N° 45 **MAI 2019**

LES DOSSIERS FNAU

L'emploi dans le commerce en France :
de la vision nationale aux réalités territoriales

LE COMMERCE EST-IL ENCORE CRÉATEUR D'EMPLOIS ?

FÉDÉRATION NATIONALE DES AGENCES D'URBANISME

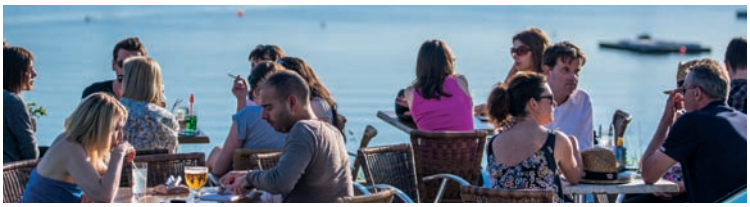
SOMMAIRE

LE COMMERCE REPRÉSENTE DANS L'ÉCONOMIE FRANÇAISE PRÈS D'UN EMPLOI SUR CINQ 5

CE QUI EST OBSERVÉ : le volume d'emplois dans le commerce et les services commerciaux / les limites

QUELS PROFILS D'EMPLOI ET DE SALARIÉS DANS LE COMMERCE EN FRANCE ? 11

CE QUI EST OBSERVÉ : les conditions d'emploi dans le commerce et les services commerciaux



UN SECTEUR CRÉATEUR D'EMPLOIS 20

CE QUI EST OBSERVÉ : les évolutions de l'emploi salarié privé

ÉDITORIAL

Les enjeux du commerce dans les territoires sont prégnants dans les préoccupations des élus locaux qui les abordent sous différentes facettes : la dynamique d'emploi, l'accès des populations aux services, l'urbanisme et l'aménagement, l'attractivité et la qualité urbaine…

L'activité commerciale apparait en profonde mutation sous l'effet de l'évolution des pratiques de consommation, du développement du e-commerce, de « l'uberisation » et des stratégies des acteurs du commerce. Celles-ci apparaissent de plus en plus concentrées, financiarisées et organisées en réseaux inscrites dans des stratégies globales plutôt que locales, dont les impacts territoriaux sont difficiles à anticiper, tandis que dans le même temps se diffusent aussi des modèles de circuits courts et de proximité. Les frontières entre commerce et services sont devenues plus floues. Une approche prospective du commerce parait un exercice de plus en plus complexe, car les données et les grilles traditionnelles de lecture trouvent leurs limites pour objectiver des tendances fortement évolutives. Des zones d'ombre de connaissance des phénomènes ont été révélées dans les nombreux et récents rapports consacrés au commerce.

Aussi la Fnau a-t-elle décidé de travailler avec son réseau sur les enjeux de connaissance des dynamiques commerciales. Cette publication est la première d'un tryptique sur l'emploi commercial. Le commerce est-il créateur d'emploi, quelles sont les disparités territoriales dans les dynamiques de création, de mutation ou de disparition d'emplois ? Quelles sont les spécificités de ces emplois suivant le type d'activité ? Notre démarche vise à faire le lien entre des tendances macro à échelle nationale et des dynamiques étudiées de manière fine par les agences dans les territoires afin d'offrir des outils de compréhension à l'ensemble des acteurs pour construire les stratégies locales.

PATRICE VERGRIETE
PRÉSIDENT DÉLÉGUÉ DE LA FNAU
MAIRE ET PRÉSIDENT DE LA COMMUNAUTÉ
URBAINE DE DUNKERQUE

INTRODUCTION

Argument décisif de bien des choix, l'emploi dans le commerce reste un sujet mal connu. Ce secteur bénéficie pourtant d'une réputation positive quant à sa capacité à créer des emplois en grand nombre, pour ses qualités intégratrices vis-à-vis des personnes peu ou pas formées et pour sa participation à la vie locale grâce à des emplois non délocalisables. Mais que savons-nous de la place de ce secteur d'activité dans l'économie, de ses spécificités et de son impact sur l'organisation et la dynamique des territoires ?

Cette étude vise à interroger la place du commerce dans l'économie et son influence, en tant qu'activité présentielle et en matière d'aménagement du territoire. Il ne s'agit pas d'étudier la filière du commerce, mais plutôt de centrer l'analyse sur les emplois présents dans les magasins, ceux directement en relation avec les clients dans les territoires, en excluant ceux des sièges sociaux ou des services connexes des enseignes. Le e-commerce, ses enjeux et la manière dont il impacte désormais les territoires seront également abordés. Le sujet est traité de manière exploratoire, en raison de la difficulté à définir un secteur aux limites du commerce et de la logistique, et qui, par conséquent, ne dispose pas de contours statistiques précis.

Ces questions seront abordées en trois temps et donneront lieux à des publications successives :
• un état des lieux du commerce, des services commerciaux en France et des dynamiques de l'emploi depuis dix ans (c'est l'objet de cette première publication) ;
• une analyse des évolutions de l'emploi dans les territoires et des facteurs d'influence (deuxième publication) ;
• une étude sur la localisation de l'emploi (troisième publication).

Dans ce premier volet, l'objectif est de (re) dessiner les contours du paysage commercial français, afin de disposer de références communes à l'échelle nationale ; de mesurer la place prise par le commerce dans l'économie ; de bien comprendre les spécificités sociologiques des emplois et de vérifier si les dynamiques de création d'emplois dans le commerce sont toujours d'actualité.

UNE CONCEPTION ÉLARGIE DES COMMERCES ET SERVICES COMMERCIAUX

La nomenclature des activités commerciales a été définie par les agences d'urbanisme. Les choix ont fait l'objet d'arbitrages s'appuyant sur des nomenclatures utilisées par les principaux acteurs institutionnels intervenant dans le domaine du commerce (Insee, CCI…) et sur les retours d'expérience des agences participantes dans le cadre de leurs missions d'observation et de planification.

Le champ d'analyse inclut le commerce de détail, le commerce automobile, mais également les services commerciaux comme les banques, les agences immobilières ou la restauration. Le choix d'intégrer ces activités a tout son sens au regard de leur logique d'implantation (rez-de-chaussée dans les centres urbains, centres commerciaux, zones d'activités, secteurs de flux…) et de l'hybridation croissante entre activités commerciales et de service. Par souci de simplification, les commerces et services commerciaux seront désignés dans la publication sous le vocable « le commerce (et sc) ».

La sélection s'est appuyée sur la Nomenclature d'Activités Françaises (NAF) dans sa dernière révision publiée par l'Insee en 2008 ; une centaine de postes a été retenue sur les 732 présents dans le niveau le plus détaillé. Ce référentiel étant utilisé par les principaux producteurs de données et d'informations économiques, l'analyse utilise les regroupements d'activités de cet inventaire.

La structuration de la nomenclature de l'étude répond à un double objectif : appréhender la question de l'emploi dans le commerce selon le type d'activités (ventes de biens ou de services) et selon la catégorie des biens et services vendus (équipement de la maison, alimentaire). La nomenclature est organisée sur un principe de tableau à double entrée ; toutes les activités ont été classées selon :
• la dimension commerces/services,
• dix catégories correspondant à la spécificité des biens ou services vendus.
Ainsi, chaque activité peut être appréhendée sous l'angle commerces/services indépendamment de la nature des biens ou des services échangés. Inversement, un indicateur pourra être étudié par catégorie (alimentaire, loisirs…) sans distinction de la nature de l'activité (commerces ou services).

Les activités commerciales et leur représentation dans l'étude © IAU ÎDF

- Alimentaire
- Hôtellerie, bar, restauration
- Banque, assurance, immobilier
- Santé, beauté, hygiène
- Automobile, motocycle
- Équipement de la maison
- Équipement de la personne
- Culture, sport, loisir
- Vente hors magasin
- Divers

Plusieurs sources de données ont été mobilisées pour approcher l'emploi dans le commerce (et sc) :
• le recensement de la population (RP 2015) de l'Insee pour estimer le volume global de l'emploi ;
• les Déclarations Annuelles des Données Sociales (DADS 2015) pour la typologie des emplois ;
• la source Acoss (Caisse nationale des Urssaf) pour les évolutions d'emploi entre 2008 et 2017.

Ces données ne peuvent être comparées entre elles, car leurs sources sont différentes, elles ne portent pas sur le même millésime (2015 dans les deux premiers cas, 2017 pour les données Acoss) et recouvrent des champs différents (emploi total, emploi salarié, emploi salarié privé).

La nomenclature retenue permet de couvrir un large spectre d'activités commerciales et d'identifier les emplois en « magasin ». Les effectifs dans les sièges sociaux des groupes de distribution ne sont pas comptabilisés. Certaines entreprises du commerce peuvent également échapper au champ pris en compte si elles sont classées dans d'autres codes NAF que ceux retenus par l'étude. C'est le cas par exemple de certains opérateurs de e-commerce qui apparaissent dans les activités de transport-logistique. À l'inverse, le périmètre retenu peut parfois intégrer des emplois de siège, des fonctions administratives. Dans le secteur bancaire notamment, les codes retenus correspondent essentiellement aux activités des agences bancaires et d'assurances, mais la présence d'emplois administratifs n'est pas à exclure dans certains cas.

Centre commercial à Euralille
© VINCENT LECIGNE/MEL

LE COMMERCE REPRÉSENTE DANS L'ÉCONOMIE FRANÇAISE PRÈS D'UN EMPLOI SUR CINQ

CE QUI EST OBSERVÉ

Le volume d'emplois dans le commerce et les services commerciaux : les données du recensement général de la population permettent de mesurer le nombre total d'emplois, en distinguant l'emploi salarié et non salarié. SOURCE : INSEE, RP 2015.
Les limites : il s'agit d'une donnée déclarative.

En France, on dénombre 4 750 000 emplois dans le champ élargi du « commerce », c'est-à-dire en comptant les activités de commerce de détail (et sc). Ce chiffre recouvre l'ensemble des effectifs des magasins, mais n'intègre pas les activités des sièges sociaux. Il représente donc le noyau dur des emplois de l'activité du commerce (et sc). Avec 18 % de l'emploi total français, il constitue le deuxième secteur d'activité économique devant l'industrie (3,2 millions d'emplois) ou la construction (1,7 million). Il est devancé par le secteur regroupant l'administration publique, l'enseignement, la santé et l'action sociale.

Le secteur du commerce se singularise par son caractère composite avec des activités strictement commerciales, c'est-à-dire constituées de boutiques dédiées à la vente de produits à destination d'une clientèle de particuliers. Mais il inclut aussi aujourd'hui de nombreux services commerciaux en plein développement. La frontière entre le commerce et les services commerciaux se fait de plus en plus floue. La tendance est à une économie « de services » pour répondre à la demande des consommateurs, se différencier et apporter de la valeur ajoutée, notamment par rapport au e-commerce. L'hybridation entre commerces et services prend des formes de plus en plus variées : personnalisation de produits, concept store mixant par exemple restauration et prêt-à-porter, accès à des services complémentaires (ex. : location de chariot pour transporter ses achats, services de conciergerie, pressing ou librairie café…).

Un emploi non salarié sur quatre en France dans le commerce

La très grande majorité des emplois du commerce (et sc) est composée de salariés. Mais la différence avec d'autres secteurs d'activités réside dans la part importante d'emplois non salariés. Elle atteint 18 %

Répartition de l'emploi dans le commerce « élargi »

82 %
emploi salarié
3 894 408 emplois

18 %
emploi non salarié
852 514 emplois

dans le commerce (et sc), ce qui représente un chiffre supérieur à la moyenne de l'économie française (12 %), sans toutefois atteindre celui de l'agriculture ou de la construction. Les 850 000 personnes recensées comme non salariées se répartissent de manière quasi égale entre commerces et services commerciaux.

L'emploi non salarié est présent surtout dans certains secteurs : il représente 20 % des effectifs dans l'automobile-motocycle ou la culture, sport, loisir ; un tiers des emplois dans la santé, beauté, hygiène, avec notamment des spécificités dans la coiffure (43 % d'emplois non salariés) ou les soins de beauté (56 %). L'emploi non salarié atteint même près de la moitié des effectifs dans la vente hors magasin qui regroupe la vente sur les marchés, à domicile et certaines activités de la vente à distance.

L'alimentaire spécialisé et l'artisanat commercial sont les secteurs les plus pourvoyeurs d'emplois rapportés à la surface de vente, d'après les données de l'Insee (enquête Points de vente 2014). Le nombre d'emplois en équivalent temps plein s'élève à 50 pour 1 000 m² de surface de vente, soit cinq fois plus que dans un magasin spécialisé dans l'équipement de la maison. Cela s'explique par les fonctions de fabrication associées à celles de la vente (boulangerie, pâtisserie, traiteur…) qui n'existent pas dans la plupart des autres activités commerciales.

LES MULTIPLES VISAGES DE L'EMPLOI NON SALARIÉ DANS LE COMMERCE (ET SC)

L'emploi non salarié est souvent mal connu. La définition de l'OCDE indique que « l'emploi non salarié recouvre les employeurs, les personnes établies à leur compte, les membres de coopératives de production et les travailleurs familiaux non rémunérés ». Alors que l'on a tendance à considérer que ce segment de l'emploi est essentiellement composé de chefs d'entreprises commerciales et artisanales « classiques », représentant des activités de proximité ou de production, ayant vitrine sur rue, la part des micro entreprises ne cesse d'y croître depuis la création du statut d'auto-entrepreneur en 2008 (ex. conducteurs de voitures de tourisme avec chauffeurs (VTC) ou livreurs de repas – Deliveroo, Uber Eats…). Le visage de l'emploi indépendant est donc en forte évolution, il recouvre des situations très variées et contribue à redessiner les contours d'un paysage commercial bien au-delà du traditionnel clivage entre grande distribution, franchise et indépendant.

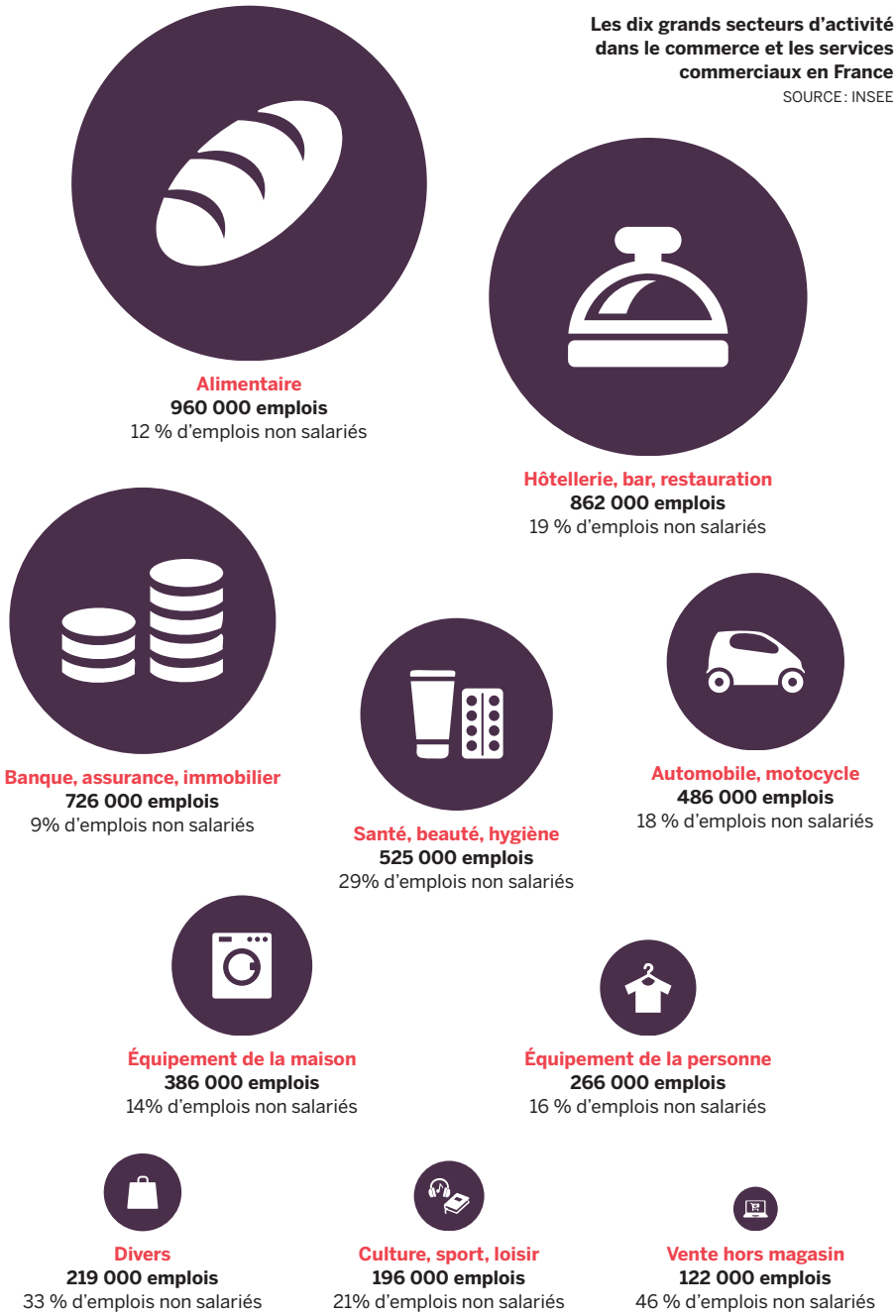
Surface de vente et nombre d'emplois moyen selon l'activité commerciale en France

	Surface de vente en m²	Personnes occupées en ETP	ETP estimés pour 1 000 m² de surface de vente
Ensemble	**250**	**5**	**20**
Alimentaire spécialisé et artisanat commercial	60	3	50
Alimentaire non spécialisé	740	15	20
Loisirs, culture et technologies de l'information et de la communication	220	4	18
Équipement de la maison	490	5	10
Équipement de la personne	180	3	17
Biens médicaux	100	4	40
Autres*	210	3	14

* Grands magasins, bazars, carburants, biens d'occasion, autres commerces de détail spécialisés
SOURCE : INSEE, DGFIP, ENQUÊTE POINTS DE VENTE 2014

Fromager à Brest
© FRANCK BÉTERMIN/ BREST MÉTROPOLE

Les dix grands secteurs d'activité dans le commerce et les services commerciaux en France
SOURCE : INSEE



L'alimentaire, premier secteur employeur dans le commerce

L'alimentaire représente un emploi sur cinq dans le commerce (et sc). Sans surprise, les hypermarchés et supermarchés sont les principaux employeurs (58 %). Dans ce secteur très intégré, l'emploi est concentré chez quelques grands acteurs comme Auchan, Casino, Carrefour, Intermarché, Leclerc… Les autres grands pourvoyeurs d'emplois dans l'alimentaire sont les boulangeries et pâtisseries (183 000 emplois). Elles devancent les supérettes et alimentations générales (58 000). Même si ces dernières appartiennent souvent à de grands groupes de la distribution (avec des enseignes comme Carrefour city, Monop'Daily ou Franprix), elles ne sont pas comptabilisées dans les grandes surfaces alimentaires, en raison de leur petite surface de vente et de leur implantation dans les quartiers ou les centralités qui les distinguent, dans leur fonctionnement, des hypermarchés ou supermarchés.

L'hôtellerie, la restauration, et les bars forment le deuxième pôle d'emplois du commerce (et sc). Le pilier de ce secteur, avec près de la moitié des emplois (392 000), se trouve dans la restauration traditionnelle. Des concentrations d'emplois importantes apparaissent dans certaines catégories du commerce (et sc) : les deux tiers de l'emploi dans l'auto-moto concernent la vente des véhicules légers et l'entretien ; les deux tiers des emplois de l'équipement de la personne sont dans l'habillement ; la moitié des effectifs de l'équipement de la maison se situe dans l'électroménager et le bricolage. Pour ce dernier, l'effet se conjugue avec une concentration des enseignes (68 % des emplois concernent les grandes surfaces de bricolage telles que les enseignes Castorama ou Leroy Merlin).

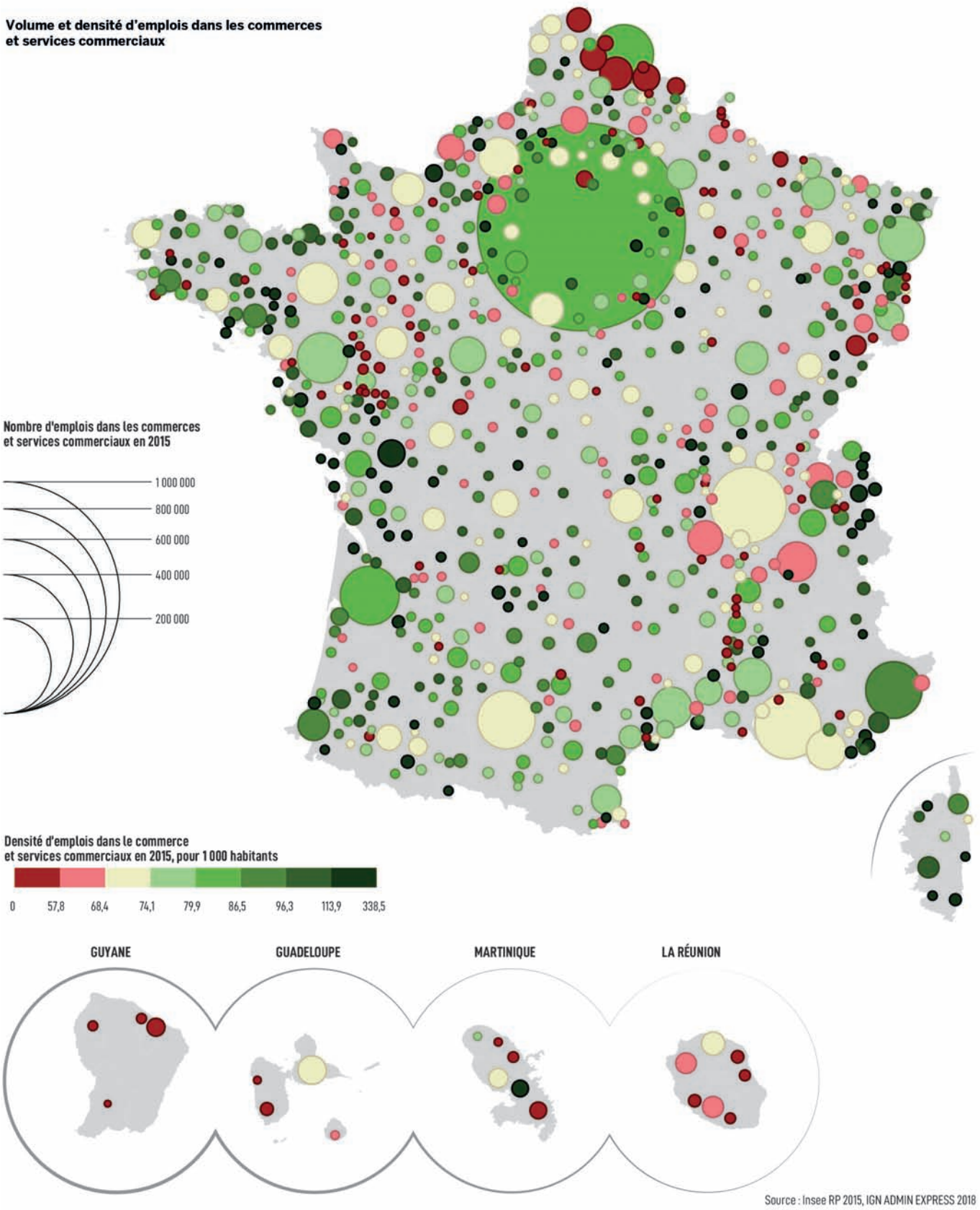
Une première géographie de l'emploi dans le commerce

L'emploi dans le commerce (et sc) est relativement concentré d'un point de vue spatial : Paris et les aires urbaines[1] de plus de 500 000 habitants représentent 46 % du total (en population, leur part est de 42 %). La moyenne en termes de densité d'emploi est de 72 emplois pour 1 000 habitants. Ce ratio peut être multiplié par trois, voire quatre, dans des territoires très touristiques, littoraux et montagnards (Morzine, Saint-Tropez, Quiberon, Bourg-Saint-Maurice, Chamonix…).

La part de l'emploi commercial dans l'emploi total varie significativement d'une aire urbaine à une autre. En moyenne, ce taux s'établit à 18 % pour la France entière, mais il s'échelonne de 3 % à près de 50 %. Les territoires les plus « dépendants » de l'activité commerciale sont des aires urbaines de petite taille (moins de 15 000 habitants) et très touristiques. Dans de nombreuses stations littorales ou montagnardes, au moins un emploi sur trois se situe ainsi dans le secteur du commerce (et sc). C'est notamment le cas de Saint-Pierre d'Oléron, Bormes-les-Mimosas, Le Grau-du-Roi…

Ce sont de petites aires urbaines qui présentent également les parts les plus faibles du commerce (et sc) dans l'emploi total. Ce sont des territoires sans vocation touristique majeure qui se distinguent soit par la présence d'un employeur important (un industriel, une centrale nucléaire, un site militaire…) dont le poids prépondérant dans l'emploi relativise la place du commerce, soit par la proximité d'une polarité commerciale à fort rayonnement dans une aire urbaine voisine. Plusieurs aires urbaines d'outre-mer sont aussi dans ce cas.

1. Selon la définition de l'Insee, un ensemble de communes, d'un seul tenant et sans enclave, constitué par un pôle urbain (unité urbaine) de plus de 10 000 emplois, et par des communes rurales ou unités urbaines (couronne périurbaine) dont au moins 40 % de la population résidente ayant un emploi travaille dans le pôle ou dans des communes attirées par celui-ci.



Source : Insee RP 2015, IGN ADMIN EXPRESS 2018

Dans les aires urbaines de plus de 200 000 habitants, la part d'emploi commercial est souvent proche de la moyenne. La palette d'activités généralement présentes permet d'avoir différents ressorts économiques et de limiter l'influence du commerce dans l'emploi. Quelques exceptions sont toutefois à noter pour des aires urbaines transfrontalières : Genève-Annemasse, Nice et Bayonne. Dans l'aire urbaine de Genève-Annemasse, 27 % de l'emploi se situe dans le commerce (et sc), soit 9 points au-dessus de la moyenne nationale. Cette situation tient probablement à la conjonction d'au moins deux facteurs : un niveau élevé de revenus des habitants, dont une part travaille en Suisse, et une fréquentation touristique importante[2].

Les frontières floues du commerce : le cas du e-commerce

Avoir un décompte précis de l'emploi commercial dans chacun de ses segments est complexe. Le cas de la vente hors magasin illustre parfaitement cette difficulté. Cette catégorie intègre la vente à distance, avec notamment des enseignes historiques comme La Redoute ou les 3 Suisses. Mais les chiffres n'intègrent pas des entreprises faisant de la vente à distance comme les drives alimentaires (non accolés à un hyper/supermarché) ou encore les sociétés comme Amazon ou Cdiscount.
Si cette situation ne concernait que peu d'emplois et/ou restait stable dans le temps, cela ne nécessiterait pas de s'y pencher particulièrement. Mais force est de constater, notamment avec le développement du e-commerce, que ce champ d'activité concerne de plus en plus d'emplois que l'on ne sait pas bien comptabiliser ni même classer. Appartiennent-ils ou non au commerce (et sc) ? Comment faire pour les estimer ?

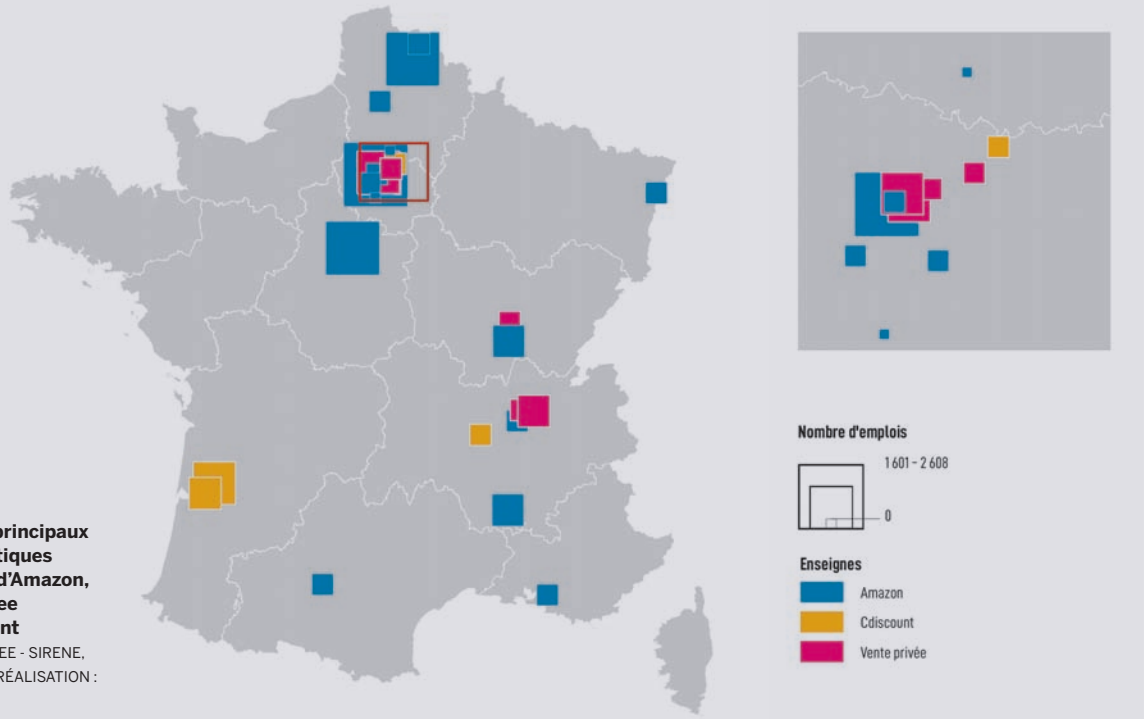
Les circuits courts : une montée en puissance difficile à évaluer dans l'emploi

Avec l'évolution des modes de consommation, la montée des préoccupations liées à

2. À noter que le deuxième volet des travaux ira plus loin dans l'analyse des caractéristiques des aires urbaines et de l'influence des activités commerciales dans l'emploi.

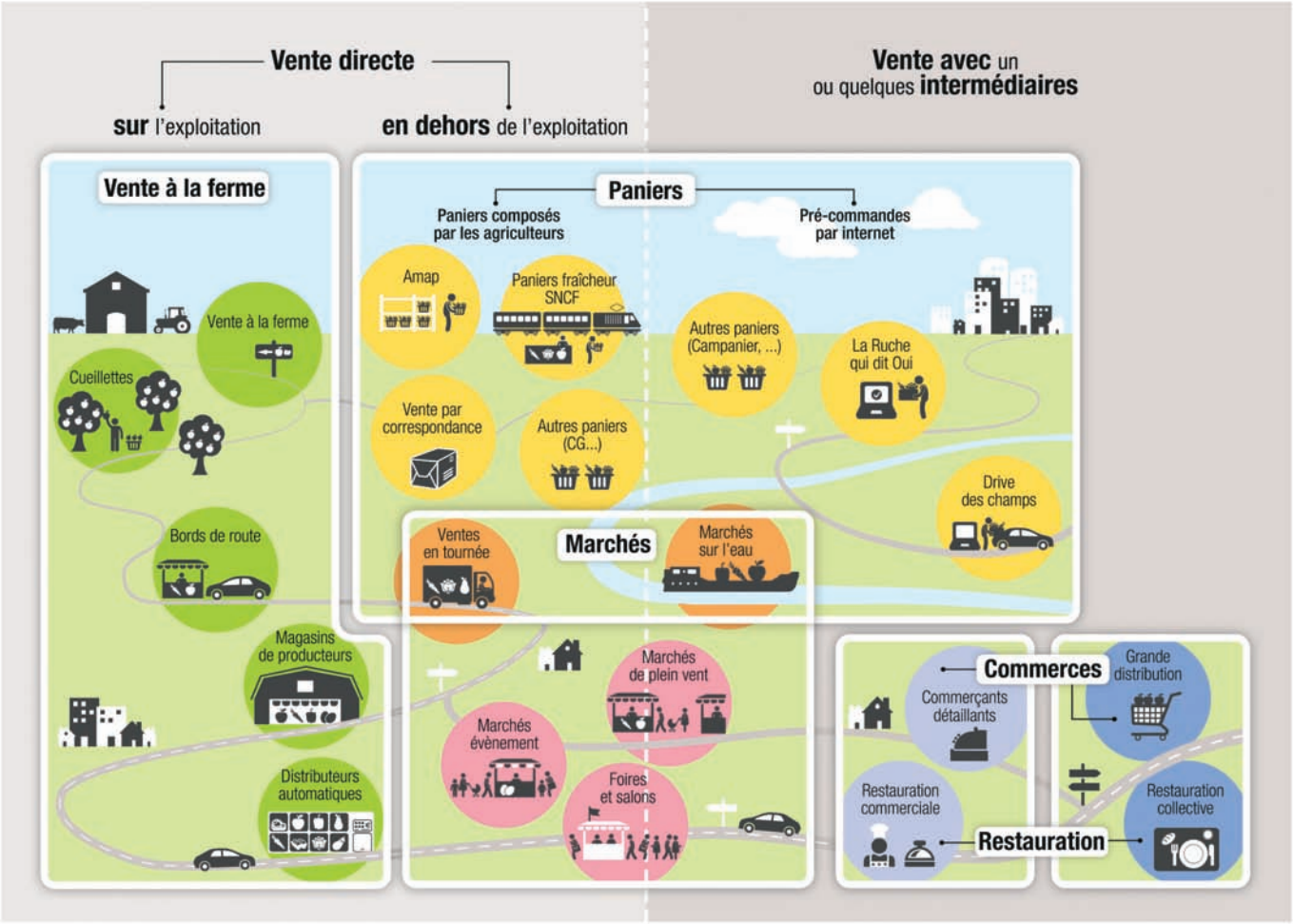
COMMENT ÉVALUER L'EMPLOI DU E-COMMERCE ?

Le e-commerce poursuit sa progression. Selon les dernières statistiques de la Fédération du e-commerce et de la vente à distance (Fevad), son chiffre d'affaires s'est élevé en 2018 à près de 93 milliards d'euros, soit de 9,4 % des ventes du commerce de détail. Le nombre de sites est lui aussi en hausse : plus de 182 000 sites actifs sont dénombrés. Seulement 1 % d'entre eux réalisent à eux seuls les deux tiers du chiffre d'affaires du commerce en ligne.
La forte croissance du e-commerce – on se souvient qu'il était quasi-inexistant en France à la fin des années 1990 – s'est nécessairement accompagnée de fortes créations d'emplois. Mais celles-ci sont difficiles, voire impossibles, à mesurer aujourd'hui au regard des limites de l'appareil statistique existant et des études ou enquêtes menées jusqu'à présent. Certains acteurs du e-commerce sont classés dans la vente à distance sur catalogue général (4791A) et spécialisé (4791B). Les statistiques Acoss font état en 2017 de 3 540 établissements employant 33 000 personnes. Mais ces statistiques semblent minimiser le poids du commerce en ligne : la Fevad avançait le chiffre de 66 000 emplois équivalent-temps plein en 2010, 87 000 en 2013, 100 000 en 2014 ; les estimations produites par l'Insee dans l'enquête TIC réalisée en 2014 auprès des entreprises du net s'élevaient à 112 000 emplois.
Le cas de trois grands acteurs du e-commerce en France que sont Amazon, Vente-privee et Cdiscount est une bonne illustration. Ces derniers sont dans les 5 premiers sites de e-commerce avec la FNAC et Oui SNCF *(source Médiamétrie/NetRatings – Moyenne T1 2018 France – Audience internet tous écrans)*.
Ces entreprises ont différentes implantations en France, avec, en général, une activité de siège social, complétée par des plateformes logistiques dans plusieurs régions. Les emplois de ces grands acteurs sont en partie comptabilisés dans le champ du commerce (vente à distance, notamment pour les effectifs du siège). Mais il n'y a pas de règle générale. Par exemple, Amazon, et ses 7 000 emplois permanents estimés en France en 2018, sont intégrés dans le secteur de la logistique.
Chaque fin d'année, les effectifs de ces géants de l'e-commerce peuvent doubler grâce au recrutement de nombreux intérimaires, principalement sur des postes de préparateurs de commandes et d'exploitation logistique. Ces enseignes offrent aussi des emplois pérennes et recherchent particulièrement des développeurs et ingénieurs informaticiens, ainsi que plus largement des profils digitaux (data scientists, data analysts, traffic manager…).



Sièges et principaux sites logistiques en France d'Amazon, Vente-privee et Cdiscount
SOURCE : INSEE - SIRENE, AEF.CCI.FR – RÉALISATION : ADEUPA

La diversité des filières courtes de proximité
SOURCE : « UNE MÉTROPOLE À MA TABLE, LES CAHIERS N°173 », IAU IDF



5 stratégies de commercialisation :

© IAU IdF 2016
sources : IAU IdF

1
Vente **sur l'exploitation** : zéro intermédiaire, zéro transport. Le consommateur se déplace sur l'exploitation.

2
Vente de type «**marché**» alliant tradition et mutualisation du lieu de vente. L'identification du vendeur (producteur ou revendeur) n'est pas toujours facile.

3
Paniers : anticipation. Les précommandes permettent d'optimiser la gestion des stocks. Ces systèmes répondent bien à la demande même si un flou peut exister quant à l'interlocuteur : producteur (Amap), revendeur (Campanier), intermédiaire de services (Ruche). Le temps et la main-d'œuvre nécessaires (préparation, transport) peuvent être un frein pour les agriculteurs.

4
Vente déléguée à des **commerçants** et à des **restaurants** : qualité et régularité sont les maîtres-mots. La vente est laissée à un acteur économique dont c'est le métier. Il vend les produits bruts ou transformés (commerçants) ou les assemble (restaurants).

5
Vente déléguée à la **restauration collective** et à la **grande distribution** en se basant sur le volume et la régularité. Certaines contraintes existent : cahiers des charges, référencements des produits, appels d'offre, rythme saisonnier (cantines scolaires), horaires et conditions de livraison.

la santé, à l'environnement et à l'éthique, le consommateur souhaite améliorer la traçabilité des produits consommés et rapprocher ses lieux d'approvisionnement. Cette démarche touche principalement les produits alimentaires.

Depuis une dizaine d'années, les filières ou circuits courts se sont développés. Une étude réalisée en 2015 (IAU Île-de-France) sur les filières courtes de proximité au sein du système alimentaire francilien a montré que ce mode d'approvisionnement, qui met en relation les produits et les consommateurs via l'agriculteur, directement ou par le biais d'un ou de quelques intermédiaires, pouvait revêtir des formes différentes. À côté de pratiques traditionnelles comme la vente à la ferme, les marchés, les cueillettes, se sont développées d'autres formes de distribution : Amap, paniers Sncf, La Ruche qui dit oui, Drive des champs…

En 2010, date du dernier recensement agricole, 14 % des exploitations de France métropolitaine pratiquaient la vente en circuits courts. En Île-de-France, les systèmes traditionnels dominent ; la moitié des agriculteurs pratiquent la vente à la ferme, 27 % vendent sur les marchés, alors que les autres modes de vente (paniers, Amap) ne représentent que 4 % du total. Ces quelques milliers d'emplois échappent aux statistiques du commerce de détail alimentaire.

Épicerie bio
© ANTOINE REPRESSE/MEL

QUELS PROFILS D'EMPLOI ET DE SALARIÉS DANS LE COMMERCE EN FRANCE ?

CE QUI EST OBSERVÉ

Les conditions d'emploi dans le commerce et les services commerciaux : les déclarations annuelles des données sociales (DADS) des employeurs permettent d'avoir des informations sur la nature des emplois et la qualification des salariés, les conditions d'emploi (temps complet, partiel), le montant des rémunérations versées… Les informations sont fournies en volume de postes, un poste pouvant correspondre au cumul de périodes d'un même salarié dans un même établissement. Un salarié ayant travaillé dans deux établissements différents au cours de l'année se retrouve dans deux postes différents (0,2 % des cas). SOURCE : INSEE, DADS 2015

Une féminisation du secteur toute relative

Le commerce se démarque par un taux de féminisation de ses emplois un peu plus marqué que la moyenne nationale (55 % des postes contre une moyenne de 52 %). Loin derrière l'administration publique, l'enseignement, la santé et l'action sociale (70 % de femmes), le commerce (et sc) est le deuxième secteur d'activités en France par son taux de féminisation. En volume, 2,2 millions de postes sont occupés par des femmes, et 1,8 million par des hommes.

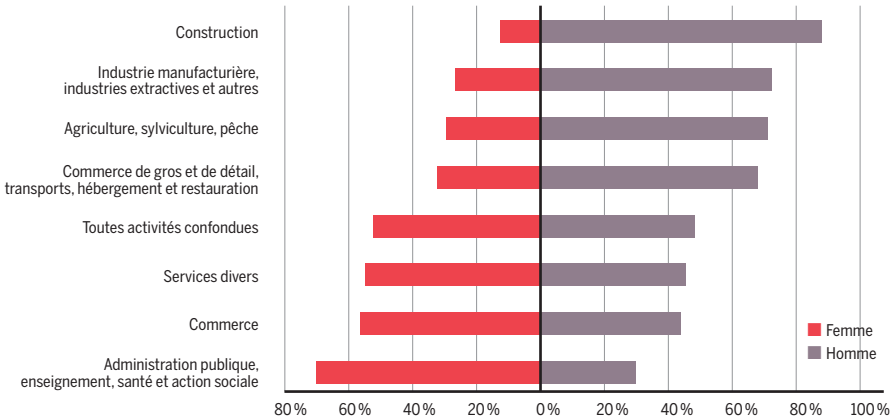
Les inégalités de répartition homme/femme dans le commerce sont toutefois très loin de celles observées dans des secteurs comme la construction ou l'industrie, où la part des hommes dépasse 65 %. Les activités qui présentent les plus forts taux de féminisation sont, par ordre d'importance :

• **la santé, beauté, hygiène.** 85 % des postes sont occupés par des femmes dans les instituts de beauté, les parfumeries et la vente de produits de beauté, les laboratoires d'analyses médicales, les commerces de produits pharmaceutiques ou la coiffure ;

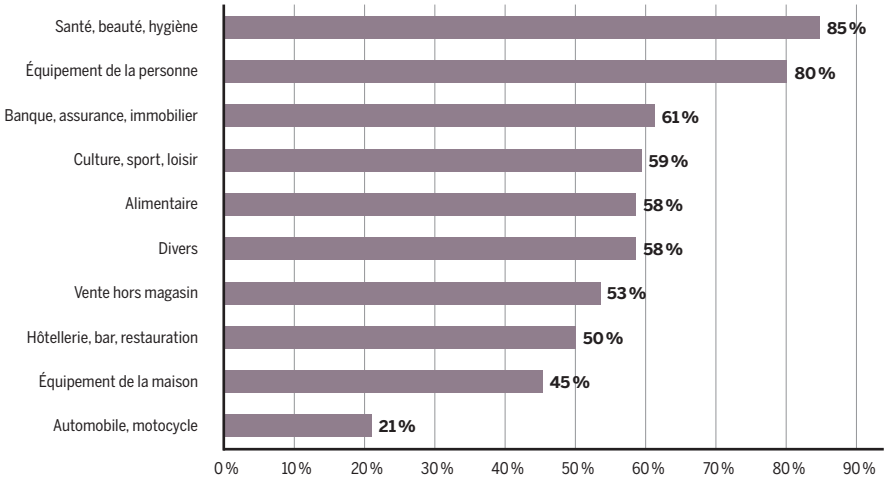
• **l'équipement de la personne.** Le taux de féminisation dépasse 75 % dans les commerces de chaussure, d'habillement, d'horlogerie/bijouterie, dans les blanchisseries-teintureries de détail et les commerces de maroquinerie et d'articles de voyage ;

Chronodrive à Seyssinet-Paris © AURG

Répartition des postes selon le genre dans les grands secteurs économiques en France
SOURCE : DADS - INSEE, 2015



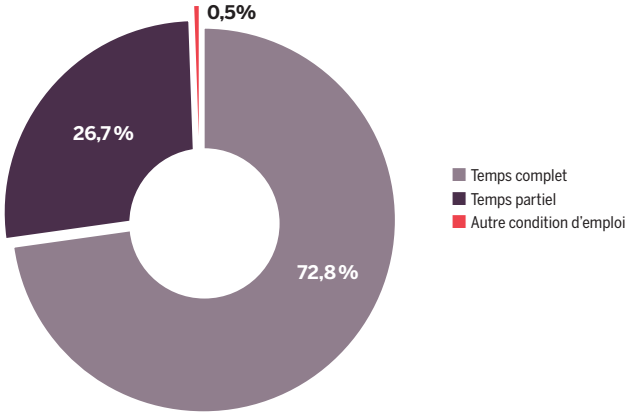
Taux de féminisation dans les commerces (et sc)
SOURCE : DADS - INSEE, 2015



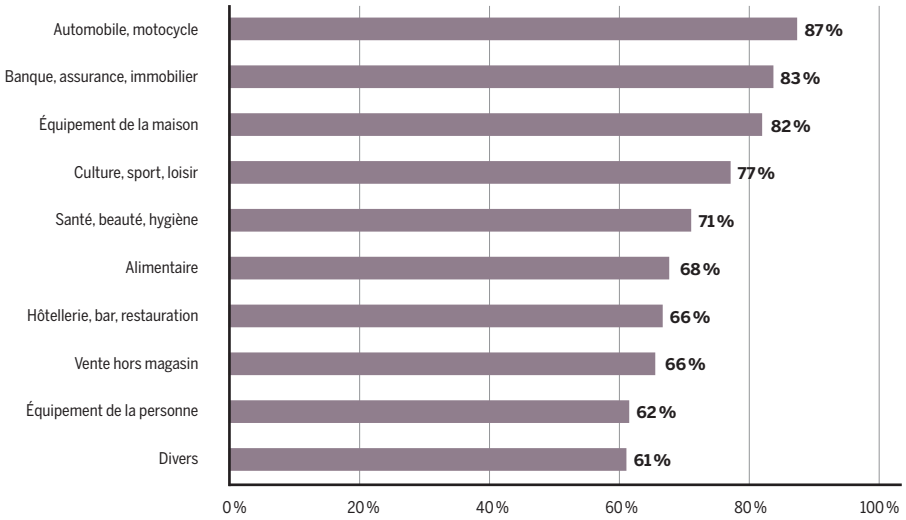
• **la banque, assurance, immobilier.** Agents et courtiers d'assurances sont les professions les plus féminisées (71 %), suivies des agences immobilières et des banques ;
• **la culture, sport, loisir.** Dans des boutiques comme les agences de voyage, trois postes sur quatre sont occupés par des femmes ;
• **l'alimentaire.** La grande distribution généraliste est fortement féminisée avec des taux élevés pour les grands magasins (74 %), les magasins multi-commerces (74 %), les supermarchés (67 %) ou encore les hypermarchés (60 %). Les commerces de détail de pains, pâtisseries et de confiseries (72 %), de cuisson de produits de boulangerie (61 %) concentrent également une grande proportion de femmes. À l'inverse, les boucheries/charcuteries, les poissonneries, les commerces de boissons se distinguent par une surreprésentation masculine ;
• **l'hôtellerie, bar et restauration** apparaît comme le secteur où la répartition des emplois entre les hommes et les femmes est la plus équilibrée (50 %) ;
• enfin, les activités liées à **l'automobile/motocycle** concentrent, pour la plupart, plus de 80 % d'hommes, à l'exception de la vente de carburants (51 %) et de la location longue durée de voitures (57 %).

On observe également une surreprésentation masculine dans de nombreuses activités de l'équipement de la maison telles que la vente et la réparation d'ordinateurs, de matériels audio, d'appareils électroménagers, de meubles, d'équipement de communication, de produits électroniques…

Conditions d'emplois dans le commerce (et sc) en France en 2015
SOURCE : DADS - INSEE, 2015



Part des postes à temps complet dans le commerce (et sc) en France en 2015
SOURCE : DADS - INSEE, 2015

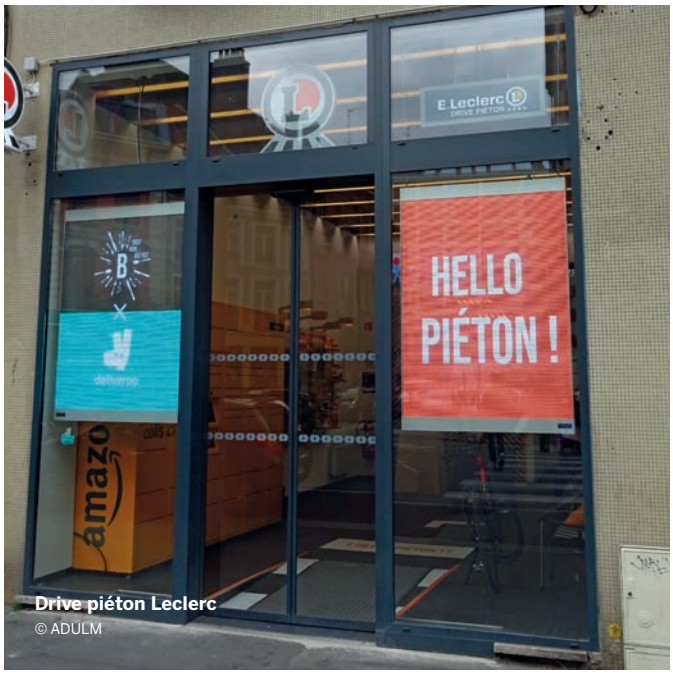


Des contrats partiels mais de longue durée

Plus d'un quart des postes (27 %) dans le commerce (et sc) sont à temps partiel, situation partagée avec l'administration publique, soit un taux supérieur à la moyenne des activités économiques (21 %).
Le temps partiel peut être choisi. L'emploi dans le commerce est par exemple une source de revenus pour de nombreux étudiants qui combinent études et quelques heures de travail toutes les semaines. Mais la situation peut être subie. D'après l'Insee[3], parmi les actifs du commerce employés à temps partiel, un sur trois souhaiterait travailler plus. Les secteurs avec une forte proportion de temps partiels sont l'équipement de la personne (38 %), la vente hors magasin (34 %), l'hôtellerie/bar/restauration (34 %) et l'alimentaire (32 %). Globalement, les temps partiels sont davantage présents dans les activités de commerce de détail (vente) que dans les services commerciaux.

De manière plus détaillée, le temps partiel est une pratique courante et même majoritaire dans la restauration rapide (60 %), les cafétérias et autres libres services (51 %). D'autres activités présentent des taux entre 35 % et 45 % de postes à temps partiel, comme le commerce alimentaire sur éventaires et marchés, le commerce de chaussures et d'habillement, les supermarchés, supérettes et alimentations générales ou les pharmacies. Le temps partiel est par ailleurs une caractéristique plus courante pour les salariés en CDD : 34 % d'entre eux sont à temps partiel.

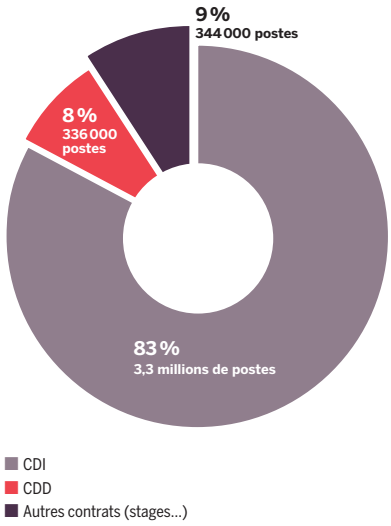
3. « La situation du commerce en 2017 », Insee



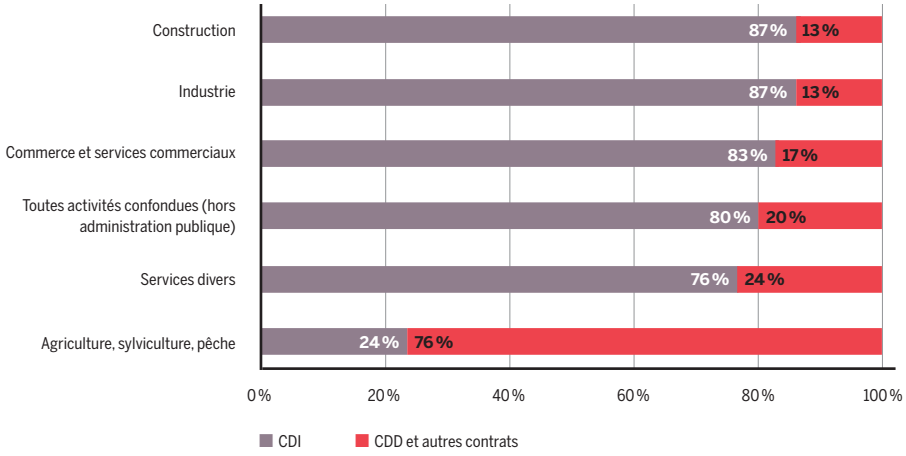
Drive piéton Leclerc
© ADULM

Casiers Amazon
© ADULM

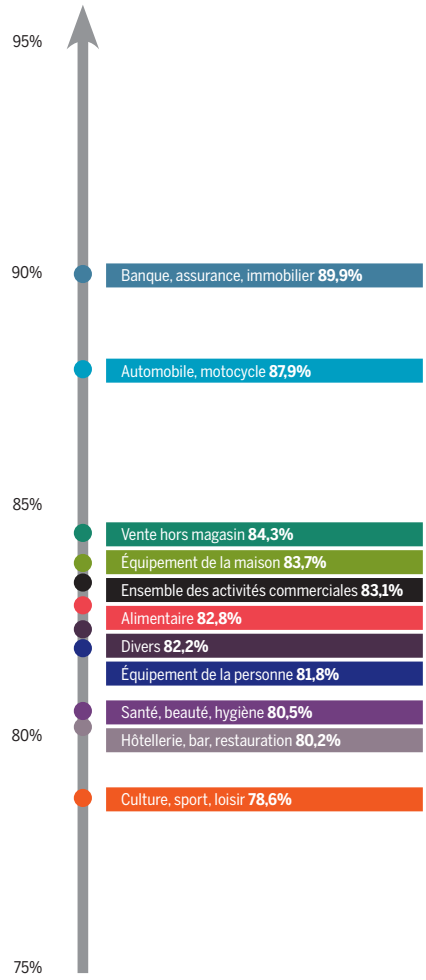
Part des postes occupés par type de contrat en 2015
SOURCE : DADS - INSEE, 2015



Type de contrat selon les secteurs d'activités économiques
SOURCE : DADS - INSEE, 2015



Part des postes occupés en CDI par domaine d'activité commerciale (et sc)
SOURCE : DADS - INSEE, 2015



Un fort taux de CDI

3 345 000 postes dans le commerce (et sc) sont occupés en CDI, soit 83 % de l'ensemble des postes occupés. Cette part est supérieure à la moyenne de l'ensemble des activités économiques (80 %). Le caractère saisonnier ou ponctuel des activités, en lien avec des événements ou une fréquentation touristique, semble être le principal facteur influençant le recours plus ou moins important au CDD. Dans le commerce alimentaire spécialisé (boulangerie, boucherie...), c'est la pratique plus développée de l'apprentissage qui limite la part des CDI.

Au sein des activités commerciales, les plus forts taux de CDI se situent dans la banque, l'assurance, l'immobilier. A contrario, le domaine de la culture, sport, loisir est le plus marqué par les contrats à durée déterminée, ce qui s'explique aisément par la nature saisonnière de certaines activités. C'est par exemple le cas, dans les stations littorales et de montagne, de la location d'articles de loisirs et de sport, mais cela ne représente qu'un faible volume de postes. L'hôtellerie, bar et restauration est également une activité ayant particulièrement recours aux CDD, particulièrement en volume, plus de 45 000 postes dans la restauration traditionnelle et rapide, plus de 21 000 postes dans l'hôtellerie. D'autres activités se distinguent par des volumes de CDD importants : les hypermarchés et supermarchés, ainsi que le prêt-à-porter. Toutefois, en dépit de volumes importants, la part des CDD est modérée (11 à 13 % de l'ensemble des postes).

L'apprentissage est l'apanage de la sphère de l'artisanat, en particulier dans les domaines de l'alimentaire et de la beauté. La boulangerie (19 % des postes en apprentissage), la pâtisserie (22 %), la coiffure (18 %) et les soins de beauté (16 %) comptent parmi les plus forts taux.

Un taux d'encadrement inférieur aux autres secteurs économiques

La part des employés/ouvriers est plus importante dans le secteur du commerce (et sc) que dans l'économie française en général (73 %, soit 10 points au-dessus de la moyenne). Le secteur de la construction est le seul à légèrement dépasser ce taux (75 %). Un ouvrier ou employé sur 5 en France travaille dans des activités commerciales.
La part des cadres et professions intellectuelles supérieures s'élève à 26 %, traduisant

Secteurs pourvoyeurs de postes en apprentissage

une sous-représentation des fonctions d'encadrement dans le commerce (et sc). Cette situation est singulière par rapport à des secteurs comme l'industrie ou l'administration publique où la part des cadres dans l'emploi salarié est supérieure à 40 %.
Dans les facteurs explicatifs, la taille modeste de nombreux établissements peut jouer. L'encadrement est également souvent du ressort du chef d'entreprise, comptabilisé comme un emploi non salarié lorsqu'il s'agit d'une entreprise individuelle et donc non pris en compte dans les statistiques présentées ici.

Une typologie de l'emploi très dépendante du secteur d'activité au sein du commerce

Les domaines de l'alimentaire et de l'hôtellerie-restauration sont ceux qui regroupent les plus forts taux d'employés et d'ouvriers, respectivement 92 % et 88 %. Ce sont également les secteurs qui emploient les plus gros volumes, plus de 800 000 employés et ouvriers dans l'alimentaire, plus de 670 000 dans l'hôtellerie-restauration. À l'inverse, le domaine de la banque, assurance, immobilier ne compte que 35 % d'employés et ouvriers.
Dans l'alimentaire, les supérettes, supermarchés et hypermarchés comptent entre 80 et 90 % d'employés. D'autres commerces sont dans le même cas comme la vente de chaussures, les soins de beauté ou la coiffure. La part d'ouvriers est importante (comprise entre 50 et 60 %) dans des activités « artisanales » de bouche (charcutiers, boulangers, pâtissiers) ou dans des métiers de réparation de meubles et d'électroménager. Mais les plus fortes proportions d'ouvriers sont observées dans les métiers de l'automobile, tant dans la vente (50 à 55 %) que dans la réparation et le contrôle technique (69 %).

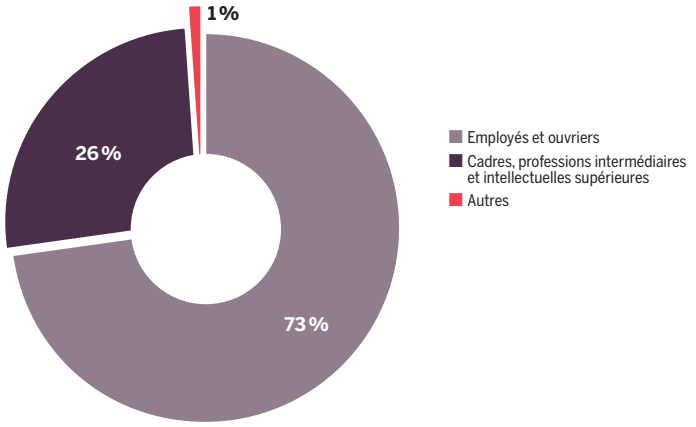
Les cadres et professions intellectuelles supérieures se situent essentiellement dans les activités de services commerciaux, entre 20 et 50 % des postes. On peut distinguer les activités dont :

- le taux de cadres est important, mais inférieur à celui des employés : les ventes à distance ;
- le taux de cadres est proche de celui des employés : les métiers de l'informatique, des banques et assurances ;
- la part des cadres est nettement supérieure à celle des employés : les pharmacies et la location de véhicules.

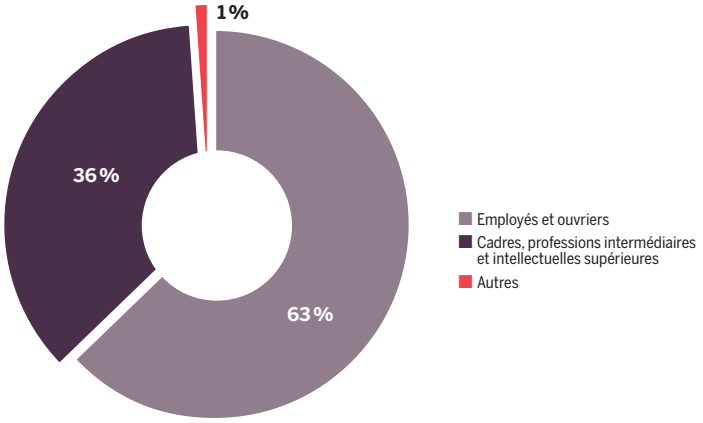
Sociologie et spécificité des emplois liés au commerce

La composition sociale des actifs du commerce (et sc) est proche des caractéristiques de l'économie en général du point de vue du genre. Elle diffère beaucoup plus du côté des catégories socio-professionnelles, mais ce qui est sans doute le plus remarquable, ce sont les disparités très importantes constatées au sein même des activités commerciales. Afin d'illustrer les particularités des métiers, tant dans le type de contrat, le temps de travail, la fonction et la rémunération, une sélection de profils types a été réalisée ci-après.

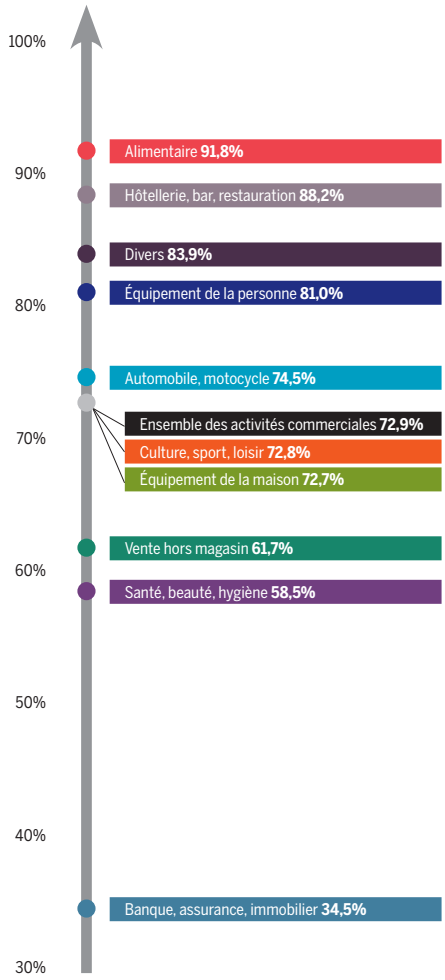
Catégories socioprofessionnelles dans le secteur du commerce (et sc)
SOURCE : DADS - INSEE, 2015



Catégories socioprofessionnelles tous secteurs d'activité confondus
SOURCE : DADS - INSEE, 2015



Part des postes occupés par des employés ou des ouvriers dans les activités commerciales (et sc)
SOURCE : DADS - INSEE, 2015



Profils types des postes salariés dans le commerce (et sc) SOURCE : DADS - INSEE, 2015

Brest
© MATHIEU LE GALL/
BREST MÉTROPOLE

UN SECTEUR CRÉATEUR D'EMPLOIS

CE QUI EST OBSERVÉ

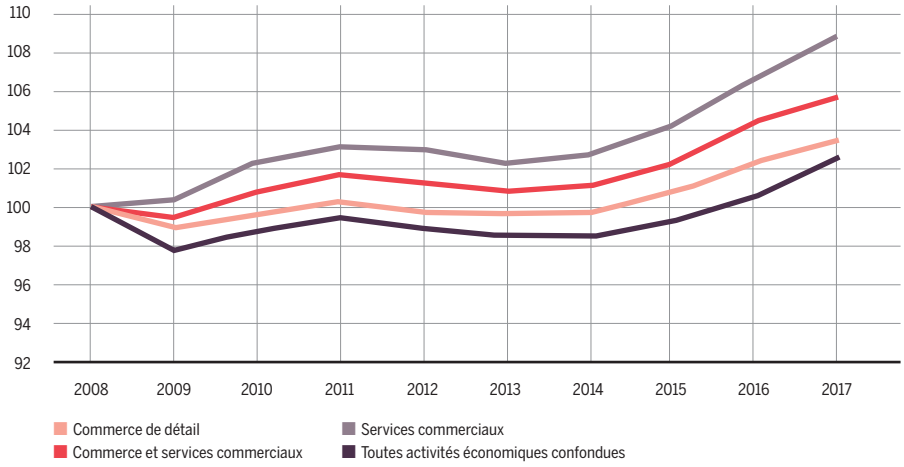
L'emploi salarié privé : emploi dans les entreprises employeuses du secteur concurrentiel, affiliées au régime général (hors régime agricole) et exerçant leur activité en France (métropole et Dom hors Mayotte). SOURCE : ACOSS, 2008 ET 2017

Le commerce (et sc) représente 4 132 000 emplois salariés privés en 2017, ce qui représente 23 % de l'emploi tous secteurs d'activités confondus. L'emploi salarié privé dans le commerce a connu une croissance de + 6 % entre 2008 et 2017 avec un gain de 182 000 emplois. Cette croissance est deux fois supérieure à celle de l'emploi salarié total durant la même période.

Une dynamique portée par les services commerciaux

La croissance des emplois salariés privés est beaucoup plus marquée pour les services commerciaux (+ 9 % entre 2008 et 2017) que pour le commerce de détail (+ 3 %) dont l'évolution se calque davantage sur celle de l'emploi salarié total.

Évolution de l'emploi salarié privé entre 2008 et 2017 (en indice base 100 en 2008)
SOURCE : ACOSS



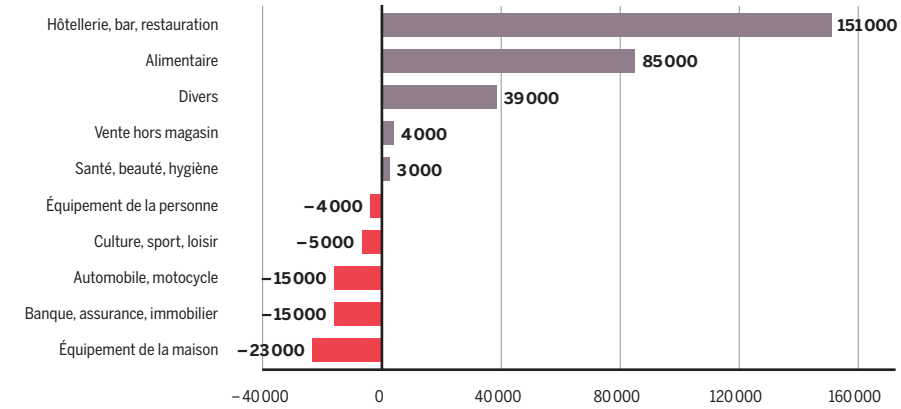
La restauration, principal moteur de l'emploi salarié privé

Sur un total de 222 000 emplois salariés privés supplémentaires entre 2008 et 2017, les deux tiers sont recensés dans les activités d'hôtellerie, bar et restauration. Les gains d'effectifs se situent plus particulièrement dans la restauration de type rapide, puis dans la restauration traditionnelle. L'embellie du secteur peut s'expliquer par l'évolution des modes de consommation des Français : l'essor de la restauration hors domicile, du snacking, le développement des services de livraison au bureau ou à domicile (avec les plates-formes telles que Deliveroo ou Uber Eats) et des food-trucks, la diversification de l'offre (cuisines étrangères, alimentation santé et bien-être, produits du terroir…). Le commerce alimentaire affiche également sa bonne santé avec un gain de 85 000 emplois entre 2008 et 2017 (cf. encadré ci-dessous).

En dehors de ces deux grandes catégories, certaines activités enregistrent des croissances d'emplois, dans des volumes toutefois bien plus modestes. Par exemple, les « autres commerces en magasin non spécialisés » comptent 11 000 emplois supplémentaires. Ils comprennent les magasins de déstockage ou bazars, avec des enseignes comme Action, Babou, Gifi, Happy Cash, La Foir'Fouille, des formules discount, qui attirent le consommateur à la recherche de prix bas.
L'engouement des consommateurs pour les activités de loisirs se traduit aussi par des gains d'effectifs salariés dans la vente d'articles de sport (+ 6 000) et dans les centres de culture physique (+ 5 000).

D'autres secteurs affichent au contraire des baisses d'emplois, au premier rang desquels l'équipement de la maison (– 23 000 emplois). C'est particulièrement vrai pour le meuble et l'électroménager. Le secteur subit à la fois la concurrence massive des achats numériques et l'arbitrage des ménages dans leurs dépenses de consommation. En 2017, l'e-commerce représente 23 % des achats de la « maison high-tech » (informatique, télécom, électronique, vidéo), 18 % du marché de l'électroménager et 13 % de celui du meuble (source : Fevad).
Les difficultés du secteur se sont traduites au cours des dernières années par quelques mouvements emblématiques comme la fusion Fnac-Darty ou la liquidation en 2014 du groupe Mobilier Européen (Atlas, Fly, Crozatier).

Évolution de l'emploi salarié privé entre 2008 et 2017 : des disparités importantes entre activités commerciales
SOURCE : ACOSS

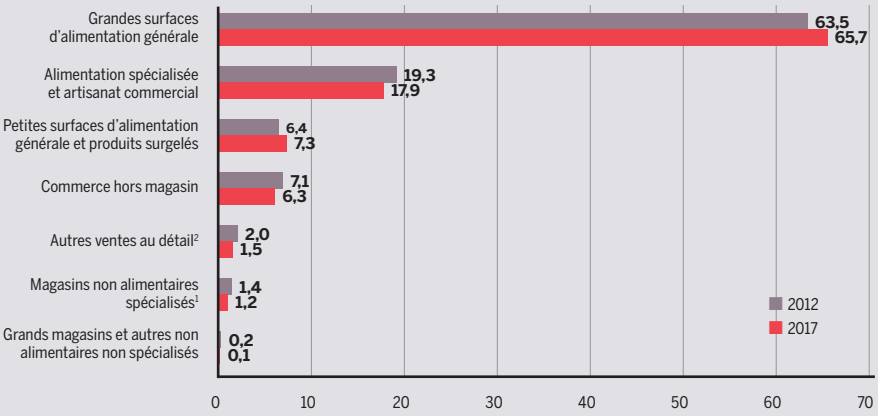


ALIMENTATION SPÉCIALISÉE : DES POINTS DE VENTE PLUS NOMBREUX ET DES GAINS D'EMPLOIS

En 2017, le commerce alimentaire représente 93 000 établissements pour 940 000 emplois salariés. Depuis 2008, une hausse du nombre d'établissements et des effectifs salariés est constatée, avec respectivement + 5 000 établissements et + 85 000 emplois. L'augmentation des emplois se répartit à 45 % dans l'alimentation générale (hypermarché, supermarché, grand magasin) et à 55 % dans l'alimentation spécialisée (boulangerie, pâtisserie, épicerie bio…).
Au sein de l'alimentation générale, les 39 000 emplois créés sont concentrés dans les supermarchés alors que la quasi-stabilité est de rigueur pour les hypermarchés (+ 1 %). Cette évolution traduit la poursuite du développement de la grande distribution ces dernières années, mais avec une moindre dynamique des grands formats commerciaux.
En ce qui concerne le commerce spécialisé (+ 46 000 emplois), les boulangeries sont majoritaires en nombre de points de vente et connaissent une évolution significative de l'emploi (+ 19 000). Le dynamisme de l'alimentation spécialisée s'explique aussi par une segmentation du marché et par l'ouverture de points de vente aux activités diverses : épiceries fines, magasins bio, commerces de fruits et légumes, cavistes… Les enseignes de l'alimentation bio (Biocoop, Bio c'Bon, La Vie claire..) connaissent une croissance exponentielle (+ 22 % de points de vente entre 2017 et 2018[4]).
En termes de parts de marché (graphique ci-dessous), les grandes surfaces (hypermarchés et supermarchés) dominent nettement les autres formes de distribution. Mais les tendances récentes illustrent un recul de la grande distribution (– 2,2 points entre 2012 et 2017) au profit de l'alimentation spécialisée, de l'artisanat commercial, du commerce hors magasin…

4. LSA, janvier 2019, « Bio : un développement exponentiel »

Parts de marché en 2012 et 2017 : produits alimentaires hors tabac (en %)
SOURCE : INSEE - COMPTES DU COMMERCE



1. Pharmacies et commerce d'articles médicaux et orthopédiques
2. Ventes au détail du commerce de gros, de divers prestataires de services et ventes directes des producteurs

Un secteur bancaire bouleversé par l'essor du numérique

Le secteur de la banque, assurance, immobilier est la seconde activité à perdre des emplois (–15 000 emplois), avec en toile de fond la baisse de fréquentation des agences induite par la digitalisation des services bancaires. De nombreuses enseignes se sont engagées dans des réorganisations internes avec des fermetures d'établissements à la clé. Le mouvement déjà amorcé pourrait s'accélérer dans les prochaines années si l'on croit les annonces de certaines banques comme la Société Générale ou LCL. Les agences immobilières perdent également des emplois, mais dans une moindre mesure ; le secteur de l'assurance reste dynamique sur la période.
L'automobile-motocycle subit des pertes d'emplois. Au sein de ce secteur, le commerce de détail de voitures et de véhicules automobiles est particulièrement touché, ce qui n'est pas le cas des activités d'entretien et réparation ou de la vente d'accessoires automobiles.
Deux autres secteurs affichent des baisses d'emplois dans des proportions moindres ; l'équipement de la personne (– 4 000 emplois), avec le commerce de détail de la chaussure particulièrement touché, et l'activité culture sport loisir où les contractions d'effectifs traduisent un impact du numérique : agences de voyages (– 6 000), photographie (– 4 000).
Le secteur santé, beauté, hygiène est orienté favorablement dans son ensemble, en dépit de situations contrastées puisqu'il se caractérise par de fortes baisses d'effectifs dans la coiffure (– 14 000 emplois), ainsi que dans la vente de produits pharmaceutiques (– 6 000 emplois).

En règle générale, les évolutions de l'emploi salarié privé et du nombre d'établissements sont fortement corrélées. Le secteur de l'automobile fait exception avec un recul de l'emploi alors que le nombre d'établissements évolue positivement entre 2008 et 2017. Le recul des effectifs s'y est essentiellement réalisé dans le commerce de voitures. Parallèlement, le nombre de professionnels spécialisés dans le contrôle technique automobile, l'enseignement de la conduite ou l'entretien et réparation de véhicules a fortement progressé.

Les aires urbaines de plus de 500 000 habitants tirent leur épingle du jeu

On a vu précédemment que la localisation de l'emploi salarié privé dans le commerce (et sc) est relativement concentrée dans la région parisienne et les aires urbaines de plus de 500 000 habitants. Ce sont ces mêmes territoires qui affichent une forte croissance de l'emploi salarié entre 2008 et 2017 dans le commerce et les services commerciaux (respectivement + 8 % contre un rythme de croissance au niveau national de + 6 %). Ces grandes aires urbaines ont gagné plus de 160 000 emplois, soit près des trois quarts des emplois créés en France.
Bordeaux, Lyon, Marseille, Montpellier, Paris ou Toulouse affichent ainsi de fortes croissances en volume d'emploi durant cette période. Dans les cas de Lille, Nice, Grenoble ou Strasbourg, la croissance est nettement plus timide. En dehors de ces grandes aires urbaines, la croissance des emplois du commerce (et sc) est bien plus ténue. Elle concerne principalement les territoires des façades atlantiques et méditerranéennes, ainsi que ceux de la vallée du Rhône ou de la Haute-Savoie.

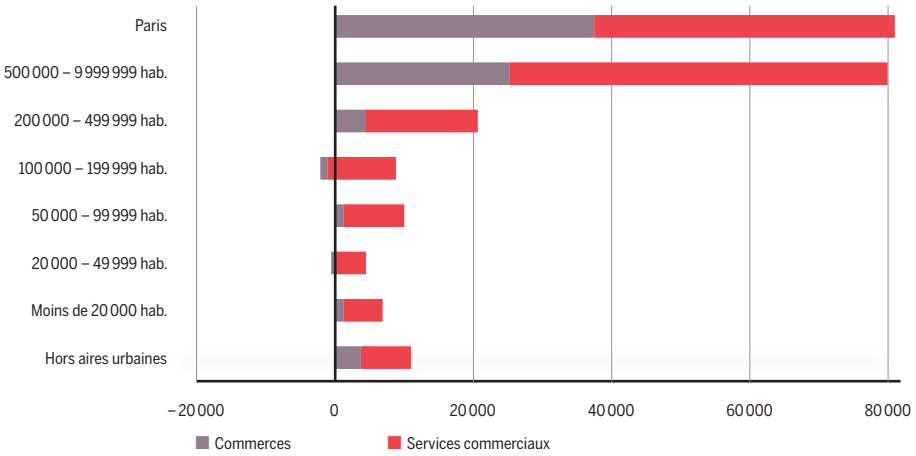
La dynamique globale de l'emploi entre 2008 et 2017 masque des évolutions très différentes entre commerce de détail et services commerciaux. L'essentiel de la croissance de l'emploi a en effet été portée par les services commerciaux, comme l'hôtellerie-bar-restauration, la réparation de biens, la location, la santé et la beauté… Le commerce de détail ne connaît pas cette progression, présentant même souvent une baisse dans nombre de territoires. C'est le cas d'une majorité d'aires urbaines, notamment dans une large moitié nord de la France, et y compris parmi certaines grandes aires urbaines comme Grenoble, Lille, Saint-Etienne ou Rouen. Dans ces derniers cas, la dynamique des services commerciaux a permis de compenser la stagnation ou la baisse d'emploi du commerce de détail. Seules les aires urbaines de Paris, Nantes, Bordeaux, Toulouse, Montpellier, Aix-Marseille, Lyon et le secteur de la Haute Savoie connaissent des gains d'emplois à la fois dans le domaine du commerce de détail et des services commerciaux, ces derniers présentant généralement la croissance la plus forte.

Le commerce (et sc) dans les territoires engagés dans le Programme Action cœur de ville

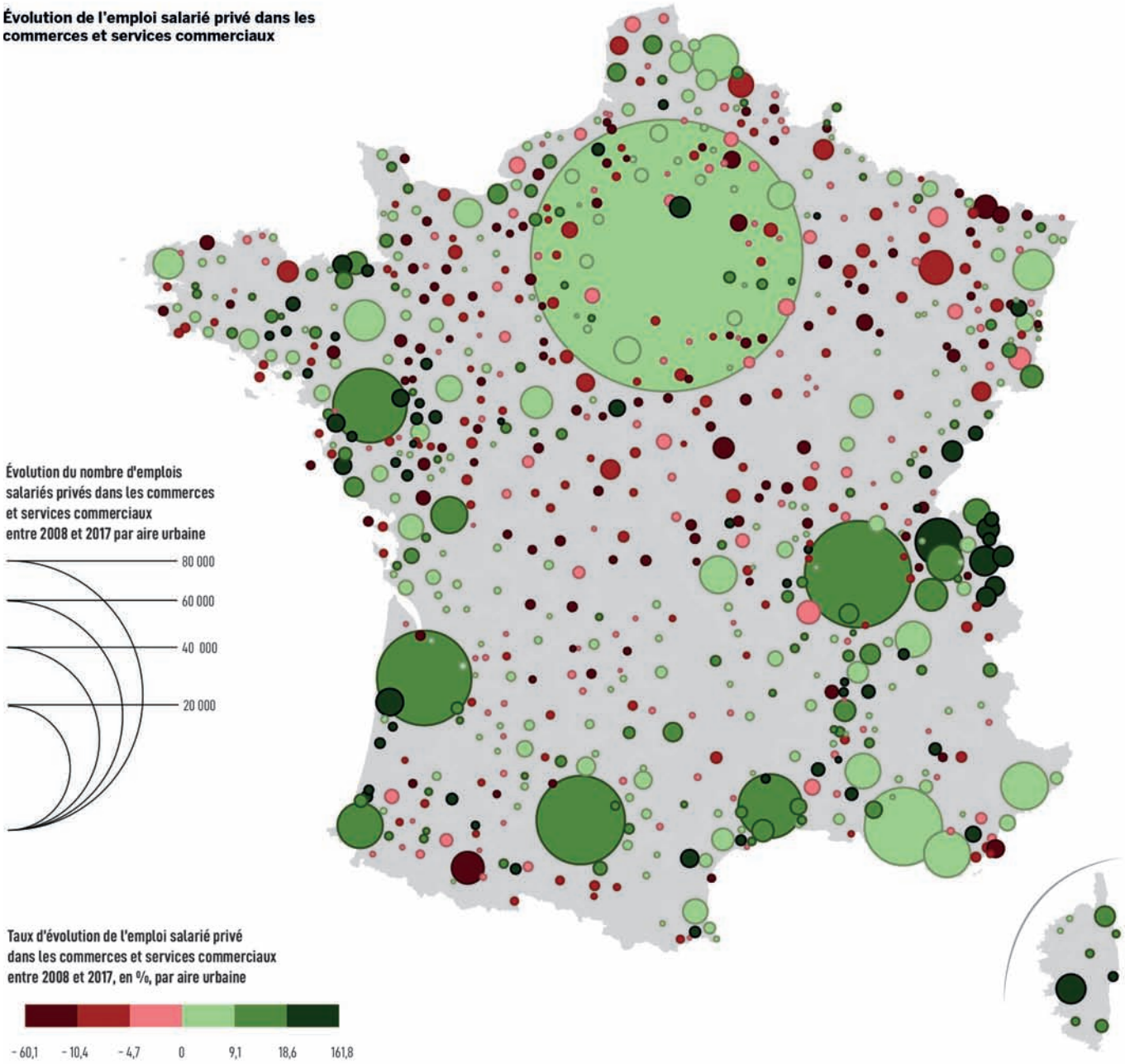
222 villes françaises ont été retenues dans le cadre du plan national « Action cœur de ville », lancé en 2018 par le Ministère en charge de la Cohésion des territoires et coordonné par le Commissariat général à l'égalité des territoires (CGET). Ce dispositif vise à redonner de l'attractivité et du dynamisme aux centres des villes moyennes, en agissant sur l'ensemble de leurs fonctions (habitat, transports, développement économique, espaces publics, patrimoine, équipements…). Plus de cinq milliards d'euros y seront consacrés sur cinq ans. Le commerce sera au cœur des projets et des actions engagés dans la cadre de ce programme. Car, si les villes retenues souffrent d'un taux de vacance des logements important, d'un taux de pauvreté supérieur à la moyenne nationale, d'un taux de chômage élevé…, elles connaissent aussi, pour une majorité d'entre elles, des difficultés sur le plan commercial. Cela se traduit souvent par une vacance commerciale marquée.

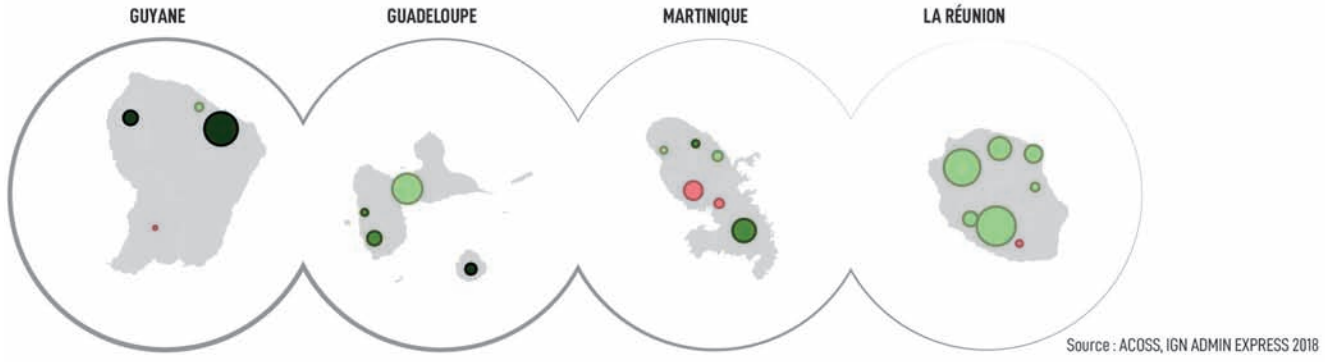
Dans les aires urbaines concernées par le dispositif, l'emploi salarié privé du commerce (et sc) a baissé entre 2008 et 2017 de 3 %, soit une tendance à contrecourant de la moyenne nationale (+ 6 %). Le recul de l'emploi est particulièrement marqué pour le commerce de détail (- 5 %), alors qu'il est plus timide pour les services commerciaux (– 1 %). De nombreuses activités sont concernées par ce mouvement d'érosion au premier rang desquelles l'équipement de la personne et de la maison, la banque, assurance, immobilier et l'automobile.

Évolution de l'emploi salarié privé entre 2008 et 2017 dans les commerces (et sc) suivant la taille des aires urbaines SOURCE : ACOSS, INSEE



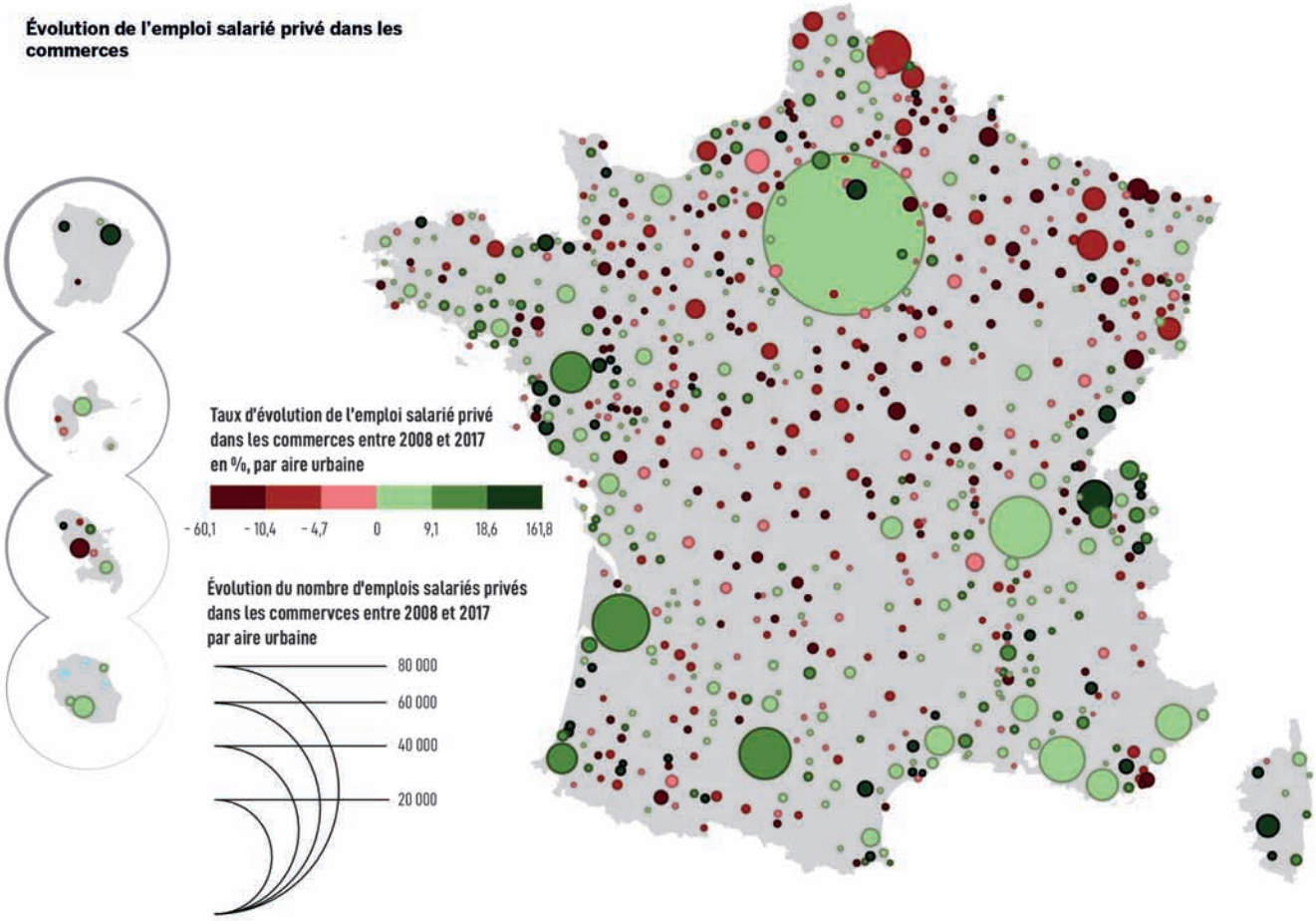
Évolution de l'emploi salarié privé dans les commerces et services commerciaux



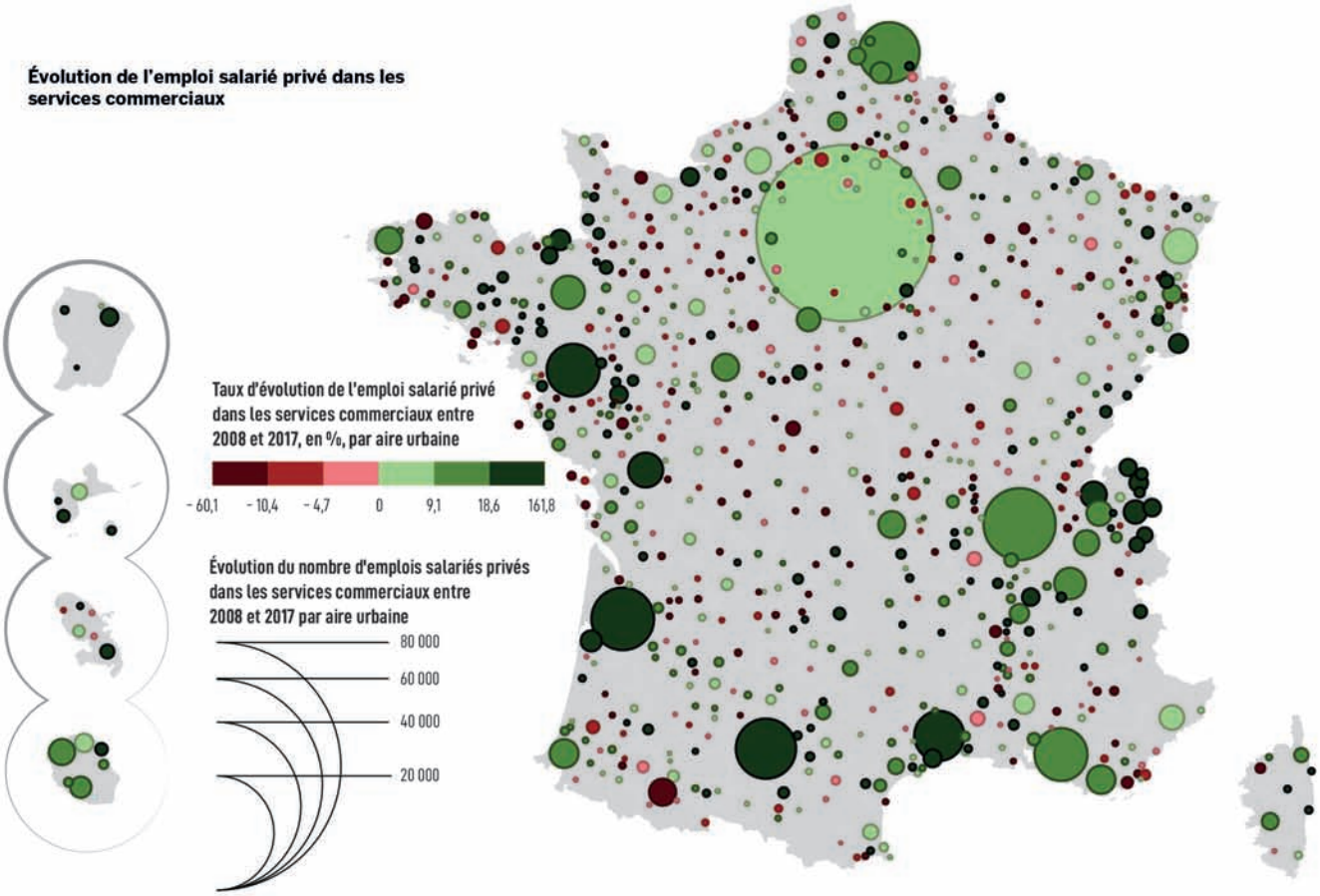


Source : ACOSS, IGN ADMIN EXPRESS 2018

Évolution de l'emploi salarié privé dans les commerces



Évolution de l'emploi salarié privé dans les services commerciaux



CONCLUSION

À l'échelle nationale, le commerce (et sc) est sans conteste resté ces 10 dernières années une activité créatrice d'emplois (+ 222 000) avec un taux de croissance tout à fait notable. Cette évolution s'inscrit dans les tendances lourdes observées dans ce secteur depuis 30 ans. **Mais des transformations importantes se font jour : les services commerciaux sont devenus le principal moteur du développement de l'emploi commercial, loin devant le commerce de détail. La croissance du e-commerce – dont les effets ne sont que très partiellement lisibles dans les statistiques disponibles – participe à cette mutation.**

À l'échelle des territoires, les effets de ces transformations se font sentir de manière très différente. À ce stade de l'analyse, on distingue quelques grands traits communs aux dynamiques de l'emploi : l'évolution positive concerne globalement les plus grandes aires urbaines et les territoires des façades atlantiques et méditerranéennes. Mais ces premières observations nécessitent d'être approfondies pour en comprendre les causes : quels sont les facteurs de ces différentes dynamiques existantes ? Sont-ils démographiques, socio-économiques, géographiques, ou une combinaison de tout cela ? À l'heure où se mettent en place différents plans ou programmes d'appui au commerce dans les territoires, cet éclairage prend tout son sens.

La prochaine publication s'appliquera à étudier les ressorts de ces dynamiques territoriales de l'emploi dans le commerce (et sc).

Braderie rue Serviez à Pau © AUDAP

RÉFÉRENCES BIBLIOGRAPHIQUES

« Tableau économique de l'artisanat : l'emploi sans les entreprises artisanales », Institut supérieur des Métiers, 2014

« Les points de vente du commerce de détail », Insee Première n°1668, 2017

« La situation du commerce en 2017 », rapport établi par la Commission des Comptes commerciaux de la Nation, Insee, 2017

« Commerces et inégalités territoriales », Insee Références, édition 2017

« La revitalisation commerciale des centres-villes », CGEDD et IGF, 2016

« **Inscrire les dynamiques du commerce dans la ville durable. Les fondements d'une nouvelle politique des périphéries urbaines et commerciales »,** CGEDD, 2017

« Les chiffres-clés 2018 », Fédération e-commerce et vente à distance

« Proximité et qualité, les deux priorités pour faire ses courses alimentaires », Crédoc, 2018

« Cartographie du commerce en Île-de-France », IAU-ÎdF, 2017

« Plaisir et digitalisation, principales tendances exploitées par les distributeurs », Crédoc, 2016

« Implantations commerciales : les urbanistes sont-ils condamnés à l'impuissance ? », La Revue foncière n°23, 2018

« Portrait statistique de l'emploi dans le commerce de détail sur le périmètre de l'inter-SCoT de l'aire métropolitaine lyonnaise », Agences d'urbanisme Lyon & Saint-Étienne, 2014

« Centre-ville de Marseille : pour un nouvel élan économique », Regards de l'AGAM, 2016

Observatoire partenarial du commerce 2017, AUDELOR

Observatoire du commerce dans le Pays de Rennes, AUDIAR, 2017

Observatoire du commerce de centre-ville de Rennes, AUDIAR, 2017

« Palmarès Procos 2018 des centres-villes commerçants les plus dynamiques », Procos, 2018

SOURCES DES DONNÉES

Trois sources de données ont été utilisées dans les différentes parties de la publication.

La première partie est une situation de l'emploi total dans le commerce (et sc), que les emplois soient salariés ou non, qu'ils soient publics ou privés. Cette approche de l'emploi s'appuie sur les données du recensement 2015 de l'Insee. Les limites de cette source sont l'ancienneté de l'information et le fait que ce soit des données déclarées par les citoyens recensés. Mais cette source présente l'avantage de couvrir de façon exhaustive les différentes formes d'emplois, notamment l'emploi non salarié dont la place est loin d'être marginale dans les activités commerciales.

La deuxième partie se base sur l'analyse des données DADS de l'Insee (2015). Cette source d'informations diffère de la précédente car l'emploi non salarié n'est pas décompté. Elle se base en effet sur des formalités déclaratives faites annuellement par toutes les entreprises employant des salariés. Ces données permettent d'analyser les formes d'emploi (la nature de l'emploi et la qualification, le temps de travail, la rémunération…). C'est une source traditionnellement utilisée par l'Insee pour produire des statistiques sur l'emploi et les salaires.

La troisième partie analyse les évolutions d'emploi. La source de données est Acoss, la caisse nationale des Urssaf. Le champ couvert par ces données est plus restreint que dans les deux précédentes parties puisqu'il s'agit de l'emploi salarié privé. L'atout principal de ces données est de permettre une analyse des évolutions d'emploi salarié privé sur dix ans, de 2008 à 2017, et d'identifier les dynamiques, tant au niveau des activités que d'un point de vue spatial.

GLOSSAIRE

ACOSS : Agence centrale des organismes de Sécurité sociale

AMAP : association pour le maintien d'une agriculture paysanne

CCI : chambre de commerce et d'industrie

CDD : contrat à durée déterminée

CDI : contrat à durée indéterminée

CGET : commissariat général à l'égalité des territoires

Commerces (et sc) : commerces et services commerciaux

DADS : déclaration annuelle de données sociales

DGFIP : direction générale des finances publiques

ETP : équivalent temps plein

FEVAD : fédération du e-commerce et de la vente à distance

IAU Île-de-France : Institut d'aménagement et d'urbanisme de l'Île-de-France

NAF : nomenclature d'activités françaises

RP : recensement de la population

TIC : technologies de l'information et de la communication

Avec le soutien de

DIRECTRICE DE LA PUBLICATION : Brigitte Bariol-Mathais, Déléguée Générale de la FNAU

PILOTAGE ÉDITORIAL : Karine Hurel (FNAU), Zoé Chaloin (FNAU)

COORDINATION DE LA DÉMARCHE : Nadine Le Hir, ADEUPa (Brest) – Emma Raudin, ADULM (Lille)

RÉDACTEUR.ICES : Thibaut Alnet, QCD (Quimper) – Amel Benchernine, AUDDR (Reims) – Christine Boissonnot-Delachienne, AUDELOR (Lorient) – Carole Delaporte, IAU (Ile de France) – Marion Dussarrat, AUDAP (Pau – Bayonne) – Vincent Escartin, AURG (Grenoble) – Séverine Potvin, AGUR (Dunkerque) – Yoan Thyssier, AUA/T (Toulouse)

CARTOGRAPHIE : Félix Moulin (FNAU) – **CRÉDITS PHOTOGRAPHIQUES DE LA COUVERTURE :** AUDAP

GRAPHISME : Héloïse Tissot – **IMPRESSION :** Imprimé avec des encres végétales par l'Imprimerie de la Centrale Lens, 62302 Lens, mai 2019 – **ISSN :** 1295-5760

Document téléchargeable sur www.fnau.org

FÉDÉRATION NATIONALE DES AGENCES D'URBANISME

22, RUE JOUBERT – 75009 PARIS – FRANCE
01 45 49 32 50 – FNAU@FNAU.ORG – WWW.FNAU.ORG