

# Dans le commerce de détail, les entreprises créées au sein d'un réseau d'enseigne sont plus pérennes

Insee Première • n° 1917 • Août 2022



Dans le commerce de détail, 61 % des entreprises créées en 2014 (hors micro-entreprises) sont encore actives 5 ans plus tard. Une création d'entreprise sur six appartient à un réseau d'enseigne, forme d'organisation qui permet de mutualiser des moyens et de valoriser une marque. Les entreprises du commerce de détail sont moins souvent actives cinq ans après leur création que celles des autres secteurs marchands non agricoles (65 %), mais leurs chances de survie sont plus élevées lorsqu'elles ont été créées sous l'égide d'un réseau (74 %). Dans le commerce de détail, la moitié des créateurs au sein d'un réseau possèdent un diplôme de l'enseignement supérieur contre moins de quatre sur dix hors réseau. Les entreprises créées dans un réseau bénéficient de davantage de moyens ; la moitié, contre un quart pour celles hors réseau, débudent leur activité en mobilisant au moins 40 000 euros de moyens financiers. La moitié également ont au moins un salarié quelques mois après la création.

## Avertissement

À partir de janvier 2022, les créations d'entreprises sont calculées selon un dispositif rénové. Il en résulte un relèvement, en niveau, de l'historique des créations d'entreprises. Les effectifs de créations d'entreprises présentés ici ne tiennent pas compte de cette révision, afin de rester au plus proche du champ de l'enquête SINE 2014.

En 2014, 26 600 entreprises ont été créées dans le commerce de détail (hors **micro-entrepreneurs**), soit 10 % des **créations** du secteur marchand non agricole. Parmi elles, 58 % se situent dans le commerce non alimentaire, 28 % dans le commerce alimentaire et 14 % dans la vente à distance. Le **taux de création d'entreprises** atteint 5 % dans le commerce de détail, soit un niveau proche du reste de l'économie marchande.

## Plus de créations en réseau d'enseigne dans le commerce de détail

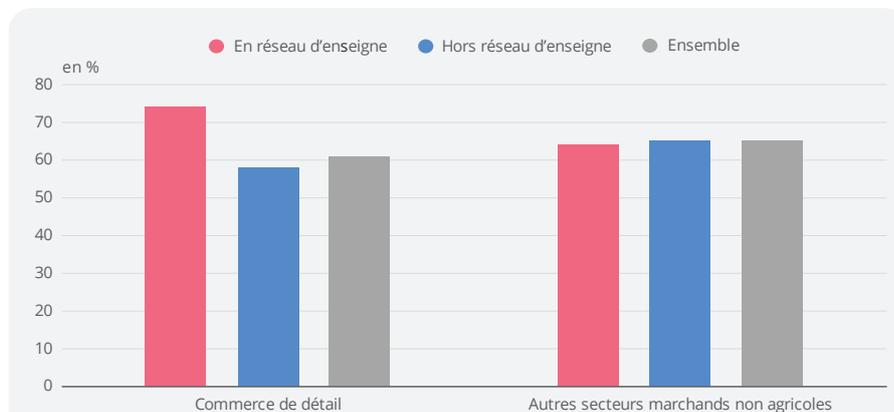
17 % des entreprises du commerce de détail ► **source** sont créées en **réseau d'enseigne**, soit 10 points de plus que dans les autres secteurs. 87 % de ces entreprises créées en réseau sont des sociétés (contre 75 % hors réseau). Ce statut est nettement plus fréquent que dans les autres secteurs (61 %).

Les créations en réseau du commerce de détail s'effectuent à 70 % dans le commerce de détail non alimentaire (contre 55 % hors réseau), à 24 % dans l'alimentaire et à 6 % dans la vente à distance. Les réseaux sont les plus

présents dans l'équipement de la personne hors habillement (beauté, bijouterie, maroquinerie, etc.), dans la culture et les loisirs (livres, sport, jeux, etc.) où ils concernent respectivement 28 % et 26 % des créations. Les créations se font plus fréquemment au sein d'un réseau dans les unités urbaines de 50 000 à 2 millions d'habitants

(50 % contre 43 %), et moins souvent dans l'agglomération de Paris (15 % contre 20 %). Au total, les entreprises du commerce de détail se créent plus souvent dans les unités urbaines de moins de 200 000 habitants que celles des autres secteurs (40 % contre 33 %), et moins souvent dans l'unité urbaine de Paris (20 % contre 24 %).

## ► 1. Taux de pérennité à cinq ans des entreprises dans le commerce de détail et les autres secteurs marchands non agricoles selon l'appartenance à un réseau d'enseigne



**Lecture** : 61 % des entreprises créées dans le commerce de détail en 2014 sont encore actives cinq ans après leur création.

**Champ** : France, entreprises créées au premier semestre 2014, exerçant des activités marchandes non agricoles (hors auto-entrepreneurs) et encore actives en novembre 2014 au moment de leur première interrogation.

**Source** : Insee, enquête Sine 2014 (interrogations 2014 et 2019).

## Les sociétés créées en réseau sont plus pérennes

Les entreprises du commerce de détail sont davantage pérennes quand elles sont créées en réseau : 74 % exercent toujours leur activité cinq ans après la création en réseau, contre seulement 58 % hors réseau ► **figure 1**. Les entreprises créées dans le commerce de détail en 2014 ont un **taux de pérennité** plus faible que dans les autres secteurs (61 % contre 65 %), y compris à caractéristiques comparables du créateur, de l'entreprise et des moyens financiers au moment de la création.

## En réseau, des créateurs plus diplômés et plus souvent en emploi avant la création

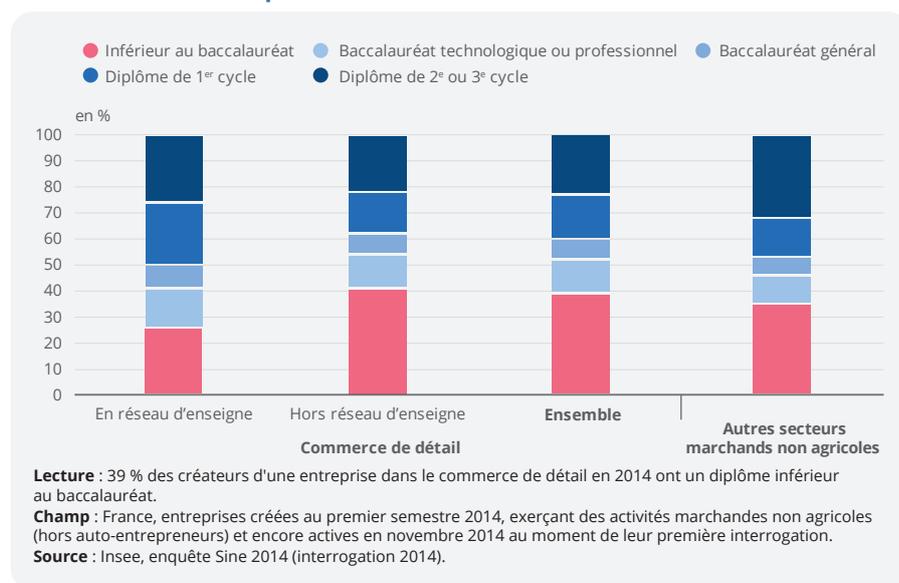
En réseau, les créateurs d'entreprise dans le commerce de détail sont plus souvent âgés de 35 à 49 ans (52 % contre 44 %), et plus souvent en couple (77 % contre 68 %) et/ou avec des enfants (65 % contre 53 %). Sur l'ensemble du commerce de détail, les créateurs sont majoritairement des hommes, toutefois les femmes sont un peu plus présentes que dans les autres secteurs marchands non agricoles (35 % dans le commerce de détail, contre 27 % hors commerce de détail).

Le niveau de diplôme des créateurs du commerce de détail est globalement plus élevé en réseau : 26 % seulement ont un niveau de diplôme inférieur au baccalauréat (contre 41 % hors réseau) alors que 50 % ont décroché un diplôme de l'enseignement supérieur (contre 38 % hors réseau) ► **figure 2**. Dans le commerce de détail, les créateurs sont au total un peu moins diplômés que dans les autres secteurs : 39 % possèdent un diplôme de niveau inférieur au baccalauréat (contre 35 % dans les autres secteurs) et 23 %, un diplôme de 2<sup>e</sup> ou 3<sup>e</sup> cycle de l'enseignement supérieur (contre 32 %).

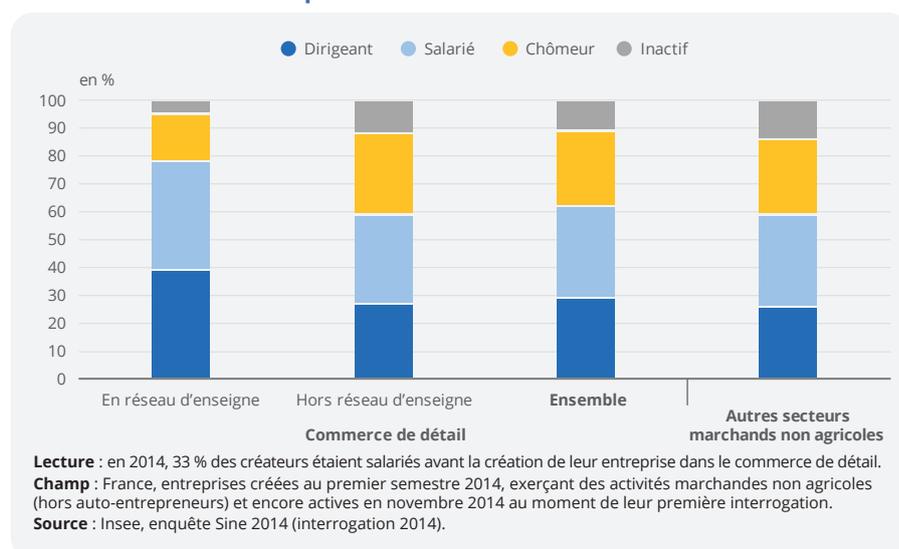
Avant de créer leur entreprise dans un réseau d'enseigne, les créateurs étaient plus souvent en emploi et dans une catégorie socioprofessionnelle ou une position hiérarchique plus élevée : 78 % d'entre eux étaient dirigeants ou salariés, contre 59 % hors réseau ► **figure 3**. Sur l'ensemble du commerce de détail, les créateurs étaient un peu plus souvent en activité auparavant que dans les autres secteurs (62 % contre 59 %), la part de chômeurs étant en revanche identique (27 %).

Par ailleurs, 50 % des créateurs en réseau antérieurement salariés occupaient auparavant une fonction de cadre ou une profession intermédiaire (contre 32 % hors réseau), ce qui est proche de la part observée pour l'ensemble des secteurs (48 %).

## ► 2. Répartition des créateurs d'entreprise dans le commerce de détail et les autres secteurs marchands non agricoles en 2014, selon leur niveau de diplôme



## ► 3. Répartition des créateurs d'entreprise dans le commerce de détail et les autres secteurs marchands non agricoles en 2014, selon leur situation professionnelle antérieure



Enfin, les créateurs en réseau ont bénéficié plus fréquemment de la présence d'un chef d'entreprise ou d'une personne à son compte dans leur proche entourage avant de démarrer (75 % contre 68 %). Dans le commerce de détail, 30 % des créateurs utilisent leurs relations pour faciliter la création.

Créer une entreprise dans le commerce de détail s'accompagne davantage d'un changement de profession que dans les autres secteurs : plus de la moitié des créateurs n'ont pas d'expérience dans leur nouveau métier contre un tiers dans les autres secteurs. Moins d'un quart ont plus de dix ans d'expérience dans le métier de leur création (contre un tiers dans les autres secteurs).

## En réseau, plus de moyens humains et financiers au démarrage

Les entreprises de commerce de détail en réseau sont créées en moyenne avec davantage de ressources que les autres. Le projet de 56 % d'entre elles démarre en ayant mobilisé des moyens financiers ► **source** de 40 000 euros ou plus ► **figure 4** contre 25 % pour celles hors réseau, et 18 % hors du commerce de détail. Pour 53 % des entreprises du commerce de détail, la création en réseau se fait avec au moins un salarié au bout de quelques mois contre 29 % pour celles hors réseau et 24 % dans les autres secteurs.

Dans le commerce de détail, les créateurs des entreprises en réseau font plus souvent appel que les autres à des ressources externes

(67 % contre 47 %), notamment à des emprunts bancaires au titre de l'entreprise. Ils déclarent un peu plus souvent rencontrer des difficultés à obtenir des financements lorsqu'ils en font la demande (41 % contre 37 %), à trouver un local commercial approprié (26 % contre 12 %) ou à embaucher du personnel qualifié (21 % contre 8 %). Dans les autres secteurs, les créateurs recourent moins souvent à des financements extérieurs (34 %) et rencontrent moins de difficultés à obtenir des financements (32 %).

Dans le commerce de détail, les créateurs en réseau font aussi davantage appel que ceux hors réseau à des services extérieurs payants (90 % contre 85 %), comme ceux liés au nettoyage ou au gardiennage. Les nouvelles entreprises du commerce de détail font aussi plus souvent appel que celles des autres secteurs à des prestataires (86 % contre 80 %), pour la comptabilité notamment, ou pour des activités plus stratégiques comme la publicité ou le stockage, la logistique et le transport.

### À caractéristiques comparables, appartenir à un réseau favorise la pérennité

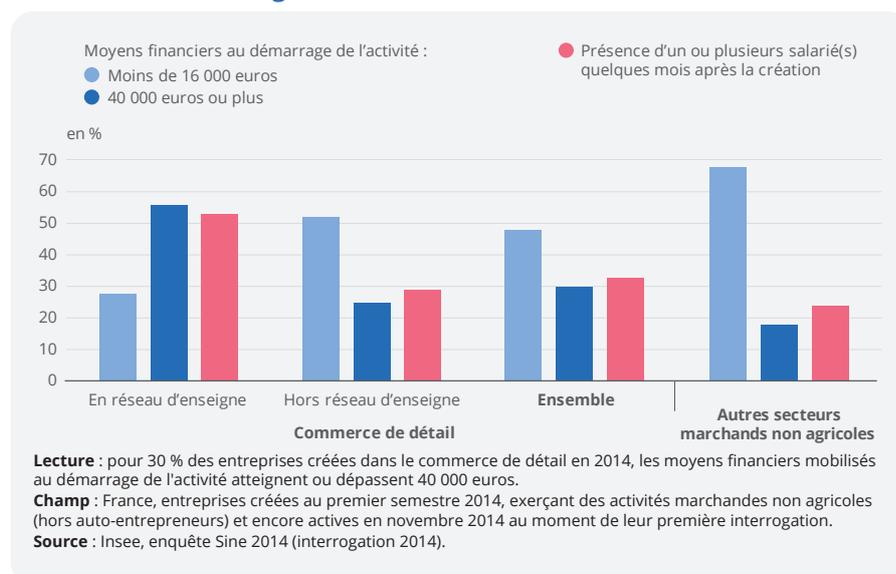
Le profil du créateur joue un rôle sur la pérennité des entreprises du commerce de détail ► **figure 5**. Avec un baccalauréat technologique ou professionnel, les créateurs ont, à autres caractéristiques comparables, 1,3 fois plus de chances d'assurer la survie à cinq ans de leur entreprise qu'avec un niveau inférieur au baccalauréat. De même, avoir eu une expérience de dirigeant ou/et dans le métier augmente les chances de survie de l'entreprise nouvellement créée : les anciens dirigeants ont 1,3 fois plus de chances que les anciens chômeurs d'assurer la survie de leur entreprise, et avoir déjà travaillé dans le métier se traduit par des chances 1,2 fois plus élevées que celles d'un novice dans le secteur.

Les caractéristiques de l'entreprise influent aussi sur sa pérennité. À autres caractéristiques comparables, les entreprises individuelles ont près de deux fois moins de chances de survie à cinq ans que celles créées sous forme de société.

De plus, celles qui démarrent avec au moins 40 000 euros ou avec au moins un salarié au bout de quelques mois ont respectivement 1,4 et 1,7 fois plus de chances de survie.

Enfin, une entreprise créée dans une unité urbaine de 50 000 habitants ou plus, y compris l'agglomération parisienne, a des chances de survie plus faibles que si elle avait été créée hors unité urbaine. Cette pérennité moindre dans les grandes agglomérations pourrait s'expliquer par une concurrence plus forte et des prix plus élevés sur les biens et services [Dorolle, 2019].

## ► 4. Répartition des moyens humains et financiers au démarrage de l'activité dans le commerce de détail et les autres secteurs marchands non agricoles



## ► 5. Principaux déterminants de la pérennité à cinq ans des entreprises créées dans le commerce de détail en 2010 ou en 2014

	Rapport de cotes
<b>Création sous un réseau d'enseigne</b>	
Oui	1,2
Non	Réf.
<b>Catégorie juridique</b>	
Société (personne morale)	Réf.
Entreprise individuelle (personne physique)	0,6
<b>Niveau de diplôme du créateur</b>	
Inférieur au baccalauréat	Réf.
Baccalauréat technologique ou professionnel	1,3
Baccalauréat général	ns
Diplôme de 1 <sup>er</sup> cycle	ns
Diplôme de 2 <sup>e</sup> ou 3 <sup>e</sup> cycle	ns
<b>Situation professionnelle avant la création</b>	
Dirigeant	1,3
Salarié	ns
Chômeur	Réf.
Inactif	ns
<b>Expérience dans le métier</b>	
Aucune, ou activité différente du métier principal	Réf.
Activité identique, 10 ans d'expérience ou moins	1,2
Activité identique, plus de 10 ans d'expérience	1,2
<b>Moyens financiers au démarrage de l'activité</b>	
Moins de 16 000 euros	Réf.
De 16 000 à moins de 40 000 euros	ns
40 000 euros ou plus	1,4
<b>Présence de salarié(s) quelques mois après la création</b>	
Non	Réf.
Oui	1,7
<b>Taille de l'unité urbaine de la commune d'implantation</b>	
Commune hors unité urbaine	Réf.
Moins de 50 000 habitants	ns
De 50 000 à moins de 200 000 habitants	0,6
De 200 000 à moins de 2 millions d'habitants	0,8
Agglomération de Paris	0,7

ns : non significativement différent de 1 au seuil de 5 %. Réf. : modalité de référence.

**Note :** estimation des rapports de cotes (*odds ratio*) par des modèles logit. Pour chaque variable, les *odds ratio* permettent de comparer les différentes modalités avec la modalité de référence (*Réf.*) qui vaut 1. Une valeur supérieure à 1 indique qu'une variable est associée, toutes choses égales par ailleurs, à une augmentation du risque de déclaration.

**Lecture :** les entreprises créées par d'anciens dirigeants ont 1,3 fois plus de chance d'être toujours en activité 5 ans après leur création que celles créées par d'anciens chômeurs.

**Champ :** France, entreprises créées au premier semestre 2010 ou 2014, exerçant des activités marchandes non agricoles (hors auto-entrepreneurs) et encore actives en novembre 2010 ou 2014 au moment de leur première interrogation.

**Source :** Insee, enquêtes Sine 2010 (interrogations 2010 et 2015) et 2014 (interrogations 2014 et 2019).

Ces facteurs favorables à la pérennité sont davantage présents dans les entreprises créées en réseau : davantage de moyens financiers et humains au démarrage et plus de créateurs anciens dirigeants. Une fois pris en compte ces différents facteurs, leurs chances de survie après cinq ans d'existence restent encore 1,2 fois plus élevées. Plusieurs facteurs pourraient l'expliquer : la formation et l'accompagnement proposés en réseau,

### ► Source

Le **système d'information sur les nouvelles entreprises (Sine)** est un système permanent d'observation et de suivi d'une génération (ou cohorte) de nouvelles entreprises tous les quatre ans. Une génération correspond ici aux entreprises créées au cours du premier semestre d'une année donnée. Pour chaque génération, le recueil d'information repose sur trois interrogations :

- la première, quelques mois après la création de l'entreprise ;
- la deuxième, au bout de la troisième année d'existence de l'entreprise ;
- la troisième, cinq ans après la création.

Le champ couvre l'ensemble des entreprises (hors micro-entrepreneurs) créées au cours du 1<sup>er</sup> semestre qui ont vécu plus d'un mois dans l'ensemble des activités économiques marchandes hors activités agricoles.

Ces entreprises sont au nombre de 124 000 en 2014. L'échantillon utilisé pour les enquêtes relatives à la génération 2014 contient 45 000 entreprises qui ont été interrogées à trois reprises : en 2014, en 2017 et en 2019.

Cette étude se restreint aux entreprises encore actives au moment de la première interrogation, soit en novembre de l'année de création.

Pour plus de pertinence, les chances de survie à cinq ans des entreprises du commerce de détail ont été déterminées à partir du cumul des générations 2010 et 2014.

Les moyens financiers mobilisés au démarrage de l'activité comprennent les dépenses liées aux formalités de constitution de l'entreprise, à l'installation dans les locaux, à la constitution des stocks, à la trésorerie consacrée au fonctionnement de l'entreprise, etc.

### ► Pour en savoir plus

- **Dorolle A.**, « En 2019, 61 % des entreprises classiques créées cinq ans plus tôt sont toujours actives », *Insee Première* n° 1852, avril 2021.
- **Dorolle A.**, « Entreprises créées en 2014 : trois sur quatre sont encore actives trois ans après leur création », *Insee Première* n° 1751, avril 2019.
- **Trevien C.**, « Créer une entreprise du commerce : des investissements initiaux supérieurs à ceux des autres secteurs », *Insee Première* n° 1624, décembre 2016.

le bénéfice d'une enseigne déjà connue, des caractéristiques plus favorables des projets de création autres que celles déjà identifiées dans cette étude (localisation infra-communale...) ou un effet de sélection des créateurs d'entreprises pour être accepté dans le réseau. L'étude ne permet cependant pas de confirmer ou de trancher entre ces hypothèses.

### Une appréciation plutôt positive des réseaux d'enseigne

Les entreprises intégrées à un réseau restent indépendantes juridiquement et financièrement de la tête de réseau. Elles bénéficient toutefois d'une identité forte vis-à-vis des consommateurs et peuvent mutualiser certains frais. Différentes formes de commerce indépendant organisé en réseau existent : la franchise, la concession, le partenariat, la commission-affiliation et la licence de marque, qui permettent au franchisé ou à l'affilié d'exploiter une notoriété, un concept et des méthodes éprouvées. Cinq ans après la création de leur entreprise

dans le commerce de détail sous un réseau d'enseigne, la moitié des dirigeants estiment qu'ils ont pu bénéficier de conseils, d'appuis ou de services grâce à cette affiliation à un réseau. Appartenir à un réseau permet aussi de développer le chiffre d'affaires selon 27 % des créateurs et n'entraîne pas de contraintes particulières pour 42 % d'entre eux.

Néanmoins, 31 % des créateurs se plaignent des coûts trop élevés générés par leur affiliation à un réseau. Certaines rigidités (obligation d'achat, respect des règles, normes, exclusivité) liées au réseau sont aussi perçues comme des contraintes par 27 % d'entre eux. Toutefois, sept créateurs sur dix veulent maintenir ou développer leur coopération avec un réseau d'enseigne en 2019. Seule une minorité (8 %) souhaite mettre fin à la collaboration. ●

**Philippe Pottier (Insee)**



Retrouvez plus de données en téléchargement sur [www.insee.fr](http://www.insee.fr)

### ► Définitions

Un **micro-entrepreneur** bénéficie du régime de même nom (appelé auto-entrepreneur jusqu'en 2014), qui offre des formalités de création d'entreprise allégées et un mode de calcul et de paiement simplifié des cotisations sociales et de l'impôt sur le revenu. Il s'applique aux entrepreneurs individuels qui en font la demande, sous certaines conditions.

Le micro-entrepreneur bénéficie ainsi notamment :

- du régime fiscal de la micro-entreprise ;
- du régime micro-social ;
- d'une exonération ou d'une franchise de TVA.

Le régime peut concerner des activités commerciales, artisanales ou libérales, à titre principal ou complémentaire.

Une **création d'entreprise** correspond à la mise en œuvre d'une nouvelle combinaison de facteurs de production avec pour restriction qu'aucune autre entreprise ne soit impliquée dans cet événement.

Les créations d'entreprises sont en fait des créations d'unités légales. On parle néanmoins de créations d'entreprises en raison de la spécificité de la situation au moment de la création. En effet, au moment de son immatriculation, il n'est pas possible de déterminer si une unité légale est indépendante ou appartient à un groupe. Par défaut, au moment de la création, toute entité est donc indépendante et considérée comme une entreprise.

Le **taux de création d'entreprises** est le rapport entre le nombre de créations d'entreprises d'une année n et le stock d'entreprises au 31 décembre de l'année n-1.

Un **réseau d'enseigne** désigne un ensemble de points de vente physiques arborant la même enseigne. Il peut être constitué de points de vente détenus en propre par la structure tête de réseau (commerce intégré), de points de vente indépendants regroupés dans le cadre d'un groupement d'achat ou d'approvisionnement (commerce associé) ou de points de vente indépendants liés à la tête de réseau par un contrat de type franchise, concession, commission-affiliation, etc.

L'**enseigne** est ce qui identifie généralement aux yeux du consommateur le point de vente et son réseau. Elle est définie par : un nom d'enseigne, un assortiment de produits et services, un agencement spécifique de magasin, etc.

Le **taux de pérennité à 5 ans** est la proportion d'entreprises créées au cours du premier semestre de l'année considérée (2014) et encore existantes lors de leur première interrogation (soit quelques mois après leur création) qui ont atteint leur 5<sup>e</sup> anniversaire.

Cette définition permet de comparer les taux de pérennité entre les entreprises en réseau et celles hors réseau. Elle diffère légèrement de celle retenue usuellement où le taux de pérennité est la proportion d'entreprises créées au cours du premier semestre de l'année considérée qui ont atteint leur 5<sup>e</sup> anniversaire.

**Direction générale :**  
88 avenue Verdier  
92541 Montrouge Cedex

**Directeur de la publication :**  
Jean-Luc Tavernier

**Rédaction en chef :**  
B. Lhommeau,  
S. Pujol

**Rédaction :**  
A. Evrard  
F. Gateau

**Maquette :**  
B. Rols

 @InseeFr  
[www.insee.fr](http://www.insee.fr)

**Code Sage :** IP221917  
ISSN 0997 - 6252  
© Insee 2022  
Reproduction partielle autorisée sous réserve de la mention de la source et de l'auteur

