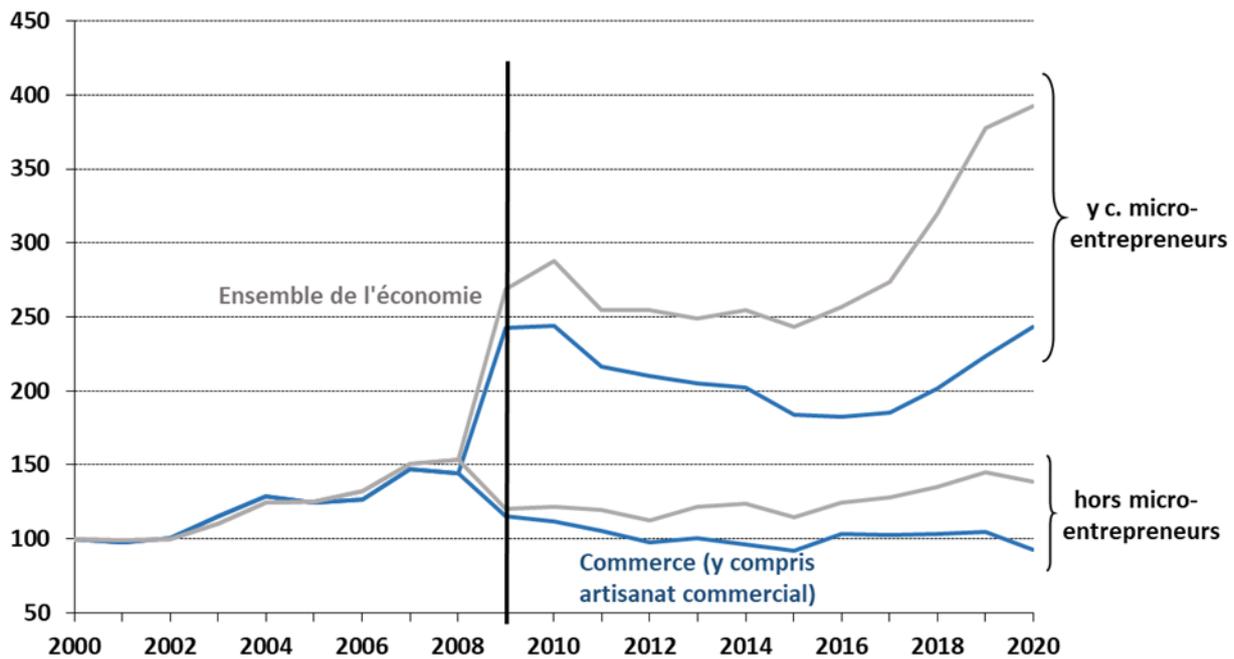
En 2020, les créations d'entreprises progressent de 9 % dans les secteurs commerciaux et l'artisanat commercial, poursuivant une reprise progressive entamée en 2017 après six années consécutives de baisse. En 2020, pour la première fois depuis 10 ans, les créations d'entreprises progressent nettement plus rapidement dans le commerce (+ 9,3 %) que dans l'ensemble de l'économie (+ 4 %). Le rythme des créations d'entreprises se fait plus soutenu dans le commerce de gros et ralentit dans le commerce de détail et le commerce et la réparation d'automobiles.

Cette progression est liée à l'essor des immatriculations de micro-entrepreneurs, qui s'accroît en 2020 pour la troisième année consécutive dans le commerce et l'artisanat commercial (+ 27,5 %) depuis leur reprise initiée en 2017. Plus dynamiques que dans l'ensemble de l'économie, ces immatriculations progressent vivement dans les trois secteurs commerciaux. La part des immatriculations de micro-entrepreneurs dans les créations d'entreprises du commerce monte à 63 % en 2020.

Hors micro-entrepreneurs, en revanche, les créations d'entreprises dans le commerce et l'artisanat commercial plongent de 12 % en 2020. La baisse est nettement plus prononcée dans le commerce que dans l'ensemble de l'économie en raison de la chute brutale des créations d'entreprises individuelles commerciales classiques (- 47 %). Les créations de sociétés progressent de 4 % en 2020 dans le commerce et l'artisanat commercial. Les créations de SARL continuent à perdre du terrain au profit des créations de SAS, aux statuts moins contraignants.

Les défaillances d'entreprises régressent fortement en 2020 dans le commerce comme dans l'ensemble de l'économie. Cette baisse du nombre de défaillances d'entreprises ne doit cependant pas être interprétée comme une baisse du nombre d'entreprises en difficulté mais comme la conséquence de mesures liées à la crise sanitaire ayant affecté le pays en 2020 qui concourent à retarder l'état de cessation de paiement des entreprises en difficulté.

Graphique 1 : Créations d'entreprises de 2000 à 2020 (base 100 en 2000)



Champ : France entière
 Source : Insee, Sirene

1 - Les micro-entrepreneurs continuent à tirer les créations d'entreprises commerciales à la hausse

- Les créations d'entreprises sont particulièrement dynamiques dans le commerce

Au 31 décembre 2019, la France comptait 5,3 millions d'entreprises, dont 941 000 entreprises commerciales et 46 000 entreprises d'artisanat commercial.

En 2020, les créations d'entreprises progressent de 9 % dans les secteurs commerciaux et l'artisanat commercial, poursuivant avec vigueur une reprise initiée en 2017 après six années consécutives de baisse. 133 300 entreprises sont créées dans les secteurs du commerce et de l'artisanat commercial (après 121 700 en 2019). Ce dynamisme des créations est imputable aux immatriculations de micro-entrepreneurs, qui s'envolent depuis 2018, et à la forte poussée en 2020 des créations de SARL⁷⁹ et de SAS⁸⁰.

En 2020, pour la première fois depuis 10 ans, les créations d'entreprises progressent nettement plus rapidement dans le commerce (+ 9,3 %) que dans l'ensemble de l'économie (+ 4 %). Le commerce fait partie, avec le transport et l'entreposage (+ 21,7 %) et les services immobiliers (+ 10,3 %), des secteurs les plus dynamiques.

Au sein du commerce, le rythme des créations d'entreprises accélère vivement dans le commerce de gros (+ 15,9 %) et ralentit dans le commerce de détail (+ 7,5 %) et le commerce et la réparation d'automobiles (+ 6,5 %) après une année 2019 particulièrement dynamique dans ces deux secteurs. En revanche, les créations d'entreprises reculent dans l'artisanat commercial (- 4,9 %).

79 Société A Responsabilité Limitée

80 Société Anonyme Simplifiée

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

Secteurs d'activité	2016	2017	2018	2019	2020	Nombre de créations en 2020
Commerce de détail	-2,3	0,0	6,2	12,4	7,5	75 000
Commerce de gros	2,4	5,2	14,5	5,0	15,9	32 600
Commerce et réparation d'automobiles	1,2	2,3	10,0	15,6	6,5	22 700
Total commerce	-0,7	1,6	8,8	11,1	9,3	130 300
Artisanat commercial	-0,8	3,3	2,2	8,7	-4,9	2 400
Total commerce et artisanat commercial	-0,7	1,6	8,7	11,0	9,0	132 700
Ensemble de l'économie française	5,5	6,7	16,9	17,9	4,0	848 200

Champ : France entière

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

▪ Les immatriculations de micro-entrepreneurs accélèrent encore

En 2020, l'essor des immatriculations de micro-entrepreneurs s'accroît pour la troisième année consécutive dans le commerce et l'artisanat commercial (+ 27,5 %) depuis leur reprise initiée en 2017. Le commerce et l'artisanat commercial comptent 82 400 nouveaux micro-entrepreneurs en 2020.

Devenues en 2020 nettement plus dynamiques que dans l'ensemble de l'économie (+ 9,2 %), ces immatriculations progressent vivement dans les trois secteurs commerciaux. Elles accélèrent fortement dans le commerce de gros (+ 32,3 %), tiré par le commerce de gros de biens domestiques (+ 465 %) avec notamment la flambée des immatriculations dans le commerce de gros d'habillement et de chaussures (de 80 en 2019 à 1 300 en 2020). Les immatriculations de micro-entrepreneurs accélèrent également dans le commerce et la réparation d'automobiles (+ 30,3 %), en particulier dans le commerce de véhicules automobiles (+ 46,1 %). Elles restent aussi très dynamiques dans le commerce de détail (+ 25,4 %) grâce à la vente à distance où l'envol des immatriculations se poursuit en 2020 avec 26 700 nouveaux micro-entrepreneurs (+ 65 % après + 45 % en 2019).

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

Secteurs d'activité	2016	2017	2018	2019	2020	Nombre d'immatriculations en 2020
Commerce de détail	-17,1	2,5	14,0	25,6	25,4	48 800
Commerce de gros	1,4	15,4	32,5	4,9	32,3	19 000
Commerce et réparation d'automobiles	-13,3	-2,1	15,4	27,9	30,3	13 800
Total commerce	-13,1	4,4	18,5	20,6	27,7	81 600
Artisanat commercial	-10,3	7,1	16,7	29,7	7,9	800
Total commerce et artisanat commercial	-13,1	4,4	18,5	20,7	27,5	82 400
Ensemble de l'économie française	3,2	9,9	27,3	25,5	9,2	548 100

Champ : France entière

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

La part des immatriculations de micro-entrepreneurs dans les créations d'entreprises du commerce monte à 63 % en 2020 (54 % en 2019), part la plus élevée jamais atteinte. Stable un peu au-dessus de 50 % depuis la création du régime de l'auto-entrepreneur en 2009, cette part s'effrite à partir de 2015 après la fusion fin 2014 de ce régime au sein de la micro-entreprise par la loi Pinel⁸¹ puis croît à nouveau rapidement depuis 2018 avec de nouvelles évolutions législatives : en particulier, le doublement des plafonds de chiffre d'affaires⁸² intervenu le 1^{er} janvier 2018 et

81 En effet, le régime de la micro-entreprise impose des obligations nouvelles, dont celle de s'immatriculer au registre du commerce et des sociétés ou au répertoire des métiers pour les artisans, ou encore d'avoir un compte bancaire dédié à l'activité professionnelle. Il supprime également des exonérations de taxes dont bénéficiaient auparavant les auto-entrepreneurs (cotisation foncière des entreprises et taxe pour frais de chambre consulaire).

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

l'exonération partielle de cotisations sociales des trois premières années d'activité en vigueur depuis le 1^{er} janvier 2019⁸³.

▪ **Les créations d'entreprises individuelles plongent**

Hors micro-entrepreneurs, les créations d'entreprises dans le commerce et l'artisanat commercial plongent de 12 % en 2020 en raison d'une chute brutale des créations d'entreprises individuelles classiques (- 46,9 %). La baisse est nettement plus prononcée dans le commerce que dans l'ensemble de l'économie (- 4,2 %) où le recul des créations d'entreprises individuelles est moins accentué (- 13,5 %).

Les créations d'entreprises hors micro-entrepreneurs se replient dans tous les secteurs commerciaux. Le recul est sévère dans le commerce de détail (- 15,1 %) et le commerce et la réparation d'automobiles (- 17,1 %) mais moins marqué dans le commerce de gros (- 1,2 %) en raison de la progression plus forte dans ce secteur des créations de sociétés (+ 12 %).

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

Secteurs d'activité	2016	2017	2018	2019	2020	Nombre de créations en 2020
Commerce de détail	14,6	-2,2	-0,6	-0,7	-15,1	26 200
Commerce de gros	3,1	-1,6	0,3	5,1	-1,2	13 600
Commerce et réparation d'automobiles	16,9	5,8	6,0	5,5	-17,1	8 900
Total commerce	11,9	-0,7	0,8	1,8	-12,0	48 700
Artisanat commercial	1,9	2,4	-1,6	2,1	-9,9	1 600
Total commerce et artisanat commercial	11,6	-0,6	0,7	1,8	-12,0	50 300
Ensemble de l'économie française	8,1	3,3	5,1	7,5	-4,2	300 100

Champ : France entière

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

Les créations d'entreprises individuelles classiques chutent brutalement en 2020 dans tous les secteurs commerciaux et ne représentent plus qu'un cinquième des créations d'entreprises hors micro-entrepreneurs (contre près d'un tiers en 2019). Elles plongent de 54 % dans le commerce et la réparation d'automobiles, en particulier dans le commerce de véhicules automobiles (- 63 %). Elles chutent également de 48 % dans le commerce de détail, où elles s'effondrent dans le commerce sur éventaires et marchés (- 71 %), et de 40 % dans le commerce de gros, notamment chez les intermédiaires du commerce (- 44 %).

Tableau 4 : Créations d'entreprises hors micro-entrepreneurs en 2020 par forme juridique, nombre et évolution (en %)

Secteurs d'activité	Nombre de créations d'entreprises				Evolution 2020/2019 en %			
	Entreprises individuelles	SARL	SAS	Autres	Entreprises individuelles	SARL	SAS	Autres
Commerce de détail	5 600	7 400	12 800	400	-47,7	-7,9	10,2	-23,6
Commerce de gros	2 100	2 900	8 400	200	-40,0	-3,9	20,8	-29,1
Commerce et réparation d'automobiles	1 600	2 000	5 300	0	-53,6	-11,6	5,4	-38,2
Total commerce	9 300	12 300	26 500	600	-47,3	-7,6	12,3	-25,9
Artisanat commercial	200	700	700	0	-20,7	-15,3	-0,9	33,3
Total commerce et artisanat commercial	9 500	13 000	27 200	600	-46,9	-8,1	11,9	-25,6
Ensemble de l'économie française	82 000	66 400	145 500	6 200	-13,5	-11,6	6,3	-4,7

Champ : France entière

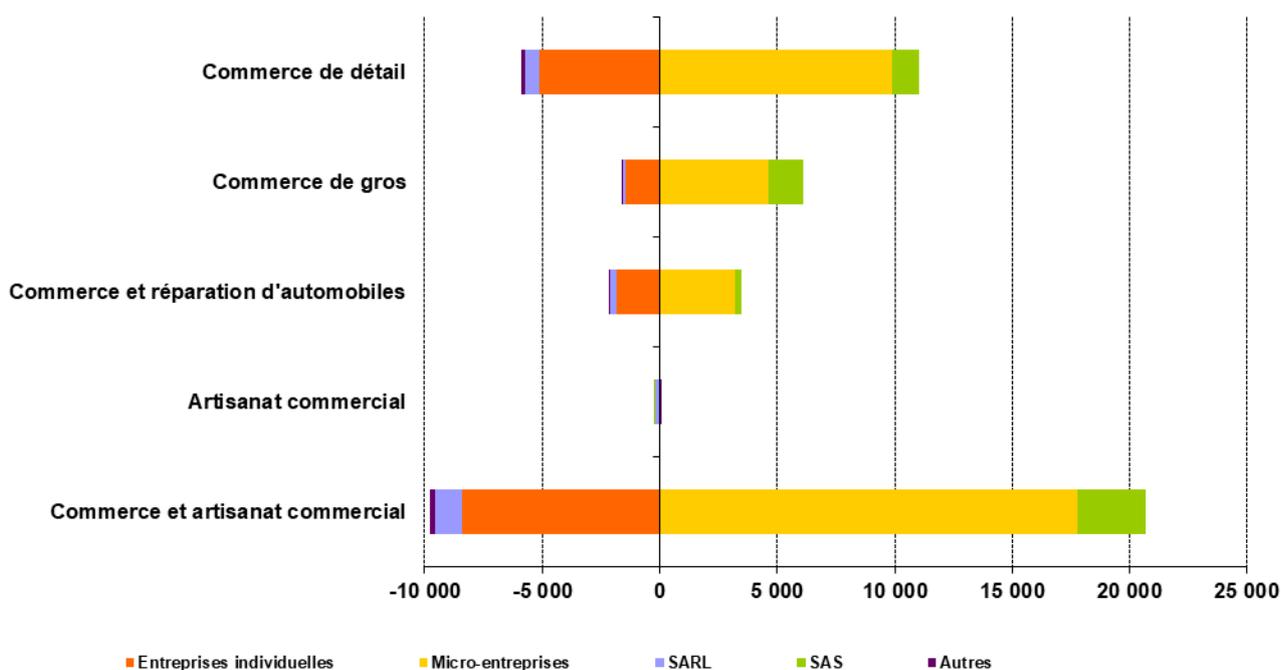
Source : Insee, répertoire des entreprises et des établissements (Sirene)

83 Cette exonération a été réduite dans son champ et dans sa durée en 2020

Note : les catégories EURL⁸⁴ et SASU⁸⁵ ont été supprimées à compter du 01/07/2020 et regroupées respectivement avec les SARL⁸⁶ et les SAS⁸⁷.

Les créations de sociétés progressent de 4 % en 2020 dans le commerce et l'artisanat commercial. Les créations de SARL continuent à perdre du terrain (- 8,1 %) au profit des créations de SAS (+ 11,9 %), aux statuts moins contraignants. Ainsi, hors micro-entrepreneurs, plus de la moitié des entreprises créées dans le commerce et l'artisanat commercial en 2020 sont des SAS.

Graphique 2 : Variations du nombre de créations d'entreprises selon la catégorie juridique entre 2019 et 2020



Champ : France entière

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

Lecture : En 2020, il y a eu 17 800 micro-entreprises créées de plus qu'en 2019 dans le commerce et l'artisanat commercial.

2 - Nouveau recul des défaillances en 2019 grâce au commerce de détail

Encadré 1 : Définition des défaillances

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

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

Les défaillances d'entreprises régressent fortement en 2020 dans le commerce (- 38,7 %) comme dans l'ensemble de l'économie (- 38,9 %). Cette baisse du nombre de défaillances d'entreprises ne doit cependant pas être interprétée comme une baisse du nombre d'entreprises en difficulté mais comme la conséquence de mesures liées à la crise

⁸⁴ Entreprise unipersonnelle à responsabilité limitée

⁸⁵ Société anonyme simplifiée unipersonnelle

⁸⁶ Société à responsabilité limitée

⁸⁷ Société anonyme simplifiée

sanitaire ayant affecté le pays en 2020 qui concourent à retarder l'état de cessation de paiement des entreprises en difficulté⁸⁸ :

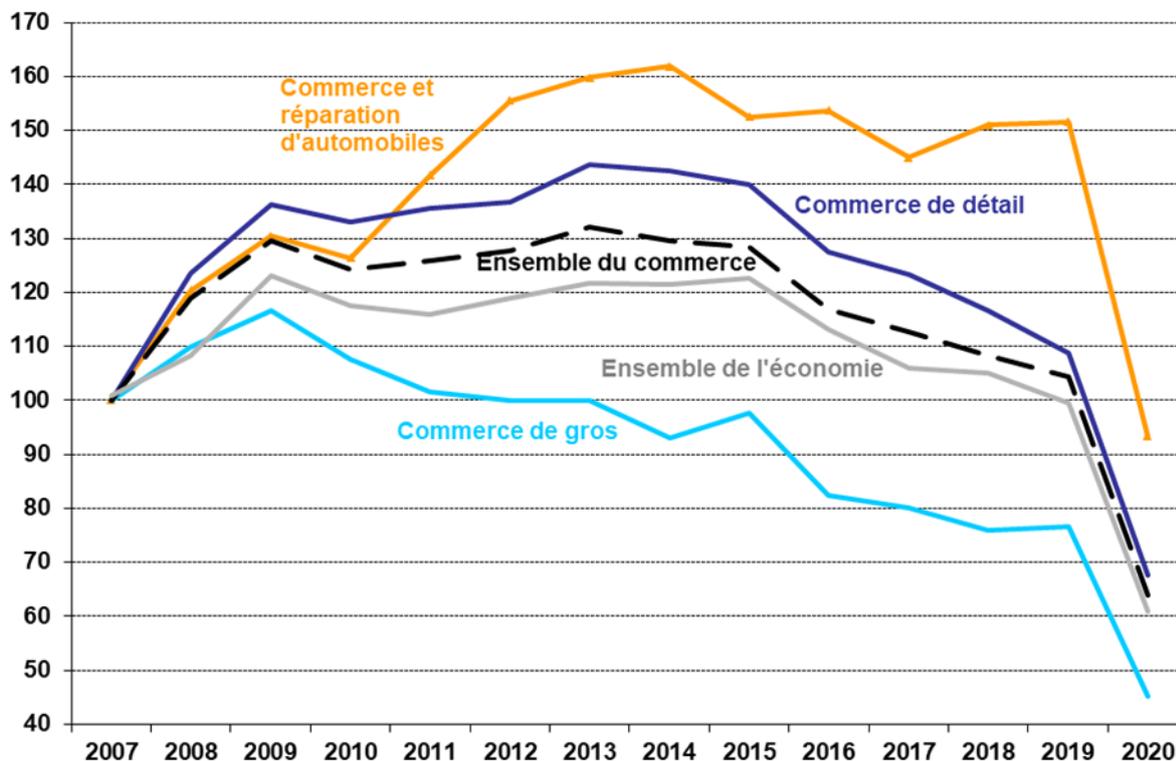
- La fermeture des tribunaux de commerce lors du premier confinement à compter du 16 mars 2020, qui a entraîné le report de l'ouverture ou la conversion de nombre de procédures,
- Les mesures réglementaires ayant accordé des délais supplémentaires pour apprécier et déclarer l'état de cessation de paiements,
- Les mesures de soutien aux entreprises qui permettent de réduire ou reporter le paiement de certaines charges, et donc le risque de faire défaut sur ces paiements.

Tableau 5 : Défaillances d'entreprises en date de jugement, évolution (en %) et nombre

Secteurs d'activité	2016	2017	2018	2019	2020	Nombre de défaillances en 2020
Commerce de détail	-8,9	-3,3	-5,4	-6,6	-37,9	4 100
Commerce de gros	-15,8	-2,7	-5,3	1,1	-41,2	1 500
Commerce et réparation d'automobiles	0,8	-5,6	4,1	0,3	-38,4	1 200
Total commerce	-9,0	-3,6	-3,8	-3,7	-38,7	6 800
Ensemble de l'économie française	-7,9	-6,2	-1,0	-5,2	-38,9	31 300

Source : Banque de France

Graphique 3 : Défaillances d'entreprises de 2007 à 2020 (base 100 en 2007)



Source : Banque de France
Champ : France entière

⁸⁸ <https://www.banque-france.fr/statistiques/chiffres-cles-france-et-etranger/defaillances-dentreprises/suivi-mensuel-des-defaillances>

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 des déclarations des entreprises aux Urssaf. Elles sont diffusées deux mois et demi après la fin du trimestre. Les données des estimations trimestrielles d'emploi salarié ont été complétées par celles du dispositif statistique Epure, également basé sur les déclarations des entreprises aux Urssaf, afin d'estimer l'évolution conjoncturelle de l'emploi salarié à un niveau fin.

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

L'estimation de l'emploi non-salarié annuel est réalisée par l'Insee⁸⁹ à partir de données fournies par l'Acoss⁹⁰. L'estimation de l'emploi non-salarié de l'année N est disponible à la fin de l'année N+2.

En 2020, 3,6 millions de personnes⁹¹ travaillent dans les secteurs commerciaux⁹². Parmi eux, 3,2 millions sont salariés.

En 2020, l'emploi salarié du commerce fléchit de 1 % avec la crise sanitaire mais ne s'effondre pas : le secteur perd 32 200 emplois salariés sur l'année après en avoir gagné 40 800 en 2019. En fin d'année, l'emploi salarié du commerce revient à un niveau proche de celui de la fin du premier trimestre 2019. L'emploi salarié commercial résiste mieux que celui du tertiaire marchand (hors intérim) qui régresse de 2,4 % en 2020. L'emploi salarié du commerce de détail se replie de 1 % en 2020. Il progresse dans le commerce alimentaire (+ 1,4 %) et la vente à distance (+ 11,8 %) mais chute dans le commerce non alimentaire en magasin (- 3,5 %). Les effectifs salariés du commerce de gros reculent de 1,3 % en 2020. L'emploi se contracte dans tous les secteurs, en particulier dans le commerce de gros de produits alimentaires, boissons et tabac (- 3,1 %) avec la fermeture des restaurants et débits de boissons. L'emploi salarié dans le commerce et la réparation d'automobiles cesse de croître (- 0,3 %) mais résiste mieux face à la crise sanitaire que les autres secteurs commerciaux grâce à la progression des effectifs dans l'entretien et la réparation.

Après avoir été réduit d'un tiers au premier trimestre, l'emploi intérimaire commercial se redresse en cours d'année et termine en baisse de 6,4 % fin 2020. Le recours à l'intérim recule dans le commerce et la réparation d'automobiles et le commerce de gros mais progresse dans le commerce de détail.

Fin 2018, l'emploi non-salarié du commerce est estimé à 422 100 personnes, en baisse de 0,4 %. Les effectifs progressent dans le commerce de gros et le commerce et la réparation d'automobiles mais reculent dans le commerce de détail. Parmi les non-salariés, la croissance du nombre de micro-entrepreneurs accélère à + 8,3 % avec le doublement, au 1er janvier, des plafonds de chiffres d'affaires ouvrant droit à ce régime. Leur progression est particulièrement forte chez les intermédiaires du commerce de gros, dans la vente à distance et dans le commerce et l'entretien-réparation de véhicules automobiles.

1 - L'emploi salarié commercial revient à son niveau de début 2019

3,2 millions de salariés travaillent dans le commerce hors artisanat commercial fin 2020, soit 20 % des salariés de l'ensemble des secteurs principalement marchands non agricoles⁹³. Plus de la moitié d'entre eux exercent dans le commerce de détail et près d'un tiers dans le commerce de gros.

En 2020, l'emploi salarié du commerce fléchit de 1 % avec la crise sanitaire mais ne s'effondre pas : le secteur perd 32 200 emplois salariés sur l'année après en avoir gagné 40 800 en 2019.

Tout au long de l'année 2020, l'évolution de l'emploi suit une trajectoire liée aux épisodes successifs de la crise sanitaire : chute de 1,4 % pendant les deux premiers trimestres (- 44 700 salariés), marqués par un premier confinement du 17 mars au 11 mai et la fermeture des commerces dits « non essentiels », reprise de 0,6 % au troisième trimestre suivie par un léger repli de 0,2 % lors d'un quatrième trimestre ponctué à partir de novembre par

⁸⁹ Base non-salariés, Estel (Estimations d'emploi localisées)

⁹⁰ Agence centrale des organismes de sécurité sociale

⁹¹ En France hors Mayotte

⁹² Ensemble des établissements classés dans le commerce hors artisanat commercial

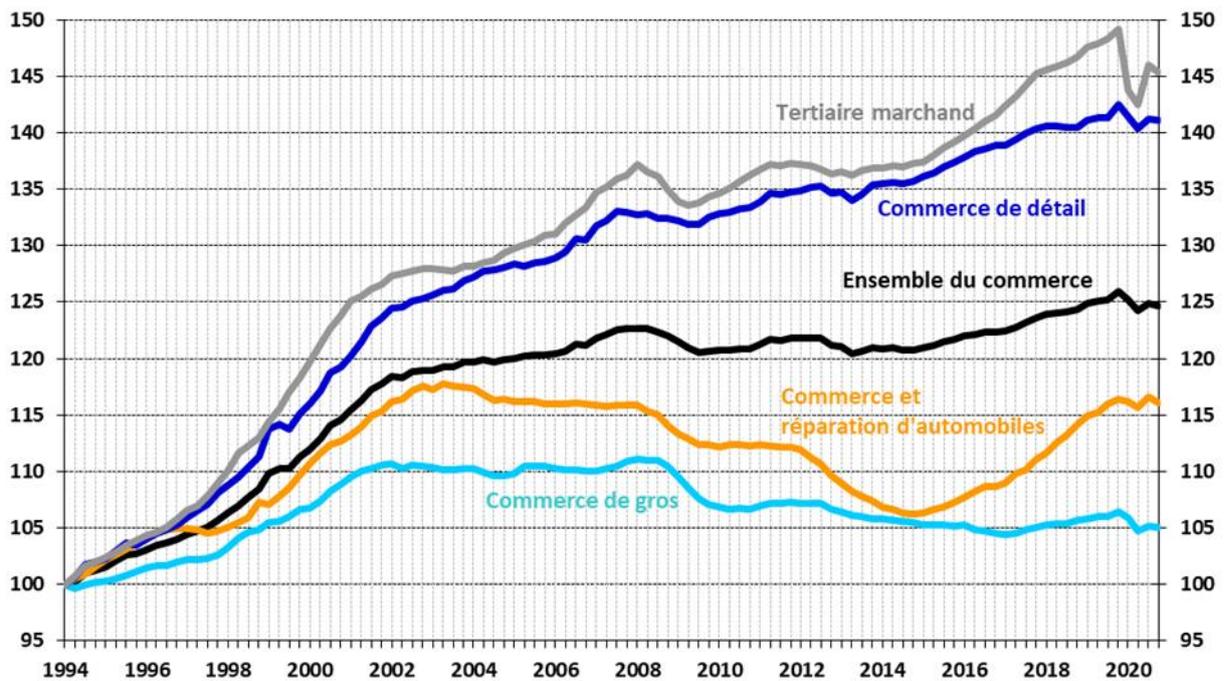
⁹³ Les secteurs principalement marchands excluent l'agriculture ainsi que l'administration publique, l'enseignement (public et privé), la santé humaine et l'action sociale (publiques et privées).

un second confinement. En fin d'année, l'emploi salarié du commerce revient à un niveau proche de celui de la fin du premier trimestre 2019.

Par ailleurs, comme les autres secteurs, le commerce a fortement recours à des mesures de chômage partiel en 2020, en particulier lors des deux périodes de confinement : 1,4 million de salariés du commerce en moyenne sont en activité partielle de mars à mai 2020, et 0,5 million de novembre à décembre.

L'emploi salarié commercial résiste mieux que celui du tertiaire marchand (hors intérim). En 2020, ce dernier chute de 2,4 % et perd 283 800 emplois, tiré fortement à la baisse par le plongeon de l'emploi dans l'hébergement-restauration (- 11,2 %) et les arts, spectacles et activités récréatives (- 13 %).

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



Champ : France (hors Mayotte)

Source : Insee, estimations d'emploi

▪ Hausse des effectifs de la vente à distance et du détail alimentaire, recul du non-alimentaire

En 2020, l'emploi salarié du **commerce de détail** se replie de 1 % en raison des restrictions imposées à la circulation des personnes et de la fermeture pendant les deux confinements de certaines catégories de magasins. Le secteur perd 17 900 emplois, après en avoir gagné 26 000 en 2019 (+ 1,4 %).

Au sein du commerce de détail, l'emploi salarié progresse dans le commerce alimentaire (+ 1,6 % et + 13 100 salariés) et la vente à distance (+ 11,8 % et + 4 300 salariés) mais chute dans le commerce non alimentaire en magasin (- 3,5 % et - 32 200 salariés).

Bénéficiant de la fermeture de nombreux magasins, la vente à distance affiche la croissance en effectifs salariés la plus rapide du commerce de détail avec + 11,8 %. Ces gains d'emplois sont néanmoins loin de compenser les pertes dans d'autres secteurs.

Au sein du commerce alimentaire, l'emploi est particulièrement dynamique dans les commerces de proximité, notamment dans les commerces de fruits et légumes (+ 9,4 %), d'alimentation générale⁹⁴ (+ 9,1 %), de poissons (+ 6,7 %) et de viandes (+ 4,6 %). Il progresse également de 2,9 % dans les supermarchés (+ 7 900 salariés) mais recule de 0,6 % dans les hypermarchés (- 2 200 salariés).

Dans le commerce non alimentaire, dont la plupart des magasins ont été fermés au public pendant les confinements, l'emploi salarié chute de façon particulièrement marquée dans l'équipement de la personne (- 11,4 %), qui perd 28 400 salariés. L'habillement et la chaussure (- 12,4 % et - 23 600 salariés), la maroquinerie (- 12,2 %) et la parfumerie (- 8,3 %) sont les plus touchés. L'emploi plonge également de 8,4 % dans les grands magasins (- 1 200 salariés), doublement frappés par les fermetures administratives et la baisse de fréquentation des touristes étrangers, et recule

⁹⁴ Où se trouvent une partie des commerces d'alimentation biologique.

de 4,8 % dans les commerces de biens de loisirs, de la culture et des TIC⁹⁵ (- 6 200 salariés). Dans ces derniers secteurs, il ne se maintient que dans les librairies.

En revanche, l'équipement de la maison résiste bien : l'emploi salarié y progresse de 0,9 % et de 2 300 salariés grâce au dynamisme des magasins de bricolage (+ 3,7 %) et des commerces d'appareils électro-ménagers (+ 2,2 %). Dans les commerces de santé, l'emploi salarié grimpe de 7,9 % dans les magasins d'articles médicaux et reste stable dans les pharmacies.

▪ Repli généralisé de l'emploi salarié dans le commerce de gros

L'emploi salarié du **commerce de gros**, également impacté par les conséquences de la crise sanitaire, recule de 1,3 % en 2020 (- 13 100 salariés). Il revient ainsi à son niveau de fin 2017 et annule les gains de deux années de reprise de l'emploi.

L'emploi salarié chute de 3,1 % dans le commerce de gros de produits alimentaires, boissons et tabac (- 5 300 salariés) avec la fermeture des restaurants et des débits de boissons. Ces fermetures impactent fortement l'emploi des grossistes en produits surgelés (- 9,3 %), café et thé (- 9,2 %) et boissons (- 6,7 %) ainsi que celui des intermédiaires en denrées, boissons et tabac (- 6,1 %). L'emploi ne progresse dans le secteur que chez les grossistes en viandes et en produits à base de viande (+ 2,7 %).

L'effectif salarié du commerce de gros de biens domestiques se contracte de 2,2 % (- 4 200 salariés), en lien avec les conséquences négatives de la crise sanitaire sur le commerce de détail non alimentaire en magasin. L'emploi y est tiré à la baisse par l'équipement de la personne, habillement et chaussure (- 4,8 %) et parfumerie (- 3,3 %). Il se maintient en revanche dans la vente en gros de meubles et de produits pharmaceutiques.

Les effectifs salariés s'affichent également en baisse chez les grossistes en équipements des TIC (- 1,3 %) et en autres équipements industriels (- 1,7 %), principalement en raison du recul de l'investissement des entreprises.

Par exception à la baisse généralisée de l'emploi salarié dans le commerce de gros, les effectifs tendent à progresser dans les centrales d'achat alimentaires, chez les grossistes en quincaillerie et dans la vente de matériaux et produits pour la construction.

▪ L'entretien-réparation limite la baisse dans le commerce et la réparation d'automobiles

Avec une baisse de 0,3 % en 2020, l'emploi salarié dans le **commerce et la réparation d'automobiles** cesse de croître mais résiste mieux face à la crise sanitaire que les autres secteurs commerciaux, ne perdant que 1 100 salariés après en avoir gagné 7 600 en 2019.

Si l'emploi dans le commerce de véhicules (- 1,1 %) et d'équipements automobiles (- 1,5 %) est impacté à la baisse par les fermetures administratives, les effectifs salariés croissent en revanche dans l'entretien et la réparation de véhicules automobiles (+ 1,2 %) et le commerce et la réparation de motocycles (+ 3,3 %).

D'après l'enquête *Besoin de Main-d'œuvre* de Pôle Emploi, le secteur, dont l'emploi a crû de 2015 à 2019, éprouve depuis 2018 de fortes difficultés de recrutement, en particulier de carrossiers et de mécaniciens. Ces difficultés perdurent en 2020.

Tableau 1 : Effectifs salariés hors intérim en fin de période (en milliers) et part (en %)

SECTEURS D'ACTIVITE	2016	2017	2018	2019	2020 (p)	Part en 2020 (en %)
Commerce de détail	1 777	1 797	1 798	1 824	1 806	12
Commerce de gros	957	961	967	975	961	6
Commerce et réparation d'automobiles	376	384	395	403	401	2
Total Commerce	3 109	3 142	3 160	3 201	3 169	20
Tertiaire marchand	11 257	11 446	11 600	11 805	11 521	72
Secteurs principalement marchands	15 729	15 944	16 144	16 407	16 096	100

(p) : données provisoires

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

Champ : France (hors Mayotte)

Source : Insee, estimations d'emploi

⁹⁵ Technologies de l'information et de la communication

Tableau 2 : Effectifs salariés hors intérim, variation en glissement annuel en fin de période (en % et milliers)

SECTEURS D'ACTIVITE	2016	2017	2018	2019	2020 (p)	Variation en 2020 (en milliers)
Commerce de détail	1,1	1,1	0,1	1,4	-1,0	-18
Commerce de gros	-0,7	0,5	0,6	0,7	-1,3	-13
Commerce et réparation d'automobiles	1,3	2,3	2,8	1,9	-0,3	-1
Total Commerce	0,6	1,1	0,6	1,3	-1,0	-32
Tertiaire marchand	1,2	1,7	1,3	1,8	-2,4	-284
Secteurs principalement marchands	0,6	1,4	1,3	1,6	-1,9	-310

(p) : données provisoires

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

Champ : France (hors Mayotte)

Source : Insee, estimations d'emploi

2 - L'emploi intérimaire se redresse après la chute de début 2020

Fin 2020, le commerce emploie 2 % de ses salariés en intérim, soit 68 500 intérimaires. Ce recours à l'intérim est modéré comparativement à l'industrie dans laquelle plus de 7 % des salariés sont intérimaires. 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 (4 % fin 2020) est lié à la plus forte volatilité de son activité.

Tableau 3 : Nombre d'intérimaires en fin de période (en milliers) et part (en %)

SECTEURS D'ACTIVITE	2016	2017	2018	2019	2020	Part en 2020 (en %)
Commerce de détail	25	26	28	27	28	4
Commerce de gros	36	40	40	40	36	5
Commerce et réparation d'automobiles	6	6	6	6	4	1
Total Commerce	67	72	74	73	69	10
Tertiaire marchand	257	306	306	322	307	43
Secteurs principalement marchands	675	796	766	761	715	100

Champ : France hors Mayotte

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

Source : Dares

L'intérim revient au deuxième semestre 2020 dans le commerce à un niveau proche de celui des années précédentes, en baisse néanmoins de 6,4 % en fin d'année par rapport à fin 2019 (- 4 700 intérimaires). Après avoir brutalement réduit d'un tiers leur recours à l'intérim au premier trimestre au début du premier confinement et s'être séparés de 24 600 intérimaires, les secteurs commerciaux font à nouveau appel à des salariés intérimaires lors des second (+ 7 800 intérimaires) et troisième trimestres (+ 13 400). La mise en place d'un nouveau confinement en novembre 2020 n'a ensuite qu'un effet négatif limité avec seulement 1 200 salariés intérimaires de moins en fin de quatrième trimestre.

En fin d'année, le commerce de détail compte même 1 700 intérimaires de plus que fin 2019. En effet, ce secteur, dont une partie des magasins sont restés ouverts lors du confinement, a diminué moins massivement son recours à l'intérim au premier trimestre (- 20 %) que le commerce de gros (- 39 %) et le commerce et la réparation d'automobiles (- 60 %) et a privilégié ce type de recrutement au quatrième trimestre. En revanche, fin 2020, le commerce de gros et le commerce et la réparation d'automobiles comptent respectivement 4 000 et 2 400 intérimaires de moins que fin 2019.

Fin 2020, le tertiaire marchand retrouve un niveau d'intérim proche de celui qu'il avait fin 2019, en baisse limitée de 4,7 % grâce à une forte croissance du nombre d'intérimaires employés dans les transports et l'entreposage (+ 10,7 % et + 12 500 intérimaires).

Tableau 4 : Nombre d'intérimaires, variation en glissement annuel en fin de période (en % et milliers)

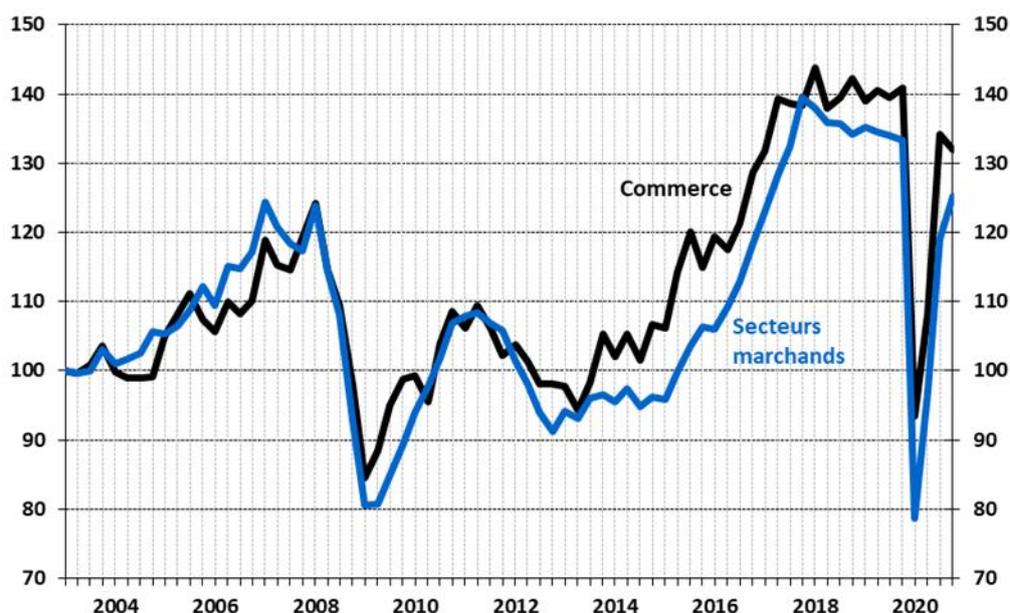
SECTEURS D'ACTIVITE	2016	2017	2018	2019	2020	Variation en 2020 (en milliers)
Commerce de détail	11,4	4,9	6,8	-4,5	6,3	2
Commerce de gros	10,9	8,7	1,4	0,9	-9,8	-4
Commerce et réparation d'automobiles	24,3	10,4	-4,9	3,2	-39,3	-2
Total Commerce	12,1	7,4	2,8	-1,0	-6,4	-5
Tertiaire marchand	16,2	18,8	0,3	5,1	-4,7	-15
Secteurs principalement marchands	11,4	17,8	-3,8	-0,7	-6,0	-46

Champ : France hors Mayotte

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

Source : Dares

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



Champ : France hors Mayotte

Source : Dares

3 - En 2018, le recul de l'emploi non-salarié commercial ralentit grâce aux micro-entrepreneurs

- Le commerce compte 1 900 non-salariés de moins en 2018

Fin 2018⁹⁶, l'emploi non-salarié du commerce⁹⁷ est estimé à 422 100 personnes, en baisse de 0,4 %. Si les effectifs non-salariés du secteur se contractent pour la cinquième année consécutive, leur recul ralentit nettement en 2018 du fait d'une forte progression du nombre des micro-entrepreneurs. Le commerce compte ainsi 1 900 non-salariés de moins en 2018, après en avoir perdu 8 300 en 2017. Les effectifs progressent dans le commerce de gros (+ 2,4 % et + 1 700 non-salariés) et dans le commerce et la réparation d'automobiles (+ 1,2 % et + 700 non-salariés) mais continuent à reculer dans le commerce de détail (- 1,5 % et - 4 300 non-salariés) dans un contexte d'accélération de

⁹⁶ Les données d'emploi non-salarié ne font pas l'objet d'une estimation conjoncturelle et sont donc disponibles plus tardivement que les données d'emploi salarié

⁹⁷ Sur l'emploi non salarié du commerce en 2017, voir aussi Insee Références « Emploi et revenu des indépendants » éd. 2020, pp 134-135.

la hausse de l'emploi non-salarié de l'ensemble du tertiaire marchand (+ 3,8 %). Seule une poignée de secteurs commerciaux voit ses effectifs non-salariés totaux progresser : la vente à distance (+ 15 %), les intermédiaires du commerce de gros (+ 8 %), les grandes surfaces alimentaires (+ 5 %) et le commerce et l'entretien-réparation de véhicules automobiles (+ 2 %).

Hors micro-entrepreneurs, le commerce compte 12 100 non-salariés « classiques » de moins en 2018 (- 4 %). Les effectifs reculent dans presque tous les secteurs, en particulier dans le commerce sur éventaires et marchés (- 9 %), et ne progressent que dans les grandes surfaces alimentaires et les commerces de produits à base de tabac.

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

Secteur d'activité	2016	2017	2018	2017/2016 (en %)	2018/2017 (en %)
Agriculture	414,4	406,0	399,9	-2,0	-1,5
Industrie	145,5	144,9	146,6	-0,4	1,2
Construction	321,8	318,4	321,7	-1,1	1,0
Tertiaire marchand	1 430,2	1 444,4	1 499,4	1,0	3,8
dont Commerce	432,3	424,0	422,1	-1,9	-0,4
<i>dont Commerce de détail</i>	300,3	292,0	287,7	-2,8	-1,5
<i>dont Commerce de gros</i>	71,4	71,8	73,5	0,5	2,4
<i>dont Commerce & réparation d'automobiles</i>	60,6	60,3	61,0	-0,5	1,2
Tertiaire non marchand	544,7	561,9	578,5	3,2	3,0
Emploi non salarié total	2 856,6	2 875,5	2 946,2	0,7	2,5

Champ : France hors Mayotte

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

▪ La croissance des micro-entrepreneurs accélère

Depuis la création du régime de l'auto-entrepreneur⁹⁸ en 2009, fusionné à partir de 2015 avec celui du micro-entrepreneur, les effectifs des micro-entrepreneurs actifs⁹⁹ du commerce progressent rapidement. Ils sont 133 100 fin 2018. Plus de la moitié exercent dans le commerce de détail hors magasin.

En 2018, la croissance des micro-entrepreneurs du commerce accélère (+ 8,3 %). Ce dynamisme accru (+ 10 200 micro-entrepreneurs) s'explique notamment par le doublement, au 1^{er} janvier, des plafonds de chiffres d'affaires ouvrant droit à ce régime.

La progression du nombre de micro-entrepreneurs accélère dans les trois secteurs commerciaux. Cette progression est particulièrement forte chez les intermédiaires du commerce de gros (+ 25 %, + 3 700 micro-entrepreneurs), dans la vente à distance (+ 21 %, + 2 100 micro-entrepreneurs) et dans le commerce et l'entretien-réparation de véhicules automobiles (+ 13 %, + 1 600 micro-entrepreneurs). Les effectifs stagnent en revanche dans le commerce sur éventaires et marchés.

Tableau 6 : Effectifs non-salariés micro-entrepreneurs actifs¹⁰⁰ au 31/12 (en milliers) et évolution (en %)

Secteurs d'activité	2016	2017	2018	2017/2016 (en %)	2018/2017 (en %)
Commerce de détail	88,8	90,7	95,1	2,2	4,8
Commerce de gros	15,6	17,7	21,7	13,8	22,5
Commerce et réparation d'automobiles	13,5	14,5	16,3	7,7	12,5
Total Commerce	117,8	122,9	133,1	4,3	8,3

Champ : France hors Mayotte

Source : Insee, base non-salariés

Fin 2018, dix ans après la création du régime de l'auto-entrepreneur, les micro-entrepreneurs représentent 32 % des non-salariés du commerce et 33 % des non-salariés du commerce de détail. Parmi ces derniers, les trois quarts

⁹⁸ Régime mis en place par la loi de modernisation de l'économie (LME) d'août 2008 et entré en vigueur au 1er janvier 2009. La loi Pinel du 18 juin 2014 entrée en vigueur le 19 décembre 2014 réforme ces dispositions et réalise la fusion du régime de l'auto-entrepreneur avec celui du micro-entrepreneur. On continue à utiliser l'appellation d'auto-entrepreneur lorsque l'immatriculation précède 2015.

⁹⁹ Ne sont comptabilisés ici que les auto-entrepreneurs présumés actifs. Un auto-entrepreneur est considéré comme économiquement actif s'il a déclaré un chiffre d'affaires strictement positif sur l'année ou, pour un auto-entrepreneur nouvellement affilié, au cours des 4 trimestres suivant son assujettissement, soit éventuellement l'année suivante.

¹⁰⁰ Selon l'Acoss, en 2016, 71 % des micro-entrepreneurs inscrits du commerce avaient une activité économique.

exercent leur activité dans le commerce de détail hors magasin, plus de la moitié dans le commerce sur éventaires et marchés.

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

Secteurs d'activité	2016	2017	2018
Commerce de détail	30	31	33
Commerce de gros	22	25	30
Commerce et réparation d'automobiles	22	24	27
Total Commerce	27	29	32

Champ : France hors Mayotte

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

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		
	2018	2019sd	2020p
Com. détail, artis. com.	510,9	526,9	517,0
Commerce de gros	862,0	887,8	850,7
Commerce, répar. auto.	203,8	215,3	192,0
Ensemble commerce	1 576,7	1 629,9	1 559,8

sd : semi-définitif ; 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	2018	2019	2020
Effectif salarié	3 160,0	3 200,8	3 168,6
Effectif non salarié	422,1	nd	nd

Source : Insee - estimations d'emploi, Base non-salariés, Estel

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

	2020	Part dans les secteurs principalement marchands
Hors artisanat commercial	en milliers	
Commerce de détail	1 805,9	11,2%
Commerce de gros	961,4	6,0%
Commerce, répar. auto.	401,4	2,5%
Ensemble commerce	3 168,6	19,7%

Source : Insee - estimations d'emploi

Répartition de l'emploi salarié du commerce en 2020



Démographie des sociétés et entreprises individuelles en 2020

	Commerce	Ensemble de l'économie (*)	Part du commerce
Nombre de sociétés et entreprises individuelles (en milliers)	986,8	5 345,3	18,5%
Nombre de créations (en milliers)	132,7	848,2	15,6%
Nombre de créations hors micro-entrepreneurs (en milliers)	50,3	300,1	16,8%
Taux de création (en %)	13,4%	15,9%	///
Taux de création hors micro-entrepreneurs (en %)	5,1%	5,6%	///
Nombre de défaillances hors artisanat commercial (en milliers)	6,8	31,3	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
Équipement 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 DÉTAIL 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 : ÉVOLUTION DES INTERDICTIONS D'ACCUEIL DU PUBLIC DANS LES COMMERCES DE DETAIL EN 2020-2021

Source : Direction Générale des entreprises

1 - Deux périodes de confinement général en 2020

Les phases de confinement ont eu lieu du 17 mars au 11 mai 2020¹⁰¹, puis du 30 octobre au 15 décembre 2020¹⁰². Une distinction a été opérée entre les commerces alimentaires, et autres commerces de première nécessité (pharmacies, etc...) maintenus ouverts, et les commerces dits « non-essentiels », fermés par décision administrative. Les interdictions d'accueil du public dans les commerces de détail, selon leur activité, ont été actualisées par décret à plusieurs reprises.

2 - Interdictions ciblées d'accueil du public au début de l'année 2021

a) Première étape de fermetures fondées sur un critère de superficie :

Cette étape a ciblé d'abord les grandes surfaces commerciales (centres commerciaux ou grands magasins isolés) de **plus de 20 000 m² à l'échelle nationale à partir du 31 janvier 2021** et de **10 000 m² dans 23 départements sous surveillance à partir du 6 mars**.

b) Deuxième étape de fermetures fondées sur le critère de commerces « non-essentiels » :

Cette étape a ciblé 16 départements **à partir du 20 mars, 19 départements à compter du 25 mars**, puis été étendue à tout le territoire national **à partir du 4 avril**. Elle a entraîné la fermeture d'environ **75 000 commerces supplémentaires le 20 mars et 50 000 commerces à partir du 4 avril**.

3 - Des arrêtés préfectoraux ont géré les situations locales et mis des départements « sous surveillance »

Dans les Alpes Maritimes, l'arrêté préfectoral du 22 février 2021 a prévu un dispositif pour la période du 23 février au 8 mars 2021. Le dispositif comportait :

- la fermeture de tous les centres commerciaux et espaces commerciaux entre 5 000 et 20 000 m² (en plus de la mesure nationale de fermeture des magasins de vente et centres commerciaux de plus de 20 000 m²) dans des zones urbaines ciblées (notamment Nice et Menton), sauf commerces alimentaires, services publics et pharmacies, et activités de livraison et de retraits de commandes pendant la semaine ;
- l'accueil du public professionnel pendant la semaine dans les magasins de vente spécialisés dans la vente de matériaux de construction, la quincaillerie etc. dans les centres commerciaux précités ;
- la fermeture des commerces non essentiels le weekend dans les centres commerciaux et espaces commerciaux de moins de 5 000 m² dans les zones urbaines précitées.

Un arrêté préfectoral du 8 mars 2021 a prévu l'abaissement du seuil de 20 000 m² prévu dans le décret du 29 octobre 2020 à 5 000 m² pour les mêmes zones urbaines ciblées, sans toutefois reconduire l'interdiction d'accueil du public des commerces non essentiels le weekend en dehors des centres commerciaux ou faisant moins de 5 000 m² dans ces zones urbaines.

Un arrêté préfectoral du 22 mars 2021 a relevé le seuil de 5 000 m² à 10 000 m² pour la fermeture des centres commerciaux et magasins de vente de grande surface (hors alimentaire) et l'applique à tout le département. Toutefois, les commerces non essentiels, quel que soit leur implantation, étaient fermés du fait de l'application du IV de l'article 37 du décret précité et de son annexe 2 sur tout le département.

¹⁰¹ Arrêtés des 14 et 15 mars 2020 portant diverses mesures relatives à la lutte contre la propagation du virus covid-19, loi n° 2020-290 du 23 mars 2020 d'urgence pour faire face à l'épidémie de covid-19 et décrets d'application.

¹⁰² Décret n° 2020-1310 du 29 octobre 2020, modifié.

Dans le Nord, l'agglomération de Dunkerque et la Communauté de communes des Hauts de Flandres, l'arrêté préfectoral du 26 février 2021 a prévu des dispositions spécifiques applicables à compter du 1^{er} mars dans l'agglomération de Dunkerque et de la Communauté des Hauts de Flandres :

- l'abaissement de 20 000 m² à 5 000 m² du seuil de surface générant la fermeture des centres commerciaux et magasins de grande surface (hors alimentaires) ;
- la fermeture des commerces non essentiels en dessous du seuil de 5 000 m² pendant le weekend.

Ensuite, par arrêté du 5 mars et à la suite des annonces du Premier ministre sur les départements dits « sous surveillance », les centres commerciaux du département en dehors de ces deux agglomérations ont été fermés à partir de 10 000 m² (avec effet le 6 mars matin).

A compter du 20 mars, en application du IV de l'article 37 du décret du 29 octobre 2020, tous les commerces non essentiels ont été interdits d'accès du public sur l'ensemble du département, hors magasins et centres commerciaux de moins de 5000 m² dans l'agglomération de Dunkerque et la communauté de communes des Hauts de Flandres, et de moins de 10 000 m² dans le reste du département.

Dans le Pas-de-Calais

Par arrêté du 5 mars, le préfet du département a appliqué les mesures suivantes pour l'ensemble du département à partir du 6 mars matin :

- l'abaissement de 20 000 m² à 5 000 m² du seuil de surface générant la fermeture des centres commerciaux et magasins de grande surface (hors alimentaires) ;
- la fermeture des commerces non essentiels en dessous du seuil de 5 000 m² pendant le weekend.

4 - Situation des autres départements avant le 4 avril 2021

A partir du 6 mars matin, 23 départements ont été placés sous surveillance avec fermeture des centres commerciaux ou magasins de vente de plus de 10 000 m².

Aisne Alpes-Maritimes , Aube, Bouches-du-Rhône, Drôme, Eure-et-Loir, Essonne Hautes-Alpes,	Hauts-de-Seine , Meurthe-et-Moselle, Moselle, Nord , Oise , Pas-de-Calais Paris , Rhône,	Seine-Saint-Denis , Seine-et-Marne , Somme, Val-de-Marne , Val-d'Oise , Var, Yvelines .
--	--	--

A partir du 20 mars matin, dans 16 départements, les commerces dits non essentiels ont été fermés¹⁰³. Etaient concernés :

- **les 8 départements d'Île-de-France : Paris, Seine-et-Marne, Seine-Saint-Denis, Hauts-de-Seine, Val-de-Marne, Val-d'Oise, Essonne et Yvelines ;**
- **les 5 départements des Hauts-de-France : Nord, Pas-de-Calais, Somme, Aisne, Oise ;**
- **les Alpes-Maritimes ;**
- l'Eure ;
- la Seine-Maritime.

A partir du 25 mars, 3 départements supplémentaires ont été ajoutés à la liste : l'Aube et le Rhône (dont les centres commerciaux de plus de 10 000 m² étaient déjà fermés) et la Nièvre.

Par arrêté des 25 et 26 mars 2021, les préfets de l'Allier et de la Marne ont abaissé à 10 000 m² le seuil de fermeture des centres commerciaux et grandes surfaces commerciales.

¹⁰³ En caractères gras, les départements cumulant les deux restrictions : la fermeture des centres commerciaux de plus de 10 000 m² et la fermeture des commerces non essentiels.

5 - Situation du 4 avril au 19 mai 2021

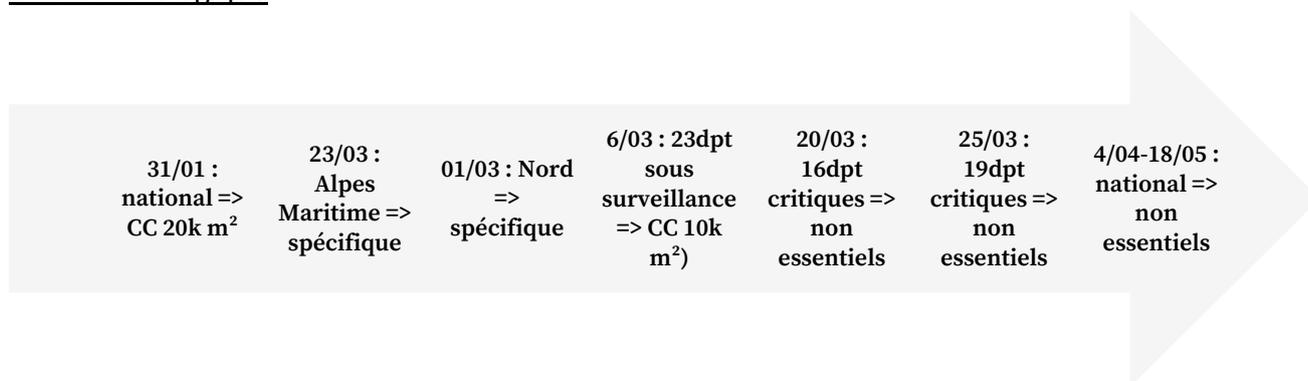
Du 4 avril au 19 mai 2021, les commerces non essentiels ont été fermés sur l'ensemble du territoire. Toutefois, les fermetures de centres commerciaux ont été maintenues, y compris pour les commerces essentiels qui s'y trouvaient implantés et qui n'était pas autorisés à y ouvrir.

6 - Sortie progressive de l'état d'urgence sanitaire

A compter du 19 mai, tous les magasins ont pu réouvrir. Les points de vente de moins de 8m² ne peuvent recevoir qu'un seul client, les autres doivent faire en sorte de réserver 8m² pour chaque personne. Pour les halles et marchés, la jauge a été limitée à 8 m² par personne dans les marchés couverts, et 4m² par personne en extérieur.

A compter du 9 juin, la jauge est assouplie dans les points de vente. Elle passe de 8m² à 4 m² par personne. Le couvre-feu passe de 21 h à 23 heures, ce qui permet une amplitude plus grande d'ouverture des commerces au public.

Frise chronologique



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 2020

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)	70,6	182,1	9,4	204,2	48,5	514,9	39,9	35,2	590,1	69,3	520,7
<i>Produits alimentaires (4)</i>	68,5	133,0	0,6	8,1	17,7	228,0	0,0	9,5	237,5	14,9	222,6
<i>Produits non alimentaires</i>	1,7	34,4	8,7	182,4	30,6	257,9	1,1	23,1	282,1	43,7	238,3
<i>Produits liés à l'automobile (5)</i>	0,4	14,6	0,0	13,7	0,2	29,0	38,8	2,7	70,5	10,7	59,8
Vente et réparation automobile (6)	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	80,9	1,6	82,5	32,0	50,5
Total des ventes au détail et des ventes et réparation automobile en forme de vente (7)	70,6	182,1	9,4	204,3	48,5	514,9	120,8	36,8	672,5	101,3	571,2
Valorisation des commissions en ventes - ventes des activités secondaires (restauration, réparation hors automobile, commerce de gros ...) (8)	-1,7	-52,4	-1,7	-33,8	0,6	-89,0	-103,5				
Chiffre d'affaires en secteur d'entreprise (9)	72,4	234,5	11,1	238,1	47,9	604,0	224,3				

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 514,9 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 120,8 milliards des *ventes et réparations du secteur du commerce et réparation automobile* et les 36,8 milliards de *ventes au détail des autres secteurs* sont ajoutés aux 514,9 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 (672,5 milliards).

c) L'ensemble de la **consommation commercialisable**, de 571,2 milliards (colonne k, ligne (7)), s'obtient en retranchant à la totalité des 672,5 milliards d'euros de *ventes au détail réalisées par l'ensemble des secteurs de l'économie*, 101,3 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.

