

L'OBSERVATOIRE

de la Petite Entreprise

Fédération des Centres de Gestion Agréés • Banque Populaire

ÉTUDE RÉALISÉE AUPRÈS DES PETITES ENTREPRISES ADHÉRENTES
DES CENTRES DE GESTION AGRÉÉS, MEMBRES DE LA FCGA2^{ème} Trimestre 2014

Tendances

- 2,1 %

2^{ème} trimestre 2014/
2^{ème} trimestre 2013

- 0,9 %

juillet 2013 - juin 2014/
juillet 2012 - juin 2013

Croissance zéro au deuxième trimestre 2014 ! Dans un tel contexte, l'indice activité des petites entreprises se dégrade à nouveau (- 2,1 %) et confirme le net ralentissement des affaires dans le commerce de détail, l'artisanat du bâtiment et les services. Pourtant, sur la même période, les dépenses de consommation des ménages progressent à nouveau selon l'INSEE (+ 0,5 % après - 0,5 %). Les dépenses de consommation alimentaire se redressent (+ 0,9 % après - 0,9 %). En revanche, les dépenses en "biens fabriqués" sont stables (+ 0,1 % après 0,0 %). Si les achats d'automobiles (+ 0,4 % après - 1,4 %) et les dépenses en biens d'équipements (+ 2,9 % après + 1,0 %) accélèrent, les dépenses d'habillement reculent (- 2,0 % après + 0,6 %). Par ailleurs, les dépenses de consommation en services progressent modérément (+ 0,2 % après + 0,1 %).

Indices sectoriels

2^{ème} T 2014/2^{ème} T 2013

12 derniers mois

COMMERCE ET SERVICES

-0,4%

-0,7%

ALIMENTAIRE

2,7%

1,1%

SERVICES

-0,2%

-0,3%

BÂTIMENT

-7,3%

-1,1%

EQUIPEMENT DE LA MAISON ET DE LA PERSONNE

-3,5%

-3,3%

ZOOM

Les jeux de la crise

La Française des Jeux a décroché le gros lot ! Grande gagnante de la crise, elle a réalisé un chiffre d'affaires record de 12,35 milliards d'euros en 2013.

Cet accroissement spectaculaire des dépenses en jeux des Français semble toujours d'actualité au deuxième trimestre 2014. Les débiteurs de tabac, journaux et jeux enregistrent une hausse de chiffre d'affaires de 3,3 % sur la même période. Premier réseau de commerces de proximité de France avec 27 000 points de vente implantés sur l'ensemble du territoire national, ils assurent 96,7 % des ventes de jeux, en hausse de 1,7 % par rapport à 2012.

Phénomène nouveau, les achats de jeux sur Internet ne menacent pas encore les détaillants ; mais il enregistre un développement rapide : + 5,5 % en 2013, soit 410 millions d'euros. C'est peu par rapport au total des ventes (12,35 milliards d'euros) et les joueurs restent visiblement fortement attachés aux points de vente traditionnels.

Le montant moyen de la mise hebdomadaire est de 8,80 euros par personne. Soit un peu moins que les 8,90 euros enregistré en 2012. C'est le nombre de joueurs qui a augmenté : selon la FDJ, on comptait 27,1 millions parieurs en 2013, contre 26,3 millions l'année précédente. Soit 800 000 joueurs de plus. Sur le total des ventes engrangées, plus de 11,5 milliards



© Nasser NEGROUCHE

d'euros ont été redistribués. Aux joueurs, tout d'abord : FDJ a ainsi reversé 8,07 milliards d'euros à ses gagnants, soit 65,4 % des mises (+ 0,5 points par rapport à 2012). Mais aussi à la collectivité, aux commerces de proximité et à l'entreprise FDJ.

Au coeur du dispositif de distribution des jeux, les buralistes ont un double statut de commerçant indépendant et de préposé de l'Administration en charge de missions de service public que lui délègue l'Etat. Ils se voient confier, par l'intermédiaire de la Direction générale des Douanes et Droits indirects le monopole de la vente au détail du tabac et des produits de services publics (timbres fiscaux, paiement des amendes). Ce sont donc des entrepreneurs individuels (obligation d'exercer en nom propre ou en SNC). La profession réalise un chiffre d'affaires de 31 milliards d'euros et emploie 100 000 personnes.

Taux d'accroissement du chiffre d'affaires

2^{ème} trimestre 2014 / 2^{ème} trimestre 2013

AGRICULTURE SYLVICULTURE OSTREICULTURE :

Parcs et jardins 2,0 % **2,0%**

AUTOMOBILE - MOTO :

Carrosserie automobile - 2,8 % **- 3,2%**
Auto, vente et réparation - 3,5 %
Moto vente et réparation - 1,1 %

CAFÉ - HÔTELLERIE - RESTAURATION :

Hôtel-Restaurant - 1,5 % **- 1,2%**
Hôtellerie de plein air - 3,2 %
Restauration - 1,7 %
Café 1,2 %

BÂTIMENT :

Couverture - 3,8 % **- 7,3%**
Maçonnerie - 7,9 %
Electricité - 6,9 %
Plomberie-Chauffage-Sanitaire - 8,9 %
Plâtrerie-Staff-Décoration - 9,1 %
Menuiserie - 9,1 %
Carrelage-faïence 1,3 %
Peinture bâtiment - 7,8 %
Terrassements-Travaux publics - 3,4 %

BEAUTÉ - ESTHÉTIQUE :

Parfumerie 1,3 % **0,0%**
Coiffure 0,0 %
Esthétique - 0,2 %

COMMERCE DE DÉTAIL ALIMENTAIRE :

Charcuterie 1,7 % **2,7%**
Boulangerie-Pâtisserie 2,3 %
Pâtisserie 21,7 %
Alimentation générale 1,4 %
Fruits et Légumes - 0,1 %
Boucherie-Charcuterie 2,5 %
Poissonnerie-Primeurs 1,2 %
Vins, spiritueux, boissons diverses 2,1 %
Crèmerie 3,1 %2^{ème} trimestre 2014 / 2^{ème} trimestre 2013

CULTURE & LOISIRS :

Librairie-papeterie-presse - 0,5 % **2,5%**
Articles sport, pêche et chasse 0,0 %
Tabac-journaux-jeux 3,3 %
Studio photographique - 5,2 %
Commerce-réparation cycles 8,8 %
scooters

ÉQUIPEMENT DE LA MAISON :

Ebénisterie - 19,5 % **- 5,6%**
Electroménager-TV-HIFI - 3,6 %
Magasins de bricolage - 1,1 %
Fleuriste - 4,4 %
Meuble - 14,2 %
Vaisselle, verrerie, faïence, lumin 3,5 %

ÉQUIPEMENT DE LA PERSONNE :

Mercerie-Lingerie-Laine 2,5 % **- 0,9%**
Vêtements enfants 9,6 %
Prêt-à-porter - 1,5 %
Chaussures 2,6 %
Maroquinerie et articles de voyage - 6,8 %
Horlogerie-Bijouterie - 6,1 %

SANTÉ :

Pharmacie - 0,6 % **- 0,6%**
Optique-lunetterie - 1,3 %

SERVICES :

Laverie pressing - 2,9 % **1,3%**
Entreprise de nettoyage 1,4 %
Agence immobilière 5,0 %
Pompes funèbres - 2,9 %

TRANSPORTS :

Taxis-Ambulances - 2,4 % **- 0,5%**
Transport de marchandises 0,3 %

Tendance croissante dans la boulangerie

On a eu chaud dans les fournils ! Après la chute enregistrée au début de l'année (- 2,4 %), l'indice d'activité renoue avec la croissance dans les boulangeries artisanales au second trimestre 2014 : + 2,3 %. C'est l'une des plus fortes hausses de chiffre d'affaires du commerce de détail alimentaire. Qualité du pain fabriqué sur place, diversité

des spécialités boulangères, développement de l'activité sandwicherie et restauration, accueil et conseil : les artisans du pain font valoir leurs atouts naturels dans un contexte de revalorisation de la consommation alimentaire de proximité.

Nouvelle secousse dans le bâtiment

A l'exception des entreprises de carrelage-faïence qui enregistrent une légère hausse de chiffre d'affaires (+ 1,3 %), toutes les professions de l'artisanat du bâtiment plongent au deuxième trimestre 2014. Et pour certaines, c'est le grand saut : menuiserie (- 9,1 %), plomberie (- 8,9 %), maçonnerie (- 7,9 %) ... En moyenne, l'activité du secteur

régresse de 7,3 % sur la même période. Dans une note de conjoncture portant sur la même période, la Confédération de l'artisanat et des petites entreprises du bâtiment (CAPEB) souligne qu'il s'agit du 9^{ème} trimestre consécutif de baisse d'activité et s'alarme de la situation préoccupante dans le neuf.

Synthèse des principaux enseignements de l'enquête INSEE consacrée à l'activité du commerce en 2013

L'activité selon les formes de vente

Dans le commerce de détail, les ventes en volume diminuent pour la deuxième année consécutive (- 0,7 % après - 0,5 % en 2012). Comme les années précédentes, les ventes sont plus dynamiques dans le secteur non alimentaire (+ 0,2 %) que dans l'alimentaire (- 1,5 %). L'année 2013 est par ailleurs marquée par un net ralentissement des prix de vente au détail. Après une progression de l'ordre de 2 % en 2011 et 2012, ils sont quasiment stables en 2013. En 2013, comme en 2012, tous les secteurs du commerce alimentaire sont confrontés à une baisse d'activité en volume. Les ventes des magasins d'alimentation spécialisée et d'artisanat commercial diminuent de 1,8 %, à un rythme un peu moins fort qu'en 2012. Celles du commerce de détail de produits surgelés reculent de 3,1 %.

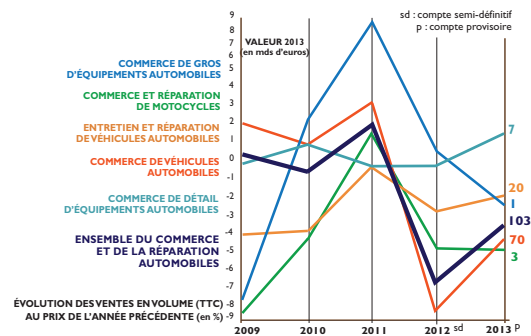
FORMES DE VENTE	Evolution des ventes en volume prix (TTC) de l'année précédente (en %)					Valeur 2013 (en Mds d'euros)
	2009	2010	2011	2012	2013	
COMMERCE À DOMINANTE ALIMENTAIRE EN MAGASIN	-0,8	0,6	1,5	-1,4	-1,5	240
ALIMENTATION SPÉCIALISÉE ET ARTISANAT COMMERCIAL **	-1,1	-0,8	1,4	-2,5	-1,8	43
PETITES SURFACES D'ALIMENTATION GÉNÉRALE ET MAGASINS DE PRODUITS SURGELÉS	0,6	6,4	-2,2	-1,4	-0,9	15
GRANDES SURFACES D'ALIMENTATION GÉNÉRALE	-0,9	0,5	1,9	-1,2	-1,5	182
COMMERCE NON ALIMENTAIRE EN MAGASIN	-0,9	3,5	1,7	0,4	0,2	221
GRANDS MAGASINS ET AUTRES MAGASINS NON ALIMENTAIRES NON SPÉCIALISÉS	-2,4	1,8	3,2	1,1	0,3	8
MAGASINS NON ALIMENTAIRES SPÉCIALISÉS (y.c.pharmacies)	-0,8	3,5	1,7	0,3	0,2	212
EQUIPEMENTS DE L'INFORMATION et de la COMMUNICATION	4,7	0,5	11,5	1,9	7,5	9
AUTRES EQUIPEMENTS DU FOYER	-0,2	2,9	-1,1	-1,0	-0,4	48
BIENS CULTURELS ET DE LOISIRS	-7,0	1,4	1,6	-1,6	-3,2	24
AUTRES COMMERCES DE DÉTAIL EN MAGASIN SPÉCIALISÉ :	1,8	4,3	2,5	1,4	0,9	116
Habillement - Chaussures	-0,3	4,0	1,4	0,2	-0,1	35
AUTRES EQUIPEMENTS DE LA PERSONNE	0,3	5,7	3,2	2,5	-1,7	19
PHARMACIES, ARTICLES MÉDICAUX ET ORTHOPÉDIQUES	5,0	4,1	3,6	2,2	3,8	41
CARBURANTS	-12,1	6,1	-1,3	-1,4	-1,9	15
COMMERCE HORS MAGASIN	-3,3	-2,0	0,6	0,1	-0,3	28
ENSEMBLE COMMERCE DE DÉTAIL ET ARTISANAT COMMERCIAL	-1,0	1,7	1,6	-0,5	-0,7	489

sd : compte semi-définitif ; p : compte provisoire.
 * L'activité de certaines entreprises relève de plusieurs formes de vente (par exemple hypermarchés, supermarchés et petites surfaces d'alimentation) ; leurs ventes sont alors réparties entre ces formes de vente.
 ** Artisanat commercial : boulangeries, pâtisseries, charcuteries.

L'ACTIVITÉ DES FORMES DE VENTE * DU COMMERCE DE DÉTAIL

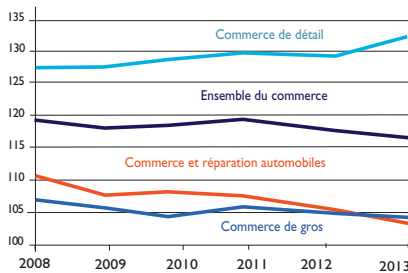
Commerce et réparation automobiles

En 2013, les ventes au détail de l'ensemble des secteurs du commerce et de la réparation automobiles accusent un nouveau recul (- 3,3 %), après une année 2012 particulièrement difficile (- 6,6 %). Les achats de voitures neuves accélèrent en fin d'année, car les consommateurs anticipent un nouveau durcissement des conditions du bonus écologique. Mais ce mouvement n'est pas suffisant pour compenser la baisse continue des ventes au premier semestre 2013. Au final, l'activité du commerce de véhicules automobiles se replie de 4,1 % en volume en 2013, après avoir déjà très fortement diminué en 2012 (- 8,2 %).



LES VENTES AU DÉTAIL DU COMMERCE ET DE LA RÉPARATION AUTOMOBILES

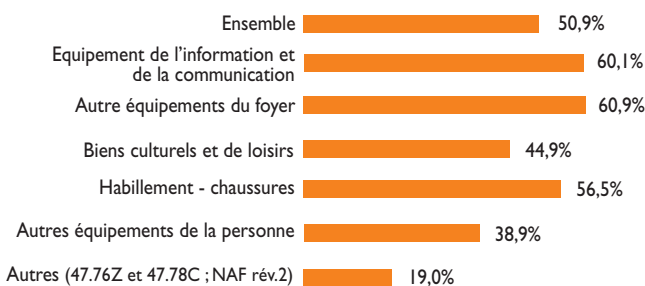
Evolution des effectifs salariés



Source : Insee, estimations d'emploi.

ÉVOLUTION DES EFFECTIFS SALARIÉS DANS LE COMMERCE

Part du grand commerce



PART DU CA (HT) DU GRAND COMMERCE

DANS LE COMMERCE NON ALIMENTAIRE EN MAGASIN SPÉCIALISÉ EN 2013

Fin 2013, un peu plus de trois millions de salariés (hors intérim) travaillent dans le commerce hors artisanat commercial, soit 18,8 % des salariés de l'ensemble des secteurs principalement marchands. Plus de la moitié d'entre eux exercent dans le commerce de détail, et près d'un tiers dans le commerce de gros. Les non-salariés représentaient 389 000 emplois dans le commerce fin 2011, soit 11 % de l'emploi total. Au cours de l'année 2013, le commerce perd 12 000 emplois salariés, soit une baisse de ses effectifs de 0,4 %. Cette diminution est de même ampleur que celle de l'ensemble des secteurs principalement marchands.

Le grand commerce non alimentaire spécialisé correspond à la grande distribution non alimentaire spécialisée. Il représente la moitié de l'activité et 46 % des emplois salariés des secteurs du commerce de détail non alimentaire en magasin spécialisé. Son poids est prédominant dans les secteurs des autres équipements du foyer (électroménager, meubles...), dont il réalise 61 % du chiffre d'affaires hors taxes, dans ceux de l'information et de la communication (60 %), de l'habillement-chaussures (57 %) et des biens culturels et de loisirs (45 %). En 2013, l'activité du grand commerce ralentit : son chiffre d'affaires augmente de 2 % en volume, après + 3,3 % en 2012.



© CDF

Francis PALOMBI

Président de la Confédération des commerçants de France

L'Observatoire de la Petite Entreprise (OPE) : En 2013, selon l'INSEE, le commerce de détail enregistre une baisse de - 0,7% en volume. Comment analysez-vous cette conjoncture ?

Francis PALOMBI : Sur un plan général, en dehors de certains secteurs ponctuellement concernés par la saisonnalité, nous constatons un maintien du chiffre d'affaires, voire des progressions notamment chez les PME-TPE de la distribution.

C'est très encourageant pour les secteurs d'activités et la typologie d'entreprises que je représente au sein de la Confédération des commerçants de France (CDF).

Je dois préciser que les commerçants adhérents de nos fédérations se situent plus particulièrement dans des créneaux de prix, moyens et moyens supérieurs, offrant des spécialisations, la qualité, ce qui pourrait expliquer leur bonne tenue.

La baisse générale que l'on constate de - 0,7 % est bien évidemment relative à la crise, à la baisse du pouvoir d'achat et à la montée constante du chômage. Autre constat d'évidence, la grande distribution, les grandes enseignes plutôt situées dans l'entrée et le bas de gamme, exposées à une concurrence "farouche" et permanente, influent sur ce résultat négatif. Je ne vous cache pas que ce constat est encourageant pour les PME-TPE du commerce que je représente.

OPE : Le commerce de détail crée toujours de l'emploi. Comment expliquez-vous cette performance ?

Francis PALOMBI : Comme je l'ai évoqué dans ma réponse précédente, le commerce de détail, notamment via les PME-TPE, est moins impacté par la course aux prix toujours plus bas, par l'hyper concurrence que se livrent les grands distributeurs, par les technologies qui suppriment des emplois, particulièrement au sein de la grande distribution. De par son organisation, son adaptabilité, sa flexibilité, les embauches à temps partiel, l'apprentissage, le commerce de détail embauche. Autre facteur qui pourrait expliquer cette tendance : la qualité des emplois créés qui bien souvent ne relèvent pas d'emplois précaires. Pourtant, les aides à la création d'emplois sont surtout favorables aux plus grandes entreprises. Nous attendons avec impatience

les effets de la prime à l'apprentissage. Sans vouloir me montrer exagérément optimiste, j'ai confiance en l'avenir par rapport au commerce de détail PME et TPE, à la condition qu'il se regroupe, qu'il se modernise, notamment via le e-commerce. Le commerce indépendant associé représente 30 % de la consommation nationale générale, c'est encourageant !

OPE : Le nombre de créations d'entreprises dans le commerce diminue en 2013. Pour quelles raisons selon vous ?

Francis PALOMBI : Les possibilités de créations d'entreprises sont réelles, même pendant une crise surtout au travers des PME-TPE. Je citerai un exemple concret : deux jeunes entrepreneurs qui viennent de créer une structure de livraisons à vélo. Ils ouvrent des agences dans toute la France et ils embauchent ! Néanmoins, pourquoi la création d'entreprise est à la baisse ? Et que proposer pour y remédier ? Voici quelques pistes :

- Renforcer la formation des petites entreprises, notamment sur tout ce qui concerne la nouvelle économie numérique. Le retard dans ce domaine les fragilise et réduit leurs chances de trouver un repreneur.

- La frilosité du système bancaire, surtout vis-à-vis des PME-TPE est un grand frein à la création d'entreprise. Que fait actuellement la BPI pour soutenir les commerçants ?
- État, CCI, Pôle Emploi doivent s'allier pour favoriser les créations d'entreprises, via de la pédagogie accrue et de la simplification.
- La charge fiscale reste parfois injuste et proportionnellement trop importante par rapport aux grandes sociétés du commerce de détail.

- Les implantations commerciales délibérées sont un frein à la création d'un certain type de commerce (PME-TPE).

- La loi LME en ultra libéralisant, en réduisant les délais de paiements dans les secteurs à rotation lente a fragilisé la trésorerie des petites entreprises.

- Il faut enfin une politique des loyers plus juste et plus normale, surtout dans les grandes villes.

J'espère que ces quelques mots contribueront à redonner l'espoir à ceux qui l'auraient perdu. J'ai confiance en l'esprit d'entreprise dans les TPE du commerce de détail !

Méthodologie

Les indices d'activité sont calculés chaque trimestre, à partir des chiffres d'affaires d'un échantillon de 15 000 petites entreprises de l'artisanat, du commerce et des services.

Pour toute demande d'information sur les indicateurs, contactez la FCGA : 01.42.67.80.62 - E-mail : info@fcga.fr

La FCGA et les Banques Populaires s'associent pour publier chaque trimestre l'évolution des chiffres d'affaires des principaux métiers de l'artisanat, du commerce et des services. Les chiffres publiés proviennent de l'exploitation, par la FCGA, de données communiquées volontairement par les adhérents des CGA répartis sur l'ensemble du territoire.

Partenariat