



Le commerce en 2016

La reprise amorcée en 2014 ne se dément pas

La situation des secteurs du commerce continue de s'améliorer en 2016. La vitalité du commerce et de la réparation d'automobiles se renforce (+ 6,7 % en volume). En effet, la reprise des ventes de voitures neuves engagée en 2015 s'amplifie en 2016. Dans le commerce de gros, l'activité accélère dans la plupart des secteurs, en particulier dans le commerce d'équipements de l'information et de la communication. Dans le commerce de détail, les ventes continuent d'augmenter en volume, mais à un rythme un peu moins rapide qu'en 2015 (+ 1,2 % après + 1,7 %). La vente à distance reste très dynamique, portée par le commerce électronique. Pour la première fois depuis 2011, les ventes en valeur progressent dans les trois grands secteurs du commerce.

Dans ce contexte favorable, l'emploi salarié augmente entre fin 2015 et fin 2016 dans les secteurs du commerce, comme dans l'ensemble des secteurs principalement marchands.

Virginie Andrieux, Catherine Bourdeaux, Sonia Le Faucheur, Arnaud Rousset, Rémi Segreto, Benoît Trinquier, division Commerce, Insee

En 2016, la reprise de l'activité dans les secteurs commerciaux, entamée en 2014, ne se dément pas. Le commerce tire parti du regain de la demande intérieure. En effet, l'investissement des entreprises accélère (+ 3,6 % après + 3,1 %) ainsi que la consommation des ménages (+ 2,3 % après + 1,4 %). En revanche, les exportations ralentissent fortement (+ 1,8 % après + 4,3 %).

En volume, les ventes (*définitions*) accélèrent dans le commerce de gros (+ 2,0 %) et le commerce et la réparation d'automobiles (+ 6,7 %). Elles ralentissent légèrement dans le commerce de détail, mais demeurent bien orientées (+ 1,2 %).

Pour la première fois depuis 2011, les ventes progressent en valeur dans les trois grands secteurs du commerce (gros, détail, automobile ; *figure 1*). Dans le commerce

de gros et le commerce de détail, les prix diminuent moins qu'en 2015. Toutefois, dans le commerce automobile, les prix fléchissent à leur tour, après avoir augmenté en 2014 et 2015.

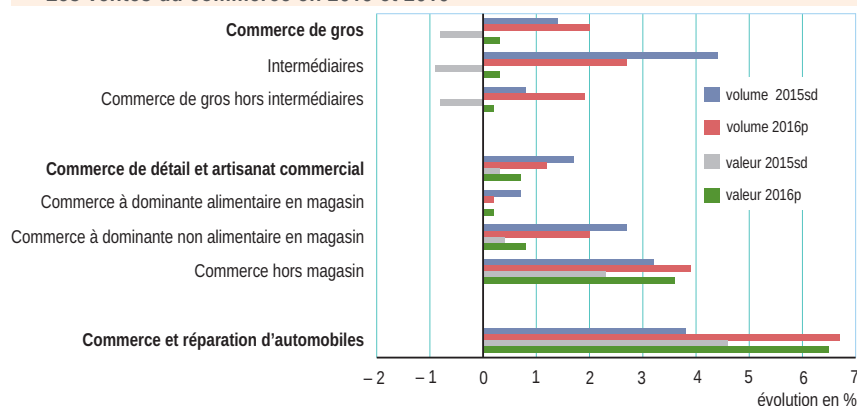
Les ventes accélèrent dans le commerce de gros

En 2016, les ventes du commerce de gros et des intermédiaires du commerce s'élèvent à 730 milliards d'euros, dont 608 milliards pour le seul commerce de gros. Les ventes des grossistes se redressent légèrement en valeur (+ 0,2 %). Elles s'étaient repliées au cours des trois années précédentes en raison de la baisse marquée des prix. En 2016, les prix diminuent encore, mais moins nettement qu'en 2014 et 2015.

L'activité est dynamique dans la plupart des secteurs (*figure 2*).

Les ventes des grossistes en produits alimentaires représentent près du cinquième de l'activité des grossistes. Elles progressent en volume à un rythme plus soutenu qu'en 2015, tirées par les boissons et, dans une moindre mesure, par

1 Les ventes du commerce en 2015 et 2016



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

les produits laitiers. Dans l'ensemble, la baisse des prix de gros alimentaires, entamée en 2014, est enrayée en 2016. Notamment, les prix des fruits et des légumes augmentent. Cependant, ceux du lait, des œufs et des matières grasses reculent, sous l'effet d'une offre mondiale très abondante.

Les ventes des grossistes en biens domestiques bénéficient d'une demande intérieure et extérieure en progression : les dépenses de consommation en produits manufacturés et les exportations de textiles, maroquinerie et produits pharmaceutiques restent en hausse en 2016. L'activité du commerce de gros d'équipements de l'information et de la communication augmente fortement (+ 4,5 %), stimulée par l'accélération de l'investissement des entreprises. Les ventes des grossistes en autres équipements industriels progressent davantage qu'en 2015.

Les ventes des autres grossistes spécialisés accélèrent en volume. Les ventes de matériaux de construction sont favorisées par la reprise des mises en chantier de logements neufs. En revanche, les ventes de combustibles se replient en raison de températures hivernales particulièrement douces. En valeur, les ventes des autres grossistes spécialisés continuent de reculer ; les prix baissent à nouveau, mais moins nettement qu'en 2015. L'activité des intermédiaires progresse (+ 2,7 %), mais à un rythme plus modéré, après deux années de hausse soutenue.

À l'inverse, pour les grossistes en produits agricoles bruts et animaux vivants, l'activité fléchit en 2016 (- 1,8 %). Le commerce de céréales pâtit de récoltes nettement moins abondantes qu'en 2015 ; les exportations de céréales se contractent, en particulier vers le Moyen-Orient et l'Asie. En outre, les prix des produits agricoles bruts continuent à baisser, plus fortement qu'en 2015, en particulier ceux des céréales et des animaux vivants.

Les ventes du commerce de détail augmentent, mais moins qu'en 2015

Dans le commerce de détail et l'artisanat commercial, les ventes au détail augmentent en valeur de 0,7 % en 2016 ; elles s'élèvent à 498 milliards d'euros.

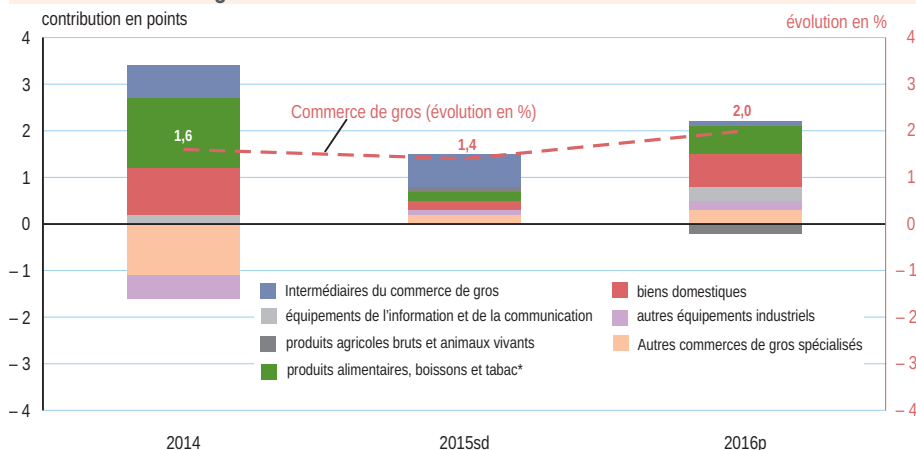
Les prix des marchandises vendues au détail diminuent pour la troisième année consécutive, mais de manière beaucoup plus ténue qu'en 2014 et 2015. Les prix des produits non alimentaires restent entraînés à la baisse par ceux des combustibles, alors que les prix alimentaires accélèrent (+ 0,7 % contre + 0,4 % en 2015).

En volume, les ventes au détail décélèrent (+ 1,2 % après + 1,7 % ; *figure 3*) malgré l'accélération du pouvoir d'achat des ménages. Leurs dépenses de consommation finale suivent l'évolution de leur pouvoir d'achat en 2016, mais elles sont tirées par la consommation non commercialisable (eau et énergie, hébergement et restauration...). En outre, les ménages ont davantage

accru leurs dépenses automobiles en 2016 que leurs achats en autres biens.

Le commerce hors magasin progresse nettement en 2016 comme en 2015 (+ 3,9 % en volume), sous l'effet du développement de la vente à distance (qui regroupe la vente par Internet et par correspondance). La hausse des ventes sur catalogue spécialisé est particulièrement soutenue.

2 Contributions des secteurs à la croissance en volume des ventes de marchandises du commerce de gros



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

* Le commerce de gros non spécialisé a été inclus dans le commerce de gros de produits alimentaires, de boissons et de tabac.

Source : Insee, comptes du commerce, base 2010.

Répartition de la consommation commercialisable par produit de 2000 à 2016

Les **produits alimentaires** représentent le tiers de la consommation commercialisable (*définitions*) des ménages en 2016. Leur part a augmenté de trois points de 2000 à 2016. Cet accroissement s'explique essentiellement par une hausse des prix des denrées alimentaires plus soutenue que celle des produits manufacturés sur la période. En gommant le mouvement des prix, la part des dépenses en viandes et poissons et en boissons aurait reculé ; celle des dépenses en fruits et légumes serait inchangée (*figure*).

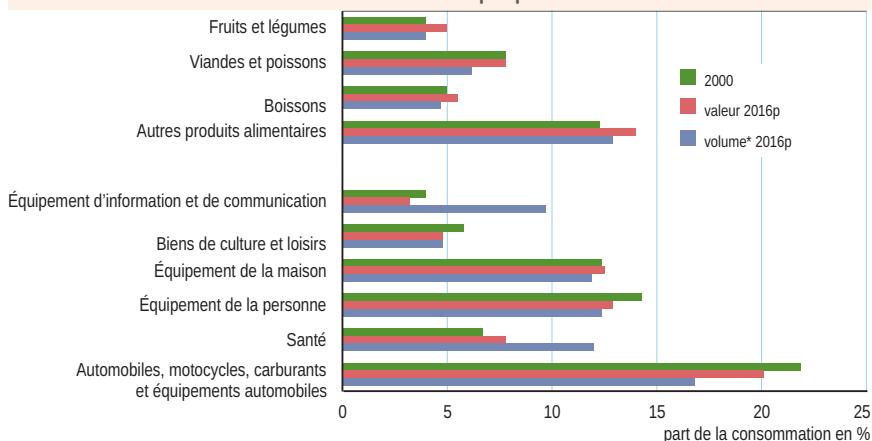
Au sein des **produits non alimentaires**, la part des dépenses de produits pharmaceutiques et d'articles médicaux s'est accrue d'un point en valeur. La croissance de ces dépenses a néanmoins été contenue par la baisse des prix des produits de santé, encadrés en partie par les pouvoirs publics.

À l'opposé, la part de la consommation dédiée aux produits automobiles se contracte fortement de 2000 à 2016, malgré une hausse des prix plus marquée que celle des autres produits. L'embellie du marché automobile en 2015 et 2016 n'efface pas plusieurs années de crise.

En seize ans, la part consacrée aux biens de loisirs et à l'équipement de la personne s'est également érodée.

Enfin, la part des biens d'équipement de la maison est stable. S'agissant de l'équipement informatique, de télécommunication, vidéo et audio, la croissance en volume des achats ne compense pas tout à fait la baisse marquée des prix.

Ventilation de la consommation commercialisable par produit



* Aux prix de l'année 2000.

p : provisoire.

Source : Insee, comptes nationaux.

l'enquête mensuelle sur l'activité des grandes surfaces alimentaires (Emagsa), les ventes de produits alimentaires sont plus dynamiques dans les très grandes surfaces que dans les supermarchés. Ce phénomène se reflète aussi dans l'évolution du nombre de magasins. Alors que le nombre d'hypermarchés est stable entre début 2014 et début 2016, celui des supermarchés décline, du fait des magasins de *hard discount* qui représentent 40 % des supermarchés. En hypermarché comme en supermarché, l'érosion des ventes de produits non alimentaires se poursuit.

À l'inverse, le commerce alimentaire spécialisé et l'artisanat commercial sont très dynamiques ; leur vitalité se renforce encore en 2016 : leurs ventes accélèrent en volume (+ 4,6 %). Les ventes des petites surfaces généralistes (supérettes et alimentations générales) sont également en hausse de près de 3 %, comme les années précédentes.

Alors que les ventes de viandes se replient, celles de fruits et de légumes augmentent en volume, malgré la hausse des prix.

Commerce non alimentaire : forts contrastes selon les secteurs

Dans son ensemble, le commerce non alimentaire est bien orienté (+ 2,0 % en volume), mais les disparités entre secteurs s'accroissent en 2016. La reprise entamée en 2015 est confirmée pour les magasins d'équipement du foyer, dont les ventes peinaient à décoller depuis la crise. Pour le commerce d'équipements de l'information et de la communication en magasin spécialisé, l'activité ralentit en volume, mais reste néanmoins très dynamique (+ 6,5 %). Les ventes des stations-services sont stables en volume, elles diminuent en valeur en raison d'un nouveau recul des prix des carburants. L'activité des magasins spécialisés en équipements de la personne (habillement-chaussure, parfumerie, maroquinerie...), globalement en expansion depuis 2010, s'essouffle. L'année 2016 est très difficile pour les grands magasins (- 3,5 % en volume) : ils souffriraient d'une baisse de fréquentation, en particulier de la clientèle étrangère.

L'activité du grand commerce non alimentaire (*définitions*) ralentit, et même diminue dans les secteurs de l'équipement de la personne, à l'inverse des petites entreprises du secteur. En 2016, les ventes du grand commerce progressent au même rythme que l'ensemble du commerce non alimentaire ; les années précédentes, elles s'accroissaient plus fortement. Aussi, la part de marché du grand commerce stagne, après avoir progressé continuellement de 2011 à 2015. Le grand commerce non alimentaire spécialisé génère plus de la moitié de l'activité des secteurs du commerce non alimentaire. Le poids du grand commerce est important dans l'information et la communication (64 % du chiffre

d'affaires), les autres équipements du foyer (63 %), l'habillement-chaussures (57 %) et le commerce de biens culturels et de loisirs (48 %).

La reprise de l'activité du commerce et de la réparation d'automobiles s'amplifie

En 2016, la situation du commerce et de la réparation d'automobiles s'améliore nettement, en France comme dans l'ensemble des pays européens. Les ventes s'accroissent en volume avec une ampleur inédite depuis 1994. En 2016, elles progressent en valeur de 6,5 % pour atteindre 117 milliards d'euros. Alors qu'ils augmentaient en 2014 et en 2015, les prix diminuent légèrement en 2016, tirés à la baisse par les équipements automobiles, les véhicules et les carburants. Pour les services de réparation, où le coût de la main d'œuvre est prépondérant, les prix continuent de croître légèrement.

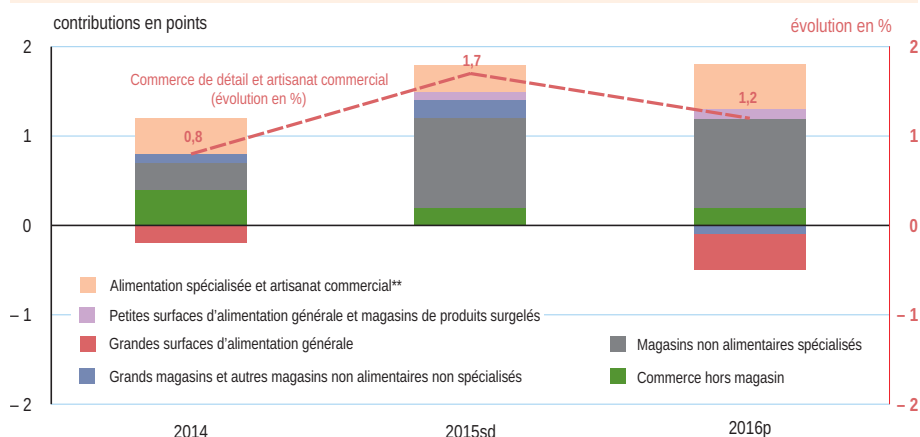
Le dynamisme de l'activité est imputable aux ventes du commerce automobile, qui contribue pour 5,4 points à la croissance en volume de l'ensemble du secteur (*figure 4*).

Les immatriculations de véhicules utilitaires légers bondissent (+ 8,1 % en moyenne annuelle) ; celles de voitures particulières neuves continuent d'augmenter sensiblement (+ 5,2 %), après avoir déjà crû fortement en 2015 (+ 6,8 %). Les ventes sont particulièrement bien orientées sur le segment des véhicules de gamme supérieure et des véhicules de luxe. Les véhicules Diesel restent majoritaires dans les ventes, mais leur part recule assez nettement en 2016. Comme en 2015, les constructeurs de groupes étrangers tirent davantage parti de la progression des ventes de voitures particulières neuves ; leur part de marché atteint 46,5 % (+ 0,7 point).

En 2016, les ventes d'entretien-réparation augmentent en volume pour la deuxième année consécutive. Les ventes du commerce de détail d'équipements automobiles sont également en hausse, comme les années précédentes.

Les ventes de motocycles progressent fortement. Les consommateurs ont anticipé leurs achats en fin d'année pour éviter le durcissement de la norme sur les émissions polluantes

3 Contributions des formes de vente* à la croissance en volume des ventes du commerce de détail et de l'artisanat commercial



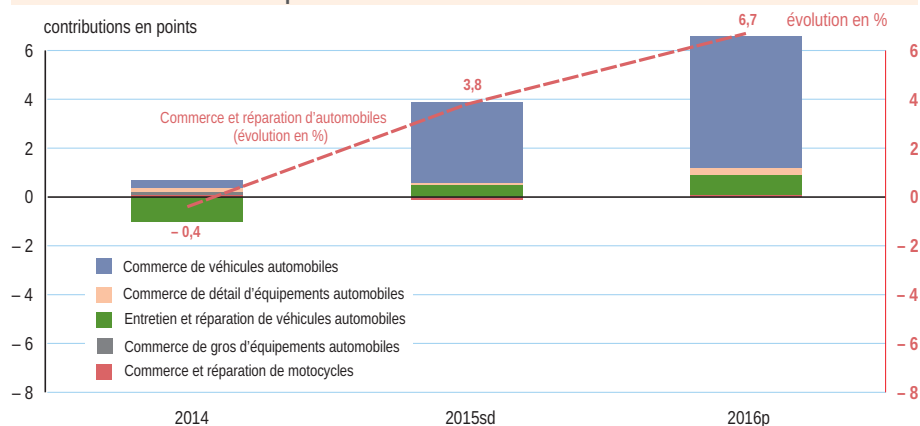
sd : compte semi-définitif ; p : compte provisoire.

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

** Artisanat commercial : boulangeries, pâtisseries, charcuteries.

Source : Insee, comptes du commerce, base 2010.

4 Contributions des secteurs à la croissance en volume de l'ensemble des ventes du commerce et de la réparation d'automobiles



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

Source : Insee, comptes du commerce, base 2010.

des motocycles commercialisés après le 1^{er} janvier 2017. Les immatriculations de motocycles s'accroissent de 5,3 % en moyenne annuelle, avec un pic en fin d'année : celles de décembre 2016 sont 1,7 fois plus importantes que celles de décembre 2015.

L'emploi salarié progresse à nouveau dans les secteurs commerciaux

3,1 millions de salariés travaillent dans le commerce, ils représentent 19 % des salariés des secteurs principalement marchands. Au nombre de 440 000, les non-salariés sont davantage représentés dans l'artisanat commercial, le commerce de détail et le commerce et la réparation d'automobiles que dans le commerce de gros.

Les effectifs salariés hors intérim augmentent en 2016 dans les secteurs commerciaux, à un rythme un peu moins soutenu que dans le tertiaire marchand dans son ensemble (+ 0,7 % contre + 1,4 %). La croissance est tirée par le commerce de détail et, dans une moindre mesure, par le commerce et la réparation d'automobiles. En revanche, l'emploi salarié continue de fléchir dans le commerce de gros (figure 5).

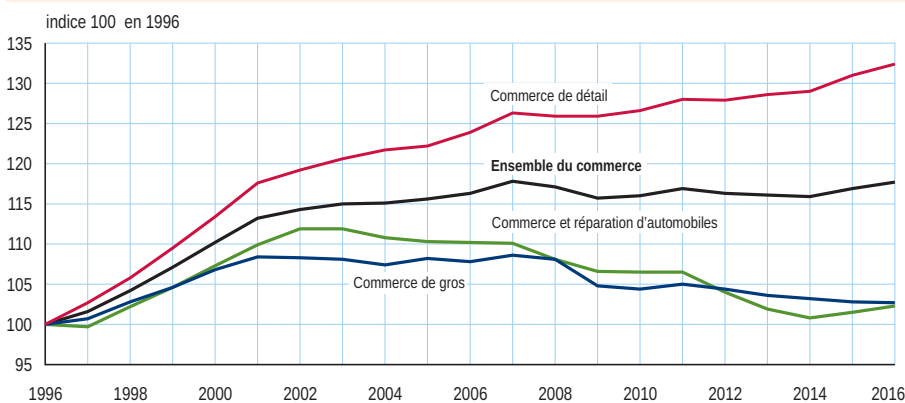
Le recours à l'intérim progresse nettement dans les secteurs du commerce en 2016.

Les créations d'entreprises diminuent légèrement dans le commerce

En 2016, 99 300 entreprises (*définitions*) commerciales, y compris artisanat commercial, ont été créées en France. Ces créations représentent 18 % de celles de l'économie française. Leur nombre reste élevé, bien qu'il diminue tendanciellement depuis 2011. En 2016, il diminue légèrement dans les secteurs commerciaux (- 0,7 %), alors qu'il augmente dans l'ensemble de l'économie (+ 5,5 %).

Ce résultat s'explique par la baisse des immatriculations de micro-entrepreneurs, surreprésentés dans les secteurs commerciaux, en particulier dans le commerce de détail. Réformé fin 2014, ce régime est moins attractif que le précédent régime de l'auto-entrepreneur. Compensant quasiment la baisse liée aux micro-entrepreneurs, les créations réalisées sous d'autres régimes augmentent fortement, en particulier sous la forme

5 Effectifs salariés au 31 décembre dans le commerce



Lecture : pour 100 salariés du commerce en 1996, on en compte 116,9 en 2015 et 117,7 en 2016.

Source : Insee, estimations d'emploi.

d'entreprises individuelles ou de sociétés par actions simplifiées.

Sources

Le **compte spécialisé du commerce** s'insère dans le dispositif d'ensemble des comptes nationaux français. Les résultats de l'année 2014, définitifs, sont issus du système d'information sur les statistiques structurelles d'entreprises. Ceux de 2015 et de 2016 sont encore provisoires et ont été obtenus à partir des indices de chiffres d'affaires calculés par l'Insee.

Définitions

À la différence du chiffre d'affaires, les **ventes de marchandises** ne comprennent pas les ventes de services, ni celles des biens produits par les commerçants.

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...

Le **grand commerce non alimentaire** est défini par la Commission des comptes commerciaux de la Nation. Il comprend,

dans son acception élargie, l'ensemble des entreprises dont l'activité principale relève du commerce non alimentaire en magasin spécialisé ou non spécialisé, hors commerces de produits pharmaceutiques, de combustibles et de biens d'occasion, et qui répondent à l'une des conditions suivantes :

- employer 100 salariés ou plus ;
- employer 50 salariés ou plus, et : soit exploiter 10 magasins ou plus ; soit exploiter au moins un magasin d'une surface de vente de 2 500 m² ou plus ; soit appartenir au secteur des grands magasins ou à la vente à distance.

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

Bibliographie

- « La situation du commerce en 2016 - Rapport établi pour la Commission des comptes commerciaux de la Nation », *Documents de travail* n° E2017/04, Insee, juin 2017.
- Debauche É., Arnaud F., Gallot P., « Les comptes de la Nation en 2016 - Le PIB croît de 1,2 %, le pouvoir d'achat des ménages accélère », *Insee Première* n°1650, mai 2017.
- « La consommation des ménages en 2016 », *Insee Première* à paraître en juillet 2017.

Direction Générale :
18, bd Adolphe-Pinard
75675 PARIS CEDEX 14
Directeur de la publication :
Jean-Luc Tavemier
Rédacteur en chef :
E. Nauze-Fichet
Rédacteurs :
J.-B. Champion, C. Collin, C. Lesdos-Cauhapé, V. Quénechdu, H. Valdelièvre
Maquette : P. Nguyen
Impression : Jouve
Code Sage IP171655
ISSN 0997 - 3192
© Insee 2017

- *Insee Première* figure dès sa parution sur le site internet de l'Insee : <https://www.insee.fr/fr/statistiques?collection=116>

- Pour recevoir par courriel les avis de parution (50 numéros par an) : <https://www.insee.fr/fr/information/1405555>

Pour vous abonner à *Insee Première* et le recevoir par courrier : <https://www.insee.fr/fr/information/2537715>

