

TENDANCES

L'activité des TPE résiste au ralentissement de la consommation des ménages au deuxième trimestre 2019.

Globalement, l'Indice d'activité des petites entreprises fléchit légèrement au deuxième trimestre 2019 : - 0,4 % après - 0,2 %. Un repli logique qui intervient alors que la consommation des ménages ralentit (+ 0,2 % après + 0,4 %) et que le produit intérieur brut (PIB) en volume marque aussi le pas (+ 0,2 % après + 0,3 %). Pourtant, à l'exception de l'artisanat du bâtiment (- 2,3 %) et de l'équipement de la personne (- 4,3 %), tous les autres secteurs d'activité sont orientés à la hausse. Les petites entreprises de proximité, dans leur ensemble, résistent même plutôt bien à la baisse des dépenses en biens (0,0 % après + 0,1 %) et en services (+ 0,3 % après + 0,6 %) des consommateurs. Et démontrent, une fois de plus, leur capacité à s'adapter rapidement aux évolutions de la conjoncture macroéconomique.

- 0,4 %

2^{ème} trimestre 2019 /
2^{ème} trimestre 2018

0,0 %

juillet 2018 - juin 2019 /
juillet 2017 - juin 2018

INDICES SECTORIELS

Secteurs d'activités	2T2019 / 2T2018	12 derniers mois
Commerces et services	0,6 %	0,3 %
Alimentaire	2,8 %	0,6 %
Services	0,6 %	0,9 %
Bâtiment	- 2,3 %	- 0,2 %
Équipement de la maison et de la personne	- 1,0 %	- 1,8 %

La composition des échantillons statistiques n'étant pas totalement identique, des écarts peuvent apparaître entre ces indices sectoriels et les chiffres de l'indice d'activité des TPE en page 2.

FOCUS

Le commerce de détail alimentaire a toujours le vent en poupe !

L'exigence d'une nourriture saine et responsable booste l'activité des petites surfaces spécialisées.

En hausse de 2,8 %, le commerce de détail alimentaire enregistre la plus forte progression d'activité au deuxième trimestre 2019 hors secteur agricole (+ 3,5 %). A l'exception des détaillants en fruits et légumes (- 0,4 %), tous les métiers de l'alimentation affichent un chiffre d'affaires en hausse. Avec des taux cependant variés et qui illustrent une réalité économique contrastée : + 1,1 % (boucheries et cavistes), + 3,2 % (charcuteries et boulangeries), + 6,8 % (crèmerie-fromagerie) et même un exceptionnel + 16,6 % (pâtisseries).

Ce dynamisme s'explique principalement par les nouvelles exigences des consommateurs en matière d'alimentation. A la recherche d'une nourriture de qualité, saine et responsable, ils sont de plus en plus nombreux à se diriger vers des petites surfaces spécialisées pour s'approvisionner. Dans ce contexte, l'alimentaire spécialisé reste dynamique en 2018 : + 1,8 % en volume. Les ventes en « autres commerces de détail alimentaire en magasin spécialisé » (incluant notamment la plupart des enseignes bio) poursuivent leur ascension : + 4,2 %. Même tendance dans les petites



surfaces généralistes (supérettes et alimentations générales) : + 6,4 %. En revanche, dans les grandes surfaces, l'activité décroît. Mais elle représente toujours près des trois quarts des ventes des magasins alimentaires, tous circuits de distribution confondus.

En réalité, ce sont plutôt les réseaux d'enseigne qui dominent le marché du commerce de détail alimentaire. Fin 2016, selon une autre étude de l'INSEE, environ 300 réseaux d'enseigne comptent au moins cinq points de vente dans le commerce de détail alimentaire et l'artisanat commercial. Ces réseaux regroupent près de 30 000 points de vente et réalisent un chiffre d'affaires de 200 milliards d'euros, soit 85 % du chiffre d'affaires du secteur. A contrario, le pourcentage de magasins sous enseigne est faible dans l'artisanat commercial (boucheries, charcuteries, boulangeries et pâtisseries), où il atteint seulement 3 %.

Taux d'accroissement du chiffre d'affaires : 2^{ème} trimestre 2019 / 2^{ème} trimestre 2018

▼ AGRICULTURE SYLVICULTURE OSTREICULTURE		
Parcs et jardins	3,5 %	↗ + 3,5 %
▼ AUTOMOBILE - MOTO		
Carrosserie automobile	7,1 %	↘ - 1,8 %
Auto, vente et réparation	- 3,0 %	
Moto vente et réparation	- 0,5 %	
▼ BAR - HÔTELLERIE - RESTAURATION		
Hôtel - restaurant	- 1,2 %	↗ + 0,2 %
Hôtellerie de plein air	- 4,6 %	
Restauration	+ 1,5 %	
Café	- 1,5 %	
▼ BÂTIMENT		
Couverture	+ 0,6 %	↘ - 2,3 %
Maçonnerie	- 2,4 %	
Electricité	- 1,9 %	
Plomberie, chauffage, sanitaire	- 3,9 %	
Plâtrerie - staff - décoration	- 2,8 %	
Menuiserie	- 5,2 %	
Carrelage, faïence	+ 1,7 %	
Peinture bâtiment	- 2,4 %	
Terrassements, travaux publics	+ 5,3 %	
▼ BEAUTÉ - ESTHÉTIQUE		
Parfumerie	- 1,4 %	↗ + 1,0 %
Coiffure	+ 1,2 %	
Esthétique	+ 0,3 %	
▼ COMMERCE DE DÉTAIL ALIMENTAIRE		
Charcuterie	+ 3,2 %	↗ + 2,8 %
Boulangerie - pâtisserie	+ 3,2 %	
Pâtisserie	+ 16,6 %	
Alimentation générale	+ 1,4 %	
Fruits et légumes	- 0,4 %	
Boucherie - charcuterie	+ 1,1 %	
Poissonnerie - primeurs	+ 3,7 %	
Vins, spiritueux, boissons diverses	+ 1,1 %	
Crèmerie	+ 6,8 %	
▼ CULTURE & LOISIRS		
Librairie - papeterie - presse	- 4,2 %	↗ + 0,6 %
Articles sport, pêche et chasse	- 2,2 %	
Tabac - journaux - jeux	+ 3,1 %	
Studio photographique	+ 4,7 %	
Commerce - réparation cycles	+ 0,9 %	
Jouets et Jeux	+ 1,9 %	
▼ ÉQUIPEMENT DE LA MAISON		
Electroménager - TV - HIFI	- 0,4 %	↗ + 1,6 %
Magasins de bricolage	+ 3,2 %	
Fleuriste	+ 2,1 %	
Vaisselle, verrerie, faïence, luminaire	- 3,2 %	
Meuble	+ 12,6 %	
Ebénisterie	- 0,3 %	
▼ ÉQUIPEMENT DE LA PERSONNE		
Mercerie - lingerie - laine	- 3,7 %	↘ - 4,3 %
Vêtements enfants	- 4,1 %	
Prêt-à-porter	- 5,0 %	
Chaussures	- 8,1 %	
Maroquinerie et articles de voyage	+ 1,1 %	
Horlogerie - bijouterie	+ 2,8 %	
▼ SANTÉ		
Pharmacie	+ 0,5 %	↗ + 0,5 %
Optique - lunetterie	+ 0,2 %	
▼ SERVICES		
Laverie pressing	- 3,0 %	↗ + 0,9 %
Entreprise de nettoyage	+ 2,8 %	
Agence immobilière	- 1,8 %	
Pompes funèbres	+ 6,3 %	
▼ TRANSPORTS		
Taxis - ambulances	+ 1,6 %	↗ + 1,4 %
Transport de marchandises	+ 1,1 %	

Les flèches indiquent la tendance du taux d'activité trimestriel par rapport à la même période de l'année précédente.

Les flèches indiquent la tendance du taux d'activité trimestriel par rapport à la même période de l'année précédente.

➡ À LA HAUSSE LES ENTREPRISES DU PAYSAGE

Les entreprises spécialisées dans la création et l'entretien de parcs et jardins enregistrent la plus forte hausse d'activité, tous secteurs confondus, au deuxième trimestre 2019 : **+ 3,5 %**. Selon le baromètre Val'hor-Unep, c'est le segment de l'entretien de jardins et d'espaces verts qui tire la croissance des entreprises du secteur sur les six premiers mois de l'année. Après un chiffre d'affaires en hausse de 5,5 % au premier trimestre (contre + 4 % pour la création), l'entretien progresse également au second trimestre : **+ 1 %** (contre - 0,5 % pour la création).

➡ À LA BAISSSE L'ÉQUIPEMENT DE LA PERSONNE

Après trois premiers mois encourageants (+ 1,2 %), l'activité de l'équipement de la personne replonge au deuxième trimestre 2019 : **- 4,3 %**. Toutes les professions du secteur sont touchées par cette tendance négative, à l'exception de l'horlogerie-bijouterie (+ 2,8 %) et de la maroquinerie (1,1 %). Parmi les chutes d'activité les plus spectaculaires : les détaillants en chaussure (- 8,1 %), les magasins de prêt-à-porter (- 5,0 %) et les boutiques de vêtements enfants (- 4,1 %). La faute à une météo défavorable, aux mouvements sociaux et à un budget vestimentaire de plus en plus serré...

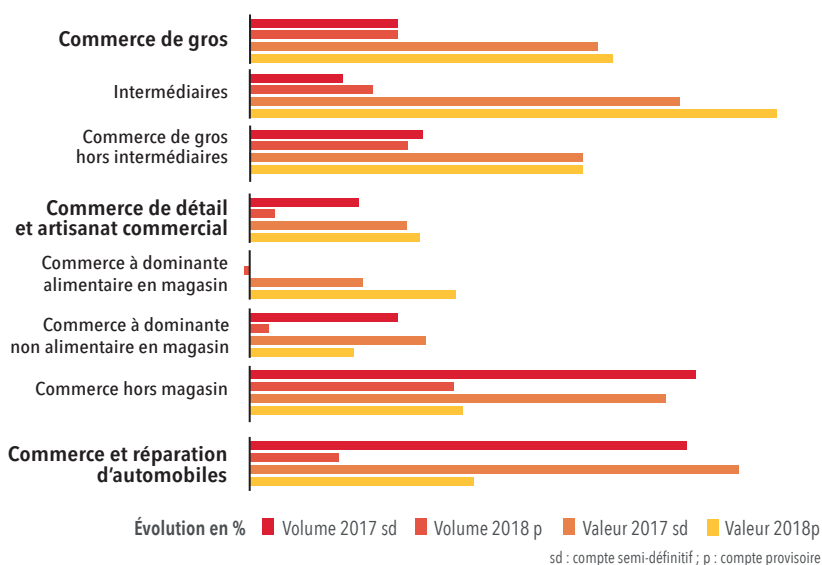


Synthèses des principaux enseignements de l'enquête INSEE consacrée à l'activité du commerce en 2018.

LES VENTES DU COMMERCE

En 2018, les ventes restent toniques dans le commerce de gros : + 1,9 % en volume, comme en 2017. Dans le commerce de détail, elles sont nettement moins vigoureuses qu'en 2017 : + 0,3 % en volume (après + 1,3 %) avec une préférence croissante pour les petites surfaces. La vente à

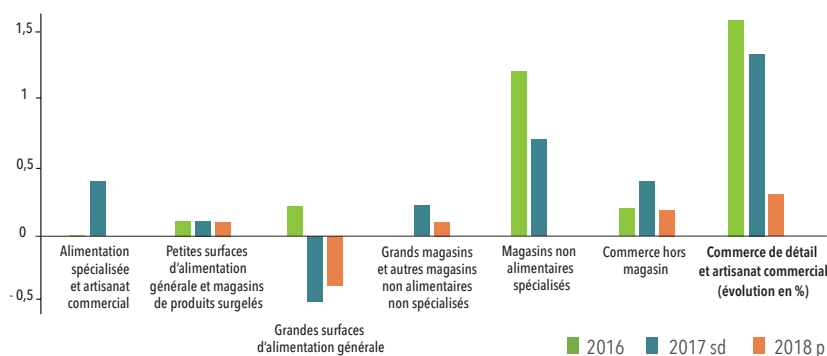
distance (notamment sur Internet) ralentit également, mais reste plus dynamique que l'ensemble du commerce de détail et gagne des parts de marché. De son côté le commerce et la réparation d'automobiles et de motocycles ralentit nettement : + 1,1 % en volume, après + 5,3 %.



L'ACTIVITÉ SELON LES FORMES DE VENTE

Les ventes en volume des marchandises vendues au détail se replient Dans un contexte d'accélération des prix, la consommation des ménages décelère. Les prix des produits non alimentaires sont entraînés à la hausse par ceux des carburants : + 1,8 % (après + 1,0 %

en 2017). Les prix alimentaires, et en particulier ceux des fruits et légumes, s'envolent : + 2,1 % (contre + 1,1 % un an plus tôt). Au total, les ventes au détail s'élèvent à 518 milliards d'euros et augmentent de 2,1 % en valeur en 2018.



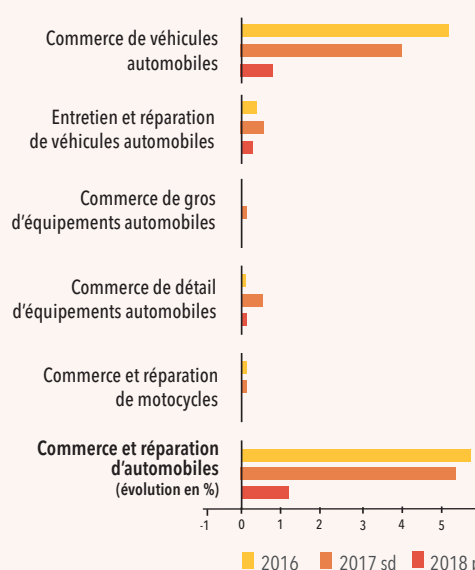
* L'activité de certaines entreprises relève de plusieurs formes de vente (par exemple, hypermarchés, supermarchés et petites surfaces d'alimentation) ; leurs ventes sont alors réparties entre ces formes de vente.

** Artisanat commercial : boulangeries, pâtisseries, charcuteries.

Lecture : en 2018, les grandes surfaces d'alimentation générale contribuent à hauteur de -0,4 point à l'évolution des ventes du commerce de détail.

COMMERCE ET RÉPARATION D'AUTOMOBILES

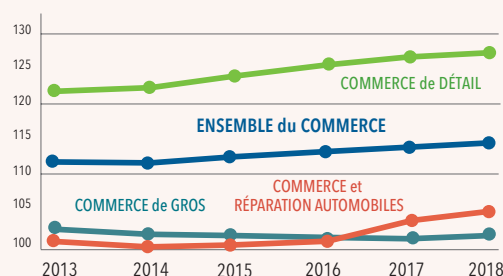
La situation du commerce et de la réparation de véhicules automobiles et de motocycles s'est nettement améliorée ces trois dernières années. En 2018, malgré un ralentissement, les ventes s'accroissent en valeur de 2,9 % pour atteindre 131 milliards d'euros. Les prix augmentent sensiblement, tirés à la hausse par les exigences accrues sur les normes anti-pollution.



Lecture : en 2018, le commerce de véhicules automobiles contribue à hauteur de 0,8 point à l'évolution des ventes du commerce et de la réparation.

ÉVOLUTION DES EFFECTIFS SALARIÉS

En 2018, 3,2 millions de salariés travaillent dans le commerce. Ils représentent 20 % des salariés des secteurs principalement marchands. Les effectifs salariés augmentent à un rythme cependant toujours moins soutenu que dans le tertiaire marchand dans son ensemble (+ 0,6 % contre + 1,2 %). Pour la première fois depuis 2008, le commerce de détail est le secteur qui contribue le moins à la hausse des effectifs du commerce.





Stéphane LAYANI, président du Marché International de Rungis.



© SEMMARIS

“

Il faut souligner l'envol du commerce alimentaire de détail. C'est un modèle qui résiste, ce qui n'est pas le cas des autres formes de distributions, qui souffrent.

”

En 2018, l'Insee observe un ralentissement général des ventes dans le commerce, à l'exception du commerce de gros. Que vous inspire ce constat ?

Il est à l'image des résultats du Marché de Rungis dont le CA est en hausse de 4,2 %, atteignant les 9,4 milliards € et de l'ensemble des marchés de gros alimentaires hexagonaux qui totalisent 13 milliards € de CA. Ces chiffres sont un reflet fidèle de l'évolution du modèle alimentaire actuel qui consacre une importance toute particulière à des circuits courts ou les plus raccourcis possibles. Les marchés de gros sont garants d'un circuit économique qui préserve la richesse de l'agriculture française, la diversité de ses cultures et de ses terroirs, autant d'aspects chers à la mentalité hexagonale. Il faut par ailleurs souligner l'envol du commerce alimentaire de détail. C'est un modèle qui résiste, ce qui n'est pas le cas des autres formes de distributions, qui souffrent.

Le commerce alimentaire spécialisé reste néanmoins dynamique et les consommateurs déclarent vouloir manger sain, responsable... Vous confirmez cette tendance à Rungis ?

Absolument. Le Marché de Rungis est un cahier de tendances de la consommation des français, nous suivons et nous nous adaptons quotidiennement aux évolutions structurelles des assiettes de nos concitoyens. C'est d'ailleurs à l'aune de ces demandes du consommateur que nous avons créé un pavillon dédié au bio en 2015 ou bien encore deux carreaux de vente dédiés aux productions franciliennes (fruits et légumes bien sûr mais aussi pour la production horticole). D'ailleurs, nous réfléchissons actuellement à la création d'une deuxième halle bio intégralement dédiée aux fruits et légumes ou à de nouveaux espaces pour les nouveaux régimes alimentaires : vegan, sans gluten, sans lactose...

Quelles sont les autres évolutions récentes que vous observez dans le comportement alimentaire des Français et comment vous y répondez ?

Le consommateur d'aujourd'hui dispose de peu de temps et recherche des produits sains consommables rapidement, autour de ces demandes nous notons un essor certain des métiers de services : fraîche découpe de fruits et légumes,

filetage de poissons, livraison... Le Marché de Rungis déploie par ailleurs des trésors de célérité pour s'adapter sans cesse et sourcer les meilleurs produits en un temps record selon la demande du consommateur, par exemple en produits exotiques (les ventes de mangues ont cru de 30 % en 5 ans, celles d'avocats de 50 % !) ou en produits bio (désormais 20 % des entreprises du commerce physique).

Le commerce alimentaire de proximité est un partenaire important pour vous... Quels liens entretenez-vous avec les commerçants et les artisans du secteur ?

Le commerce alimentaire de proximité (détaillants et marchés de plein vent) représente 65 % de nos acheteurs ! Rungis est la centrale d'achat du commerce alimentaire de proximité, sa base arrière quotidienne : car il n'y a pas de commerce alimentaire sans amont et sans approvisionnement en gros. Nous travaillons chaque jour ensemble pour permettre à 18 millions de français d'avoir accès à une offre de produits sains, de qualité, goûteux, à un prix abordable.

Propos recueillis par Nasser NEGROUCHE