



## Les points de vente du commerce de détail Un dixième des magasins réalise deux tiers du chiffre d'affaires

**D**ébut 2015, la France compte 340 000 points de vente. Parmi eux, 295 000 ont été actifs toute l'année précédente et appartiennent à une entreprise du commerce de détail. En moyenne, en 2014, ces points de vente actifs réalisent un chiffre d'affaires de 1,1 million d'euros, emploient cinq personnes et occupent une superficie de 250 m<sup>2</sup>. Sur cinq ans, la surface de vente totale du commerce de détail progresse de 9 %. Dans le même temps, le chiffre d'affaires en valeur s'accroît de 13 %. Au regard de l'évolution des prix, cependant, le volume d'activité par mètre carré serait en baisse.

Ce secteur est par ailleurs fortement concentré : un dixième des magasins dégage les deux tiers du chiffre d'affaires. La grande distribution alimentaire réalise 41 % du chiffre d'affaires total. Regroupant un quart des points de vente, l'alimentaire spécialisé et l'artisanat commercial sont les secteurs qui emploient le plus d'actifs au *pro rata* du chiffre d'affaires.

Enfin, les réseaux d'enseigne regroupent un peu plus d'un quart des points de vente et réalisent plus des deux tiers du chiffre d'affaires total.

Julien Kfoury et Corentin Trevien, division Commerce, Insee

Début 2015, le commerce de détail et l'artisanat commercial comptent 340 000 points de vente (*définitions*). Parmi eux, 295 000 magasins ont été actifs toute l'année précédente et appartiennent à des sociétés ou entreprises individuelles de ces secteurs. Ils remplissent donc les conditions pour appartenir au champ de l'enquête quinquennale sur les

points de vente (*sources*). En 2014, ces points de vente réalisent en moyenne 1,1 million d'euros de chiffre d'affaires, occupent une superficie de 250 m<sup>2</sup> et emploient cinq personnes en équivalent temps plein (*figure 1*). Ainsi, au cours d'une année, une personne occupée (*définitions*) du commerce de détail en magasin contribue en

moyenne à 250 000 euros de chiffre d'affaires. De même, chaque mètre carré de surface de vente en génère 4 700 euros. Seule une minorité des magasins atteint ces niveaux moyens : un point de vente sur deux réalise moins de 290 000 euros de chiffres d'affaires, présente une surface de vente inférieure à 69 m<sup>2</sup> et emploie au plus deux personnes.

### 1 Caractéristiques moyennes des points de vente du commerce de détail en magasin et de l'artisanat commercial

	Chiffre d'affaires (en milliers d'euros)	Surface de vente (en m <sup>2</sup> )	Personnes occupées (en équivalent temps plein)	Chiffre d'affaires par surface de vente (en euros/m <sup>2</sup> )	Chiffre d'affaires par personne occupée (en milliers d'euros)
<b>Ensemble</b>	<b>1 150</b>	<b>250</b>	<b>5</b>	<b>4 660</b>	<b>250</b>
Alimentaire spécialisé et artisanat commercial	380	60	3	6 330	120
Alimentaire non spécialisé	4 940	740	15	6 700	320
Loisirs, culture et TIC*	760	220	4	3 430	210
Équipement de la maison	1 110	490	5	2 270	220
Équipement de la personne	570	180	3	3 270	190
Biens médicaux	1 190	100	4	12 030	310
Autres**	680	210	3	3 270	270

\* Technologies de l'information et de la communication.

\*\* Grands magasins, bazars, carburants, biens d'occasion, autres commerces de détail spécialisés.

Lecture : dans les points de vente d'équipement de la maison, le chiffre d'affaires moyen par personne occupée s'élève à 220 milliers d'euros en 2014.

Champ : France entière, établissements et unités légales du commerce de détail en magasin et de l'artisanat commercial, actifs toute l'année.

Source : Insee, DGFiP, enquête Points de vente 2014.

Ceci reflète à la fois l'importante dispersion des caractéristiques des magasins et la forte concentration de l'équipement commercial. C'est particulièrement le cas pour le chiffre d'affaires : pour 10 % des magasins, il est inférieur à 60 000 euros et pour un autre dixième, supérieur à 1,9 million d'euros, soit 30 fois plus. De plus, le dixième des points de vente réalisant les chiffres d'affaires les plus élevés dégage 69 % des recettes du commerce de détail en magasin. Les écarts entre magasins sont un peu moins marqués pour la surface de vente : les 10 % de magasins les plus petits occupent moins de 20 m<sup>2</sup> tandis que la surface dépasse 500 m<sup>2</sup> pour le dixième de magasins les plus grands, soit 25 fois plus. Ces derniers représentent 66 % de la surface

de vente totale. L'emploi est concentré aussi, mais de façon plus atténuée.

Chiffre d'affaires, emploi et surface sont bien sûr fortement corrélés : quand la surface de vente ou le nombre de salariés augmente de 10 %, le chiffre d'affaires d'un magasin s'accroît respectivement de 7 % et 12 % en moyenne. Cependant, des différences importantes subsistent pour l'activité générée par personne occupée ou par m<sup>2</sup>. Pour un quart des magasins, le chiffre d'affaires réalisé par personne occupée est inférieur à 90 000 euros ; pour un autre quart des magasins, il est supérieur à 250 000 euros. Enfin, un quart des points de vente génère moins de 1 860 euros par m<sup>2</sup> et le quart supérieur plus de 8 100 euros par m<sup>2</sup>.

## La surface de vente s'accroît de 9 % en cinq ans

Entre 2009 et 2014, le nombre de magasins reste quasiment stable tandis que la surface de vente progresse de 9 % et le nombre de personnes occupées de 6 % (figure 2). Dans le même temps, le chiffre d'affaires augmente de 13 %. Au prorata de la surface, la hausse du chiffre d'affaires est donc inférieure à celle de l'indice des prix à la consommation (7 %) sur la même période, ce qui suggère une baisse du volume d'activité par m<sup>2</sup>.

Le chiffre d'affaires et l'emploi progressent le plus rapidement pour l'alimentaire spécialisé et l'artisanat commercial. Au sein de ces secteurs, la situation est néanmoins variée. Ainsi, les commerces de confiseries, les cavistes et les « autres commerces alimentaires spécialisés » (notamment les épiceries fines et bio) sont très dynamiques : chiffre d'affaires et emploi s'accroissent de plus d'un quart en cinq ans. Vient ensuite le secteur des primeurs. En revanche, pour les poissonneries et les boucheries-charcuteries, le chiffre d'affaires augmente moins vite que dans l'ensemble du commerce de détail en magasin, leur nombre diminue tandis que l'emploi y stagne. Dans l'équipement de la personne aussi, le chiffre d'affaires est nettement plus dynamique que la moyenne, avec des contrastes selon les secteurs. La maroquinerie et la parfumerie se portent bien : la croissance du chiffre d'affaires dépasse 20 % et celle de l'emploi approche ou excède 10 % en cinq ans. En revanche, dans le secteur de la chaussure, le chiffre d'affaires augmente plus faiblement et le nombre de personnes occupées stagne.

### 2 Évolution des différents secteurs du commerce de détail en magasin et de l'artisanat commercial entre 2009 et 2014

	Chiffre d'affaires	Personnes occupées	Nombre de magasins	en %
<b>Ensemble</b>	<b>13</b>	<b>6</b>	<b>-1</b>	
Alimentaire spécialisé et artisanat commercial	22	10	0	
Alimentaire non spécialisé	13	8	2	
Loisirs, culture et TIC*	7	4	-6	
Équipement de la maison	3	-3	-8	
Équipement de la personne	18	6	1	
Biens médicaux	9	13	8	
Autres**	32	-5	-3	

\* Technologies de l'information et de la communication.

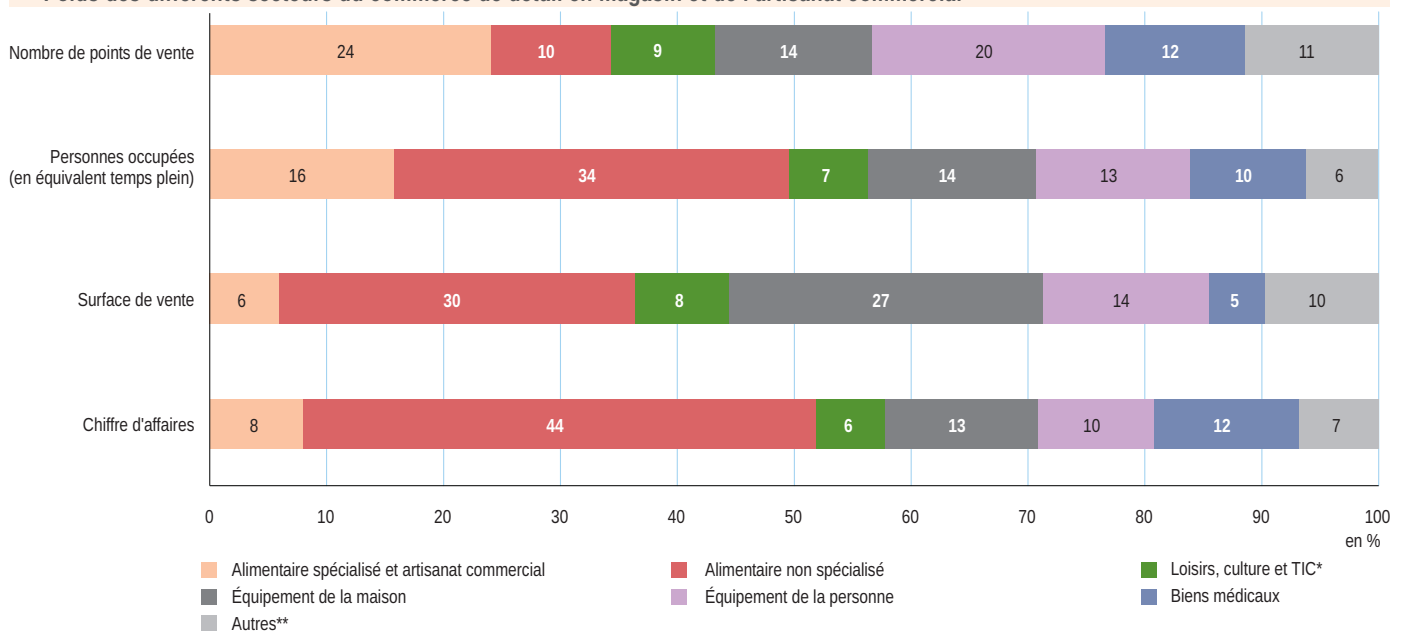
\*\* Grands magasins, bazars, carburants, biens d'occasion, autres commerces de détail spécialisés.

Lecture : le chiffre d'affaires généré par les points de vente de l'équipement de la maison a crû de 3 % entre 2009 et 2014.

Champ : France métropolitaine, établissements et unités légales du commerce de détail en magasin ou de l'artisanat commercial, actifs toute l'année.

Source : Insee, DGFIP, statistiques annuelles d'entreprise (Ésane), répertoire des entreprises et des établissements (REE), déclaration annuelle de données sociales (DADS), taxe sur les surfaces commerciales (Tascom), base « non-salariés », enquête Points de vente 2009-2014.

### 3 Poids des différents secteurs du commerce de détail en magasin et de l'artisanat commercial



\* Technologies de l'information et de la communication.

\*\* Grands magasins, bazars, carburants, biens d'occasion, autres commerces de détail spécialisés.

Lecture : 24 % des points de vente appartiennent au secteur de l'alimentaire spécialisé et de l'artisanat commercial.

Champ : France entière, établissements et unités légales du commerce de détail en magasin ou de l'artisanat commercial, actifs toute l'année.

Source : Insee, DGFIP, enquête Points de vente 2014.

L'emploi et le nombre de magasins du commerce de biens médicaux progressent assez fortement, tirés tant par le secteur de l'optique que par celui des articles médicaux et orthopédiques. En revanche, le chiffre d'affaires croît moins rapidement que celui de l'ensemble du commerce de détail en magasin. Cela est dû au fait qu'il stagne, en valeur, dans la pharmacie, en raison de la baisse du prix des médicaments remboursables.

Dans les commerces de loisirs, culture et technologies de l'information et de la communication (TIC), le chiffre d'affaires et le nombre de personnes occupées progressent moins vite que pour l'ensemble du commerce de détail en magasin. Cependant, pour les commerces d'articles de sport ou de jouets, ils croissent à un rythme voisin de celui de l'ensemble. C'est aussi le cas dans l'alimentaire non spécialisé dans son ensemble. L'emploi de tous les secteurs de l'équipement de la maison diminue tandis que le chiffre d'affaires stagne, voire diminue, à l'exception des grandes surfaces de bricolage.

### Un quart des points de vente dans l'artisanat commercial et l'alimentaire spécialisé

Au sein du commerce de détail en magasin, le secteur de l'alimentaire spécialisé et de l'artisanat commercial regroupe 24 % des points de vente et 16 % de l'emploi (figure 3). En revanche, le chiffre d'affaires annuel par personne occupée est deux fois moins important que dans l'ensemble du commerce de détail (figure 1). Cela est principalement dû aux boulangeries et pâtisseries, car elles mobilisent une main-d'œuvre importante pour leurs activités de fabrication. Les magasins de l'alimentaire spécialisé et de l'artisanat commercial sont parmi les plus petits, avec 60 m<sup>2</sup> et 380 000 euros de chiffre d'affaires en moyenne. La surface de vente

est cependant utilisée de manière assez intensive, le chiffre d'affaires annuel par m<sup>2</sup> s'élevant en moyenne à 6 300 euros.

L'alimentaire non spécialisé, qui regroupe petites surfaces alimentaires, supermarchés, hypermarchés et commerces de surgelés, représente 44 % du chiffre d'affaires du commerce de détail en magasin. C'est plus de cinq fois la part de l'alimentaire spécialisé et l'artisanat commercial, alors que son poids n'est que deux fois plus élevé pour l'emploi. Le chiffre d'affaires par personne occupée y est ainsi le plus élevé du commerce de détail en magasin et leurs points de vente génèrent un chiffre d'affaires par m<sup>2</sup> nettement supérieur à la moyenne. À eux seuls, les hypermarchés réalisent 25 % du chiffre d'affaires du commerce de détail en magasin et les supermarchés 16 %. Enfin, les petites surfaces alimentaires réalisent moins de 3 % du chiffre d'affaires du commerce de détail en magasin, mais sont deux fois plus nombreuses que les supermarchés et hypermarchés.

### Dans l'équipement de la maison, de grandes surfaces de vente, mais un chiffre d'affaires assez faible en proportion

Dans les secteurs de l'équipement de la personne et des loisirs, culture et TIC, le poids en nombre de magasins est légèrement plus élevé qu'en matière de chiffre d'affaires, d'emploi ou de surface. Le chiffre d'affaires, la surface et l'emploi par point de vente sont donc inférieurs à la moyenne de l'ensemble du commerce de détail en magasin et de l'artisanat commercial.

Les commerces de biens médicaux, principalement grâce aux pharmacies, présentent un chiffre d'affaires élevé (1,2 million d'euros) avec une taille de magasin et un emploi inférieurs à la moyenne. Le chiffre d'affaires dégagé par personne occupée ou par m<sup>2</sup> est parmi les plus élevés du commerce de détail en magasin. De fait, les produits vendus, notamment les médica-

ments ou les lunettes correctrices, ne requièrent pas des surfaces de vente importantes.

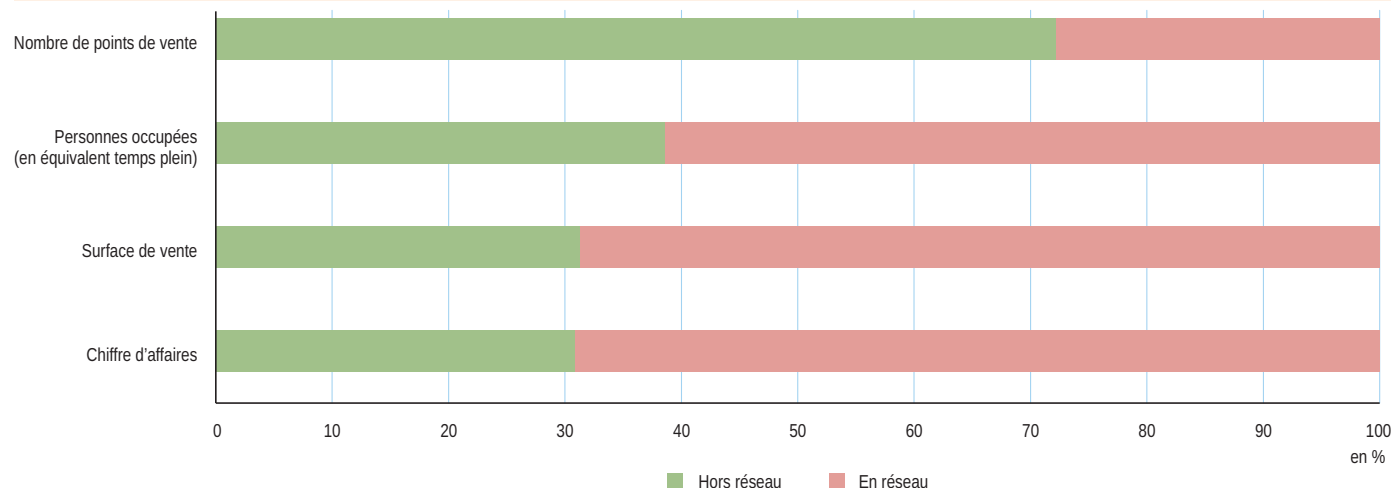
Les points de vente d'équipement de la maison nécessitent quant à eux de vastes espaces d'exposition en comparaison des autres activités du commerce. Ils représentent ainsi 27 % de la surface de vente totale et leur surface moyenne s'établit à 490 m<sup>2</sup> ; en revanche, le chiffre d'affaires et l'emploi moyen par magasin sont comparables à ceux de l'ensemble du secteur. Le chiffre d'affaires rapporté à la surface est particulièrement faible, de 2 300 euros par m<sup>2</sup> en moyenne.

### Les magasins indépendants, plus nombreux mais minoritaires en chiffre d'affaires

Un peu plus d'un quart des points de vente appartient à un réseau d'enseigne. Mais ces magasins représentent plus des deux tiers du chiffre d'affaires et de la surface de vente et six personnes occupées du secteur sur dix (figure 4). Le chiffre d'affaires moyen par établissement est six fois plus élevé en réseau que hors réseau (2,8 millions d'euros contre 500 000 euros). En outre, le chiffre d'affaires par personne occupée d'un magasin en réseau s'élève à 280 000 euros en moyenne contre 200 000 euros hors réseau.

L'alimentaire non spécialisé est le seul secteur où la part des magasins en réseau est majoritaire ; elle y approche les deux tiers. Dans ce secteur, la quasi-totalité du chiffre d'affaires est réalisée au sein de réseaux, les grandes surfaces alimentaires étant exclusivement sous enseigne. Les réseaux sont également très présents dans les équipements de la personne : quatre établissements sur dix appartiennent à un réseau et réalisent deux tiers du chiffre d'affaires total. Dans les commerces de loisirs, de la culture, des TIC et des équipements de la maison, les magasins faisant partie d'un réseau sont deux fois moins nombreux que les autres, mais réalisent environ les trois quarts du chiffre d'affaires du secteur.

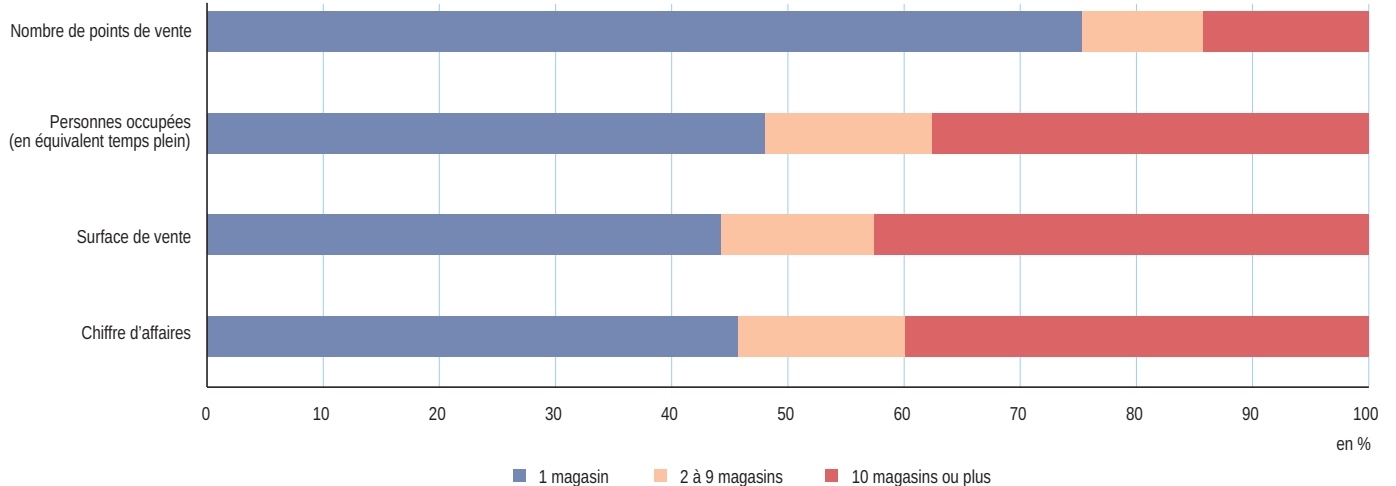
#### 4 Poids des réseaux dans le commerce de détail



Lecture : en 2014, les réseaux d'enseigne du commerce de détail regroupent 28 % des points de vente du commerce de détail.

Champ : France entière, établissements et unités légales du commerce de détail en magasin ou de l'artisanat commercial, actifs toute l'année.

Source : Insee, DGFIP, enquête Points de vente 2014.



Lecture : en 2014, les entreprises du commerce de détail composées d'un seul magasin représentent 75 % des points de vente du commerce de détail.

Champ : France entière, établissements et unités légales du commerce de détail en magasin ou de l'artisanat commercial, actifs toute l'année.

Source : Insee, DGFIP, enquête Points de vente 2014.

Dans l'alimentaire spécialisé et l'artisanat commercial, les chaînes de magasins sont les plus rares. Moins d'un dixième des magasins y sont en réseau et réalisent seulement un sixième du chiffre d'affaires. Les magasins de biens médicaux font exception : un cinquième de leurs établissements sont en réseau et ne réalisent qu'un dixième du chiffre d'affaires. En effet, les pharmacies sont plus rarement sous enseigne, mais dégagent un chiffre d'affaires par magasin plus élevé que les autres points de vente de biens médicaux. Les entreprises (groupe ou entreprise indépendante ; *définitions*) composées d'un seul magasin sont largement majoritaires en nombre de points de vente (75 % ; *figure 5*), mais pèsent nettement moins en surface (44 %), chiffre d'affaires (46 %) et emploi (48 %). Les 11 % de magasins appartenant à une entreprise de deux à neuf points de vente génèrent 14 % du chiffre d'affaires, regroupent 13 % de la surface de vente et comptent 14 % des personnes occupées. Enfin, si seulement 14 % des magasins appartiennent à une entreprise de plus de dix points de vente, leur poids est nettement plus important, tant pour le chiffre d'affaires (40 %) et la surface de vente (43 %) que pour le nombre d'actifs (38 %). ■

## Sources

Les données sont issues des enquêtes **Points de vente** réalisées en 2010 et 2015-2016 auprès d'un échantillon de points de vente de France métropolitaine, respectivement sur les années 2009 et 2014. Sont interrogés les établissements du commerce de détail en magasin (groupes 47.1 à 47.7 de la nomenclature française d'activités) et de l'artisanat commercial (sous-classes 10.13B et 10.71B à 10.71D). Seuls les points de vente ayant été actifs toute l'année et appartenant à une société ou entreprise individuelle du commerce de détail ou de l'artisanat commercial sont enquêtés. Les départements ultramarins ont été intégrés au champ de l'enquête en 2014. Afin de limiter la charge d'enquête pesant sur les entreprises, une partie des données provient de l'Enquête sectorielle annuelle et de la Taxe sur les surfaces commerciales (Tascom). Pour calculer les évolutions entre 2009 et 2014, des données complémentaires provenant de sources administratives ont également été mobilisées : base « non-salariés », Déclaration annuelle de données sociales (DADS), dispositif d'Élaboration des statistiques annuelles d'entreprise (Ésane), Répertoire des

entreprises et des établissements (REE) et source Tascom. De plus, des révisions ont été apportées à l'enquête Points de vente 2009, les résultats de cette étude ne sont donc pas directement comparables à ceux des publications précédentes.

## Définitions

Les **points de vente** ou **magasins** sont les établissements du commerce de détail qui ont une activité de vente en magasin et disposent pour cela d'une surface de vente.

Les **personnes occupées** regroupent les effectifs salariés et non salariés, ainsi que le personnel mis à disposition du point de vente et le personnel intérimaire, mais excluent le personnel du point de vente mis à disposition ailleurs.

Le terme **entreprise** est utilisé dans le cadre de cette étude pour désigner un groupe de sociétés (entité économique formée par un ensemble de sociétés qui sont soit des sociétés contrôlées par une même société, soit cette société contrôlante), une société indépendante (si celle-ci n'est contrôlée par aucune autre société) ou encore une entreprise individuelle.

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. Thibaudeau  
**Impression :** Jouve  
**Code Sage** IP171668  
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>

