

L'APPAREIL COMMERCIAL FRANÇAIS EN 1960

par

Claude QUIN

L'acuité actuelle des problèmes commerciaux, les discussions plus ou moins passionnées qu'ils provoquent chez les professionnels et jusque dans l'opinion publique, les tentatives de réforme de la distribution, la création à grand renfort de publicité de nouveaux types de magasins, sont autant de raisons pour faire le point de la situation du commerce français.

La connaissance de la distribution a fait récemment d'incontestables progrès. L'Institut National de la Statistique a publié fin 1960 les résultats d'un nouveau dépouillement du fichier des établissements industriels et commerciaux, plus précis et plus sûrs que les précédents. La préparation du IV^e Plan a été, par ailleurs, l'occasion, au sein de la Commission du Commerce, d'une plus large confrontation de données statistiques d'origine professionnelle ou publique dont le bilan permet aujourd'hui d'éclairer certaines zones restées jusqu'alors dans la pénombre. Enfin les récents travaux sur l'évolution de la consommation au cours des dix dernières années permettent de constater une nouvelle fois que consommation et distribution sont deux phénomènes étroitement liés et que les modifications de structure de l'appareil commercial français épousent assez fidèlement celle des budgets familiaux.

De 1950 à 1960 la consommation en volume a augmenté de 57 % alors que le nombre total des établissements commerciaux au sens large du terme a diminué de 3,6 % passant de 1 228 000 à 1 183 000. Ce mouvement n'a toutefois pas affecté d'une manière identique les différentes branches du commerce et les variations constatées sont très parallèles à celles des principaux postes de la consommation : diminution assez nette des commerces alimentaires (notamment des établissements d'alimentation générale), des débits de boissons et des commerces textiles, augmentation sensible de la plupart des commerces non alimentaires.

Cette contraction de l'appareil commercial s'est accompagnée d'un accroissement d'un tiers de la taille moyenne des établissements et d'un très net recul des établissements sans salariés.

Malgré ces modifications le commerce indépendant n'en détient pas moins une forte position. Représentant 93 % du nombre des établissements et employant 87 % des salariés, il a réalisé en 1960 86 % du chiffre d'affaires total de la distribution.

Le commerce concentré, dont la part dans les transactions commerciales a passé de 10,2 à 14 % de 1950 à 1960, présente une pénétration à peu près identique dans les secteurs alimentaire et non alimentaire, mais très inégale selon les catégories de produits à l'intérieur de ces secteurs. Le commerce concentré se spécialise surtout dans les biens de consommation courante, exigeant un minimum de préparation et de manutention et permettant une rotation accélérée des stocks.

Les transformations de l'appareil commercial, pour importantes qu'elles soient, ne sont pas aussi profondes qu'on l'imagine. La progression des commerces concentrés est certaine mais ne saurait être assimilée à une révolution des structures de la distribution. Le petit commerce constitue encore l'armature essentielle de l'activité commerciale.

Cette constatation ne saurait toutefois engager l'avenir, car les grands courants actuels affectant la vie économique et sociale, tels que le développement de l'urbanisation ou les progrès de l'intégration en agriculture, vont accentuer et précipiter les tendances qui ont commencé de se dégager au cours des dernières années.

PREMIÈRE PARTIE

LES ÉTABLISSEMENTS COMMERCIAUX EN 1960

L'exploitation du fichier des établissements fait apparaître en 1960 l'existence de 791 000 établissements commerciaux proprement dits et 1 195 000 établissements commerciaux au sens large du terme (tableau n° 1). Ces chiffres ne diffèrent pas sensiblement de ceux qui ressortent du dépouillement effectué par l'I.N.S.E.E. en 1958 (1).

Cette stabilité d'ensemble masque cependant certains mouvements particuliers qui, pour n'être pas très marqués, n'en sont pas moins significatifs. Le nombre des commerces « proprement dits » s'inscrit en hausse d'environ 3 500 unités mais les commerces alimentaires, ainsi que les commerces non sédentaires, sont pour leur part en baisse marquée (— 7 500 établissements pour les premiers, — 1 000 établissements pour les seconds). L'accroissement du nombre des établissements du commerce proprement dit est donc imputable aux seuls commerces non alimentaires. L'évolution récente fait également apparaître une baisse du nombre des hôtels, cafés, restaurants (— 4 000 unités) et à l'inverse, une hausse légère du nombre des « intermédiaires et auxiliaires du commerce ». Au total cependant, la physionomie de l'appareil commercial reste en 1960 très semblable à celle de 1958.

Au sein du commerce proprement dit les commerces alimentaires (non sédentaires compris) continuent à représenter avec 385 000 établissements environ 50 % du nombre total mais légèrement plus que l'ensemble des commerces non alimentaires (non sédentaires compris) dont on dénombre 359 000 établissements. En pourcentage, la part des principales branches d'activité s'établit ainsi (tableau n° 2) :

(1) Une première photographie de l'appareil commercial français a été donnée à cette même place il y a deux ans — *Consommation* N° 1-1960, pages 31 à 75. Les indications de méthode définies alors demeurent entièrement valables.

TABEAU I
LES ÉTABLISSEMENTS COMMERCIAUX EN 1960

N° de la nomenclature	Branches d'activité	Commerces de gros			Commerces de détail	TOTAL
		Enclavés	Non enclavés	Total		
67-70	Commerces alimentaires sédentaires ...	—	47 561	47 561	301 794	349 355
	Commerces non alimentaires sédentaires dont					
73-74	Matières premières, Quincaillerie, Combustibles, Véhicules.	20 381	9 850	30 231	74 606	104 837
75	Textile, Habillement, Cuir.	3 045	7 785	10 830	82 894	93 724
76	Divers.	—	3 275	3 275	72 650	75 925
79	Récupération.	12 630	—	12 630	—	12 630
713-718-719	Commerces mal désignés.	—	83	83	44	127
918	Pharmacie-Herboristerie.	—	—	—	17 158	17 158
	Ensemble	36 056	20 993	57 049	247 352	304 401
691-701-702	Commerces de produits agricoles.	6 918	15 411	22 329	14 794	37 123
72	Commerces non sédentaires.	—	—	—	90 180	90 180
71	Commerces multiples.	—	—	—	6 611	6 611
	Ensemble des commerces proprement dits	42 974	83 965	126 939	660 731	787 670
77-78	Hôtel, Café, Restaurant. dont Café-Épicerie, Boulangerie-Café, Tabac-Épicerie. 47 326				280 316	280 316
89 (sauf 895-896)	Prestataires de services.				78 778	78 778
80-81	Intermédiaires et Auxiliaires du Commerce				44 854	44 854
	TOTAL GÉNÉRAL					1 191 618

TABEAU 2
RÉPARTITION DES ÉTABLISSEMENTS COMMERCIAUX
(commerces proprement dits)

	Nombre total d'établissements	%
Commerces de produits agricoles	37 120	4,7
Commerces alimentaires.	385 000	48,9
Commerces multiples.	6 610	0,8
Commerces non alimentaires.	359 040	45,6
	787 670	100

La part des commerces alimentaires dans l'ensemble des établissements commerciaux apparaît légèrement supérieure à celle des commerces non alimentaires alors que dans la consommation totale la part de l'alimentation et des boissons (41 % pour 1960) est nettement inférieure à celle de la consommation non alimentaire (59 %).

Il ne faut pas conclure hâtivement de cette comparaison à une moindre efficacité des commerces alimentaires. Le chiffre d'affaires moyen de ceux-ci

est en effet très comparable à celui des commerces non alimentaires. Cette anomalie apparente s'explique par le fait qu'un pourcentage non négligeable des dépenses de consommation ne passe pas par le circuit commercial et que ce pourcentage est nettement plus important pour la consommation non alimentaire que pour la consommation alimentaire. La consommation alimentaire commercialisée s'élève en effet à 64,2 milliards de NF alors que la consommation non alimentaire commercialisée ne s'établit qu'à 60,5 milliards de NF ⁽¹⁾.

Taille des établissements

Si le chiffre d'affaires moyen par établissement est à peu près identique dans les deux grands secteurs du commerce, ce chiffre d'affaires présente des variations considérables d'un secteur à l'autre. La taille des établissements varie en effet dans de très fortes proportions.

Malheureusement ces disparités ne sont pas facilement mesurables. En l'absence d'un véritable recensement de la distribution ⁽²⁾, les seuls éléments de documentation disponibles sont constitués par des évaluations de source privée établies à partir d'enquêtes partielles réalisées par des organismes spécialisés tel le Panel S.T.A.F.C.O. ou l'Index NIELSEN.

C'est ainsi que le Panel S.T.A.F.C.O. ⁽³⁾ étudiant la structure des commerces des biens de consommation courante (essentiellement Alimentation Générale) fait état de la répartition suivante, en 1959, pour 182 650 magasins réalisant un chiffre d'affaires total de l'ordre de 20 milliards de NF.

TABLEAU 3
Source S.T.A.F.C.O.
**DISPERSION DES ACTIVITÉS COMMERCIALES
DANS L'ALIMENTATION GÉNÉRALE**

	Pourcentage des ventes (en %)	Nombre d'établissements	Vente moyenne annuelle par établissement (en NF)	Vente par jour ouvrable (en NF)
Grands magasins. Magasins populaires ..	20	650	6 000 000	20 000
Succursales et Coopératives de consommation.	33	30 000	210 000	700
« Indépendants »	47	152 000	62 000	207
Dont :				
gros.		20 000	170 000	600
moyens		65 000	75 000	270
petits		67 000	17 000	60

(1) Cf. Tableau en annexe.

(2) Ce recensement, dont le principe a été retenu, devrait être effectué en 1965.

(3) Voir Commissariat Général du Plan d'Équipement et de la Productivité. Rapport de la Commission du Commerce pour le 4^e Plan, p. 23.

L'index NIELSEN présente pour l'année 1961 des indications très semblables. Sans attacher une valeur rigoureuse à ces évaluations, il apparaît néanmoins que des écarts considérables séparent les résultats d'unités commerciales de spécialité très voisine et qu'en conséquence un nombre appréciable de points de vente constitue des commerces d'appoint dont l'activité est souvent précaire.

Situation du commerce de gros

Le nombre des grossistes a pu être cerné avec beaucoup plus de précision au dépouillement de 1960 qu'aux précédents dépouillements du fichier des établissements. La nouvelle nomenclature des activités économiques permet, en effet, d'isoler l'activité « grossiste » des autres activités commerciales sans difficultés majeures. Le nombre des grossistes n'en demeure pas moins élevé : 127 000 établissements. Mais ce chiffre ne saurait être rapproché, sans précautions, du nombre des établissements de détail : 660 700. De nombreux grossistes ont en effet une activité se situant à un stade intermédiaire entre les entreprises de production et celles de transformation. Ils sont ainsi en contact direct non avec des « revendeurs au détail » mais avec des « utilisateurs » ⁽¹⁾, il n'y a donc pas lieu d'en tenir compte si l'on rapproche le nombre des grossistes de celui des détaillants. De plus il convient d'ajouter aux établissements de détail, les nombreux « rayons » des commerces non spécialisés que les grossistes doivent approvisionner au même titre que les établissements spécialisés ⁽²⁾. Enfin un établissement de détail ne s'adresse pas à un seul grossiste, mais à plusieurs.

L'efficacité des commerces de gros ne saurait donc se mesurer au seul rapprochement de deux chiffres simples. Mais le nombre des grossistes n'en est pas moins supérieur en France à ce qu'il est dans la plupart des autres pays de structure commerciale comparable.

Nous avons tenté de séparer à l'intérieur du Commerce de gros ⁽³⁾ les grossistes « enclavés » entre deux stades de la production, des grossistes dont la fonction essentielle est l'approvisionnement du commerce de détail. Ceux-ci apparaissent les plus nombreux, environ 84 000, mais le nombre des grossistes « enclavés » n'est pas négligeable puisqu'on en recense près de 43 000. Le nombre de ceux-ci est, bien sûr, particulièrement important dans quelques branches d'activité : matières premières, quincaillerie, combustibles, véhicules, etc... Nous avons considéré en outre, comme commerce de gros « enclavé », l'ensemble des commerces dits de récupération : 12 630, et certains commerces de produits agricoles : 6 918 (commerces de bestiaux notamment).

Densité des établissements commerciaux

La densité des établissements commerciaux paraît toujours élevée comme le montre le tableau ci-après. Avec 1 établissement de vente au détail pour 68 habitants, la France se situe au même niveau que l'Italie. Mais si elle se trouve mieux placée que la Belgique et les Pays-Bas, elle n'en possède pas moins un appareil commercial beaucoup moins concentré que l'Allemagne de l'Ouest, l'Angleterre, la Suède et les U.S.A.

(1) Quelques chiffres sur le commerce intérieur français (2^e édition), p. 8, Association Française de Recherches et d'Études statistiques commerciales.

(2) A titre d'exemple : s'il existe 9 000 établissements spécialisés dans la vente de fruits et légumes au détail on compte en fait 130 000 points de vente de fruits et légumes.

(3) Cf. Tableau I.

TABLEAU 4

Source I.N.S.E.E.

DENSITÉ DES ÉTABLISSEMENTS COMMERCIAUX

Commerces proprement dits.....	1 établissement pour	58	habitants
dont commerces au détail :.....	1 —	68	—
commerces alimentaires et agricoles			
au détail :.....	1 —	129	—
commerces multiples et non alimen-			
taires au détail :.....	1 —	147	—
Hôtels, restaurants, débits de boissons....	1 —	162	—
dont : débits de boissons :.....	1 —	339	—
Prestataires de services.....	1 —	577	—
Intermédiaires.....	1 —	1 014	—
Ensemble des activités commerciales.	1 —	38,2	—

Une telle comparaison n'est cependant pas sans risques. La densité commerciale varie en effet d'un pays à un autre, selon divers paramètres. La dispersion de la population en une multitude de communes contribue, en France notamment, à l'émiettement de l'appareil commercial. On y dénombre 38 000 communes dont 36 000 de moins de 2 000 habitants. Le nombre total des communes dans les 5 autres pays du Marché Commun n'est pas supérieur à celui de la France. 37 % de la population française vit dans les communes de moins de 2 000 habitants contre 18,5 % en Allemagne de l'Ouest et 7 % en Italie. A l'inverse seulement 23 % de la population française habite les villes de plus de 50 000 habitants contre 30,5 % en Italie et 40 % en Allemagne de l'Ouest. La taille des magasins joue également un rôle important, de même que « l'attraction commerciale » provoquée par telle ou telle forme de commerce ou type de magasin. La notion de densité commerciale doit donc être utilisée avec prudence. Il est néanmoins intéressant de pouvoir situer à l'aide d'un indice simple, l'état d'évolution de l'appareil commercial français.

DEUXIÈME PARTIE**LES TRANSFORMATIONS
DE L'APPAREIL COMMERCIAL 1950-1960**

Même si les modifications de l'appareil commercial depuis deux ans apparaissent faibles, la structure de l'appareil commercial ne saurait néanmoins être considérée comme statique. Depuis les lendemains de la seconde guerre mondiale, la physionomie d'ensemble de l'appareil commercial se modifie peu à peu. Ces mouvements traduisent une évolution structurelle qui fut longtemps imperceptible mais qui va s'accéléralant.

Sous l'effet de ces transformations :

— l'appareil commercial s'allège progressivement :

le nombre des établissements commerciaux tend à décroître ;

— la taille des établissements s'élève :

ce sont les plus petits établissements qui disparaissent ;

— la densité commerciale se modifie :
la diminution des établissements commerciaux est inégale suivant les régions.

A) L'appareil commercial s'allège progressivement

Si l'on observe depuis dix ans une certaine contraction de l'appareil commercial, celle-ci n'en est pas moins difficile à mesurer avec précision. Les données statistiques élaborées à partir des différents dépouillements du fichier des Établissements de l'I.N.S.E.E., ou des travaux du Conseil National du Commerce et de l'Afresco se révèlent en effet assez peu homogènes. Certaines tendances se dégagent néanmoins qui ne sauraient être mises en doute même si leur amplitude peut être discutée.

a) La diminution du nombre total des établissements commerciaux

1) Les mouvements d'Inscription et de Radiation au Registre du Commerce

Le dépouillement des Inscriptions et Radiations d'activités commerciales au Registre du Commerce est effectué depuis le 1^{er} janvier 1951 par le Conseil National du Commerce. Les activités étudiées comprennent d'une part le « Commerce proprement dit » auquel le C.N.C. adjoint traditionnellement l'ensemble des débits de boisson et de tabac exerçant une double activité (café-épicerie, café-boulangerie...) et d'autre part, les intermédiaires.

Jusqu'en 1954, les résultats publiés concernaient aussi bien les créations et radiations d'établissements que l'adjonction à un magasin existant d'un nouveau rayon d'activité ou sa suppression. Depuis 1954, fonds de commerce et rayons sont l'objet de statistiques différentes. Cette distinction revêt une importance essentielle. En effet, si le nombre des rayons nouveaux s'accroît régulièrement, le nombre des établissements ne cesse de décroître bien qu'à un rythme moins régulier.

Du 1^{er} janvier 1951 au 31 décembre 1960, le solde des créations et cessations d'établissements et rayons s'élève à + 68 759 unités pour l'ensemble des commerces et à — 1 438 unités pour les intermédiaires. Comme l'indique ci-dessous le tableau n° 5, ce solde est constamment positif pour le secteur commerce, sauf en 1954, et constamment négatif pour les intermédiaires (1), sauf en 1951 et 1952.

TABLEAU 5

Source C.N.C.

SOLDE DES CRÉATIONS ET CESSATIONS D'ÉTABLISSEMENTS ET DE RAYONS

	1951	1952	1953	1954	1955	1956	1957	1958	1959	1960
Commerces	11 887	15 722	12 599	— 2 807	1 259	408	3 854	1 919	11 286	12 632
Intermédiaires . .	+ 1 007	+ 1 354	— 1 084	— 374	— 419	— 381	— 495	— 574	— 304	— 168

(1) Les intermédiaires comprennent les auxiliaires de commerce et de l'industrie (représentants, courtiers, commissionnaires) et les commerces, très peu nombreux, spécialisés dans la vente des timbres-primes.

Mais les mouvements de fonds ainsi envisagés, comprennent sous un même terme deux réalités différentes puisqu'ils regroupent aussi bien la création d'un nouvel établissement que l'adjonction à un magasin existant d'un nouveau rayon d'activité.

La ventilation de ces deux notions, réalisée depuis 1954, fait apparaître une diminution importante du nombre des établissements commerciaux dans le même temps où les extensions de rayons progressaient à un rythme rapide.

De 1954 à 1960, c'est-à-dire en 7 ans, le C.N.C. a enregistré au total la disparition de 35 060 établissements commerciaux et de 3 350 fonds d'intermédiaires. En fait, les disparitions d'établissements ont été plus nombreuses puisque les chiffres cités constituent des soldes qui tiennent compte des créations comme des radiations.

Importante jusqu'en 1958, la disparition des établissements commerciaux s'est sensiblement ralentie en 1959 et en 1960. Ce ralentissement paraît lié au développement de l'urbanisation. Il proviendrait de la création de nombreux établissements dans les centres commerciaux des nouveaux ensembles et du maintien du nombre des commerces dans les secteurs où la population a diminué. Les extensions d'activités, par contre, ont continué à croître. Il convient toutefois d'interpréter avec prudence cette dernière observation car les radiations d'activités sont en fait assez mal connues. Elles ne font pas toujours l'objet, en effet, — et il s'en faut de beaucoup — d'une radiation au Registre du Commerce. Le solde des nouveaux rayons se trouve donc généralement surestimé mais dans une mesure qu'il est difficile de chiffrer. On ne peut nier néanmoins que l'activité d'un grand nombre d'établissements commerciaux s'oriente vers la polyvalence.

La contraction de l'appareil commercial français que traduit, d'après le Conseil National du Commerce, la disparition en 7 ans de 35 000 établissements, s'accompagne donc d'une extension de la non spécialisation.

2) L'Exploitation du Fichier des Établissements

Les exploitations successives du fichier des Établissements traduisent, comme le dépouillement des inscriptions et radiations au Registre du Commerce, une diminution du nombre des Établissements commerciaux mais dans des proportions bien moindres (1).

Le nombre des établissements commerciaux accuse en effet une diminution qui est, de 1950 à 1960 :

- de 16 865 unités (2,10 % des établissements)
pour le commerce proprement dit,
- de 45 040 unités (3,60 % des établissements)
pour l'ensemble des activités commerciales au sens le plus large du terme.

Elle est particulièrement importante pour le secteur des Prestataires de Services dont le nombre se trouve réduit, en dix ans, de 31 429 unités, soit 8 % du nombre des Établissements existant en 1950.

(1) Le rapprochement des exploitations réalisé entre 1950 et 1960 par l'I.N.S.E.E. présente certaines difficultés en raison des modifications apportées au début de 1960 à la nomenclature des activités économiques. Nous nous sommes efforcés de les surmonter mais sans qu'il soit toujours possible de faire, de manière aussi détaillée que nous l'aurions souhaité, la comparaison des résultats.

Comme l'indique le tableau ci-dessous cette diminution régulière jusqu'en 1958 se ralentit ensuite.

TABLEAU 6
Source I.N.S.E.E.

**ÉVALUATION DU NOMBRE
DES ÉTABLISSEMENTS COMMERCIAUX DE 1950 A 1960**

ANNÉES	COMMERCES proprement dits	PRESTATAIRES de services	INTERMÉDIAIRES	TOTAL
1950	795 827	390 323	41 800	1 227 950
1954	787 209	368 398	42 356	1 197 963
1958	780 174	365 141	43 121	1 188 436
1960	778 962	358 894	44 854	1 182 910 ⁽¹⁾

On constate par ailleurs que de 1954 à 1960 le fichier de l'I.N.S.E.E. a enregistré la disparition de 8 247 établissements pour le commerce proprement dit et de 15 053 établissements pour l'ensemble des activités commerciales au sens le plus large du terme.

Entre ces chiffres et les décomptes établis par le Conseil National du Commerce (disparition de 38 000 établissements pour l'ensemble des activités commerciales) l'écart est important. Il le demeure, même si l'on ajoute aux 8 247 établissements du commerce proprement dit dont l'I.N.S.E.E. a constaté la disparition de 1954 à 1960, la diminution du nombre des débits de boisson et de tabac à double activité (2 500 établissements) considérés par le Conseil National du Commerce comme exerçant une activité commerciale au sens strict du terme. L'origine différente des documents qui ont servi à établir les statistiques explique en partie l'importance de cet écart.

La diminution du nombre des établissements commerciaux enregistrée par l'I.N.S.E.E. apparaît donc, au total, limitée, mais dans certaines branches elle se révèle relativement plus importante.

b) La diminution du nombre des établissements commerciaux est plus particulièrement sensible dans certaines branches d'activité

La contraction de l'appareil commercial n'affecte pas également toutes les branches d'activité du commerce ainsi que le montre l'analyse du tableau n° 7 ci-après. Elle est plus manifeste dans quelques branches : alimentation, commerces non sédentaires, prestataires de services. A l'inverse, les commerces non alimentaires enregistrent une sensible augmentation du nombre des établissements.

(1) Ce chiffre diffère de celui indiqué au tableau n° 1. Il a été établi pour permettre la comparaison de séries homogènes de 1950 à 1960.

TABLEAU 7

LES ÉTABLISSEMENTS COMMERCIAUX DE 1950 A 1960

D'après le fichier des établissements de l'I.N.S.E.E.

		1950	1954	1958	1960
I. — COMMERCE ALIMENTAIRES SÉDENTAIRES					
1° Commerces alimentaires spécialisés.					
* Fruits et Légumes	Gros	10 637	9 425	9 162	9 551
	Détail	10 000	10 042	8 900	8 057
	Ensemble	20 637	19 467	18 062	17 608
* Produits laitiers et de basse-cour.	Gros		8 065	8 271	8 533
	Détail		11 410	10 437	9 724
	Ensemble	19 986	19 475	18 708	18 257
* Viandes.	Gros		5 419	5 450	5 448
	Détail		67 950	68 298	68 171
	Ensemble	73 571	73 369	73 748	73 619
dont :					
Boucherie.	Détail		24 297	23 862	22 791
Charcuterie	—		15 054	15 073	15 470
Boucherie chevaline.	—		3 044	3 520	3 636
Triperie.	—		1 477	1 470	1 431
Boucherie-Charcuterie.	—		23 386	23 625	24 796
Sans autre indication	—		692	748	47
* Poissons et Coquillages	Gros		1 914	1 873	1 510
	Détail		5 654	5 690	6 050
	Ensemble	8 153	7 568	7 563	7 560
* Pain, Pâtisserie, Confiserie (1)	Gros		1 734	1 758	1 796
	Détail		62 873	62 540	62 605
	Ensemble	65 000 (1)	64 607 (1)	64 298 (1)	64 401
dont :					
411 Boulangeries seules	Détail	31 200	25 670	21 312	48 123
412 Boulangeries associées à une autre activité y compris Boulangerie-Épicerie	—	19 218	24 013	27 863	
413 Pâtisseries associées à une autre activité	—		4 612	5 090	11 080
Pâtisseries seules.	—	10 176	5 505	4 996	
Confiserie.	—		2 191	2 275	
Crème glacée	—	4 406	114	141	
Sans autres indications.	—		768	863	
* Boissons à emporter.	Gros	20 554	18 860	17 166	16 966
	Détail	9 400	8 593	7 750	6 650
	Ensemble	29 954	27 453	24 916	23 616
dont :					
Commerces indépendants	Détail		7 689	6 700	5 642
Commerces à succursales	—		904	1 050	1 008

(1) Non compris Dépôt de Pain ou de Pâtisserie seul ou avec Épicerie ou Café, voir commerce alimentaire non spécialisé.

TABLEAU 7 (suite)

LES ÉTABLISSEMENTS COMMERCIAUX DE 1950 A 1960

		1950	1954	1958	1960
Ensemble des commerces alimentaires spécialisés.	Gros		45 417	43 680	43 804
	Détail		166 522	163 615	161 257
	Ensemble	217 301	211 939	207 295	205 061
2° Commerces alimentaires non spécialisés.	Gros		5 261	4 253	3 757
	Détail		148 019	142 085	140 537
	Ensemble	158 549	155 280	146 338	144 294
dont :					
Épiceries y compris Épiceries					
dépôt de pain.....	Détail	125 749	119 060	110 901	105 518
Maisons à succursales et coo-					
pératives	—	32 800	34 220	35 437	35 019
Ensemble des commerces alimentaires sédentaires	Gros		50 678	47 933	47 561
	Détail		314 541	305 700	301 794
	Ensemble	375 850	365 219	353 633	349 355
II. — COMMERCES NON SÉDENTAIRES					
Alimentation générale, Viandes, Volailles, Poissons.....		42 000	36 150	35 850	35 543
Autres		56 600	56 758	50 172	48 418
Colporteurs		5 800	4 700	5 815	6 219
Ensemble		104 400	97 608	91 837	90 180
III. — COMMERCES MULTIPLES					
Grands Magasins		177	145	121	207
Magasins Populaires.....		159	209	237	470
Bazars-Galeries.....		5 770	5 825	5 765	874
Magasins à commerces multiples		1 065	1 051	1 027	5 060
Ensemble		7 171	7 230	7 150	6 611
IV. — COMMERCES NON ALIMENTAIRES SPÉCIALISÉS ET SÉDENTAIRES					
1° Matières premières, combustibles, quincaillerie, machines.....	Gros			28 053	27 886
	Détail			40 004	40 698
Ensemble		61 561	64 479	68 057	68 584

TABLEAU 7 (suite)

LES ÉTABLISSEMENTS COMMERCIAUX DE 1950 A 1960

		1950	1954	1958	1960
dont :					
73-13 Commerce de détail des charbons et agglomérés			11 625	11 360	
73228 Charbon de bois et combustible pour gazogène.			31	19	
73747 Planches et articles demi-finis en bois.			30	36	
74-1 Quincaillerie, coutellerie, marchands de couleurs, etc.			15 667	15 784	
74237 Machines et matériel agricole			537	768	
74257 Machines de bureau.			469	558	
74277 Matériel électrique et radio-électrique			4 224	5 444	
			32 683	33 969	
2° Automobiles, garages, cycles et motos non compris garages effectuant des réparations.	Gros			2 220	2 345
	Détail			17 369	25 682
	Ensemble	8 282	12 785	19 589	28 027
dont :					
Pompistes		2 900	3 710	5 000	8 794
3° Textile, Habillement, Cuir. ...	Gros		12 641	11 171	10 830
	Détail		88 453	84 321	82 894
	Ensemble	105 133	101 094	95 492	93 724
dont :					
Habillement, Tissus, Mercerie ..	Gros			8 030	8 002
	Détail			71 113	69 875
Chaussures et Cuirs	Gros			2 490	2 393
	Détail			12 675	12 508
Fourrures, Pelleteries.	Gros			651	435
	Détail			533	511
4° Divers	Gros			4 837 ⁽¹⁾	3 275 ⁽¹⁾
	Détail			71 333	72 650
	Ensemble	67 226	71 295	76 170	75 925
5° Commerces de récupération .		10 131 ⁽²⁾	12 681 ⁽²⁾	12 834 ⁽²⁾	12 630 ⁽²⁾
6° Commerces auxiliaires de la Santé		15 944	16 423	17 229	17 158
7° Commerces mal désignés ou sans autres indications	Gros				83
	Détail				44
	Ensemble	313	184	116	127

(1) Chiffres non comparables par suite du changement de nomenclature.

(2) Classé parmi les commerces de gros.

TABLEAU 7 (suite)

LES ÉTABLISSEMENTS COMMERCIAUX DE 1950 A 1960

		1950	1954	1958	1960
Ensemble des commerces non alimentaires, spécialisés, sédentaires.	Gros			59 115	57 049
	Détail			230 372	239 126
	Ensemble	268 590	278 941	289 487	296 175
V. — COMMERCES DE PRODUITS AGRICOLES (graines, plantes, petits animaux)					
	Gros		23 299	22 322	22 329
	Détail		14 912	15 765	14 794
	Ensemble	39 816	38 211	38 087	37 123
dont :					
Commerces de Petits animaux. .	Détail	—	188	250	273
Semences, graines et Plantes ...	Détail	—	3 506	3 525	6 521
Fleurs naturelles et Plantes d'ornement		—	5 222	6 242	6 907
Sans autres indications.			5 975	5 748	1 093
Récapitulation					
Commerces alimentaires sédentaires.	Gros			47 944	47 561
	Détail			305 700	301 794
	Ensemble	375 850	365 219	353 644	349 355
Commerces non alimentaires sédentaires.	Gros			57 930	57 049
	Détail			231 557	239 126
	Ensemble	268 590	278 941	289 487	296 175
Commerces non sédentaires. ...		104 400	97 608	91 837	90 180
Commerces multiples.		7 171	7 230	7 150	6 611
Commerces de produits agricoles non alimentaires.	Gros			22 322	22 329
	Détail			15 765	14 794
	Ensemble	39 816	38 211	38 087	37 123
	Total	795 827	787 209	780 174	779 444
VI. — HOTELS, CAFÉS, RESTAURANTS					
Hôtels et Restaurants		100 126	101 959	107 553	108 754
Débts de boissons seuls.		119 658	109 190	93 687	89 052
Débts de boisson associés à une autre activité		68 988	53 117	45 911	45 296
Débit de tabac seul.		8 865	8 553	11 502	11 579
Débit de tabac associé à une autre activité		17 386	18 500	25 906	25 365
	Ensemble	315 023	291 319	284 559	280 316
dont :					
Café, Épicerie, Boulangerie			43 959	37 990	37 116
Tabac, Épicerie, Boulangerie ...			5 969	10 544	10 310
VII. — PRESTATAIRES DE SERVICE		75 300	77 079	80 852	78 778
dont :					
Salon de Coiffure et Institut de Beauté.			55 278	55 765	55 909
Blanchisserie, Teinturerie			19 106	21 092	21 152
VIII. — INTERMÉDIAIRES		41 800	42 356	43 121	44 854
TOTAL GÉNÉRAL.		1 227 950	1 197 963	1 188 436	1 183 392

1. — Commerces Alimentaires

En 1950, le fichier des Établissements signalait l'existence de 375 850 commerces alimentaires sédentaires ⁽¹⁾. En 1960, on n'en dénombrait plus que 349 355. Entre ces deux dates, un peu plus de 25 000 établissements auraient donc cessé toute activité. De 1954 à 1960, la diminution est de 15 500 unités, ce chiffre est d'un ordre de grandeur proche de celui indiqué par le Conseil National du Commerce, pour la même période : 19 000 unités. En moyenne, 2 500 établissements d'alimentation ont donc cessé toute activité au cours de chacune des années 1950 à 1960.

Les commerces d'alimentation générale enregistrent, au sein de la branche alimentaire, la plus forte diminution. Celle-ci atteint entre 1950 et 1960 : — 14 300 unités, soit 9,3 % ⁽²⁾. On note également un recul, moins important en valeur absolue, mais tout aussi accentué, si ce n'est plus en valeur relative, de certains commerces alimentaires spécialisés : Fruits et Légumes (— 3 000 unités), Produits laitiers (— 1 500 unités), Boissons à emporter (— 6 300 unités). Dans tous ces cas, les commerces de gros paraissent affectés au même titre que les commerces de détail. Par contre, le nombre des Boulangeries-Pâtisseries et Confiseries, des Commerces de Viande et de Poisson apparaît remarquablement stable.

Cette distorsion semble étroitement liée aux phénomènes de non spécialisation dont nous avons précédemment montré l'importance. Les Fruits et Légumes, les Produits laitiers, les Boissons à emporter sont, en effet, les premiers rayons vers lesquels s'orientent les commerçants d'alimentation générale désireux d'étendre leur activité. L'adjonction d'un rayon de « Viande » ou de « Poisson » exige par contre un équipement plus complexe, plus spécialisé et plus coûteux, qui oblige à entreprendre une véritable reconversion.

Le cas des Boulangeries illustre parfaitement cette tendance, bien que sur un plan légèrement différent. Si le nombre total des boulangeries paraît stabilisé, le nombre des boulangeries associées à une autre activité ne cesse de se développer au détriment des boulangeries à rayon unique. Ces dernières, nettement les plus nombreuses en 1950, étaient en 1958 devenues minoritaires. En 1960, la situation constatée en 1950, se trouve exactement renversée.

Au sein des commerces alimentaires, la polyvalence progresse donc très rapidement. Elle est à la fois la cause (car elle réduit le chiffre d'affaires des commerces spécialisés) et la conséquence (car elle pallie les inconvénients d'une trop importante contraction de l'appareil commercial) de la diminution du nombre des établissements commerciaux.

2. — Commerces non sédentaires

Le nombre total des commerces non sédentaires estimé d'après le fichier des Établissements de l'Institut National de la Statistique à 104 400 établissements en 1950, se trouve ramené, en 1960, à 90 180 unités, soit une diminution de 14 200 unités (13,60 %). De 1954 à 1960 le recul atteint 7 500 unités, chiffre plus élevé que celui constaté par le Conseil National du Commerce pour la même période (4 000 unités). Cette diminution est à peu près également répartie entre les branches alimentaires et non ali-

(1) Ce chiffre comprend l'ensemble des Boulangeries-Pâtisseries.

(2) On notera avec intérêt que les cessations d'activité concernent exclusivement les commerces dits « indépendants » : Épiceries en gros ou de détail dont le nombre est en baisse de 16 500 unités (soit 13 %). Maisons à succursales et Coopératives progressent par contre, en 10 ans, de 2 200 unités.

mentaires ; on enregistre, en revanche, une très légère augmentation du nombre des colporteurs ⁽¹⁾.

3. — Prestataires de Services.

Le groupe des Prestataires de Services comprend des types d'établissements différents dont l'évolution n'est pas parallèle.

Si l'ensemble du groupe connaît une forte réduction qui atteint, en 10 ans, près de 35 000 unités, le nombre des Hôtels et Restaurants (+ 8 600 unités), celui des commerces « d'Hygiène » (+ 3 200 unités), et celui des Débits de Tabac associés ou non à une autre activité (+ 10 700 unités), n'en sont pas moins en augmentation. La diminution observée provient donc du recul considérable des débits de boisson. De 1950 à 1960, 54 300 « débits » auraient été rayés du fichier des Établissements, leur nombre se trouvant ainsi ramené de 188 600 à 134 300, soit une chute de 28,7 %, qui atteint à peu près également les débits de boisson sans autre activité, comme les débits associés à une autre activité.

4. — Commerces non alimentaires

Leur nombre total est en augmentation de 27 100 établissements (+ 10 %) mais cet accroissement cache des mouvements opposés d'une certaine amplitude. L'augmentation des commerces de Matières Premières, Matériel, Quincaillerie, Véhicules et des Commerces divers, est en effet contrebalancée par une diminution sensible du nombre des commerces d'habillement, de Tissus, de Chaussures et Cuir qui atteint 11 400 unités (— 10,80 %) ⁽²⁾.

L'analyse à laquelle nous venons de procéder met en évidence le caractère complexe et souvent contradictoire des mouvements constatés. Plus qu'il ne semble au premier abord, l'appareil commercial paraît bien épouser, non sans fidélité, les transformations les plus importantes de la consommation et des habitudes d'achat de la population française.

L'augmentation du nombre des commerces non alimentaires (Textiles et Cuir exceptés) est parallèle à un accroissement sensible de la part du budget des ménages consacrée aux dépenses non alimentaires ⁽³⁾. L'augmentation du nombre des Prestataires de Services correspond également à un développement des dépenses d'Hygiène, d'Hôtels et de Restaurants.

Le développement de la non spécialisation du commerce alimentaire et la déflation d'ensemble de l'appareil commercial alimentaire, sont également à mettre en parallèle avec la diminution **relative** de la consommation des produits alimentaires et la volonté manifestée par beaucoup de ménagères ⁽⁴⁾ — au moins en zone urbaine — de réduire le temps consacré aux achats quotidiens.

Les possibilités d'adaptation de l'appareil commercial français se révèlent donc plus importantes que l'examen des seules statistiques d'ensemble ne le laissait entrevoir.

(1) Encore faut-il tenir compte des interférences de classement possible d'une exploitation à une autre, car les mouvements constatés sont peu importants.

(2) Entre 1954 et 1960, la réduction est seulement de 7 400 unités, nettement inférieure à celle indiquée par le C.N.C. Parallèlement à ce recul et pour la même période, il faut noter un solde positif de 1 600 nouveaux établissements à succursales dans le Textile et le Cuir. Cette évolution confirme celle précédemment indiquée pour l'Alimentation Générale.

(3) La Consommation non alimentaire en francs courants est passée de 51 % de la consommation totale en 1950, à 59 % en 1960 bien que le poste « Habillement » soit tombé de 14,9 à 12 % de la consommation totale, Source C.R.E.D.O.C., **Consommation** n° 3 et 4, 1961, p. 60.

(4) Ainsi qu'en témoignent plusieurs enquêtes et notamment une Étude de l'O.E.C.E. « Le comportement de l'acheteur de Produits alimentaires ». Projet O.E.C.E., n° 169, Agence Européenne de Productivité 1955, et un sondage du Centre d'Observation Économique de la Chambre de Commerce de Paris, janvier 1960.

B) La taille des établissements commerciaux s'élève progressivement

Depuis 1950, l'importance du personnel « salarié » employé par chaque établissement s'accroît régulièrement. On dénombrait en 1950 : 969 800 salariés pour 822 000 établissements ⁽¹⁾, soit 1,2 salarié par établissement, et en 1958 : 1 292 000 salariés pour 806 000 établissements, soit 1,6 salarié par établissement.

En 8 ans la taille moyenne des établissements, mesurée d'après le nombre de salariés employés par établissement, s'est donc accrue d'un tiers.

On assiste parallèlement à une diminution sensible du nombre des établissements n'employant aucun salarié. Pour l'ensemble du Commerce proprement dit (boulangeries et pâtisseries non comprises) et des hôtels, restaurants et débits de boissons, on constate à partir des statistiques élaborées par l'I.N.S.E.E., en nombre absolu et en pourcentage, l'évolution suivante (tableaux n^{os} 8 et 9) :

TABLEAU 8
Source I.N.S.E.E.

RÉPARTITION DU NOMBRE DES ÉTABLISSEMENTS SELON LE NOMBRE DE SALARIÉS EMPLOYÉS

	1950	1954	1958	1960
Établissements :				
N'employant aucun salarié	658 500	621 400	598 600	601 900
Employant de 1 à 5 salariés.	290 800	324 700	348 200	358 100
de 6 à 10 —	18 400	21 600	24 400	25 200
plus de 10 —	19 200	16 400	19 900	20 600
non déterminé	43 800	34 600	14 400	3 500
TOTAL.	1 030 700	1 018 700	1 005 500	1 009 300

TABLEAU 9
Source I.N.S.E.E.

RÉPARTITION EN POURCENTAGE DU NOMBRE DES ÉTABLISSEMENTS SELON LE NOMBRE DES SALARIÉS EMPLOYÉS

	1950	1954	1958	1960
Établissements ⁽¹⁾ :				
N'employant aucun salarié	66,7	63,2	60,4	59,8
Employant de 1 à 5 salariés.	29,5	33,0	35,2	35,6
de 6 à 10 —	1,9	2,2	2,4	2,5
plus de 10 —	1,9	1,6	2,0	2,1
	100	100	100	100
(1) Il n'a pas été tenu compte des « non déterminés » pour le calcul des pourcentages du tableau n ^o 9.				

(1) Commerce proprement dit, moins auxiliaires de la Santé, mais plus intermédiaires.

Les établissements sans salarié, tout en gardant une place prépondérante dans la structure commerciale, enregistrent donc un recul d'environ 60 000 unités ; de ce fait leur part dans le nombre total des établissements est ramenée de 66,7 à 59,8 % ⁽¹⁾. Le recul est largement compensé par la progression de près de 70 000 unités des établissements occupant de 1 à 5 salariés qui passent, en pourcentage, de 29,5 à 35,6 %.

Les établissements occupant de 6 à 10 salariés s'inscrivent également en augmentation, alors que les établissements de plus de 10 salariés semblent se garder dans un rapport à peu près constant. « La tendance générale de l'évolution de la taille des établissements commerciaux serait donc, au cours de ces dernières années, orientée vers la diminution du nombre des établissements sans salarié et l'accroissement des établissements de moyenne importance (moins de 10 salariés). Dans le secteur commercial, le mouvement de concentration se poursuit depuis 1950 au niveau de la petite entreprise de moins de 10 salariés et surtout de 1 à 5 salariés » ⁽²⁾.

Ce mouvement affecte toutefois inégalement les grandes branches d'activités du commerce. Depuis 1954 ⁽³⁾ le mouvement de concentration a plus particulièrement marqué certains secteurs qui ne sont pas toujours ceux dont le nombre des établissements a diminué.

Si le recul du nombre des établissements sans salarié revêt une certaine importance dans le commerce alimentaire, elle n'est observable ni dans la branche « Textile » ni dans le secteur des « Débits de Boissons ». D'une manière générale, on constate une stabilité indéniable de la structure du commerce non alimentaire spécialisé, les seules modifications notables en ce domaine concernant d'une part les commerces de véhicules qui enregistrent une déconcentration au moins apparente et d'autre part les commerces auxiliaires de la santé affectés d'un mouvement inverse.

Dans le commerce alimentaire, par contre, l'évolution est plus sensible et uniforme, notamment pour l'alimentation générale (les établissements de 1 à 5 salariés améliorent leur pourcentage de 5,6 %) et dans une moindre mesure pour les commerces alimentaires spécialisés et les boulangeries-pâtisseries. La progression relative du nombre des établissements de 1 à 5 salariés se manifeste également dans le secteur des « Hôtels et Restaurants ».

Au total, les mouvements enregistrés entre 1954 et 1960 ne présentent pas de distorsion importante. La progression de la taille des établissements, excepté dans le secteur Alimentation Générale, s'effectue à un rythme sensiblement égal sans que l'on puisse déceler de pointes importantes. L'appareil commercial grandit mais sans subir de déformation majeure.

Par contre, sur le plan géographique, l'inégalité de la densité commerciale apparaît nettement renforcée.

(1) Si l'on analyse le seul commerce proprement dit (y compris Boulangerie-Pâtisserie), la part des établissements n'employant aucun salarié dans le nombre total des établissements passe de 55,4 à 54,1 %, tandis que celle des établissements employant 1 à 5 salariés, s'élève de 36,9 à 40,8 %.

En réalité les chiffres de 1960 ne sont pas exactement comparables à ceux de 1950 et 1954 car ils comprennent, à la suite de l'adoption de la nouvelle nomenclature, un certain nombre d'établissements nouveaux (8 700 environ) (distributeurs d'essence et garages) classés auparavant comme activités industrielles (cf. tableau n° 3) et qui provoquent un certain gonflement, et du nombre total des établissements, et du nombre d'établissements n'occupant aucun salarié.

(2) M^{me} F. CARRIÈRE, *La concentration du Commerce en France depuis 1950*, p. 24 et 33. Centre d'Étude Économique, Paris, 1959.

(3) Les chiffres par branche indiqués pour 1950 n'étant qu'approximatifs en raison des méthodes d'exploitation du fichier des établissements, nous n'avons pu remonter au-delà de l'année 1954.

C) La densité commerciale se modifie

Rapprocher le nombre des établissements commerciaux d'une région donnée, de l'importance de la population qu'ils desservent, est une comparaison tentante. Elle permet, en effet, de mesurer à l'aide d'un critère simple la « qualité » de l'équipement commercial de la zone étudiée et rend aisées les comparaisons entre régions et entre pays de structures économiques comparables. Mais la notion de densité commerciale, si séduisante soit-elle, présente toute l'apparence d'une fausse simplicité, car elle ne garantit en aucun cas l'homogénéité des comparaisons.

Population et nombre des établissements ne sont pas, en effet, immédiatement comparables. Pour donner tout son sens au rapprochement des établissements commerciaux et de la population, il faut tenir compte de facteurs multiples dont l'incidence est complexe : la taille des établissements est le premier de ceux-ci. Les grands magasins parisiens comme le petit magasin de quartier comptent pour un établissement mais leur « poids » économique respectif est bien entendu sans rapport. On peut objecter que les grandes unités de vente sont encore peu nombreuses, mais leur nombre s'accroît rapidement. La dispersion plus ou moins grande de l'habitat est une seconde difficulté. Il est possible, certes, d'y porter remède, mais à l'aide de calculs complexes qui éliminent les variations régionales de structure.

Il convient de tenir compte également des disparités de consommation, car la part de chaque région dans le montant total des dépenses commercialisables ne varie pas seulement en fonction des effectifs de population ⁽¹⁾. Une même densité commerciale peut donc correspondre à des degrés divers d'efficacité commerciale. D'autres facteurs devraient être encore pris en considération : les uns d'ordre démographique, tels que la structure d'âge de la population, la répartition de cette population entre personnes actives ou non, ou encore le pourcentage de femmes occupant un emploi ; les autres d'ordre commercial : existence de tournées rattachées à un magasin sédentaire, fréquence des marchés locaux, influence de certains centres d'attraction commerciale. L'incidence de ces facteurs est bien entendu inégale, mais ils obligent à nuancer les jugements sommaires qu'appelle le simple énoncé des indices de densité commerciale généralement mis en avant.

Compte tenu de ces difficultés, nous nous attacherons moins à mesurer l'inégale densité des principales branches d'activités et des grandes régions économiques que les mouvements constatés depuis quelques années dans la répartition géographique de l'appareil commercial.

Dans 9 départements seulement, le nombre des établissements commerciaux s'est accru au cours des cinq dernières années ⁽²⁾. Ce mouvement est en relation le plus souvent avec une augmentation de la population supérieure à la moyenne nationale (+ 4,3 %). Ces neuf départements sont les suivants :

(1) Cf. **Consommation** n° 1, 1959 : H. FAURE et C. SEIBEL. L'étude régionale de la consommation. Ce travail met en évidence les variations considérables de l'indice de la consommation commercialisée par habitant qui oscille pour l'année 1958, France entière = 100 : de 77,6 région Ouest à 149,5 région parisienne.

(2) Cinq années d'évolution du Commerce intérieur Français, 1954-1959 A.F.R.E.S.C.O., septembre 1959.

TABLEAU 10
Source : A.F.R.E.S.C.O.

**ÉVOLUTION DU NOMBRE DES ÉTABLISSEMENTS
ET DE LA POPULATION DANS QUELQUES DÉPARTEMENTS
1954 - 1960**

	NOMBRE des établissements (%)	POPULATION (%)
Hautes-Pyrénées.....	+ 5,2	+ 2
Seine-et-Oise.....	+ 2,8	+ 13
Corse.....	+ 1,6	- 31
Moselle.....	+ 1,6	+ 4
Var.....	+ 1,6	+ 6,2
Meuse.....	+ 0,9	+ 4,8
Bouches-du-Rhône.....	+ 0,7	+ 5,4
Haut-Rhin.....	+ 0,6	+ 4,8
Seine-et-Marne.....	+ 0,2	+ 9

Il s'agit, sauf en ce qui concerne les Hautes-Pyrénées et la Meuse, soit de régions touristiques (Corse, Var), soit de régions en très vive expansion industrielle ou démographique.

Une diminution plus ou moins forte des établissements commerciaux est donc constatée dans 81 départements ; elle dépasse la moyenne nationale dans 53 départements dispersés sur l'ensemble du territoire. L'évolution de la population pendant la même période n'ayant pas été uniforme, il apparaît ainsi plusieurs zones géographiques où les mouvements des établissements et ceux de la population sont soit parallèles, soit opposés ou s'annulent.

Si l'on cumule, pour la commodité de la représentation géographique, les pourcentages de variation de la population et du nombre des établissements, bien que ce procédé soit en lui-même arbitraire, on constate que les mouvements de la population et des établissements commerciaux s'écartent réciproquement dans des proportions supérieures à la moyenne nationale dans 33 départements. Cet écart exprime l'accroissement de productivité de l'appareil commercial, puisqu'un même nombre, ou un nombre réduit d'établissements couvre les besoins d'une population en augmentation. Les 33 départements où cet écart est accusé se scindent en trois groupes distincts :

— Au Nord d'une ligne allant du Havre à Lausanne se situent les plus nombreux : 18 départements ⁽¹⁾. Ils occupent dans cette zone qui comprend 26 départements, une position dominante.

— Le second groupe s'étend de l'Ouest de la Normandie à la Touraine et rassemble 10 départements ⁽²⁾.

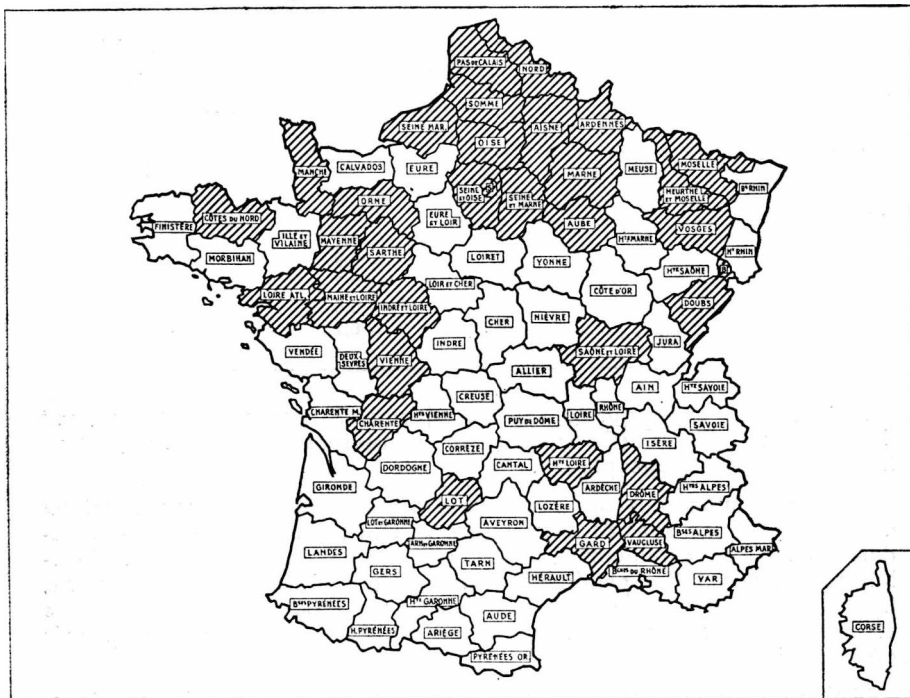
— Le troisième groupe enfin, plus dispersé, intéresse les départements du Lot, de la Haute-Loire, du Gard, de la Drôme et du Vaucluse.

(1) Nord, Pas-de-Calais, Somme, Seine-Maritime, Oise, Seine, Seine-et-Oise, Seine-et-Marne, Aisne, Ardennes, Marne, Aube, Meurthe-et-Moselle, Moselle, Vosges, Saône-et-Loire, Doubs, Territoire de Belfort.

(2) Manche, Orne, Mayenne, Sarthe, Côtes-du-Nord, Loire-Atlantique, Maine-et-Loire, Indre-et-Loire, Vienne, Charente.

L'évolution de la structure commerciale apparaît ainsi beaucoup plus marquée dans la moitié Nord et Nord-Est de la France que dans sa partie Sud, où les mouvements, sauf dans quelques départements ⁽¹⁾ apparaissent relativement plus lents.

CARTE I
Variation de la densité commerciale entre 1954 et 1960



Parties hachurées : Départements accusant les plus fortes variations de densité commerciale.

TROISIÈME PARTIE

LES POSITIONS RESPECTIVES DES DIFFÉRENTES FORMES DE COMMERCE DANS LA DISTRIBUTION FRANÇAISE ⁽²⁾

A) Structure générale de l'appareil de distribution

Que l'on examine la répartition des établissements commerciaux, celle des salariés du commerce ou la ventilation du chiffre d'affaires par forme de commerce, la prépondérance des commerces non concentrés apparaît écrasante.

Sur un peu plus de 660 000 établissements **de détail**, les formes concentrées ne regroupent en effet pas plus de 57 500 établissements, soit moins

(1) Vienne, Charente, Lot, Haute-Loire, Drôme, Vaucluse, Gard.

(2) Différents passages de ce paragraphe sont extraits d'une thèse de sciences économiques devant être soutenue par l'auteur devant la Faculté de Droit et de Sciences Économiques de Paris.

de 8,7 % de l'ensemble. Plus de 91 % des établissements commerciaux relèvent donc du commerce « indépendant ». Parmi ceux-ci, les établissements associés en groupements d'achat et chaînes volontaires apparaissent relativement peu nombreux : 111 500, soit 16,9 %. Ainsi en 1960, plus des trois quarts des établissements commerciaux échappent encore à toute forme d'intégration (tableau n° 11).

Mais l'importance des établissements commerciaux accuse de très grandes différences. Aussi la répartition des établissements commerciaux par forme de commerce n'est-elle tout au plus qu'un critère indicatif.

Plus significative est la situation de l'emploi, car les établissements les plus importants occupent par nature le plus grand nombre de salariés. Malheureusement, la documentation statistique disponible est difficile à interpréter et ne permet pas la présentation d'un tableau très approfondi. Notons cependant que l'ensemble du commerce concentré groupait à la fin de 1958 un effectif de 170 700 salariés et gérants sur un total de 1 275 000 salariés et gérants d'entreprises commerciales ⁽¹⁾ (tableau n° 12).

TABLEAU 11

LES ÉTABLISSEMENTS COMMERCIAUX EN 1960
PAR FORME DE COMMERCE
Commerce de détail ⁽¹⁾

	COMMERCE de détail Nombre d'établissements	POURCENTAGE
Grands Magasins et Magasins Populaires .	800	0,1
Sociétés à succursales multiples ⁽²⁾	33 500	5,1
Coopératives de consommation ⁽³⁾	10 700	1,6
Paracommercialisme	2 500	0,4
Ensemble du Commerce concentré	57 500	7,2
Groupements d'achats	53 500	8,1
Chaînes volontaires	58 000	8,8
Ensemble du Commerce Associé	111 500	16,9
Commerce « Indépendant » ⁽⁴⁾	492 730	75,9
Total	661 730	100

(1) Une ventilation similaire ne peut être établie pour les commerces de gros en raison des phénomènes d'intégration qui caractérisent le commerce concentré. Les entreprises concentrées cumulent en effet les fonctions de gros et de détail et n'ont recours qu'exceptionnellement aux services du grossiste. Les seuls clients réguliers du grossiste relèvent donc, comme celui-ci, du commerce « indépendant » ou des chaînes volontaires puisque les groupements d'achats de détaillants excluent également le recours au grossiste.

(2) Y compris Sociétés laitières, sociétés de vente au détail de boissons à emporter, sociétés non membres du Syndicat général des maisons d'approvisionnement à succursales et d'alimentation générale de France, Sociétés à succursales du secteur non alimentaire.

(3) Y compris les magasins des sociétés non adhérentes à la F.N.C.C.

(4) Non compris 49 600 cafés, tabacs, restaurants à activités multiples (café-épicerie, café-charbon, etc...).

(1) Chiffre établi à partir des données communiquées par l'A.F.R.E.S.C.O. (Étude n° 31, mars 1961) par addition des gérants et des salariés des commerces auxiliaires de la santé (Poste 918 de la nomenclature) et retrait des auxiliaires et intermédiaires du commerce et de l'industrie (Poste 81 de la nomenclature).

TABLEAU 12
POPULATION ACTIVE EMPLOYÉE DANS LE COMMERCE

Source I.N.S.E.E. Année 1958

COMMERCE	NOMBRE de salariés	NOMBRE de Gérants mandataires	TOTAL	%
Grands Magasins	43 400	—	43 400	3,4
Magasins Populaires	14 300	—	14 300	1,1
Sociétés à succursales	43 500	29 500	73 000	5,7
Coopératives de consommations	22 500	11 500	34 000	2,7
Paracommercialisme	6 000	—	6 000	0,5
Ensemble	129 700	41 000	170 700	13,4
Tous commerces	1 234 000	41 000	1 275 000	—

Les différentes formes du commerce concentré ne groupaient donc à la fin de 1958 qu'un peu plus de 13 % du personnel employé dans l'ensemble des entreprises commerciales. Or, depuis 1958, ce pourcentage n'a pas varié dans des proportions notables et le commerce non concentré apparaît encore — et de très loin — comme le principal employeur du commerce. Certes, la place relative des commerces intégrés est nettement plus importante sur ce dernier tableau que sur le précédent, mais la prépondérance des commerces « indépendants » n'en demeure pas moins très forte.

Cependant, seul un tableau de répartition du chiffre d'affaires peut donner une physionomie exacte du poids relatif des principales formes de commerce. La mise au point d'un tel tableau se heurte toutefois à des difficultés multiples, le chiffre d'affaires des entreprises commerciales comme celui de l'ensemble du commerce est en effet très mal connu et doit souvent faire l'objet d'estimations dont la marge d'erreur est importante. Plusieurs sources d'informations peuvent être retenues qui doivent être soigneusement recoupées afin d'éviter les risques d'erreurs les plus graves. En fait, deux méthodes d'évaluation sont utilisables :

— **L'enquête monographique** — la plus précise — dont nous avons tiré tout le parti possible chaque fois que les documents accessibles nous ont permis d'appréhender directement le chiffre d'affaires d'une entreprise, d'un groupe d'entreprises ou d'une branche professionnelle ⁽¹⁾. A cet égard, plusieurs sources de documentation peuvent être citées dont la valeur est malheureusement inégale :

— Déclarations de chiffres d'affaires faites à l'administration des finances ⁽²⁾.

— Rapports établis par les différents groupes de travail de la commission de modernisation du commerce réunie à l'occasion du quatrième plan.

— Informations de source professionnelle, centralisées à l'occasion d'enquêtes statistiques obligatoires par la section « Échanges » du comité de coordination des enquêtes statistiques.

(1) Cette démarche s'est le plus souvent révélée difficile car la documentation statistique fait souvent défaut et lorsqu'elle existe est soustraite par suite d'une conception étroite du secret des affaires, à l'investigation du chercheur.

(2) *Statistiques et Études Financières*, n° 137, mai 1960 et n° 147, mars 1961.

— Résultats des différents panels de distribution.

— Relevé du chiffre d'affaires semestriel diffusé par les revues et journaux financiers pour les sociétés cotées en bourse.

— **La mesure indirecte** du chiffre d'affaires du commerce de détail à partir des statistiques de consommation. Nous avons déjà indiqué le processus de calcul qui permet de passer du montant de la consommation territoriale totale aux dépenses réellement commercialisées au niveau du commerce de détail ⁽¹⁾. Toutefois si la consommation totale est bien connue, la détermination des dépenses commercialisées n'échappe pas à un certain arbitraire en raison des interférences qui peuvent se produire à la frontière de certains postes entre dépenses non commercialisées et dépenses commercialisées ⁽²⁾.

Par ailleurs, les chiffres de consommation ne correspondent qu'aux seules dépenses des particuliers, à l'exclusion des dépenses des entreprises privées ou publiques. Celles-ci sont, il est vrai, peu importantes au niveau du commerce de détail et pratiquement négligeables.

Dans l'attente d'un prochain recensement de la distribution, cette mesure indirecte reste néanmoins la plus sûre.

Mais tout en se complétant logiquement, ces deux méthodes d'évaluation n'aboutissent pas à des résultats concordants. Utilisant pour l'essentiel la première méthode, l'Association Française de Recherches et d'Études Statistiques Commerciales (A.F.R.E.S.C.O.) estime pour **l'année 1959** à 125 milliards de nouveaux francs le chiffre d'affaires total du commerce de détail ⁽³⁾.

Évalué à partir des statistiques de consommation, le chiffre d'affaires total du commerce de détail ressort pour **l'année 1960** à 124,7 milliards de nouveaux francs. Si une année ne séparait pas ces deux estimations, elles se recouperaient parfaitement. Mais de 1959 à 1960 l'augmentation du chiffre d'affaires du commerce de détail est d'environ 7 %. C'est donc de ce pourcentage — non négligeable — que diffèrent les deux évaluations précédentes. Si cet écart est important, il paraît davantage exprimer une divergence de méthode qu'une différence d'appréciation du montant du chiffre d'affaires.

Les chiffres cités pour le secteur alimentaire — le plus facile à analyser — concordent en effet sans difficulté (année 1959 : 60,65 milliards de nouveaux francs ; année 1960 : 64,24 milliards de nouveaux francs). Toute la différence constatée provient du secteur non alimentaire dont l'A.F.R.E.S.C.O. estime le chiffre d'affaires global à 64,35 milliards de nouveaux francs pour l'année 1959 alors que les calculs réalisés à partir des statistiques de consommation conduisent à un chiffre de dépenses commercialisées de 60,48 milliards de nouveaux francs pour l'année 1960. Si l'on pousse l'analyse plus avant, les divergences n'apparaissent sensibles que dans deux secteurs : celui des transports individuels (automobiles, cycles, carburants...) et des commerces divers. Or, il s'agit d'un ensemble de postes dont il n'est pas toujours aisé de déterminer les frontières exactes et dont l'évaluation directe est particulièrement malaisée ⁽⁴⁾. Aussi, retien-

(1) **Consommation**, n° 1, 1960, p. 58.

(2) C'est le cas notamment pour plusieurs rubriques des postes Habitation, Hygiène et Transport (cf. tableau en annexe).

(3) Cf. A.F.R.E.S.C.O. Quelques chiffres sur le Commerce Intérieur Français, 2^e édition, septembre 1961. Tableau p. 14.

(4) Il convient de souligner également qu'une part importante des dépenses de consommation comprises sous ces rubriques correspond à des achats d'entreprises ou d'administrations effectués, soit directement auprès des fabricants, soit au stade de gros. Notre étude se limitant au commerce de détail, il y a donc lieu d'éliminer ces consommations qui n'ont pas leur contrepartie dans l'activité du commerce de détail.

TABLEAU 13

Source I.N.S.E.E. et C.R.E.D.O.C.

Année 1960

NOMBRE D'ÉTABLISSEMENTS ET CHIFFRE D'AFFAIRES AU DÉTAIL DES DIFFÉRENTES FORMES DE COMMERCE

Tous commerces

COMMERCES	NOMBRE d'établissements de vente au détail	EN POUR- CENTAGE du total	CHIFFRE d'affaires total	EN POUR- CENTAGE du total
Grands Magasins et Magasins Populaires.	800	0,1	6 055	4,85
Sociétés à succursales :				
— d'alimentation ⁽¹⁾			5 689	
— d'articles chaussants.			580	
— de Textile.			420	
— d'activités diverses ⁽²⁾			940 ⁽⁵⁾	
TOTAL	33 500	5,1	7 629	6,12
Coopératives de consommation ⁽³⁾ ..	10 700	1,6	2 770	2,22
Supermarchés ⁽⁴⁾			180	0,15
Magasins Saveco			56	0,05
Centres distributeurs Leclerc			35	0,03
Paracommercialisme ⁽⁵⁾	2 500	0,4	⁽⁶⁾ 700	0,56
Ensemble du commerce concentré. ...	57 500	7,2	17 425	13,98
Ensemble du commerce non concen- tré	604 230	92,8	107 299	86,02
Dont Groupements d'achats.	53 500	8,1	2 375	1,91
Chânes volontaires.	58 000	8,8	2 545	2,04
Ensemble du commerce associé	111 500	16,9	4 920	3,95
Dont Commerce « indépendant » sé- dentaire	401 930	75,9	98 979	79,35
Commerce « indépendant » non sédentaire	90 800	13,76	3 400	2,72
TOTAL GÉNÉRAL.	661 730	100	124 724	100

(1) Y compris sociétés laitières, sociétés de boissons à emporter, sociétés non membres du Syndicat général des maisons d'approvisionnement à succursales et d'alimentation générale de France.

(2) Notamment station service.

(3) Y compris société non adhérente à la F.N.C.C. mais non éconômats.

(4) Quelles que soient les sociétés de gestion.

(5) Coopératives et éconômats d'entreprises.

(6) Évaluation.

drons-nous de préférence les évaluations établies à partir des enquêtes de consommation car les dépenses commercialisées sont, en l'état des statistiques disponibles, plus faciles à appréhender que le chiffre d'affaires au détail de ces deux branches d'activité.

C'est donc à un montant total de 124 724 milliards de nouveaux francs que nous pouvons situer le chiffre d'affaires total des commerces de détail en 1960 ⁽¹⁾. De ce montant nous pouvons, dès lors, rapprocher les chiffres d'affaires au détail ⁽²⁾ des principales formes de commerce (tableau n° 13).

Les conclusions que ce tableau appelle ne sont pas différentes de celles que nous avons déjà formulées. Comme précédemment le rôle des commerces « indépendants » apparaît essentiel. La part des formes concentrées ne dépasse pas en effet 14 % du chiffre d'affaires total. La plus grande part de l'activité commerciale est ainsi le fait de ce que l'on est convenu d'appeler « le petit commerce ». Très loin derrière se classent les sociétés à succursales (6,1 %), les grands magasins et magasins populaires (4,8 %), les coopératives de consommateurs (2,2 %). Très faible est enfin le rôle des formes paracommerciales, et plus réduit encore celui de quelques types de commerce dont les réalisations ont pu, à une époque récente, paraître spectaculaires.

Malgré une extension très rapide depuis quelques années, les tendances à l'association ne jouent également qu'un rôle effacé. Le chiffre d'affaires des magasins de détail faisant partie des chaînes volontaires et groupements d'achats représente à peine 4 % des transactions commerciales totales. Le pourcentage des détaillants associés dans le nombre total des établissements de vente au détail est beaucoup plus élevé : 17 %. Cette différence est la conséquence du degré de fidélité très relative des détaillants à l'égard de leurs propres organisations d'achat. A l'inverse, la part du commerce intégré dans le chiffre d'affaires total est deux fois plus élevée que sa part dans le nombre total de magasins. Cette disparité est le fait essentiel des grands magasins et magasins populaires, mais elle est également sensible au niveau des sociétés à succursales et coopératives de consommation dont l'appareil commercial apparaît ainsi d'une « efficacité commerciale » plus grande que celui constitué par l'ensemble du commerce indépendant.

La position du commerce non concentré n'en demeure pas moins très forte. Groupant près de 93 % du nombre des établissements et plus de 86 % du chiffre d'affaires, employant les 7/8 du personnel salarié, les commerces « indépendant » et « associé » constituent l'armature essentielle de l'appareil commercial et en dessinent avec netteté les contours.

Ces observations générales doivent être cependant précisées et détaillées, car la pénétration des entreprises concentrées se révèle, à l'analyse, d'une ampleur inégale selon la nature des produits.

B) Les circuits de distribution

La mesure de ces disparités est délicate, non que le chiffre d'affaires total ne puisse être appréhendé de manière détaillée par grande branche d'activité, voire par produit ⁽³⁾, mais les renseignements que l'on peut réunir sur les entreprises commerciales se révèlent plus rares et beaucoup plus aléatoires.

(1) La décomposition de ce montant global figure en annexe en un tableau d'ensemble qui indique le processus de passage de la consommation territoriale totale aux dépenses de consommation effectivement commercialisées.

(2) Nous ne retiendrons en effet que le seul chiffre d'affaires au détail dans l'ignorance du montant global des ventes du commerce de gros.

(3) Cf. annexe.

Les différentes formes du commerce concentré interviennent différemment dans la distribution des produits alimentaires et la commercialisation des biens industriels, mais globalement, l'implantation du commerce concentré apparaît très voisine dans l'un et l'autre secteurs. Les disparités s'accusent, par contre, au niveau des branches d'activité et des produits ; pour plus de clarté nous les étudierons successivement dans la distribution alimentaire et dans le commerce non alimentaire.

a) Le commerce alimentaire

Sur un chiffre d'affaires total de 64 239 millions de nouveaux francs, les différentes formes du commerce concentré ont réalisé en 1960 un chiffre global de 9 384 millions de nouveaux francs. Leur part dans la distribution alimentaire ressort ainsi à 14,6 % et s'inscrit par conséquent à un niveau très légèrement supérieur à la moyenne que nous avons précédemment dégagée pour l'ensemble (14 %). Il en est de même pour le nombre des établissements : 11,5 % contre 7,2 % (cf. tableau n° 15). Mais ce pourcentage global se répartit d'une manière sensiblement différente entre les diverses formes de commerce « intégré ». Si les sociétés à succursales et les coopératives de consommation, comme les formes nouvelles d'intégration accroissent leur influence, grands magasins et magasins populaires voient diminuer leurs poids relatifs. Groupements d'achats et chaînes volontaires ont, de même, un rôle beaucoup plus marqué. Mais s'ils représentent en nombre d'établissements une force qui paraît importante (23,4 %) du total, le chiffre d'affaires effectivement groupé est beaucoup plus limité et n'atteint pas 6 % de l'ensemble. La fidélité des commerçants associés semble ainsi plus faible dans le commerce alimentaire que dans l'ensemble des activités commerciales.

Les disparités apparaissent beaucoup plus nettes dans un examen plus détaillé. Quatre grands secteurs peuvent être distingués selon la nature des produits (cf. tableau 14).

TABLEAU 14

COMPOSITION DU CHIFFRE D'AFFAIRES DU COMMERCE ALIMENTAIRE ⁽¹⁾

	POURCENTAGE des dépenses commercialisées totales (en %)
Pain et Pâtisserie.	9,1
Épicerie.	16,2
Denrées périssables (fruits et légumes frais, viande, charcuterie, volaille, poisson, produits laitiers et glaces)	60,8
Boissons	13,9
Total	100

(1) Cette nomenclature qui facilite l'étude de l'activité commerciale ne correspond pas à celle retenue habituellement par le C.R.E.D.O.C. qui distingue 8 rubriques : produits à base de céréales, — fruits et légumes (y compris conserves), — viande, volaille, œufs, poisson, — lait et fromages, — corps gras, — produits à base de sucre et de cacao, — produits alimentaires divers, — boissons.

TABLEAU 15

Année 1960

Chiffre d'affaires : millions de NF

Source C.R.E.D.O.C. et I.N.S.E.E.

COMMERCE ALIMENTAIRES**Nombre d'Établissements et Chiffre d'affaires au détail
des différentes formes de commerce**

FORMES DE COMMERCE	NOMBRE d'établissements du commerce alimentaire de détail	%	CHIFFRE d'affaires alimentaire (vente au détail)	%
Sociétés à succursales ⁽¹⁾	25 000	7,47	5 008	7,80
Coopératives de consommation ⁽²⁾ ..	10 500	3,17	2 350	3,66
Grands magasins, magasins popu- laires.	(4) 800	0,2	1 495	2,33
Supermarchés ⁽³⁾	30		159	0,25
Centres distributeurs Leclerc	155		24	0,04
Magasins SAVECO	15		48	0,08
Paracommercialisme	(4) 2 500	0,74	(5) 300	0,47
Ensemble du commerce concentré...	(4) 39 000	11,58	9 384	14,63
Ensemble du commerce non concentré	301 800	88,42	54 855	85,37
Dont Groupements d'achats	47 000	13,78	1 320	2,05
Châînes volontaires	33 000	9,68	2 400	3,73
	80 000	23,46	3 720	5,78
Dont Commerces « indépendants » sédentaires.	186 300	54,63	49 580	77,17
Dont Commerces « indépendants » non sédentaires	35 500	10,33	1 555	2,42
TOTAL GÉNÉRAL	340 800	100	64 239	100

(1) Y compris sociétés laitières, sociétés de vente au détail de boissons à emporter, sociétés non membres du syndicat général des maisons d'approvisionnement à succursales et d'alimentation générale de France.

(2) Y compris sociétés non adhérentes à la F.N.C.C.

(3) Quelles que soient les sociétés auxquelles les magasins sont attachés.

(4) Commerces à activités multiples comptés à la fois comme commerces alimentaires et non alimentaires.

(5) Évaluation.

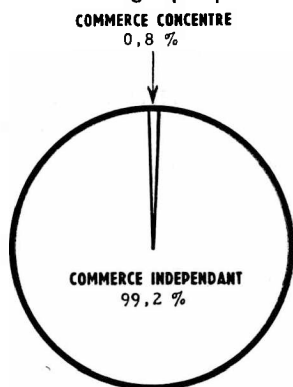
Dans chacun de ces secteurs, le rôle des différentes formes de commerce se révèle très variable. Si les commerces « indépendants » exercent une domination presque sans partage dans le secteur : Pain et Pâtisserie, celle-ci apparaît déjà moins exclusive dans le domaine des denrées périssables et plus encore dans celui des boissons à emporter, pour atteindre à un certain équilibre dans le secteur de l'épicerie. Les graphiques ci-dessous précisent ces différentes situations ⁽¹⁾.

ANNÉE 1960

Pain et Pâtisserie

Chiffre d'affaires total : 5 880 millions de NF

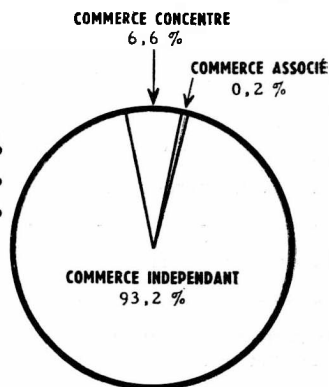
Commerce indépendant	5 836	99,2 %
M.A.S.	20	} 0,8 %
C.O.O.P.	20	
S.M.	4	



Denrées périssables

Chiffre d'affaires total : 39 067 millions de NF

Commerce indépendant	36 407	93,2 %
— associé ⁽²⁾	80	0,2 %
— concentré	2 575	6,6 %
Dont M.A.S.	1 415	3,6 %
C.O.O.P.	517	1,3 %
Grands magasins	538	1,4 %
Supermarchés	90	} 0,3 %
Centres distributeurs	15	



Les circuits de distribution des denrées périssables sont eux-mêmes divers. La position du commerce concentré est sensiblement plus forte dans la branche des produits laitiers et des fruits et légumes que dans celle de la viande ou du poisson. Dans les deux premières branches d'activité, le commerce concentré dépasse ou approche 10 % des ventes totales ; dans les secondes, sa part oscille entre 2 et 3 % du chiffre d'affaires total (cf. tableau 16) :

(1) Ils ne tiennent pas compte des ventes des organisations paracommerciales dont la ventilation est inconnue. Les chiffres du commerce indépendant sont calculés par différence.

(2) Ce chiffre concerne, comme précédemment, les ventes au détail correspondant aux seuls achats effectivement centralisés par les organismes d'achats : chaînes et groupements.

TABLEAU 16

Source C.R.E.D.O.C. Année 1960

PART DES DIFFÉRENTES FORMES DE COMMERCE DANS LA DISTRIBUTION DES DENRÉES PÉRISSABLES

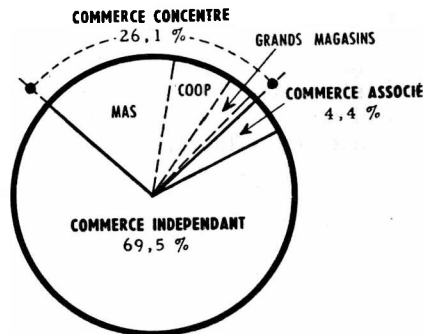
Millions de NF	Fruits et Légumes frais		Viande, Charcuterie, Volaille		Poisson, Crustacés		Produits laitiers et glaces		Total denrées périssables	
	Montant	%	Montant	%	Montant	%	Montant	%	Montant	%
M.A.S.	374	5,53	210	1,08	30	1,42	801	7,50	1 415	3,64
C.O.O.P.	150	2,23	90	0,45	10	0,48	267	2,50	517	1,30
Grands magasins ...	75	1,12	204	1,07	20	0,96	239	2,22	538	1,37
Super-Marchés.	22	0,36	45	0,23	3	0,20	20	0,27	90	0,27
Centres distribution ..	2		3		1		9		15	
Ensemble.	623	9,24	552	2,83	64	3,06	1 336	12,49	2 575	6,58
Indépendants et associés	6 119	91,76	18 985	97,17	2 024	96,94	9 364	87,51	36 492	93,42
Total	6 742	100	19 537	100	2 088	100	10 700	100	39 067	100

Boissons à emporter

(Vin, Bière, Eau minérale, Alcool et Spiritueux)

Chiffre d'affaires total : 8 933 millions de NF

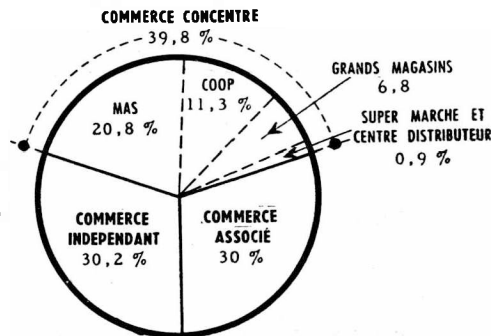
Commerce indépendant ...	6 207	69,5 %
— associé ⁽¹⁾	391	4,4 %
— concentré.	2 335	26,1 %
Dont M.A.S.	1 418	15,9 %
C.O.O.P.	630	7,0 %
Grands Magasins ..	254	2,8 %
Supermarchés.	25	0,4 %
Centres distributeurs	8	



Produits d'épicerie ⁽²⁾

Chiffre d'affaires total : 10 360 millions de NF

Commerce indépendant ..	3 156	30,2 %
— associé ⁽³⁾	3 097	30 %
— concentré.	4 117	39,8 %
Dont M.A.S.	2 155	20,8 %
C.O.O.P.	1 170	11,3 %
Grands Magasins. ..	703	6,8 %
Supermarchés.	40	0,4 %
Centres distributeurs	49	0,5 %



(1) Ce chiffre concerne, comme précédemment, les ventes au détail correspondant aux seuls achats effectivement centralisés par les organismes d'achat : chaînes et groupements.

(2) Sous l'appellation Produits d'Épicerie nous avons groupé les articles suivants : biscuits, biscottes, pain d'épices, farine, semoule, riz, pâtes alimentaires, légumes et fruits secs, conserves, huiles, margarine, sucre, chocolat, confiserie, potages, sel, tapioca et épices, café, thé, lait condensé et en poudre...

(3) Dont groupements : 1 012, chaînes 2 085.

Dans l'activité commerciale d'ensemble des principales branches du commerce alimentaire, la part des commerces concentrés oscille donc d'un peu moins de 1 % du chiffre total pour le pain et la pâtisserie, à près de 40 % pour les denrées d'épicerie. La moyenne que nous avons précédemment dégagée (14 %) marque donc des situations éminemment diverses.

Il n'y a pas lieu toutefois de conférer une valeur absolue à la précision apparente des chiffres dont nous venons de faire état. Établis à la suite de multiples recoupements, ils ne constituent que des ordres de grandeur. Si leur cohérence est certaine, il y a néanmoins intérêt à les confronter, chaque fois que l'occasion en est offerte, avec des données établies à partir d'autres sources. Dans ce but, seules peuvent être pratiquement utilisées des statistiques de consommation et de vente appréciées en volume, à la condition — essentielle — que celles-ci n'aient pas la même origine que les statistiques en valeur dont elles doivent contrôler l'exactitude. Mais ces éléments de comparaison sont rares et ne permettent que très peu de recoupements.

Pour la plupart des produits, les quantités commercialisées sont, en effet, plus difficiles à établir que leur montant en valeur. Aussi ne dispose-t-on de renseignements précis que pour un nombre limité de produits et encore, ces renseignements intéressent-ils les seuls achats totaux et n'excluent donc pas les achats des collectivités et hôtels, cafés, restaurants. Les renseignements de source professionnelle apparaissent encore plus limités. Seul, à notre connaissance, le Syndicat Général des Maisons d'approvisionnement à succursales et d'alimentation générale de France établit et diffuse auprès de ses adhérents une statistique des sorties par entrepôt qui intéressent 7 produits alimentaires, dont le vin. La comparaison de ces chiffres avec ceux précédemment cités ne fait pas apparaître de divergences importantes, si l'on tient compte des caractéristiques de l'échantillon car les sociétés adhérentes au Syndicat général ne représentent qu'une fraction des établissements de détail succursalistes (21 500 sur un total de 26 000).

TABLEAU 17

Année 1960

Source : Syndicat général des maisons d'alimentation et d'approvisionnement à succursales de France

**SORTIES D'ENTREPOTS DES SOCIÉTÉS A SUCCURSALES
POUR QUELQUES PRODUITS ALIMENTAIRES**

PRODUITS	TONNAGE sorties entrepôts des sociétés à succursales	POURCENTAGE du total (en %)
Sucre.	152 166 tonnes	20
Café.	22 980 —	16,1
Chocolat	9 655 —	16,5
Pâtes alimentaires	42 920 —	16,5
Huiles	540 455 hectolitres	16,9
Fruits et Légumes	277 200 tonnes	9,2

Seul le pourcentage des fruits et légumes peut paraître élevé (9,20 % pour une moyenne de 5,50 % pour l'ensemble des M.A.S.) mais plusieurs raisons peuvent expliquer cette différence. Le rayon Fruits et Légumes est, d'une manière générale, plus important dans les sociétés rattachées au

Syndicat général que dans les autres sociétés à succursales (sociétés laitières, sociétés de vente de boissons à emporter) où il est parfois inexistant. En outre, de fortes différences de prix existent entre les produits qui composent ce rayon, les produits pondéreux étant le plus souvent des produits vendus à bas prix (pommes de terre, carottes, pommes, etc...). Comme le rayon fruits et légumes des sociétés à succursales est limité, faute de possibilités de présentation à quelques articles de consommation courante et de bonne conservation où les produits pondéreux occupent une large place, le rapport prix-quantité a donc tendance à se situer à un niveau plus bas que la moyenne. Ces observations se trouvent renforcées par les conclusions d'une étude du Centre Technique interprofessionnel des Fruits et Légumes ⁽¹⁾ qui mesure ainsi la part des différents « opérateurs de distribution » au stade final de la commercialisation des fruits et légumes frais.

Commerces concentrés :

Magasins Populaires	} 8 %
Maisons à succursales	
Coopératives de consommation.	
Détaillants plurivalents	42 %
Détaillants spécialisés et non sédentaires	40 %
Collectivités	10 %
	100 %

Ces sondages demeurent très partiels. Ils semblent néanmoins corroborer les indications que nous avons nous-mêmes pu établir, mais seules des investigations plus poussées, comme celles réalisées par le Centre Technique interprofessionnel des Fruits et Légumes, permettraient de vérifier et de compléter un panorama des circuits de distribution que nous n'avons fait qu'esquisser.

b) Le commerce des produits non alimentaires

C'est un tableau semblable à celui des commerces alimentaires que nous présentons ci-après. Les différentes formes de commerce se partagent en effet dans des proportions très voisines le montant des ventes au détail des produits alimentaires et des biens industriels.

Sur un chiffre d'affaires total de 60 485 millions de NF, la part des commerces concentrés est de 8 041 millions de NF (cf. tableaux n° 19 et 20). Elle ressort donc, en valeur relative, à 13,3 %, soit à un niveau très légèrement inférieur à la moyenne générale précédemment dégagée. Par contre, le nombre des établissements rattachés au commerce concentré apparaît beaucoup plus faible en raison du rôle joué par les grandes unités de vente : grands magasins et magasins populaires.

Celles-ci représentent, en effet, un élément particulièrement important, puisque 800 magasins réalisent à eux seuls plus de 7,5 % du chiffre d'affaires total du commerce des produits non alimentaires. Beaucoup plus limité apparaît, par contre, le rôle des sociétés à succursales ⁽²⁾ et plus encore celui des coopératives de consommation. Également faible est le rôle joué par le commerce associé, notamment par les chaînes volontaires, malgré le nombre relatif des magasins (plus de 30 000) rattachés à un groupement d'achat ou à une chaîne. Aussi, la fidélité des adhérents ne

(1) Commercialisation des fruits et légumes, Centre Technique interprofessionnel des Fruits et Légumes.

(2) Les chiffres ci-après ne tiennent pas compte des ventes des organisations paracommerciales dont la ventilation est inconnue. Les ventes du commerce indépendant étant calculées par différence, les incluent donc.

semble-t-elle pas beaucoup plus élevée que dans l'ensemble des activités commerciales.

TABLEAU 18

Chiffres d'affaires = millions de NF

Source C.R.E.D.O.C.

Année 1960

COMMERCES DES BIENS NON ALIMENTAIRES

**Nombre d'Établissements et Chiffre d'affaires au détail ⁽¹⁾
des différentes formes de commerce**

FORMES DE COMMERCE	NOMBRE d'établissements du commerce non alimentaire de détail	%	CHIFFRE d'affaires non alimentaire (vente au détail)	%
Sociétés à succursales.....	8 500		2 621	4,34
Coopératives de consommation ⁽²⁾	200		420	0,7
Grands magasins, magasins populaires.....	800 ⁽³⁾		4 560	7,53
Paracommercialisme ⁽⁵⁾	2 500 ⁽³⁾		400 ⁽⁴⁾	0,66
Divers (Supermarchés, centres distributeurs, etc...).....			40	0,07
Ensemble du commerce concentré.....	12 000	3,7	8 041	13,30
Ensemble du commerce non concentré.....	311 400	96,3	52 444	86,70
Dont Groupements d'achats...	25 000		1 055	
Chânes volontaires.....	6 500		145	
	31 500 (9,7%)		1 200 (2%)	
Dont commerce indépendant sédentaire.....	235 300 (69,9%)		49 399 (81,7%)	
Dont commerce indépendant non sédentaire.....	54 600 (16,7%)		1 845 (3%)	
Total général.....	323 400	100	60 485	100

(1) Y compris Produits d'origine agricole (Fleurs, Petits animaux, etc...).

(2) Y compris Sociétés non adhérentes à la F.N.C.C.

(3) Commerces à activité multiple comptés comme commerces alimentaires et non alimentaires.

(4) Coopératives et Économats d'entreprise.

(5) Évaluation.

Mais ces données générales estompent en fait les disparités les plus intéressantes. Malheureusement, les statistiques disponibles ne permettent pas de pousser aussi loin que nous avons pu le faire pour le commerce alimentaire, l'analyse de ces disparités, la décomposition du chiffre d'affaires des grandes entreprises commerciales est mal connue et rarement homogène. Seuls, quelques postes peuvent, avec beaucoup de difficultés, être isolés. Nous en retiendrons essentiellement trois d'inégale importance :

Habillement et articles chaussants.

Équipement et entretien du foyer.

Produits d'entretien.

Comme le montrent les graphiques ci-après le rôle des commerces concentrés n'est véritablement important que dans le secteur du textile et des produits d'entretien (1)

TABLEAU 19

Source I.N.S.E.E. et C.R.E.D.O.C.

**PART DES DIFFÉRENTES FORMES DE COMMERCE
DANS LA DISTRIBUTION DES BIENS NON ALIMENTAIRES**

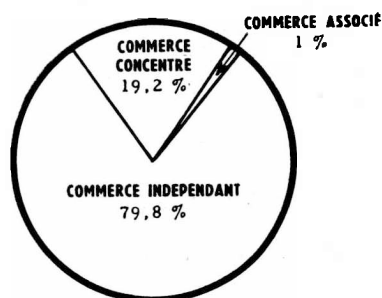
	NOMBRE d'établissements du commerce non alimentaire de détail	%	CHIFFRE d'affaires non alimentaire	%	ENSEMBLE de l'activité commerciale
Ensemble du commerce concentré	12 000	3,7	8 041	13,3	13,98
Ensemble du commerce non concentré	311 400	96,3	52 444	86,7	86,02
TOTAL	323 400	100	60 485	100	100
Commerce non concentré dont : associé	31 500	9,7	1 200	2	3,95
indépendant.	279 000	86,6	51 244	84,7	82,07
Ensemble	311 400	96,3	52 444	86,7	86,02

ANNÉE 1960

Habillement et Article chaussant

Chiffre d'affaires total : 20 174 millions de NF

Commerce indépendant ..	16 121	79,8%
— associé	200	1%
— concentré.	3 853	19,2%
M.A.S.	1 350	6,7%
C.O.O.P.	227	1,1%
Grands magasins	2 307	11,4%
Divers.	9	—

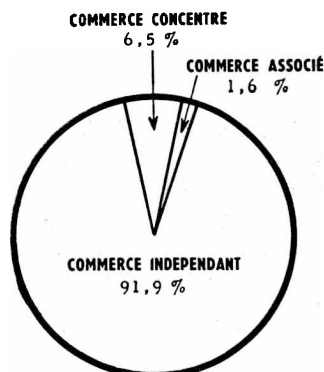


Équipement et Entretien du foyer

(sauf produits d'entretien)

Chiffre d'affaires total : 13 451 millions de NF

Commerce indépendant ..	12 364	91,9%
— associé	210	1,6%
— intégré	876	6,5%
M.A.S.	200	1,5%
C.O.O.P.	80	0,6%
Grands magasins	590	4,4%
Divers.	6	—

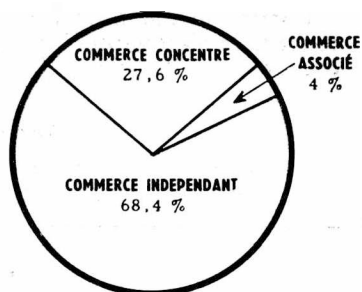


(1) Les chiffres ci-après ne tiennent pas compte des ventes des organisations paracommerciales dont la ventilation est inconnue. Les ventes du commerce indépendant étant calculées par différence, les incluent donc.

Produits d'entretien

Chiffre d'affaires total : 1 743 millions de NF

Commerce indépendant .	1 192	68,4 %
— associé	70	4 %
— concentré.	481	27,6 %
M.A.S.	221	12,7 %
C.O.O.P.	113	6,5 %
Grands magasins	130	7,5 %
Divers.	17	0,9 %



Malgré l'importance du rôle joué par les grands magasins et magasins populaires dont l'assortiment s'étend à presque tous les biens non alimentaires commercialisables (à la seule exception essentielle des véhicules individuels et de la pharmacie), la pénétration du commerce concentré apparaît inégale. Elle est la plus forte dans le secteur des produits d'entretien, vendus en fait dans tous les magasins d'alimentation générale ⁽¹⁾. Elle n'est pas négligeable dans le secteur de l'habillement où les magasins à succursales, grâce aux sociétés spécialisées dans la vente d'articles textiles et d'articles chaussants, occupent à côté des grands magasins, une place fort honorable. Les commerces indépendants retrouvent leur prépondérance traditionnelle en matière d'équipement et d'entretien du foyer et dans les branches que nous n'avons pu étudier faute de données : hygiène et soins, transport, culture et loisirs.

La puissance des commerces concentrés apparaît ainsi d'autant plus grande que les biens à distribuer sont par eux-mêmes des biens de consommation plus courante. Cette observation, vérifiée sur le plan non alimentaire, l'est également dans le domaine alimentaire mais avec cette nuance qu'il s'agit le plus souvent ⁽²⁾ de produits conditionnés exigeant un minimum de préparation et de manutention. La rapidité de vente et la rotation accélérée des stocks constituent en effet l'un des soucis majeurs des grandes organisations commerciales. L'élargissement constant de la gamme des produits de grande consommation, de même que l'industrialisation progressive des différents stades de la commercialisation des produits agricoles, ouvrent à celles-ci d'intéressantes perspectives.

* * *

Conclusions

Les structures de la distribution apparaissent ainsi essentiellement mouvantes et le tableau que nous avons pu dresser pour l'année 1960 cristallise en fait une situation en évolution permanente.

Mais il faut se garder d'exagérer la rapidité des transformations de la structure commerciale. Celles-ci se révèlent assez lentes même dans les périodes où la concentration commerciale paraît progresser rapidement. Utilisant une méthode analogue à celle qui nous a permis d'apprécier la position relative des différentes formes de commerce en 1960, nous avons

(1) On notera avec intérêt que les ventes de savons de ménage des sociétés à succursales, calculées en quantité, représentent 12,7 % des quantités totales consommées par les ménages. Ce pourcentage corrobore celui que nous citons pour les M.A.S.

(2) A l'exception de certaines boissons.

dressé le tableau ci-après qui présente pour l'année 1950, mais de manière simplifiée, des données analogues.

TABLEAU 20

Année 1950

Chiffres d'affaires : millions de NF

Source C.R.E.D.O.C.

**PART DES DIFFÉRENTES FORMES DE COMMERCE
DANS LE CHIFFRE D'AFFAIRES DU COMMERCE DE DÉTAIL**

	ALIMENTATION		PRODUITS non alimentaires		ENSEMBLE	
	Chiffre d'affaires	%	Chiffre d'affaires	%	Chiffre d'affaires	%
Sociétés à succursales.....	1 550	6,7	400	2	1 950	4,5
Coopératives	600	2,5	115	0,6	715	1,6
Grands magasins	225	0,9	1 300	6,4	1 525	3,5
Paracommercialisme (1) ..	100	0,4	150	0,8	250	0,6
Ensemble du commerce concentré	2 475	10,5	1 965	9,8	4 440	10,2
Commerce non concentré	20 995	89,5	18 115	90,2	39 110	89,8
Total	23 470	100	20 080	100	43 550	100

(1) Évaluation.

Au total, la part des commerces concentrés est passée en 10 ans de 10,2 % du chiffre d'affaires total à 14 %. La progression est du même ordre dans le secteur alimentaire : 10,5 à 14,6 %, et dans le secteur des biens industriels : 9,8 à 13,3 %. Les différents types d'entreprises intégrées paraissent avoir bénéficié à peu près également de cette progression d'ensemble, à l'exception du paracommercialisme qui n'enregistre aucune progression relative. Par forme de commerce l'évolution depuis 10 ans est en effet la suivante (1) (tableau 21).

Comme le montre le tableau 21, les modifications les plus sensibles intéressent essentiellement, dans le secteur alimentaire : les grands magasins et dans le non-alimentaire : les sociétés à succursales.

En définitive, les transformations de la structure commerciale — pour importantes qu'elles soient — n'apparaissent pas aussi profondes que des analyses partielles pouvaient le faire croire. Certes, le poids des grandes organisations commerciales s'est sensiblement accru et l'accélération des phénomènes de concentration ne fait aucun doute, mais son rythme reste néanmoins assez lent.

(1) Les chiffres ci-dessus diffèrent sensiblement des indications avancées par la Direction du Commerce Intérieur (le Commerce Français en 1958, Direction de la Documentation) qui estime à 4,5 % en 1950 et à 9,2 % en 1958 la part relative du commerce intégré dans l'ensemble de la distribution. Ne connaissant pas le mode d'établissement de cette statistique, nous ne pouvons déceler l'origine des différences qu'elle présente, comparée à nos propres calculs.

TABLEAU 21

Source C.R.E.D.O.C.

**COMPARAISON DE LA PART
DES DIFFÉRENTES FORMES DE COMMERCE
DANS LE CHIFFRE D'AFFAIRES DU COMMERCE DE DÉTAIL 1950-1960**

	ALIMENTATION		PRODUITS non alimentaires		ENSEMBLE	
	1950 (en %)	1960 (en %)	1950 (en %)	1960 (en %)	1950 (en %)	1960 (en %)
Sociétés à succursales.....	6,7	7,8	2	4,34	4,5	6,12
Coopératives.....	2,5	3,66	0,60	0,7	1,6	2,22
Grands magasins.....	0,9	2,33	6,4	7,53	3,5	4,85
Paracommercialisme.....	0,4	0,47	0,8	0,66	0,6	0,56
Divers.....	—	0,37	—	0,07	—	0,23
Ensemble du commerce concentré.....	10,5	14,63	9,8	13,30	10,2	13,98
Commerce non concentré.....	89,5	85,37	90,2	86,7	89,8	86,02
Total.....	100	100	100	100	100	100

C'est à des conclusions similaires que conduit l'observation de données plus anciennes. Pour l'année 1932, et pour le seul secteur de l'Épicerie, M. Gaussel ⁽¹⁾ cite en effet des chiffres qui ne diffèrent pas très sensiblement de ceux que nous avons pu avancer près de 30 ans plus tard. C'est ainsi que les commerces concentrés auraient centralisé, en 1930, un peu plus du tiers du chiffre d'affaires total (M.A.S. 19,7 % — grands magasins 3,4 % — coopératives 10,5 %). En 1960, nos calculs situent la part du commerce concentré à un peu moins de 40 % des ventes d'épicerie (M.A.S. 20,8 % — grands magasins 6,8 % — coopératives 11,3 % — autres commerces 0,9 %). En 30 ans, la progression des commerces concentrés est certaine, mais elle ne saurait être assimilée à une transformation radicale et encore moins à une révolution des structures commerciales dans ce secteur.

Ces observations ne sauraient toutefois engager l'avenir. On remarque en effet dans certains pays — notamment aux U.S.A. — des transformations extrêmement rapides de l'appareil commercial qui contrastent avec les mouvements lents observés en France ⁽²⁾. L'évolution des structures commerciales est, en définitive, étroitement dépendante du milieu économique au sein duquel elle s'insère.

Or, celui-ci connaît de profondes transformations dont certaines formes de commerce pourraient profiter pour étendre assez sensiblement leur influence.

(1) *Revue d'Économie Politique*, 1932, p. 1558.

(2) A l'inverse on peut citer l'exemple de la Grande-Bretagne où les coopératives de consommation et les sociétés à succursales progressent depuis plus de 20 ans avec une extrême lenteur. De 1936 à 1956, la part des coopératives est passée dans l'ensemble des ventes au détail de 10,3 % à 11,1 % et celle des maisons à succursales de 17,1 % à 21,7 %. Cf. *Coopération*, février 1959, p. 22.

ANNEXE

CONSOMMATION TERRITORIALE TOTALE ET CONSOMMATION COMMERCIALISÉE AU STADE DU DÉTAIL

Les tableaux ci-après, comme les pourcentages respectifs de leurs différents postes, ont été établis dans un but essentiellement pratique.

La différence entre consommation territoriale totale (186,1 milliards de NF) et chiffre d'affaires du commerce de détail (124,7 milliards de NF) provient des dépenses ne passant pas par le circuit commercial telles que les dépenses de santé ou d'hospitalisation, de l'autoconsommation et des avantages en nature et enfin des achats au stade de gros ou à la production des collectivités et hôtels, cafés, restaurants ⁽¹⁾.

La consommation commercialisée a pu être obtenue grâce aux recherches réalisées pour l'établissement des tableaux de consommation par type d'utilisateurs ⁽²⁾ et aux enquêtes effectuées par l'auteur de l'article.

(1) Cf. pour plus de précision : *Consommation*, n° 1, 1960, p. 58.

(2) Cf. *Consommation*, nos 3-4, 1961, p. 65 à 70.

CONSUMMATION TERRITORIALE TOTALE ET CONSUMMATION COMMERCIALISÉE AU STADE DE DÉTAIL

Année 1960 — Millions de NF.

PRODUITS	A Consommation territoriale totale		B Consommation commercialisée au stade de détail		B/A %
	Millions de NF	%	Millions de NF	%	
ALIMENTATION					
Pain.	4 320	2,32	3 936	3,15	91,11
Pâtisserie.	1 946	1,04	1 944	1,56	99,90
	6 266	3,36	5 880	4,71	93,84
Biscuit, Biscotte, pain d'épices	997	0,54	984	0,79	98,70
Farine, semoule, maïzena.	231	0,12	226	0,18	97,84
Riz.	166	0,09	153	0,12	92,17
Pâtes alimentaires.	575	0,31	549	0,44	95,47
Légumes secs.	415	0,22	321	0,26	77,35
Fruits secs.	194	0,10	181	0,14	93,30
Conserves de légumes.	528	0,28	497	0,40	94,13
Confitures, conserves de fruits	530	0,28	479	0,38	90,38
Conserves de poissons.	614	0,33	599	0,48	97,56
Huile.	953	0,51	912	0,73	95,70
Margarine.	252	0,14	236	0,19	93,65
Sucre.	1 022	0,55	1 000	0,80	97,85
Chocolat (tablette).	449	0,24	445	0,36	99,11
Cacao-Petit déjeuner.	126	0,07	126	0,10	100,00
Confiserie-Miel.	1 123	0,60	1 122	0,90	99,91
Potage.	187	0,10			
Sel, tapioca, épices, etc.	430	0,23	615	0,49	99,67
Café, thé.	1 728	0,93	1 627	1,30	94,15
Lait condensé, lait en poudre	293	0,16	287	0,23	97,95
	10 813	5,81	10 359	8,30	95,80
Légumes frais.	3 399	1,83	2 816	2,26	82,85
Pommes de terre.	1 312	0,70	989	0,79	75,38
	4 711	2,53	3 805	3,05	80,77
Agrumes.	922	0,50	892	0,71	96,75
Bananes.	531	0,29	517	0,41	97,36
Fruits frais.	1 735	0,93	1 528	1,22	88,07
	3 188	1,72	2 937	2,34	92,13
Viande de bœuf.	6 326	3,40	5 884	4,72	93,01
Viande de veau.	3 002	1,61	2 828	2,27	94,20
Mouton, agneau.	1 029	0,55	956	0,77	92,91
Cheval.	531	0,28	531	0,43	100,00
Porc frais.	2 545	1,37	1 660	1,33	65,23
Jambon.	1 913	1,03	1 809	1,45	94,56
Charcuterie, conserves viande	4 059	2,18	3 799	3,04	93,59
Triperie, abats.	453	0,24	453	0,36	100,00
Volaille, lapin, gibier.	2 918	1,57	1 617	1,30	55,41
	22 776	12,23	19 537	15,67	85,78
Poissons, crustacés, coquillages.	2 257	1,21	2 088	1,67	92,51

**CONSUMMATION TERRITORIALE TOTALE ET CONSUMMATION
COMMERCIALISÉE AU STADE DE DÉTAIL (suite)**

PRODUITS	A Consommation territoriale totale		B Consommation commercialisée au stade de détail		B/A %
	Millions de NF	%	Millions de NF	%	
Lait frais.	2 436	1,31	1 976	1,58	81,11
Fromages.	3 815	2,05	3 526	2,83	92,42
Beurre.	4 082	2,19	3 616	2,90	85,00
Crème fraîche.	172	0,09			
Saindoux et graisses animales	80	0,04	73	0,05	91,25
Œufs.	1 583	0,85	1 065	0,85	67,28
	12 168	6,54	10 256	8,22	84,29
Glaces et crèmes glacées. ...	492	0,26	444	0,35	90,24
Total Vin.	8 903	4,78	6 879	5,51	77,27
Apéritifs et V.D.L.	1 162	0,62	476	0,38	40,96
Eau-de-vie, Liqueurs.	981	0,53	504	0,40	51,37
Bière.	1 288	0,69	476	0,38	36,96
Cidre.	307	0,16	126	0,10	41,04
Boissons non alcoolisées.	830	0,45	472	0,38	56,87
Total boissons.	13 471	7,24	8 933	7,16	66,31
TOTAL ALIMENTATION.	76 142	40,90	64 239	51,50	84,36
NON ALIMENTAIRE					
Habillement :					
Vêtements.	10 088	5,42	9 958	7,98	98,70
Bonneterie, Lingerie.	5 190	2,79	5 110	4,10	98,45
Chapeaux et accessoires.	417	0,22	417	0,33	100,00
Mercerie, Laine.	673	0,36	673	0,54	100,00
Tissus.	1 035	0,56	1 007	0,81	97,20
Travaux à façon et réparations.	739	0,40			
Blanchissage-Teinturerie.	984	0,53			
Chaussures, Achats.	3 059	1,64	3 009	2,40	98,37
Chaussures, réparations.	406	0,22			
	22 591	12,14	20 174	16,17	89,30
Habitation :					
Loyers réels.	3 515	1,89			
Loyers fictifs (propriétaires).	4 005	2,15			
Entretien et réparations.	1 952	1,05			
Meubles.	2 666	1,43	2 661	2,13	99,81
Literie.	672	0,36	671	0,54	99,85
Couvertures.	234	0,13	233	0,19	99,57
Accessoires ameublement.	245	0,13	245	0,20	100,00
Tapis textile.	144	0,08	144	0,11	100,00

**CONSOMMATION TERRITORIALE TOTALE ET CONSOMMATION
COMMERCIALISÉE AU STADE DE DÉTAIL (suite)**

PRODUITS	A Consommation territoriale totale		B Consommation commercialisée au stade de détail		B/A %
	Millions de NF	%	Millions de NF	%	
Couvre-parquets et linos.	111	0,06	111	0,09	100,00
Textile ameublement	272	0,15	272	0,22	100,00
Linge de maison	760	0,41	760	0,61	100,00
	14 576	7,83	5 097	4,08	34,95
Appareils chauffage et cuisine	763	0,41	763	0,61	100,00
Réfrigérateurs	822	0,44	822	0,66	100,00
Machines à laver	577	0,31	577	0,46	100,00
Aspirateurs-cireuses	119	0,06	119	0,09	100,00
Autres appareils	197	0,11	197	0,16	100,00
Machines à coudre	100	0,05	100	0,08	100,00
Réparations	242	0,13	242	0,19	100,00
	2 820	1,51	2 820	2,25	100,00
Couverts et batterie de cuisine	414	0,22	414	0,33	100
Vaisselle et verrerie	447	0,24	447	0,36	100
Brosserie et Tableterie	290	0,16	290	0,23	100
Art. mén. en plastique	104	0,06	104	0,08	100
Autres articles	47	0,02	47	0,04	100
Quincaillerie	192	0,10	192	0,15	100
Petit matériel électrique.	103	0,06	103	0,08	100
	1 597	0,86	1 597	1,28	100
Eau et chauffage urbain	278	0,15			
Électricité	1 555	0,84			
Butane, Propane	635	0,34	635	0,51	100
Gaz de ville	1 116	0,60			
Charbon.	2 510	1,35	2 480	1,99	98,80
Bois et charbon de bois.	508	0,27	508	0,41	100
Fuel, pétrole, essence.	314	0,17	314	0,25	100
Savons ménage	296	0,16	294	0,24	99,32
Détergifs, lessives	1 145	0,62	1 145	0,92	100
Autres produits entretien.	304	0,16	304	0,24	100
	8 661	4,65	5 680	4,55	65,58
Services domestiques	3 094	1,66			
	30 748	16,51	15 194	12,18	49,41
Hygiène et soins :					
Brosserie, Tableterie.	125	0,07	125	0,10	100
Rasoirs électriques	152	0,08	152	0,12	100
Parfumerie.	1 208	0,65	958	0,77	79,30
Savon de toilette	100	0,05	100	0,08	100
Coiffures, Esthétique.	1 173	0,63			
	2 758	1,48	1 335	1,07	48,40

**CONSOMMATION TERRITORIALE TOTALE ET CONSOMMATION
COMMERCIALISÉE AU STADE DE DÉTAIL (suite)**

PRODUITS	A Consommation territoriale totale		B Consommation commercialisée au stade de détail		B/A %
	Millions de NF	%	Millions de NF	%	
Pharmacie	3 600	1,93	3 598	2,88	99,94
Lunetterie, Orthopédie.....	390	0,21	390	0,31	100
Médecins.....	3 080	1,65			
Auxiliaires	310	0,17			
Dentistes.....	1 930	1,04			
Hospitalisation.....	4 550				
Cures.....	110				
Hospices	410				
Achats de denrées et Boissons (1)	— 942				
Consommation proprement dite.....	4 128	2,22			
	16 196	8,70	5 323	4,27	32,86
Transports et communications :					
Véhicules individuels :					
Achats	3 777	2,02	3 777	3,03	100
Carburants.....	3 153	1,69	3 097	2,48	98,22
Lubrifiants	177	0,09	177	0,14	100
Pneumatiques.....	346	0,19	346	0,28	100
Frais garage et entretiens.	2 041	1,10	2 041	1,64	100
Transports collectifs	4 028	2,16			
P.T.T.....	789	0,42			
	14 311	7,69	9 438	7,57	65,95
Culture-Loisirs :					
Enseignement.....	1 484				
Achat de denrées et boissons .	644				
Consommation proprement dite (valeur ajoutée).	840	0,45			
Cinéma.....	767	0,41			
Autres spectacles.....	297	0,16			
Loterie Nationale	266	0,14			
P.M.U.	281	0,15			
Casino. Cercles.....	129	0,07			

(1) Déjà compté en Alimentation dans la colonne Achats des Collectivités.

**CONSOMMATION TERRITOIRALE TOTALE ET CONSOMMATION
COMMERCIALISÉE AU STADE DE DÉTAIL (suite)**

PRODUITS	A Consommation territoriale totale		B Consommation commercialisée au stade de détail		B/A %
	Millions de NF	%	Millions de NF	%	
Livres-gravures.	1 319	0,71	1 319	1,06	100
Revues, journaux.	2 264	1,22	2 264	1,81	100
Papeterie.	532	0,29	432	0,35	81,20
Fournitures bureau.	66	0,03	36	0,03	54,54
Disques.	199	0,11	199	0,16	100
Fournitures photos.	205	0,11	185	0,15	90,24
Radio. Achat.	642	0,34	642	0,51	100
Radio. Redevance.	380	0,20			
Télévision.	695	0,51	956	0,06	100
Électrophones.	28	0,01	28	0,02	100
Photo-Ciné.	79	0,04	79	0,77	100
Réparation Radio, Photo-Télé	180	0,09	120	0,10	66,66
Jeux, jouets, voitures d'en-					
fants.	669	0,36	669	0,54	100
Articles camping, sport.	430	0,23	430	0,34	100
Fleurs, plantes grasses.	863	0,46	863	0,69	100
Tabac.	3 526	1,89			
Allumettes.	115	0,06	35	0,03	30,43
	15 033	8,07	8 257	6,62	54,92
Hôtels, Cafés, Restaurants :					
Hôtels.	1 412				
Restaurants.	4 619				
Cafés.	7 162				
	13 193				
Achats denrées et Boissons...	5 763				
Consommation proprement dite (valeur ajoutée).	7 430	3,99			
Biens et services divers :					
Services divers.	1 598	0,86			
Horlogerie achats.	341	0,18	341	0,28	100
Horlogerie, réparation.	99	0,05	99	0,08	100
Bijouterie, Maroquinerie.	1 659	0,89	1 659	1,33	100
	3 697	1,99	2 099	1,68	56,77
TOTAL non ALIMENTAIRE	110 006	59,09	60 485	48,49	54,98
TOTAL GÉNÉRAL	186 148	100	124 724	100	67,00