



L'EVOLUTION DE L'EMPLOI  
DANS LE COMMERCE  
QUELQUES MECANISMES  
A L'EPREUVE DES FAITS

Marianne LEFEBVRE  
Olivier MEUBLAT  
Laurent POUQUET

CAHIER DE RECHERCHE N° 229

NOVEMBRE 2006

Département « *Dynamique des marchés* »  
dirigé par Laurent POUQUET

***Cette recherche a bénéficié d'un financement au titre de la subvention recherche attribuée au CREDOC.***

Pour vous procurer la version papier, veuillez contacter le Centre Infos Publications,  
Tél. : 01 40 77 85 01 , e-mail : [ezvan@credoc.fr](mailto:ezvan@credoc.fr)

## SOMMAIRE

<u>SYNTHÈSE</u> .....	1
<u>1. INTRODUCTION À L'ÉTUDE DE L'EMPLOI DANS LE COMMERCE</u> .....	5
<u>1.1 Le niveau de l'emploi dans le commerce</u> .....	7
<u>1.1.1 La forte progression de l'emploi dans le commerce</u> .....	7
<u>1.1.2 La contribution du commerce à la création d'emplois</u> .....	10
<u>1.1.3 Le taux d'emploi dans le commerce est inférieur à la moyenne européenne</u> .....	11
<u>1.2 La mesure de l'emploi dans le commerce</u> .....	15
<u>1.2.1 La "salarisation" des commerçants</u> .....	16
<u>1.2.2 Le développement du temps partiel dans le commerce</u> .....	18
<u>1.2.3 L'emploi intérimaire dans le commerce</u> .....	21
<u>2. LA MÉCANIQUE DE L'EMPLOI DANS LE COMMERCE</u> .....	25
<u>2.1 L'approche par la demande sur le marché des biens et services</u> .....	26
<u>2.1.1 Le volume de la demande de biens et services</u> .....	26
<u>2.1.2 La nature de la demande adressée au secteur</u> .....	29
<u>2.1.3 Les comportements d'achat et la demande de service commercial</u> .....	32
<u>2.2 L'approche par l'offre</u> .....	37
<u>2.2.1 La relation entre l'emploi et la productivité</u> .....	38
<u>2.2.2 La relation entre l'emploi et le coût du travail</u> .....	53
<u>2.2.3 La relation entre l'emploi et la législation sur la protection de l'emploi</u> .....	56
<u>2.2.4 L'effet de la réglementation du secteur</u> .....	58
<u>3. L'ÉPREUVE DES FAITS</u> .....	67
<u>3.1 Approche sectorielle</u> .....	67
<u>3.1.1 Emploi et consommation sectorielle</u> .....	69
<u>3.1.2 Emploi et évolution des structures commerciales</u> .....	80
<u>3.2 Analyse géographique</u> .....	93
<u>3.2.1 La structure spatiale de l'appareil commercial</u> .....	93
<u>3.2.2 Évolution de la géographie du commerce</u> .....	96
<u>3.2.3 Analyses de l'aire urbaine de Caen</u> .....	108
<u>CONCLUSION</u> .....	118
<u>BIBLIOGRAPHIE</u> .....	120

## SYNTHESE

---

Dans les toutes prochaines années, le nombre de personnes travaillant dans le commerce dépassera le nombre de salariés employés dans l'industrie. En à peine un quart de siècle, la composition du tissu économique aura connu une évolution considérable puisque les employés du commerce étaient encore quasiment deux fois moins nombreux que ceux de l'industrie au début des années 1980. Il s'agirait presque d'un paradoxe pour une société encore souvent qualifiée d'"industrielle".

Avec plus de 3,4 millions d'actifs employés en 2005, le commerce occupe une place essentielle dans l'emploi total. Mais surtout, le secteur commercial a été l'un des principaux contributeurs à la création d'emplois au cours des Trente Glorieuses, et de nouveau sur la période récente avec 470 000 créations d'emplois entre 1993 et 2005. Pourtant, plusieurs éléments d'incertitude (sur le potentiel de croissance des distributeurs, le seuil de saturation des implantations commerciales...) amènent légitimement à s'interroger sur la capacité du secteur commercial à conserver cette position de premier plan dans la création d'emplois.

L'analyse des déterminants de l'emploi dans le commerce s'articule autour de la question de la prépondérance du rôle des éléments de demande (le volume et la nature de la consommation des ménages) ou des facteurs d'offre (les stratégies d'embauche des opérateurs commerciaux).

### ■ Le rôle essentiel des facteurs de demande dans les évolutions de l'emploi commercial

L'analyse rétrospective de l'emploi dans le commerce souligne la contribution prépondérante des facteurs de demande dans les évolutions de l'agrégat. En effet, les évolutions de l'emploi commercial présentent une forte corrélation avec les variations de la consommation des ménages. Néanmoins, il subsiste un décalage significatif entre les deux séries en raison de l'existence de délais et de coûts d'ajustement de l'emploi à l'activité. Ainsi, les variations de l'emploi sont le plus souvent inférieures en valeur absolue à celles de l'activité économique, et les points de retournement interviennent de façon retardée sur l'emploi. Toutefois, le développement de formes flexibles d'emplois, notamment la diffusion du temps partiel et la progression du recours à l'intérim, contribue à réduire ces délais d'ajustement.

La relation entre la consommation et l'emploi commercial s'exprime également en termes plus qualitatifs. Ainsi, le commerce de détail est d'autant plus intensif en main-d'œuvre que le pouvoir d'achat des ménages est élevé car des modes de consommation plus diversifiés et plus complexes exigent davantage de personnel pour la commercialisation des produits. Toutefois, cet effet est largement contrebalancé par la croissance du poids des services dans le budget des ménages, au détriment des

achats qui transitent par le commerce. Le recul sensible de la fraction commercialisable de la consommation (qui ne représente plus que 50% de la consommation effective des ménages en 2005 contre 56% en 1990) entraîne ainsi un "déversement" des emplois du commerce vers les emplois des secteurs de services.

Enfin, les attentes des consommateurs en matière de contenu du service commercial (conseils, emballage...) pourraient faire évoluer l'emploi dans le commerce, principalement en induisant un déplacement de la demande vers des canaux de distribution plus qualitatifs.

Au niveau sectoriel, la relation quantitative entre l'évolution de l'emploi et celle de la demande est vérifiée dans la plupart des activités non-alimentaires. En particulier, le commerce d'articles de sport et de loisirs a enregistré une progression de ses effectifs de 5,1% en moyenne annuelle entre 1993 et 2004 et une croissance de la consommation en volume de 5,0% sur la même période. Ce type de commerce a ainsi largement bénéficié de l'engouement croissant pour la pratique sportive et d'un élargissement de sa clientèle. Le secteur du bricolage a lui aussi connu une hausse des effectifs de 15,0% en moyenne annuelle sous l'impulsion d'une demande soutenue pour l'aménagement de la maison, avec une hausse de la consommation pour les produits d'équipement de la maison de 3,6% par an. La forte évolution de la consommation de produits informatiques et de téléphonie a également contribué au développement soutenu de l'emploi dans les commerces spécialisés sur ce type de produits.

Au niveau géographique, l'emploi dans le commerce a largement bénéficié – voire anticipé – les mouvements résidentiels vers la périphérie des villes. Ainsi, les déplacements de la population vers des zones de résidence périphériques se sont traduits par un étalement du tissu commercial. Cette évolution est particulièrement sensible dans les couronnes périurbaines qui ont enregistré une forte croissance de l'emploi commercial (+3,7% en moyenne annuelle sur la période 1993-2004) et une hausse de la population dans ces espaces géographiques (+1,0% en moyenne annuelle entre les recensements de 1990 et 1999), alors que la progression de l'emploi commercial dans les pôles urbains n'atteignait que 1,8% en raison d'une démographie moins dynamique (+0,3% sur la période 1990-1999).

Toutefois, la croissance de l'emploi dans les secteurs du commerce ne s'explique pas totalement par l'évolution de la demande. Elle s'est également accompagnée d'une reconfiguration significative du paysage commercial. Ce dernier phénomène est particulièrement marqué dans des secteurs (commerce alimentaire, sport, bricolage...) où l'évolution de l'emploi est plutôt imputable à des effets d'offre qui consistent principalement dans la montée en puissance de certains formats de commerce organisé (grandes surfaces spécialisées, réseaux de magasins, hard-discount...).

■ La mutation du tissu commercial est le principal vecteur de l'évolution de l'emploi

Dans le passé, la transformation du paysage commercial s'est accompagnée de profondes mutations de l'emploi dans le secteur de la distribution. En particulier, le nombre d'indépendants a reculé de moitié entre 1970 et 2005 (soit une diminution des effectifs de 380 000 unités) pendant que le nombre de salariés connaissait sur la même période une progression de 1 020 000 emplois.

On montre ainsi que la création d'emplois dans le commerce passe pour beaucoup par la réallocation de l'emploi qui résulte elle-même de la rotation des structures commerciales. En effet, la recomposition du tissu commercial favorise le développement de formules commerciales plus structurées (commerce organisé en réseaux...) qui concentrent souvent une fraction essentielle de la création d'emplois. De plus, ces types de commerces sont généralement plus productifs et plus intensifs en emplois qualifiés (existence de fonctions centralisées de conception...), mais ils recourent aussi plus largement aux formes flexibles d'emplois pour les autres fonctions.

Dans la plupart des secteurs commerciaux, la courbe de l'emploi est étroitement corrélée à l'évolution du nombre d'établissements. En outre, les hausses d'emplois se sont principalement concentrées dans les structures de grande taille et coïncident avec la progression du nombre de grandes surfaces, généralistes ou spécialisées. Ainsi, les hypermarchés ont enregistré une progression de l'emploi de 3,6% en moyenne annuelle sur la période 1993-2004, sous l'impulsion d'une hausse de 1,4% du nombre d'établissements par an, le décalage s'expliquant par une augmentation de la taille moyenne des magasins. Les supermarchés ont également affiché une évolution soutenue de l'emploi (+3,9% par an) avec une hausse soutenue de l'offre commerciale, le nombre d'établissements ayant progressé de 3,6% en moyenne annuelle. Dans le non-alimentaire, plusieurs secteurs ont aussi bénéficié du développement des grandes surfaces spécialisées pour accroître leurs effectifs. Ainsi, les grandes surfaces de bricolage sont à l'origine de plus de 60% des emplois supplémentaires du secteur, avec une croissance du nombre d'établissements de 12,6% par an. Le commerce d'articles de sport a quant à lui enregistré une hausse annuelle de 2,1% du nombre d'établissements, sous l'impulsion du développement des grandes surfaces spécialisées.

Au niveau géographique, le développement de ces formats de distribution s'est massivement réalisé dans des espaces moins saturés. Cette évolution a ainsi provoqué un étalement des structures commerciales sur l'ensemble du territoire. Dans les aires urbaines, l'augmentation de la taille moyenne des opérateurs commerciaux a débouché sur la constitution de grands pôles commerciaux dans la banlieue des villes, entraînant un déplacement centrifuge de l'appareil commercial vers la banlieue des villes centres et, plus loin, les espaces périurbains. Cette évolution a principalement reposé sur le développement de centres commerciaux.

Si les éléments de demande sont susceptibles d'expliquer assez correctement les évolutions de l'emploi dans le commerce, on ne peut néanmoins conclure à leur supériorité sur les éléments liés à l'offre. En effet, les évolutions de la demande ne trouvent leur concrétisation sur les données d'emploi que parce que l'offre parvient à s'y adapter collectivement par le renouvellement des structures commerciales.

■ **Le taux d'emploi dans le commerce reste inférieur à la moyenne européenne**

La capacité des facteurs de demande à expliquer les fluctuations des effectifs commerciaux ne dit rien sur le niveau structurel de l'emploi dans le secteur. En effet, malgré l'importance des effectifs commerciaux, le taux d'emploi dans le commerce s'établit en France à un niveau sensiblement inférieur à la moyenne européenne. La France afficherait donc un déficit significatif d'emplois dans le commerce. On peut montrer que cet écart se décompose en deux éléments : d'une part, un décalage sur le taux d'emploi global qui traduirait une certaine incapacité de l'économie française à utiliser ses ressources en main-d'œuvre ; d'autre part, un poids du commerce dans l'emploi total relativement bas, ce dernier point ne s'expliquant qu'en partie par la composition du tissu commercial français (cohabitation entre la puissance de la grande distribution généraliste et la permanence d'un nombre élevé de très petites entreprises).

## 1. INTRODUCTION A L'ETUDE DE L'EMPLOI DANS LE COMMERCE

---

L'étude des déterminants de l'emploi dans le commerce conduit à considérer les thématiques qui concernent l'ensemble des opérateurs du tertiaire : la nature de la demande de travail dans un secteur de services, l'impact des modifications de l'organisation du travail, l'influence de la diffusion des nouvelles technologies dans des process non-industriels... Pourtant, si l'étude économique du commerce peut aussi être un point d'entrée intéressant au-delà des stricts opérateurs du secteur, c'est surtout parce que les évolutions du secteur de la distribution sont de nature à affecter massivement les modes de fonctionnement de l'ensemble des autres activités économiques (fournisseurs industriels, producteurs de biens agricoles et alimentaires, prestataires de services aux particuliers ou aux entreprises...).

Ce travail propose dans un premier temps d'évaluer l'ampleur et la nature des évolutions de l'emploi dans le commerce. S'appuyant principalement sur une revue descriptive des statistiques publiques, cette première partie consiste à évaluer la contribution du commerce aux évolutions de l'emploi global et à examiner dans quelle mesure l'évolution de l'emploi dans le commerce pourrait être imputable aux mutations du fonctionnement du marché du travail (recul du poids des indépendants, développement du temps partiel, progression de l'intérim...).

Une deuxième partie est consacrée à l'examen des mécanismes économiques qui décrivent les causalités entre l'emploi dans le commerce et ses déterminants. Cette partie s'appuie principalement sur les résultats de travaux publiés dans la littérature économique et propose de sérier les déterminants en une approche par la demande et une approche par l'offre.

Ainsi, l'emploi dans le commerce apparaît fortement corrélé avec le volume de la demande adressée au commerce, approchée par la consommation des ménages. Néanmoins, l'existence de coûts et de délais d'ajustement induit un décalage entre les séries, qui tend néanmoins à diminuer en raison du développement des formes flexibles d'emplois. Le rôle de la demande comme facteur explicatif des embauches dans le commerce est également d'ordre qualitatif. En effet, la nature de la demande adressée au secteur influence la demande de travail. En particulier, la structure des ventes, qui évolue avec le pouvoir d'achat des ménages et les modes de consommation, ainsi que la demande de service commercial sont des déterminants essentiels de la demande de travail dans le commerce. En outre, la modification des modes de vie entraîne une forte expansion des services au détriment de la consommation commercialisable. Cela entraîne un léger déversement des emplois du commerce vers

les emplois des secteurs de services. Tous ces éléments, tant quantitatifs que qualitatifs, contribuent à déterminer le besoin de facteur travail des entreprises commerciales.

La demande de travail de la part des entreprises va aussi dépendre d'éléments liés à l'offre, qui sont susceptibles d'être des contraintes pour l'employeur qui veut faire évoluer l'emploi dans son entreprise pour s'adapter à la demande. Parmi ces facteurs, on peut citer la productivité, le coût du travail ou encore la réglementation sur la protection de l'emploi. Ces éléments détermineront la capacité d'embauche de l'entreprise. Les gains de productivité observés actuellement dans le commerce s'expliquent par de multiples facteurs (NTIC, réorganisation du temps de travail...) qui ont des conséquences incertaines sur l'emploi. On ne vérifie donc pas de relation stable entre l'emploi et la productivité dans le commerce. Finalement, la productivité n'est un déterminant de l'emploi dans le commerce que de manière indirecte. Ce sont plutôt les réorganisations concourant aux gains de productivité qui ont des effets directs sur l'emploi. Le rôle du coût du travail en tant qu'explication de l'emploi est enfin approché par le débat autour de la pertinence de la baisse des charges. Les effets sont multiples (effets directs sur la demande de travail, effets induits sur les prix et la demande) et peuvent s'annuler.

Enfin, la troisième partie de ce travail fournit deux éclairages empiriques complémentaires. Le premier volet "sectoriel" consiste à examiner à un niveau détaillé de la nomenclature d'activités les évolutions de l'emploi commercial. Cette approche permet d'examiner les relations de l'emploi avec ses déterminants à un niveau plus précis (le commerce de sport et la consommation d'articles de sport par exemple) et de façon répétée (stabilité des relations de causalité sur plusieurs secteurs).

Cet examen sectoriel est complété par un volet géographique. Dans cette partie, les évolutions de l'emploi commercial sont étudiées au niveau de données communales en s'appuyant sur la typologie des espaces urbains. Celle-ci permet d'explicitier la traduction des mutations des structures commerciales sur la géographie du commerce (la création de nouvelles structures de commerce organisé se traduit le plus souvent par un déplacement vers la périphérie des aires urbaines). Pour terminer, les évolutions détaillées des statistiques de l'emploi commercial sont présentées sur un cas exemplaire, afin de signifier la traduction au niveau local des grandes évolutions nationales (effet de la création d'un centre commercial de périphérie sur l'emploi commercial de l'aire urbaine). L'aire urbaine de Caen a été retenue pour cet exercice parce qu'elle présentait des évolutions conformes à celles constatées au niveau national.



## 1.1 Le niveau de l'emploi dans le commerce

Avec plus de 3,4 millions d'actifs employés, le commerce apparaît comme un des gros employeurs du système économique. Les employés de l'ensemble du secteur du commerce (commerce de détail, commerce de gros et commerce et réparation automobile) sont deux fois plus nombreux que les effectifs travaillant dans la construction, trois fois plus que dans le transport. Au total, les effectifs du commerce représentent 14% de l'emploi total, marchand et non-marchand.

Le secteur du commerce a été un des principaux pôles de création d'emplois jusqu'aux années 1990. Néanmoins, sa contribution à la création d'emplois s'est récemment considérablement réduite. De plus, l'examen de l'évolution passée de l'emploi dans le commerce montre que l'agrégat peut enregistrer des fluctuations de forte amplitude, à la hausse comme à la baisse. En outre, le taux de réallocation de l'emploi dans le commerce est assez élevé, ce qui permet d'assurer le renouvellement et la modernisation des structures commerciales, mais n'apparaît pas comme un élément de stabilité des effectifs.

Enfin, une comparaison internationale des principaux indicateurs relatifs à l'emploi commercial montre que le taux d'emploi dans le commerce est en France sensiblement inférieur à la moyenne européenne, ce qui tendrait à indiquer que, malgré l'importance de son poids actuel dans l'emploi total, le secteur disposerait encore d'un potentiel non réalisé de création d'emplois.

L'emploi dans le commerce en 2004

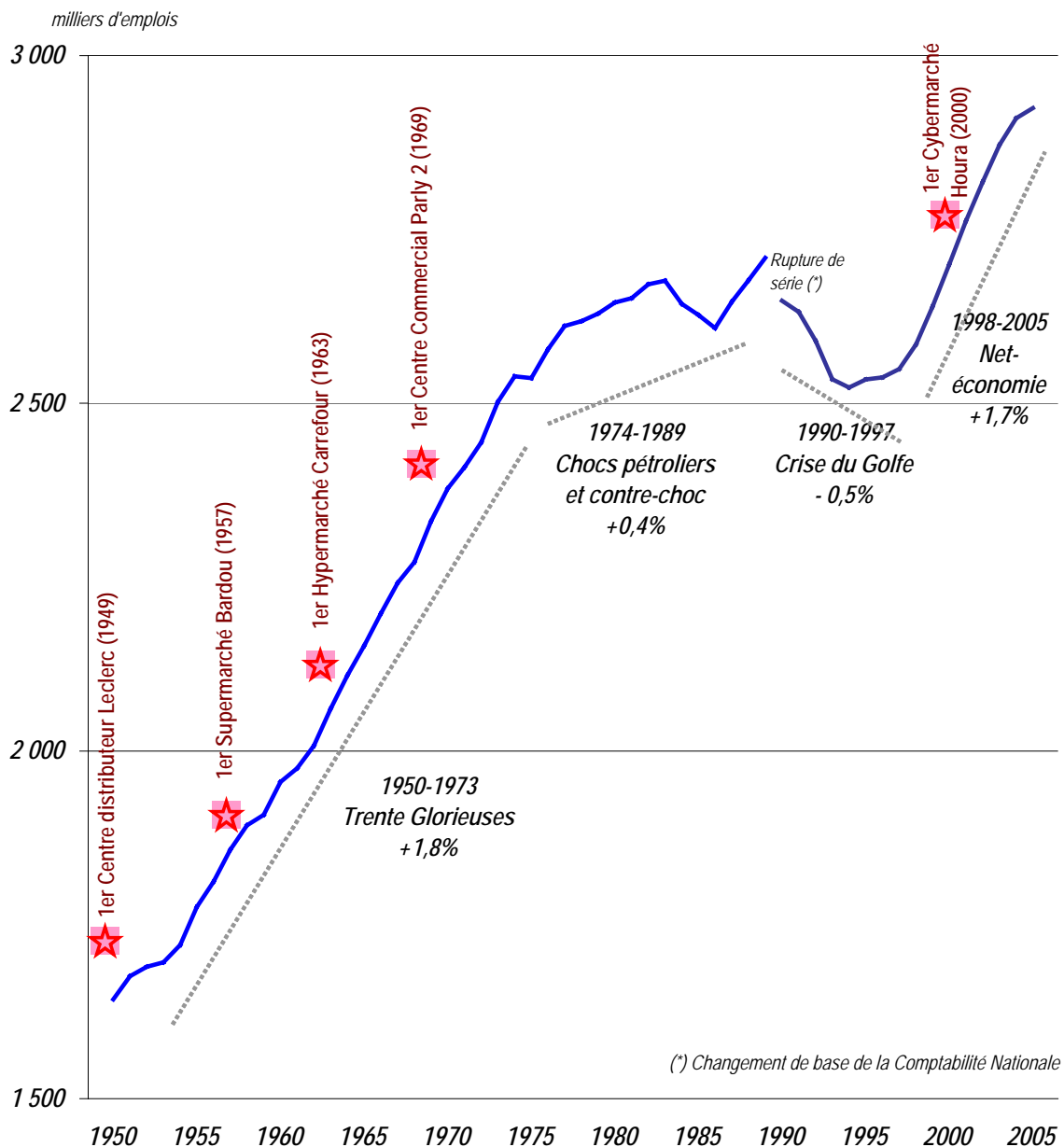
<i>En milliers</i>	Emploi salarié	Emploi intérieur total
Commerce et réparation automobile	455 400	503 800
Commerce de gros	979 600	1 025 400
Commerce de détail	1 606 500	1 884 400
Ensemble du commerce	3 041 400	3 413 600

Source : INSEE, Comptes Nationaux

### 1.1.1 La forte progression de l'emploi dans le commerce

L'évolution de l'emploi dans le commerce observée sur longue période présente un profil étroitement corrélé aux fluctuations macroéconomiques. L'emploi commercial évolue dans le même sens et surtout à un rythme proche de celui de la croissance de l'activité et de l'emploi total.

L'évolution de l'emploi dans le commerce (hors automobile) entre 1950 et 2005



Source : INSEE, Comptes Nationaux

La croissance de l'emploi historiquement la plus élevée dans le commerce a été observée pendant les Trente Glorieuses (+1,8% entre 1950 et 1973). Cette période, où la demande tire la croissance, correspond aussi à la structuration du tissu commercial dans ses formes actuelles : ouverture d'un centre distributeur Leclerc en 1949, puis du premier supermarché Bardou en 1957, enfin ouverture par Carrefour du premier hypermarché en 1963. La naissance du concept de Centre Commercial Régional (Parly 2) complète en 1969 la configuration de l'appareil commercial français. L'ouverture de ces nouveaux types de magasins a indubitablement constitué un levier important de croissance de l'emploi dans le commerce. Pendant cette période, la vitesse d'expansion de la grande distribution peut

largement s'expliquer par la cohérence entre ces nouveaux modes de distribution et le système économique et social fordien en place à l'issue de la phase de reconstruction (Moati, 2001).

Le succès rencontré par les grandes surfaces à dominante alimentaire encourage la diffusion du modèle aux secteurs non-alimentaires comme le meuble (Conforama en 1967), l'électroménager (Darty en 1968) et le bricolage (le premier magasin en libre-service Leroy-Merlin ouvre en 1966 et le premier Castorama en 1969). Les grandes surfaces spécialisées (GSS) se développent ensuite dans la distribution d'articles de sport (Décathlon en 1976), les vêtements, les chaussures (La Halle aux Chaussures en 1981), les articles de jardin (Jardiland en 1982) et les jouets (Toy'R'us s'implante en France en 1989).

En 1973, le choc pétrolier impacte la croissance et le moral de ménages. La consommation diminue et avec elle l'emploi dans le commerce. La période d'expansion de la fin de la décennie (1988-1990) permet d'effacer la décade de l'emploi commercial du début des années 1980. Finalement, la croissance annuelle moyenne de l'emploi sur la période 1974-1989 s'établit à 0,4%.

La stagnation de l'emploi entre 1990 et 1997 s'explique à la fois par le contexte macroéconomique défavorable (conflit du Golfe, croissance négative du PIB en 1993...) et par la première crise de la grande distribution qui résulte de plusieurs facteurs : la saturation du potentiel de croissance dans une société post-fordienne (taux d'équipement élevé, besoin de différenciation, de services...), le durcissement des contraintes réglementaires, à la fois sur le plan du droit de la concurrence et sur celui de l'urbanisme commercial (application plus stricte de la loi Royer).

Depuis 1998, l'emploi dans le commerce augmente relativement fortement (en moyenne de 1,7% entre 1998 et 2005), sans que le contexte macroéconomique ne suffise à l'expliquer, si ce n'est pendant les trois années d'embellie de la conjoncture à la fin de décennie (1998-2000). Les stratégies d'adaptation à la crise qui se mettent en place font émerger progressivement un nouveau paysage commercial, obéissant à un régime de croissance intensive. On remarque notamment l'introduction de nouvelles technologies dans le secteur du commerce avec, en 1998, l'ouverture de la première supérette entièrement automatique à Lyon sous l'enseigne "Petit Casino 24". En 2000, l'enseigne Cora lance le premier cybermarché (houra.fr) suivie par la plupart des autres enseignes de grande distribution (Télémarket, Ooshop, Auchandirect...).

Néanmoins, ces stratégies d'adaptation semblent insuffisantes pour expliquer la totalité de la croissance de l'emploi dans le commerce, dans un contexte où l'introduction des nouvelles technologies aurait même pour effet, selon certains, de jouer négativement sur l'emploi. On cherchera donc dans la suite

de cette partie à mieux décrire l'évolution de l'emploi dans le secteur du commerce, notamment en évaluant la contribution relative du secteur au sein de l'ensemble des activités économiques.

### 1.1.2 La contribution du commerce à la création d'emplois

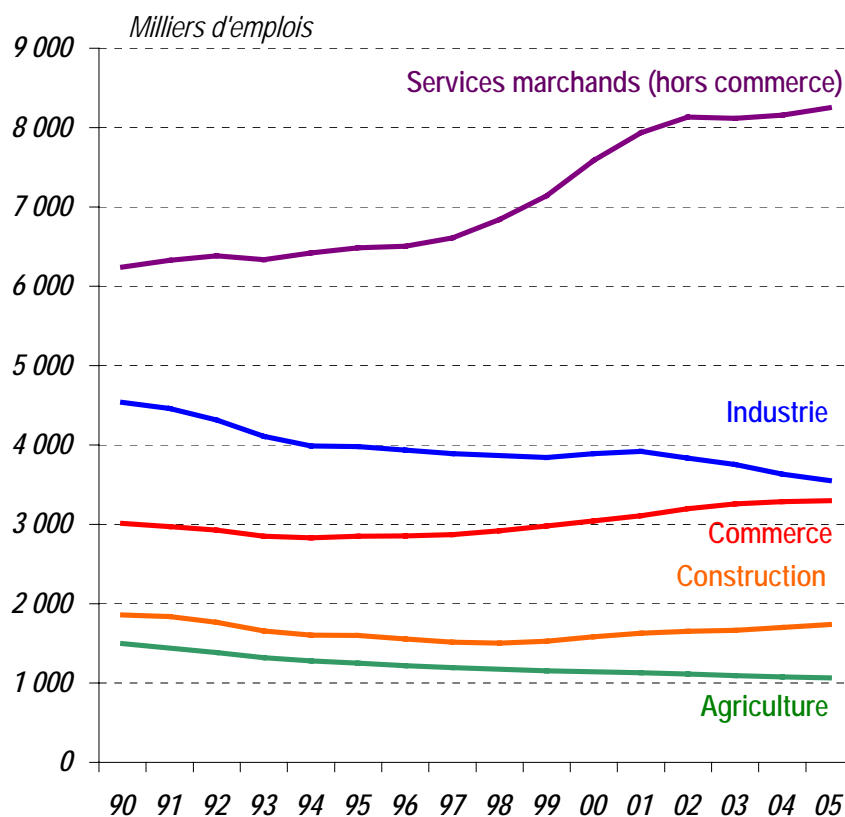
Le commerce rassemble près d'un actif sur cinq dans l'ensemble du secteur marchand. Mais surtout, le commerce a été à l'origine de 470 000 créations d'emplois entre 1993 et 2005.

Cette forte capacité à créer des emplois va de pair avec un fort taux de réallocation de l'emploi dans le commerce. En effet, la valeur assez élevée de cet indicateur dans les activités tertiaires permet une bonne réactivité aux fluctuations de l'activité et aux évolutions de la demande, ainsi que la modernisation des structures par le renouvellement des opérateurs.

#### ■ Bientôt davantage d'emplois dans le commerce que dans l'industrie

Le commerce rassemble 19% des emplois du secteur marchand en 2005 et les effectifs employés dans le secteur sont en passe de devenir plus importants que l'emploi dans l'industrie.

L'évolution de l'emploi dans les principaux secteurs marchands



Source : INSEE, Comptes nationaux

Depuis 1993, la hausse de l'emploi total résulte d'importantes créations d'emplois dans les services marchands (+2,4 millions d'emplois entre 1993 et 2005, soit en moyenne 200 000 par an). Dans cet ensemble, la contribution du commerce est significative (+470 000 emplois entre 1993 et 2005, soit en moyenne 40 000 par an). À partir de 2002, l'emploi commercial poursuit encore sa progression, tandis que l'évolution de l'emploi total marchand demeure étale.

#### ■ Un fort taux de réallocation de l'emploi dans le commerce

Une mesure de la dynamique de l'emploi dans un secteur est fournie par le taux de réallocation de l'emploi, lui-même défini comme la somme du taux de création et du taux de destruction. Les données sur ces indicateurs soulignent un taux de réallocation plus élevé dans le commerce que dans l'ensemble des secteurs marchands. Le taux de réallocation dans le commerce de détail est encore plus élevé, ce qui traduit une forte capacité des opérateurs commerciaux à assurer le renouvellement des structures et à accompagner la dynamique de recomposition sectorielle.

Taux de réallocation de l'emploi par grands secteurs

	Moyenne annuelle sur la période 1995-2001 (en %)			
	Taux de création	Taux de destruction	Taux de réallocation	Croissance nette
Industrie et énergie	7,1	7,1	14,2	0,0
Services	13,1	9,9	23,1	3,2
Commerce	12,6	9,9	22,4	2,7
Commerce et réparation automobile	12,2	9,6	21,9	2,6
Commerce de gros	12,0	10,2	22,1	1,8
Commerce de détail	13,1	9,7	22,9	3,4
Ensemble	11,1	9,2	20,3	1,9

Source : Fichiers BIC, INSEE

Au sein des activités de services, le secteur du commerce apparaît donc comme un important terrain de renouvellement du tissu économique et une activité où se réalise une juste adaptation de l'offre aux évolutions de la demande.

### **1.1.3 Le taux d'emploi dans le commerce est inférieur à la moyenne européenne**

Malgré l'importance du nombre de personnes travaillant dans le secteur, le taux d'emploi dans le commerce s'établit en France à un niveau sensiblement inférieur à la moyenne européenne. La France afficherait donc un important déficit d'emplois dans le commerce, tout au moins par rapport à une situation de référence dans laquelle le fonctionnement de l'ensemble du marché du travail et la

composition du secteur commercial se rapprocheraient d'une moyenne européenne théorique. En effet, à partir de la décomposition du taux d'emploi dans le commerce, on peut montrer que cet écart tiendrait à deux facteurs : d'une part, un décalage sur le taux d'emploi global qui traduirait une certaine incapacité de l'économie française à utiliser ses ressources en main-d'œuvre ; d'autre part, un poids du commerce dans l'emploi total relativement bas. Un chiffrage élémentaire montre que les deux facteurs contribuent de façon quasiment équivalente au déficit théorique constaté sur le taux d'emploi commercial.

■ **La faiblesse du taux d'emploi dans le commerce en France**

Le taux d'emploi est la proportion de personnes disposant d'un emploi parmi la population en âge de travailler, elle-même définie – pour faciliter les comparaisons internationales – par la population des 15 à 64 ans. Les taux d'emploi sectoriels rapportent l'emploi de chaque secteur à la population en âge de travailler. Ainsi, pour le commerce :

$$\text{Taux d'emploi dans le commerce } (T_C) = \frac{\text{emploi dans le commerce}}{\text{population des 15 - 64 ans}}$$

La France présente le plus faible taux d'emploi dans le commerce en Europe, à un niveau inférieur de plus d'un point à la moyenne des pays européens (8,3% contre 9,9%). Or, par définition, le taux d'emploi dans le commerce ( $T_C$ ) est égal au produit du poids du commerce dans l'emploi total ( $P_C$ ) par le taux d'emploi global ( $T_G$ ) :

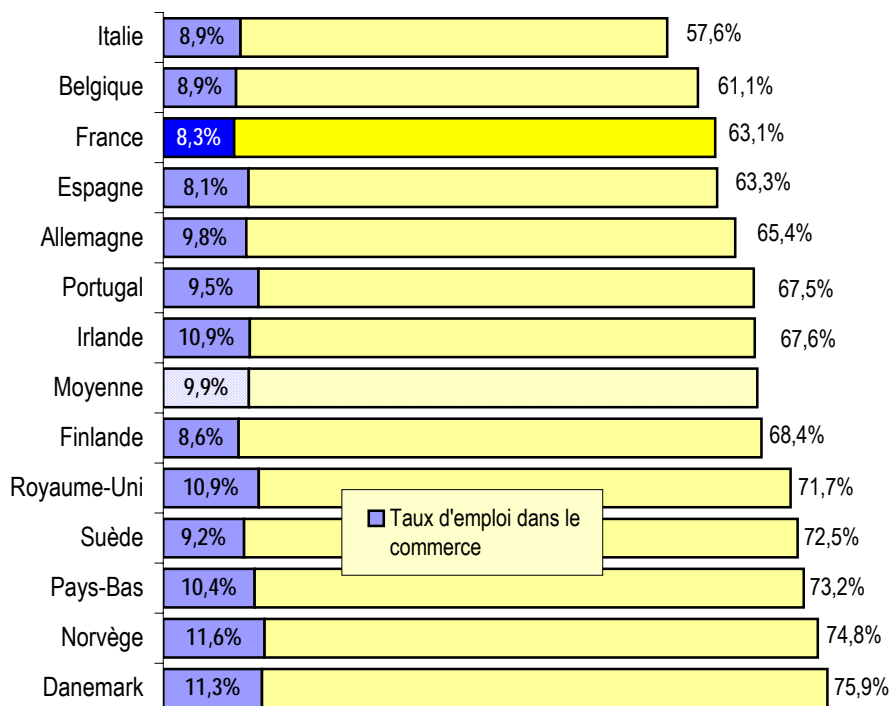
$$\text{Poids de l'emploi dans le commerce } (P_C) = \frac{\text{emploi dans le commerce}}{\text{emploi total}}$$

$$\text{Taux d'emploi global } (T_G) = \frac{\text{emploi total}}{\text{population des 15 - 64 ans}}$$

$$\text{donc : } T_C = P_C \times T_G$$

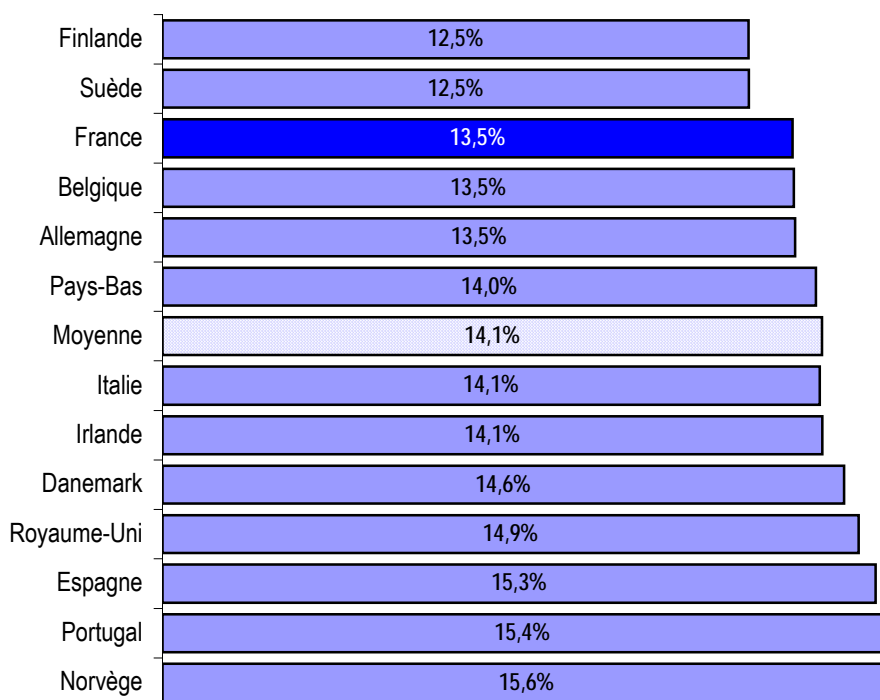
Le niveau du taux d'emploi dans le commerce en France provient donc de deux éléments. D'une part, il résulte du fait que la France présente un taux d'emploi global parmi les plus faibles en Europe (63,1% contre 67,9% pour la moyenne européenne) ; d'autre part, il s'explique par la contribution du commerce à l'emploi total (13,5%) qui est inférieure en France au poids du secteur dans l'emploi total des autres pays européens (14,1%).

Taux d'emploi global et taux d'emploi dans le commerce en Europe



Source : Eurostat, 2005

Poids du commerce dans l'emploi total



Source : Eurostat, 2005

À partir de cette définition du taux d'emploi dans le commerce, on peut décomposer la différence entre le taux d'emploi dans le commerce en France et la moyenne européenne en deux éléments : l'écart constaté sur le taux d'emploi global et l'écart de poids du commerce dans l'emploi total. En effet :

$$\Delta T_C = T_C \text{ France} - T_C \text{ Europe} = \Delta P_C \cdot \Delta T_G$$

$$\Delta T_C = (T_G \text{ France} P_C \text{ Europe} - T_C \text{ France}) + (T_G \text{ Europe} P_C \text{ France} - T_C \text{ France})$$

$$\Delta T_C = \text{Effet du taux d'emploi global} + \text{Effet du poids du commerce}$$

Le calcul de chaque composante conduit au résultat suivant : les deux effets jouent un rôle équivalent dans l'explication de la faiblesse du taux d'emploi dans le commerce en France. L'écart sur le taux d'emploi global explique 0,6 point de l'écart sur le taux d'emploi dans le commerce, de même que l'écart entre les poids du commerce dans l'emploi total.

#### Quelques caractéristiques des structures commerciales dans les principaux pays européens

	Densité commerciale en 2004 (nombre de commerces pour 10 000 hab.)	Nombre de personnes occupées par entreprise dans le commerce	Poids du commerce non spécialisé à dominante alim. dans le commerce de détail	Productivité apparente de la main-d'œuvre (en k€ par employé)	Poids du commerce dans l'emploi total
Norvège	124,4	6	41%	46,5	15,6%
Portugal	218,3	3	26%	18,9	15,4%
Espagne	184,1	4	26%	28,0	15,3%
Royaume-Uni	64,6	13	43%	36,6	14,9%
Danemark	90,0	9	47%	44,1	14,6%
Irlande	75,6	9	46%	41,4	14,1%
Italie	217,4	3	24%	30,2	14,1%
Pays-Bas	95,6	8	33%	41,0	14,0%
Allemagne	57,1	10	33%	42,1	13,5%
Belgique	127,2	4	31%	47,3	13,5%
France	109,3	5	37%	42,7	13,5%
Finlande	90,5	5	52%	48,5	12,5%
Suède	132,8	5	33%	44,5	12,5%

Source : Eurostat, 2004

Le faible taux d'emploi dans le commerce en France s'expliquerait donc à la fois par un effet commun à tous les secteurs, qui s'interprète selon certains économistes par la difficulté de l'économie française à



sortir de l'inactivité les catégories les moins productives ; d'autre part, par la nature des structures commerciales, relativement peu intensives en travail.

La faible intensité en travail du commerce en France s'expliquerait pour l'essentiel par le poids élevé de la grande distribution alimentaire. En effet, les autres indicateurs de concentration des structures commerciales admettent en France une position assez médiane par rapport aux partenaires européens. Pourtant, cette relation est difficile à mettre en évidence en raison de la dualité des structures commerciales françaises qui admettent la présence simultanée de plusieurs leaders de la grande distribution généraliste et spécialisée et d'un important tissu de très petites entreprises.

## 1.2 La mesure de l'emploi dans le commerce

---

L'étude des déterminants de l'emploi dans le commerce s'appuie sur la mesure des variations dans le temps du volume et de la structure des emplois dans ce secteur. Or, la plupart des statistiques disponibles ne comptabilisent que les effectifs salariés, alors que des tendances lourdes sur la modification des formes d'emplois (réduction du nombre d'indépendants, développement du temps partiel, progression du recours à l'intérim...) sont susceptibles de limiter le pouvoir explicatif de cet agrégat.

L'analyse de l'évolution de l'emploi dans le commerce doit donc intégrer au moins trois éléments :

- la baisse du nombre d'indépendants, au profit de structures commerciales plus concentrées ou appartenant à des réseaux de commerce organisé, contribue à dynamiser l'emploi salarié ;
- le développement du temps partiel gonfle les statistiques d'emploi dans le commerce qui ne seraient pas évaluées en équivalent temps plein ;
- la non-comptabilisation dans l'emploi du commerce des intérimaires exerçant leur activité dans des entreprises commerciales, car ces emplois sont enregistrés dans le secteur du travail temporaire.

Les deux premiers éléments peuvent être considérés comme des majorants. En effet, la progression de l'emploi salarié sur longue période a largement bénéficié des mutations des structures commerciales, même si cette évolution semble désormais avoir atteint un palier. D'autre part, le développement du temps partiel a fortement contribué à la croissance du nombre d'emplois dans le commerce au cours de la dernière décennie. En revanche, la diffusion du recours à l'intérim dans les établissements commerciaux tend probablement à minorer l'évolution de la demande de travail dans ce secteur.

### **1.2.1 La "salarisation" des commerçants**

Plus d'un employé du commerce sur dix exerce son activité sous un statut de non-salarié, ce qui correspond à 379 000 personnes en 2005 selon les estimations réalisées à partir des Comptes Nationaux de l'INSEE. Si cette évaluation souligne que les indépendants représentent une somme d'emplois importante dans le commerce, la proportion de non-salariés (11%) n'atteint pas un niveau exceptionnellement élevé. En effet, le poids des indépendants y est équivalent à la moyenne de l'ensemble des activités marchandes et demeure même inférieur à la valeur du ratio constaté dans le BTP (14%) et les services aux particuliers (14%).

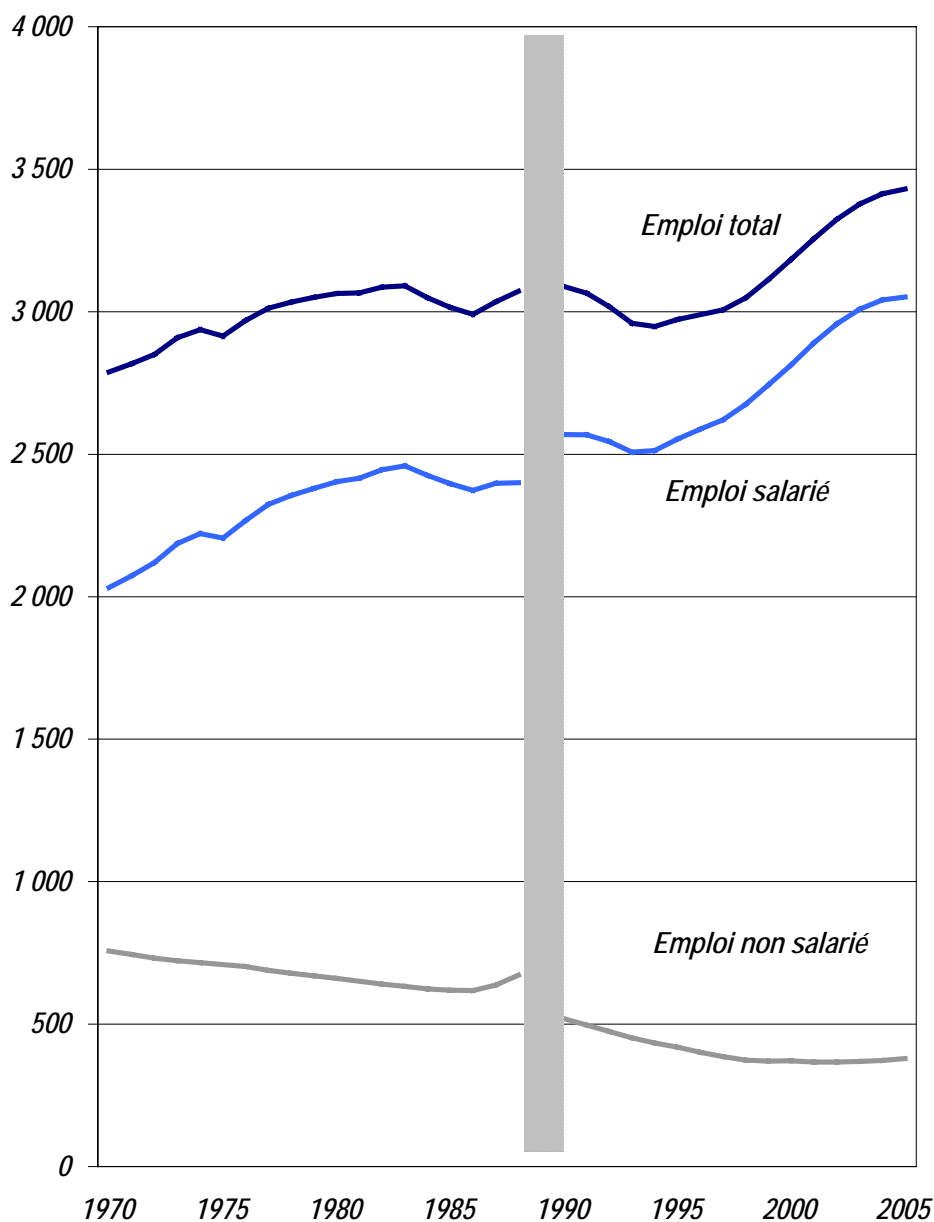
■ **Dans le passé, la forte réduction du nombre d'indépendants a dynamisé l'emploi salarié**

Les indépendants sont actuellement deux fois moins nombreux qu'en 1970. En effet, entre 1970 et 2005, leur nombre a baissé de 380 000 emplois alors que le nombre de salariés a connu sur la même période une progression de 1 020 000 emplois. Ainsi, 11% des effectifs du commerce sont des non-salariés en 2005 alors qu'ils représentaient 27% des emplois en 1970.

La diminution de l'emploi non-salarié représente quantitativement plus d'un tiers de l'augmentation de l'emploi salarié. Pourtant, il ne s'est pas opéré de massifs transferts individuels d'un statut vers l'autre ; c'est plutôt le renouvellement des structures commerciales qui a assuré l'essentiel de la "salarisation" des effectifs du secteur, en particulier le développement des structures du commerce organisé à fort taux de salariés (grande distribution alimentaire, grandes surfaces spécialisées, réseaux de franchise...).

Le développement de la grande distribution apparaît bien comme le principal facteur de la salarisation des emplois. En effet, les grandes surfaces alimentaires sont à l'origine de 43% des emplois salariés créés dans le commerce de détail entre 1996 et 2004, alors que les effectifs salariés restaient stables dans les petites surfaces alimentaires.

L'emploi salarié et non-salarié dans le commerce sur longue période  
Évolution du nombre d'emplois salariés et non-salariés dans le commerce (en milliers)



Source : INSEE, Comptes Nationaux, base 1980 pour la période 1970-1989 et base 2000 pour 1990-2005

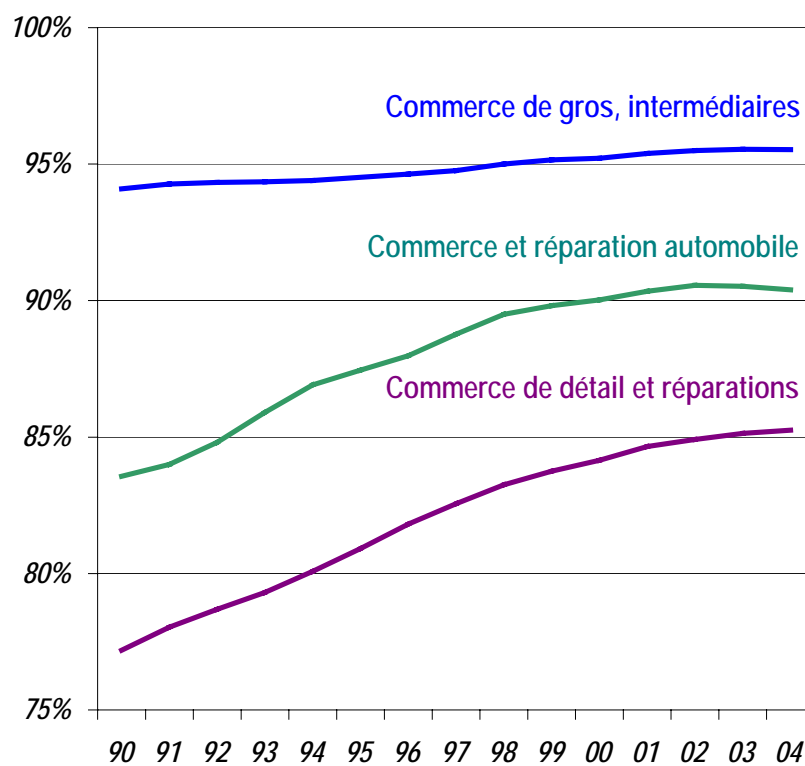
#### ■ La "salarisation" atteint désormais une limite

Actuellement, le nombre de non-salariés dans le commerce semble stabilisé aux environs de 380 000. La montée du salariat paraît même freinée, "comme si elle approchait de son terme" (Marchand [1998]). Après une longue période d'intégration par le salariat, au cours de laquelle le statut de salarié devenait un "gage de sécurité alors qu'il était historiquement un facteur de dépendance et de précarité" (Gollac et Seys, [1984]), l'émergence de nouvelles formes d'emploi salarié – qui se caractérisent par une moindre

stabilité et une moindre sécurité, pendant que parallèlement se développent de nouvelles modalités du travail indépendant – pourrait ralentir ou stopper cette mutation.

Ainsi, la répartition entre salariés et non-salariés atteint une asymptote dans la plupart des activités commerciales, notamment dans le commerce de détail qui rassemble les trois quarts des commerçants non-salariés. Dans ce secteur, la part des non-salariés semble se stabiliser autour de 15% de l'emploi total, tandis que la proportion d'indépendants converge vers un niveau encore plus faible dans le commerce et la réparation automobile (10% de l'emploi total en 2004) et le commerce de gros (4%).

Évolution de la part des salariés dans le commerce selon l'activité



Source : INSEE, Comptes Nationaux, 2005

### 1.2.2 Le développement du temps partiel dans le commerce

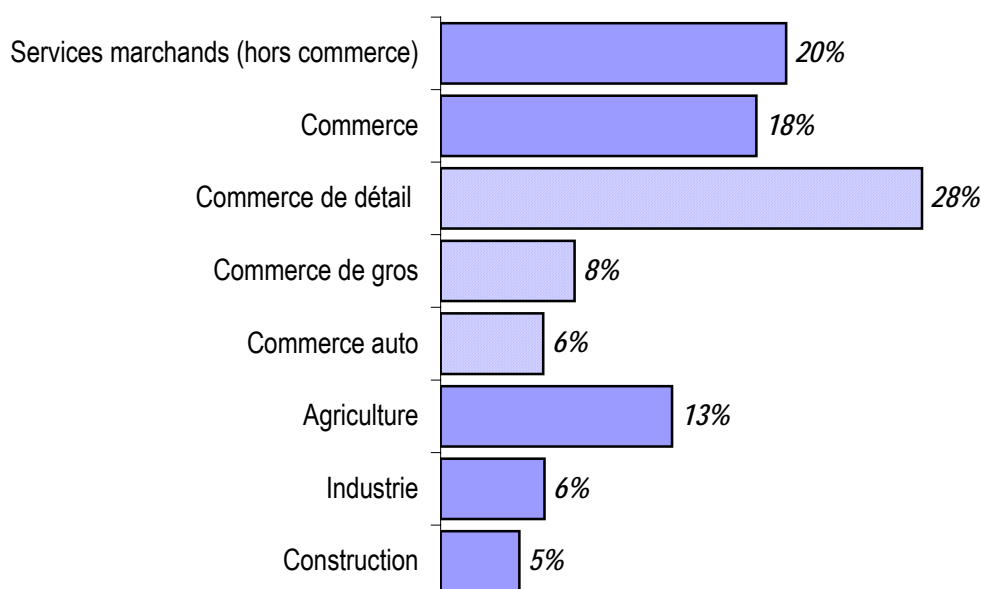
Au cours des années 1990, la forte progression du temps partiel – encouragée par plusieurs mesures incitatives – a significativement contribué à la croissance du nombre d'employés dans le commerce. A partir de 1999, la contribution du recours au temps partiel à la croissance des effectifs commerciaux s'est fortement réduite.

Cela tient pour une bonne part à l'évolution de la nature du temps partiel qui a conduit récemment à minorer, au moins dans les statistiques, l'effet de son développement sur l'emploi. Ainsi, la diffusion des 35 heures a conduit à requalifier un nombre important d'emplois à temps partiel long en emplois à temps complet. De même, l'allongement de la durée moyenne des contrats à temps partiel se traduit statistiquement par une réduction de sa contribution à la progression de l'emploi.

■ **Le temps partiel est largement diffusé dans le commerce**

En 2004, 18% de l'ensemble des employés du commerce travaillaient à temps partiel, et cette proportion atteignait même 28% dans le commerce de détail (17% dans l'ensemble de l'économie).

Part de l'emploi à temps partiel dans l'emploi total par secteur



Source : INSEE, EAE 2004

Le niveau élevé du ratio dans le commerce s'explique en partie par la composition de l'emploi dans ce secteur. En effet, le temps partiel touche principalement les employés, largement majoritaires dans le commerce. Par exemple, 20% des caissiers, 10% des vendeurs en habillement et articles de sport, 6% des employés de libre-service et des magasiniers travaillent à temps partiel.

Proportion d'emplois à temps partiel dans le commerce

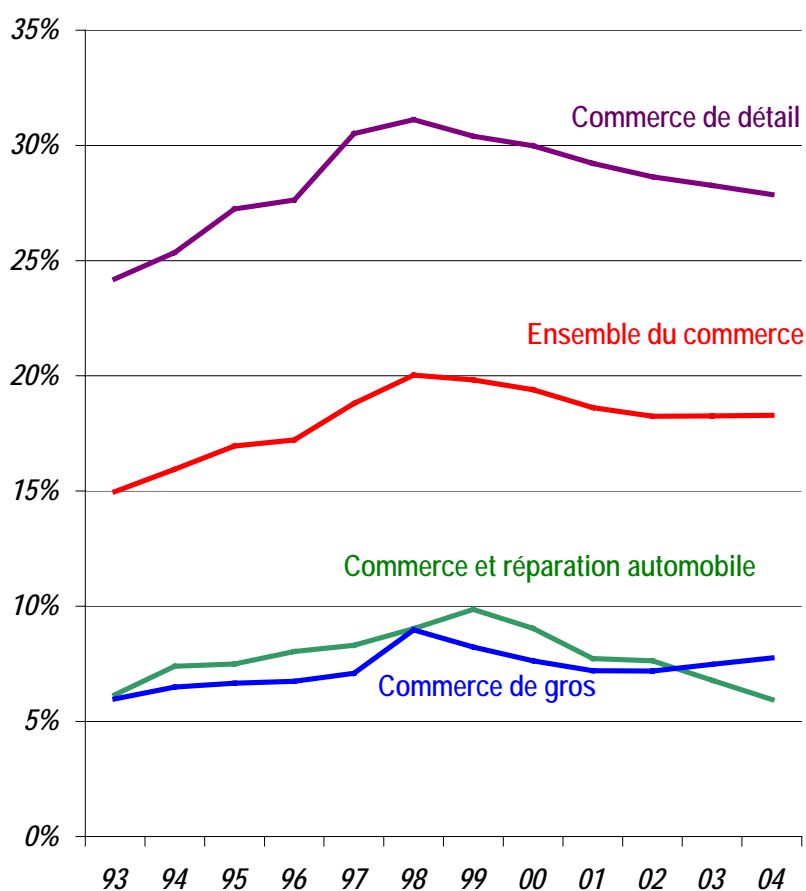
CSP	Proportion des emplois à temps partiel
Employés	32,3%
Professions intermédiaires	7,6%
Ouvriers	7,6%
Artisans, commerçants, chefs d'entreprise	7,2%
Cadres et professions intellectuelles supérieures	6,6%
Ensemble	15,9%

Source : INSEE, Enquête Emploi 2004

■ La diffusion du temps partiel a dynamisé l'emploi dans le commerce

Comme dans l'ensemble de l'économie, on a pu observer dans le commerce une forte progression de la part de l'emploi à temps partiel, suite à la mise en place de mesures incitatives comme les dispositifs d'exonération de charges sociales de 1992.

L'évolution de la proportion d'emplois à temps partiel (1990-2004)



Source : INSEE, Enquêtes Emploi, 1993-2004

La proportion du travail à temps partiel dans le commerce diminue à partir de 1998 et se stabilise à partir de 2001. Ce revirement de tendance est en partie un artefact statistique. Ainsi, la réduction du temps de travail a entraîné une contraction du nombre de salariés à temps partiel, en transformant mécaniquement une partie de ces emplois à temps partiel en emplois à plein temps. Sur l'ensemble des activités économiques, 18% des temps partiels sont ainsi passés à temps complet entre 2000 et 2001, principalement dans les temps partiels longs, soit les emplois supérieurs à 29 heures hebdomadaires.

La croissance de l'emploi dans le commerce entre 1993 et 1998 était largement imputable à la croissance de l'emploi à temps partiel. Depuis 1998, la tendance s'est inversée, l'emploi croît dans le commerce essentiellement grâce à la progression de l'emploi à temps complet. Seul le commerce de détail voit toujours l'emploi à temps partiel contribuer positivement à sa croissance sur la période récente (1998-2004).

Décomposition de l'évolution de l'emploi dans le commerce  
au cours des périodes 1993-1998 et 1998-2004

Période 1993-1998	Évolution de l'emploi total	Contribution de l'emploi à temps partiel	Contribution de l'emploi à temps complet
Commerce auto.	-2,1%	2,7%	-4,7%
Commerce de gros	1,7%	3,1%	-1,5%
Commerce de détail	3,7%	8,1%	-4,4%
Ensemble du commerce	2,1%	5,5%	-3,4%
Période 1998-2004	Évolution de l'emploi total	Contribution de l'emploi à temps partiel	Contribution de l'emploi à temps complet
Commerce auto.	11,0%	-2,4%	13,4%
Commerce de gros	5,0%	-0,8%	5,8%
Commerce de détail	23,6%	3,3%	20,2%
Ensemble du commerce	15,1%	1,0%	14,1%

Source : INSEE, Enquêtes Emploi, calculs CRÉDOC

### 1.2.3 L'emploi intérimaire dans le commerce

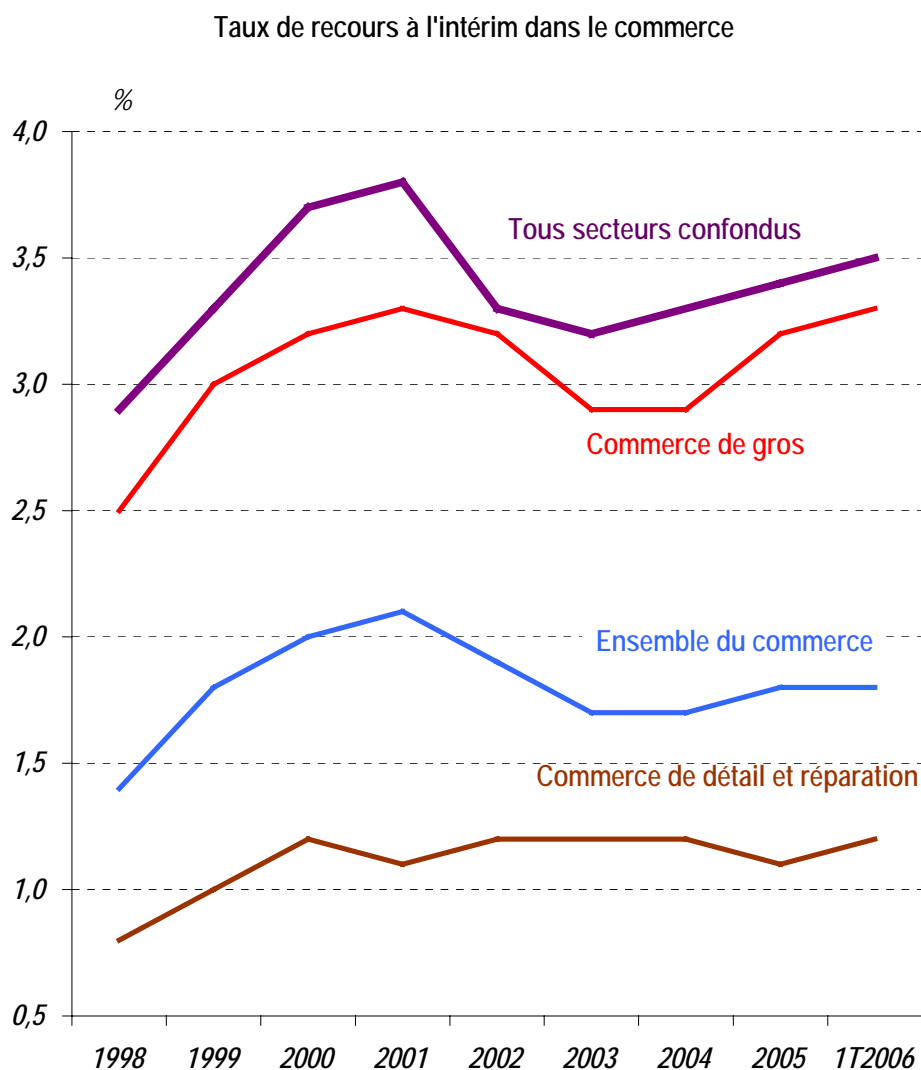
L'évolution des effectifs intérimaires constitue le troisième élément à prendre en compte dans l'analyse des variations de l'emploi dans le commerce.

En effet, les intérimaires, même lorsqu'ils exercent leur activité dans le commerce, sont comptabilisés dans le secteur du travail temporaire – une des composantes des services aux entreprises – et échappent ainsi aux statistiques de l'emploi du commerce. De plus, comme l'ajustement de l'emploi commercial aux fluctuations de l'activité se réalise en premier lieu par l'intensité du recours à l'intérim, son évolution pourrait avoir tendance à biaiser l'analyse des délais d'ajustement dans le commerce.

■ Le recours à l'intérim dans le commerce reste limité

Début 2006, on recensait 56 900 intérimaires dans le commerce, ce qui représente moins de 2% des effectifs totaux employés par le secteur contre 3,5% dans l'ensemble de l'économie.

Le commerce de détail, avec un taux de recours de 1,8%, est moins utilisateur de main-d'œuvre intérimaire que le commerce de gros (3,1%), car le positionnement du commerce interentreprises dans les circuits d'approvisionnement rend le secteur plus sensible aux fluctuations cycliques de l'activité.



Source : DARES – exploitation des fichiers Unédic des déclarations mensuelles des agences d'intérim

Le recours à l'intérim semble inscrit sur une tendance à la hausse dans le commerce, même si la dégradation de la conjoncture au cours de la première partie de la décennie 2000 rend cette évolution graphiquement peu perceptible. Or, le développement de l'emploi intérimaire est un facteur qui minore la progression de l'emploi commercial en comptabilisant ces contingents dans les services aux

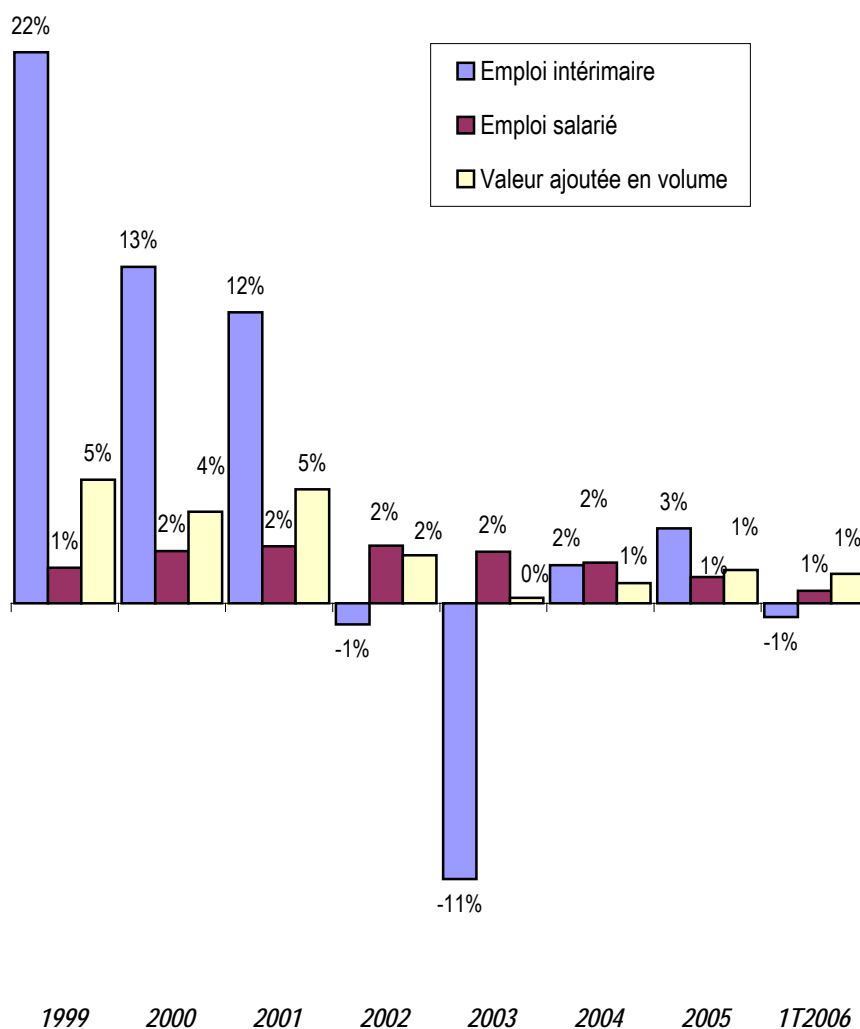


entreprises. Pourtant, la faible amplitude constatée au cours de la période récente sur la courbe des effectifs intérimaires employés dans le commerce indique que le biais qui pourrait provenir de l'évolution du recours à l'intérim est limité en termes quantitatifs.

■ Le travail temporaire est la première variable d'ajustement de l'emploi dans le commerce

L'examen des évolutions de l'emploi salarié et de l'emploi intérimaire montre que le premier amortit fortement les fluctuations de l'activité (mesurées par la croissance de la valeur ajoutée), tandis que le second a plutôt tendance à les amplifier.

Évolution de l'emploi salarié, de l'emploi intérimaire et de la valeur ajoutée dans le commerce



Sources : INSEE, DARES, DCASPL

Ainsi, la quasi stagnation de la croissance de la valeur ajoutée dans le commerce depuis 2001 a entraîné une baisse du recours à l'intérim, tandis que la croissance de l'emploi salarié restait

relativement stable. Le travail temporaire apparaît bien comme une variable d'ajustement de l'emploi à l'activité dans le commerce, et l'intensité du recours à l'intérim contribue à rendre l'emploi du commerce moins réactif aux fluctuations de la demande.

Au final, l'effet de la modification des formes d'emplois dans le commerce apparaît suffisamment limité pour ne pas biaiser de façon rédhitoire l'analyse réalisée à partir des statistiques usuelles de l'emploi.

## 2. LA MECANIQUE DE L'EMPLOI DANS LE COMMERCE

Dans un contexte économique d'offre de travail surabondante, l'emploi à court terme est principalement déterminé par la demande de travail. L'examen de l'offre de travail, et notamment de l'attractivité du secteur du commerce auprès des candidats potentiels, ne sera donc pas détaillé ici et pourra faire l'objet d'un travail de recherche ultérieur.

La demande de travail est notamment une fonction du coût du travail par rapport au coût des autres facteurs de production (effets de substitution qui induisent un déplacement le long de la courbe de demande de travail), mais aussi des quantités ou de la nature des biens ou services vendus (le niveau de la production induisant un déplacement de la courbe de demande de travail).

Le niveau d'emploi du secteur va donc dépendre directement du marché du travail de ce secteur, mais aussi du marché des biens et services. Quatre leviers sont dès lors possibles pour agir sur l'emploi et le chômage : offre de travail, demande de travail, offre de produits et demande de produits. Il faut noter que dans bon nombre de dispositifs, plusieurs de ces leviers sont actionnés simultanément.

Les différentes grilles d'analyse des déterminants de l'emploi dans le commerce

	Demande	Offre
Marché des B & S	<b>DEMANDE DE BIENS ET SERVICES</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- volume de la consommation</li> <li>- nature de la demande</li> </ul> <p style="text-align: right;"><i>Niveau macro-économique</i></p>	<b>OFFRE DE BIENS ET SERVICES</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- évolution de l'appareil commercial</li> </ul> <p style="text-align: right;"><i>Niveau sectoriel</i></p>
Marché du travail	<b>DEMANDE DE TRAVAIL</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- productivité</li> <li>- coût du travail</li> <li>- législation</li> </ul> <p style="text-align: right;"><i>Niveau micro-économique</i></p>	<b>OFFRE DE TRAVAIL</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- attractivité du secteur</li> </ul> <p style="text-align: right;"><i>Niveau micro-économique</i></p>

Source : CRÉDOC

Si l'on s'attache à une autre dimension, on voit que le volume total d'emplois dans le commerce dépend d'éléments à la fois microéconomiques (choix d'une entreprise d'embaucher ou non, choix d'un agent

de travailler ou non dans le commerce), sectoriels (l'emploi est fortement corrélé au nombre d'entreprises dans le secteur), et macro-économiques (c'est l'évolution de la demande globale qui déterminera l'investissement et donc l'embauche des entreprises).

Nous analyserons l'effet sur l'emploi de la combinaison de ces éléments en deux parties, associant les différentes grilles d'analyse (par type de marché, par niveau de décision, par l'analyse de l'offre et de la demande).

- L'approche par la demande correspond à une analyse plutôt keynésienne de l'impact de la demande de biens et services sur l'emploi.
- L'approche par l'offre correspond à une analyse plutôt néoclassique, combinant les déterminants de la demande de travail de la part des firmes au niveau de l'entreprise (salaires, productivité, obstacles réglementaires) et les déterminants de la demande de travail au niveau du secteur, liée à l'offre de biens et services.

## 2.1 L'approche par la demande sur le marché des biens et services

---

L'activité commerciale et donc l'emploi correspondant dépendent du volume des biens consommés, de la nature des biens commercialisés, et des modalités de l'acte d'achat (notamment l'importance du service commercial).

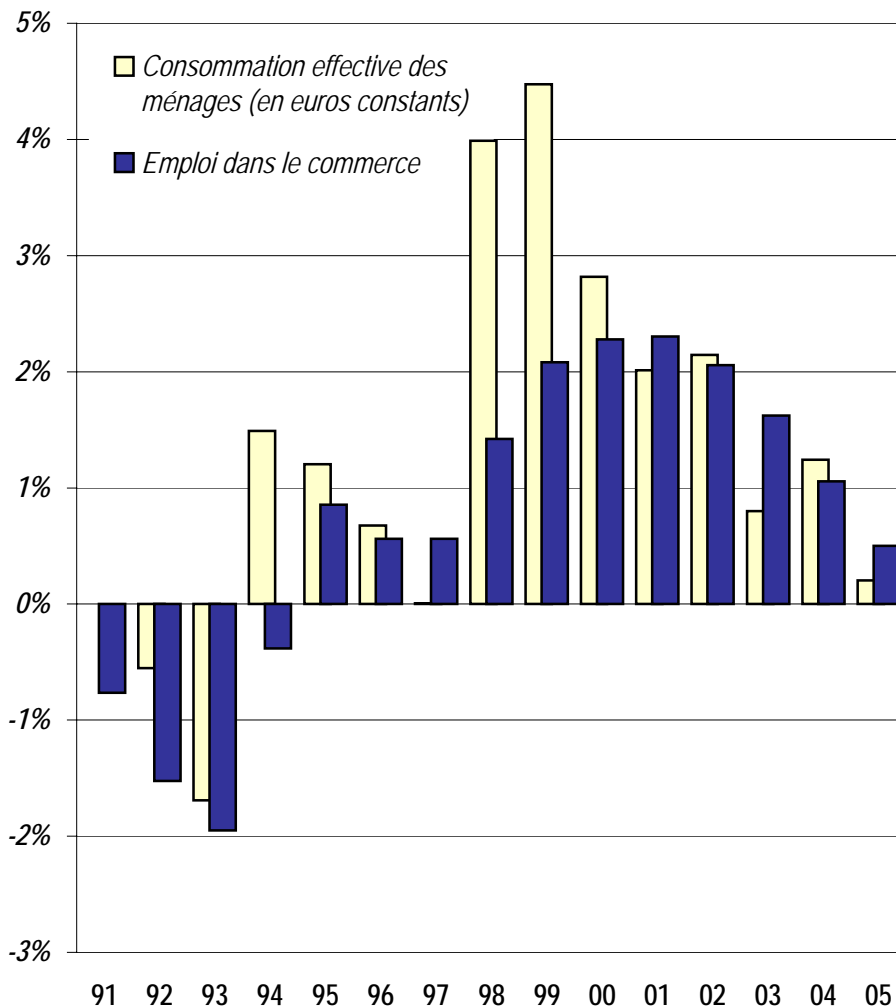
### **2.1.1 Le volume de la demande de biens et services**

#### ■ La demande adressée au secteur demeure un déterminant essentiel de l'emploi

Toutes choses égales par ailleurs, notamment en termes de productivité, de durée du travail ou de qualité de service, un volume plus important de biens commercialisés exige davantage d'emplois dans les points de vente. Dans cette approche du fonctionnement du marché du travail, un facteur déterminant du niveau d'emploi dans le commerce réside dans la demande adressée au secteur. Dans ce schéma, les anticipations des entrepreneurs sur le niveau futur de la demande de biens et services déterminent un certain volume de production et donc un certain niveau pour les facteurs de production.

L'élément fondamental du circuit keynésien est le principe de demande effective, c'est-à-dire la demande anticipée par les entreprises afin de leur permettre la mise en œuvre d'un certain niveau d'investissement, et donc d'emploi.

Croissance de l'emploi dans le commerce  
et de la consommation effective des ménages



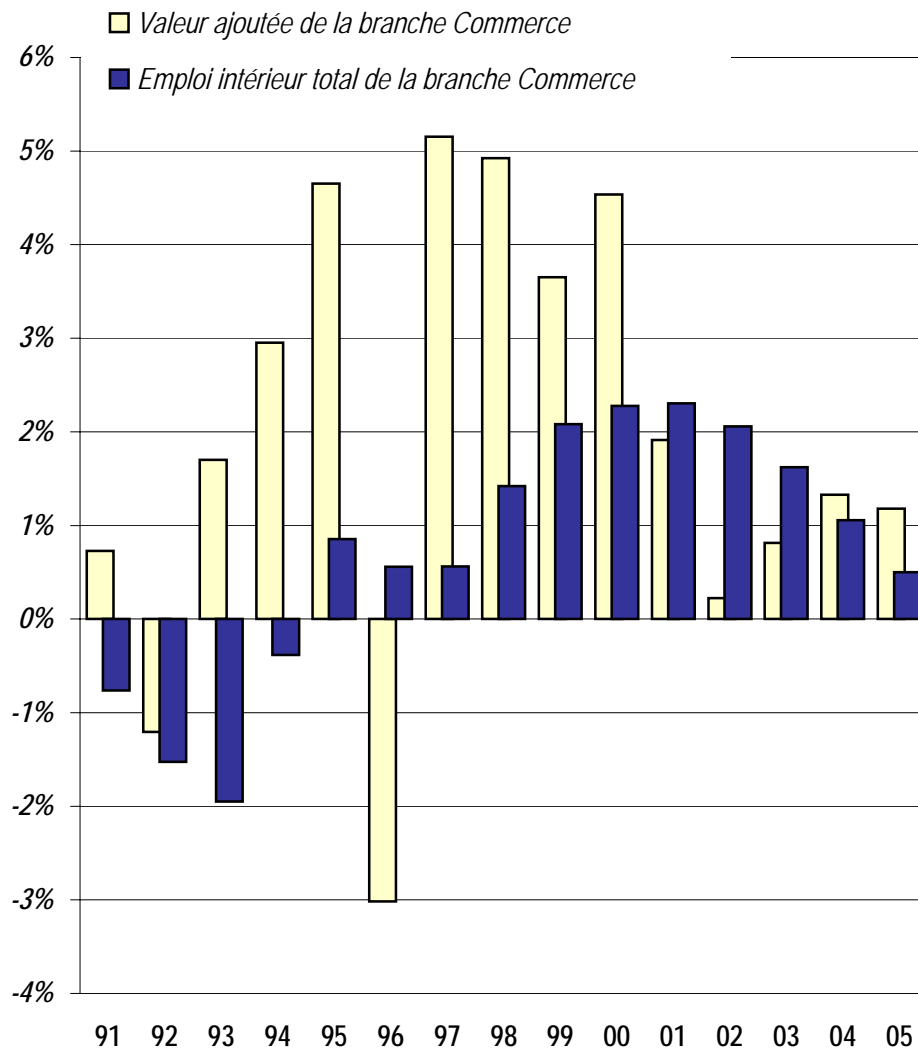
Source : INSEE, Comptes Nationaux, 2005

■ Cette relation se caractérise par des délais et des coûts d'ajustement significatifs

La relation entre la demande de biens et services adressée au secteur et la demande de travail n'est cependant pas immédiate, en raison notamment de l'existence de coûts liés à l'ajustement du facteur travail.

L'examen des évolutions des deux agrégats montre que la croissance de l'emploi admet les mêmes orientations que l'évolution de la valeur ajoutée. On remarque cependant que la série des variations du nombre d'emplois est beaucoup moins fluctuante que celle traduisant l'évolution de l'activité, et que l'emploi présente un profil d'évolution en retard sur celui de l'activité. Cela semble valider l'hypothèse d'un ajustement non immédiat et imparfait du nombre d'emplois à l'activité commerciale.

Croissance de la valeur ajoutée en volume et de l'emploi total dans le commerce



Source : INSEE, Comptes Nationaux 2005

En effet, quand la croissance de la production s'accélère, les employeurs attendent d'être certains que ce mouvement sera durable avant d'engager les dépenses liées aux embauches. L'employeur maximise la valeur actuelle de ses revenus futurs, qui dépendent des anticipations réalisées sur la demande et sur le niveau des coûts d'ajustement. Celui-ci effectue alors un arbitrage entre modifier la durée d'utilisation du travail, la productivité ou faire varier le nombre de travailleurs. Les leviers sur la productivité étant peu importants dans le commerce, c'est la modulation de la durée du travail ou, dans une moindre mesure, du nombre de travailleurs qui permet l'ajustement.

À l'inverse, quand la croissance devient moins forte, les employeurs ne recourent pas immédiatement aux licenciements (coûts associés élevés) ; ils réduisent l'intensité du travail et la productivité diminue.

Une analyse des effets des coûts d'ajustement sur la demande de travail menée sur des données individuelles d'entreprises du commerce de détail (Anderson, [1993]) valide l'importance du rôle de ces coûts au niveau de la firme, mais souligne aussi que les écarts observés sur les séries macroéconomiques sont largement surestimés par rapport aux observations portant sur des données individuelles d'entreprises.

Le développement de formes flexibles d'emplois (temps partiel et emploi intérimaire) entraîne une réduction des délais d'ajustement de l'emploi aux variations de la production, car ces formes d'emplois permettent de faire varier les effectifs plus rapidement.

Par conséquent, la demande apparaît comme un facteur qui explique de mieux en mieux l'emploi, car les retards d'ajustement tendent progressivement à se réduire.

Ainsi, l'existence de coûts d'ajustement ne semble pas de nature à remettre en cause le rôle de la demande comme déterminant essentiel du niveau de l'emploi. L'ajustement du facteur travail à la demande a bien lieu, et les délais d'ajustement tendent à se réduire avec le développement des formes d'emplois plus réactives.

### **2.1.2 La nature de la demande adressée au secteur**

Le rôle de la demande comme facteur explicatif des embauches dans le commerce est également d'ordre qualitatif. En effet, la nature de la demande adressée au secteur influence la demande de travail. En particulier, la structure des ventes, qui évolue avec le pouvoir d'achat des ménages et les modes de consommation, est un déterminant non négligeable.

#### **■ Le déplacement de la consommation vers des produits sophistiqués est favorable à l'emploi commercial**

Le commerce de détail est d'autant plus intensif en main-d'œuvre que le pouvoir d'achat des ménages est élevé, car les modes de consommation plus diversifiés et plus complexes exigent un plus grand nombre de personnes pour commercialiser les produits achetés par les ménages.

Le commerce alimentaire est moins intensif en travail que le commerce non alimentaire (Gadrey, Jany-Catrice, Ribault, [1999]). Autrement dit, pour un même nombre de salariés, le chiffre d'affaires d'une grande surface alimentaire sera supérieur à celui d'une grande surface non alimentaire, toutes choses égales par ailleurs. Or, la part du budget consacré à l'alimentation diminue avec l'augmentation du revenu des ménages (32,4% de la consommation commercialisable en 2005 contre 33,0% en 1999). Au contraire, les produits non alimentaires représentaient 56,9% de la consommation commercialisable en 2005 (55,6% en 1999). La consommation des ménages en culture-loisirs-sports a continué à faire

preuve d'un dynamisme important avec une croissance de 6% en volume, à peine en retrait par rapport aux deux années précédentes. Ce sont surtout l'informatique et la téléphonie (+20,5%) qui sont à l'origine de la croissance. Avec 4,1% de progression en 2005, les dépenses d'équipement du foyer ont maintenu leur rythme élevé des années précédentes. La vente d'articles relativement sophistiqués (appareils électroménagers, produits liés à l'aménagement intérieur, aux sports et loisirs, à l'informatique, etc.) peut nécessiter plus de personnel pour la production du service commercial (fournir des informations et conseiller sur le choix des produits).

Au total, les progressions enregistrées en 2005 concernent plus massivement les biens qui s'accompagnent d'un service commercial important lors de la vente. Cet effet positif de la "qualité des biens" sur l'emploi dans le commerce est donc susceptible d'être important.

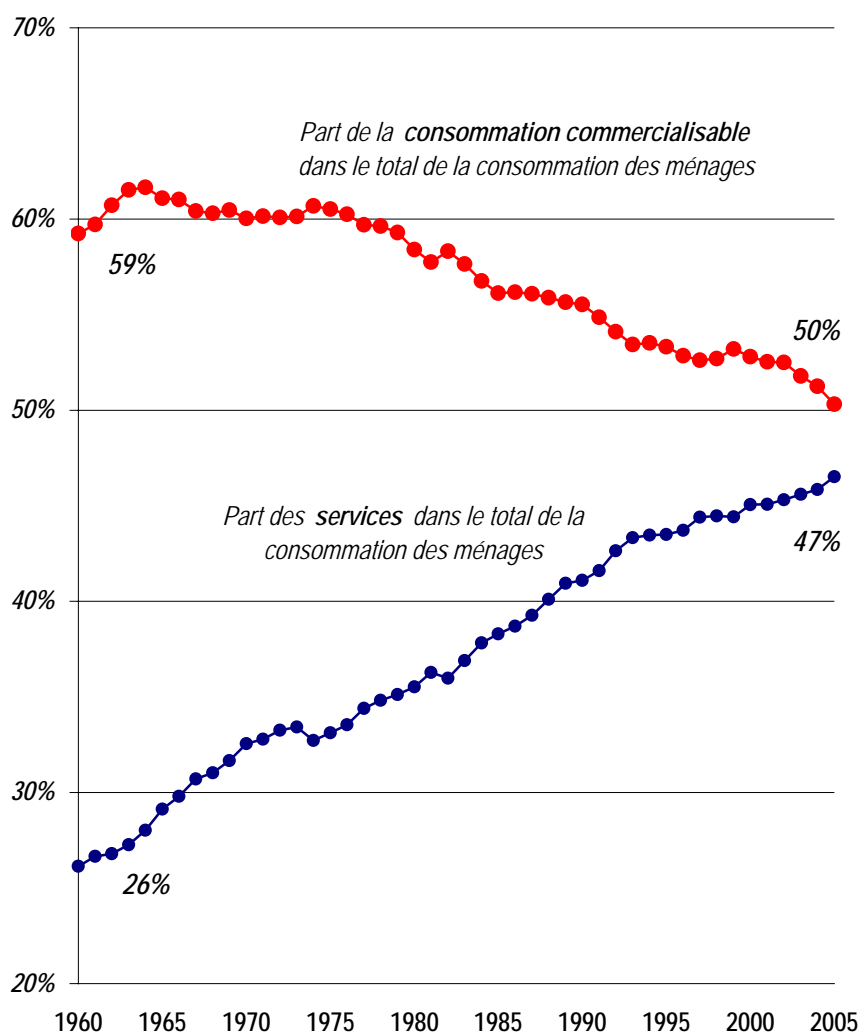
■ **La tertiairisation de la consommation pénalise la croissance de l'emploi dans le commerce**

L'élévation du niveau de vie conduit aussi à une consommation croissante de services, au détriment de l'achat de biens. L'évolution des modes de consommation entraîne donc un effet de substitution au sein de la consommation effective vers les services qui ne transitent pas par le commerce.

L'évolution de la consommation commercialisable est un bon indicateur de cette tendance. Cet agrégat comprend les produits susceptibles d'être vendus aux ménages par le commerce et les activités de réparation associées. La consommation commercialisable constitue de ce fait l'élément déterminant de l'activité du commerce de détail. En sont exclus l'eau, le gaz naturel et l'électricité. Avec cet effet de substitution, la consommation commercialisable est en baisse, au profit des services. Par exemple, l'achat de produits alimentaires dans le commerce baisse au profit de la consommation de repas pris dans les restaurants, ou encore l'accroissement des dépenses pour des abonnements à des services de télécommunications payés directement aux fournisseurs d'accès se fait au détriment des achats réalisés dans le commerce.



Part de la consommation commercialisable et des services dans le total de la consommation marchande des ménages<sup>1</sup>



Source : INSEE, Division Commerce, 2005

La théorie indique que la forte expansion des services au détriment de la consommation commercialisable doit entraîner un déversement des emplois du commerce vers les emplois des secteurs de services.

<sup>1</sup> Le calcul proposé ici se limite aux dépenses de consommation effectuées par les ménages. Sont donc exclues les dépenses des administrations publiques et des institutions sans but lucratif au service des ménages, y compris pour les dépenses de médicaments. En réintégrant ces postes au numérateur et au dénominateur du ratio, la part de la consommation commercialisable atteint 41%, tandis que celle des services s'établit à 57%. En outre, la somme des deux ratios ne couvre pas l'intégralité de la consommation des ménages puisque l'autoconsommation d'une part, et la consommation d'eau, de gaz et d'électricité d'autre part, ne sont comptabilisées ni dans les services, ni dans la consommation commercialisable.

On constate en effet que la part de l'emploi du commerce dans l'emploi total marchand est plutôt stable depuis 1990, alors que la part de l'emploi de services a fortement augmenté. L'externalisation croissante des tâches domestiques par l'achat de prestations de services se répercute sur l'emploi dans le commerce.

### **2.1.3 Les comportements d'achat et la demande de service commercial**

La vision économique de l'acte d'achat n'est pas suffisante pour expliquer son impact sur l'emploi commercial. En effet, la consommation est tout autant un acte sociologique et psychologique qu'un comportement uniquement déterminé par le niveau de revenu du consommateur et les prix relatifs des biens. Parallèlement, le commerce ne doit pas seulement permettre l'approvisionnement en produits, mais il doit aussi offrir un "service commercial", qui participera à la satisfaction de besoins et d'envies, objectif final de l'acte d'achat. Or, la nature du service commercial produit influence les modalités de la demande de main-d'œuvre.

#### ■ Évaluation de la demande de "service commercial"

Le commerce de détail produit des services (achat, stockage, mise à disposition des produits...) dont la valeur est mesurée par la marge commerciale ( $CA + \text{variation des stocks} - \text{achats}$ ). Ces services sont consommés en même temps que les biens achetés par les ménages. Leur importance est donc déterminée par la consommation des biens. Néanmoins, la demande de certains services proposés par le commerce (proximité, ambiance du magasin...) peut évoluer indépendamment des achats de biens en volume. Elle dépend du type de clientèle fréquentant le magasin, de l'importance de l'immatériel dans l'acte de consommation...

L'évaluation de la demande et de l'offre de service commercial est donc difficile. On se limitera à lister les éléments concourants à cette production de service commercial.

On peut distinguer d'une part le service contenu dans le produit, qui participe à la dimension immatérielle de celui-ci, et d'autre part le service commercial lié au point de vente.

On peut apprécier la demande de service commercial par l'étude des critères de choix des points de vente. Nous disposons pour cela de données issues de quatre enquêtes du CRÉDOC portant sur les secteurs suivants : l'alimentation, les articles de sport, les arts de la table et la photographie.

Le service commercial

Plutôt lié au produit	Plutôt lié au point de vente
<p>Formules commerciales rassurantes</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• consommation "santé"</li> <li>• garantie de qualité et d'hygiène</li> <li>• fruits et légumes frais</li> </ul>	<p>Disponibilité du produit</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• lieu de vente</li> <li>• horaires d'ouverture</li> <li>• absence de rupture d'approvisionnement</li> </ul>
<p>Valeurs véhiculées par certains produits (éthique, terroir)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• mise à disposition de produits du commerce équitable</li> <li>• "made in France"</li> <li>• produits biologiques</li> <li>• produits éthiques, du terroir</li> </ul>	<p>Services prêt à l'emploi</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• livraison</li> <li>• emballage</li> <li>• restauration, crèche (ex : Ikea)</li> <li>• parking gratuit</li> <li>• passage rapide en caisse ("self-scanning")</li> </ul>
	<p>Garanties sur les prix</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• "satisfait ou remboursé" (ex : alerte prix Carrefour)</li> <li>• achat à crédit</li> <li>• carte de fidélité</li> </ul>
	<p>Information</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• accueil, conseil en magasin</li> <li>• programmes d'information (ex : information sur la nutrition " mieux consommer" Leclerc)</li> <li>• Service après-vente</li> </ul>

Source : CRÉDOC

On retient deux éléments de la notion de service commercial : la mise à disposition de produits à proximité du lieu de vie et la qualité du conseil des vendeurs. Il s'agit de voir si ces critères sont identiquement valorisés selon les types de produits (alimentation, articles de sport, arts de la table et photographie). De plus, on testera l'hypothèse de l'existence d'un effet de structure lié au type de point de vente fréquenté, en mesurant l'écart entre la valorisation de tel critère dans un commerce généraliste et dans un commerce spécialisé.

La proximité du point de vente est un critère de choix lors de l'achat de :

	Critère principal de choix du point de vente	Valorisation de ce critère par type de point de vente : commerces spécialisés	Valorisation de ce critère par type de point de vente : commerces généralistes	Écart ("Commerces spécialisés" – "Commerces généralistes")
Articles de sport	49,4%(2)	71,3%	44,2%	27,1 points
Photographie	10,5% (4)	28,7%	13,3%	15,4 points
Arts de la table	57,4%(3)	66,4%	53,4%	13,0 points
Alimentation	38,6%(1)	n.c.	n.c.	n.c.

Source : CRÉDOC

La compétence des vendeurs du point de vente est un critère de choix lors de l'achat de :

	Critère principal de choix du point de vente	Valorisation de ce critère par type de point de vente : commerces spécialisés	Valorisation de ce critère par type de point de vente : commerces généralistes	Écart ("Commerces spécialisés" – "Commerces généralistes")
Articles de sport	46,4%(2)	58,1%	24,7%	33,4 points
Photographie	10,1% (4)	31,3%	2,5%	28,8 points
Arts de la table	51,0%(3)	60,1%	42,5%	17,6 points
Alimentation	n.c.	n.c.	n.c.	n.c.

Source : CRÉDOC

(1) "Pour choisir les magasins où vous allez faire vos courses alimentaires, vous privilégiez ?" (premier critère cité) Base : 945 adultes de 18 ans et plus faisant les courses souvent ou de temps en temps.

(2) "Pour quelles raisons l'achat a-t-il été réalisé dans ce magasin ?" (Oui/Non pour chacune des 10 raisons proposées).

(3) "Pour quelles raisons l'achat a-t-il été réalisé dans ce magasin ?" (Oui/Non pour chacune des 10 raisons proposées), Base : 1 057 ménages (3/4 d'acheteurs dans les 12 derniers mois).

(4) "Pour quelles raisons avez vous acheté votre appareil photo dans ce type de point de vente ?" (3 réponses possibles) Base : 1 072 personnes de 15 ans et plus.

Les critères évoqués pour justifier le choix du point de vente varient fortement selon les circuits de distribution. Ceci met en évidence un effet de structure. Les acheteurs adaptent leurs souhaits en matière de services au circuit de distribution qu'ils fréquentent.

Ainsi, pour l'achat d'un article de sport, un consommateur qui se rend dans un point de vente généraliste (hypermarché, supermarché) accorde beaucoup plus d'importance à la proximité (71,3%) qu'un consommateur qui se rend dans un magasin spécialisé (44,2%). Pour expliquer cet écart, il faut tenir compte du fait que les produits de consommation de chacun des types de distributeurs sont différents. Si les achats en supermarché se justifient par le choix, les prix et la proximité, c'est notamment parce que la structure des achats réalisés dans ce type de point de vente est plutôt orientée vers les articles textiles ou les ballons, dont l'achat demande moins de conseil que des équipements spécifiques. D'ailleurs, on constate que les acheteurs d'articles de sport en grande surface alimentaire

accordent relativement moins d'importance au conseil des vendeurs, alors que c'est un critère important lors d'un achat en magasin spécialisé.

Pour l'achat d'un appareil photographique, un consommateur qui se rend dans un point de vente généraliste accorde beaucoup moins d'importance à la compétence des vendeurs (31,3%) qu'un consommateur qui se rend dans un magasin spécialisé dans la photo ou l'équipement ménager (44,2%). On peut aussi interpréter cet effet de structure en précisant que les acheteurs adaptent leurs souhaits en matière de service au circuit de distribution qu'ils fréquentent, ou encore qu'ils choisissent le type de point de vente en fonction du service dont ils ont besoin pour leur achat (compétence des vendeurs, proximité...).

La notion de service commercial peut être étendue à des offres beaucoup plus spécifiques au produit. On utilise ici des exemples dans les commerces d'arts de la table et d'alimentation.

Les services innovants dans les arts de la table (assurance contre la casse, reprise de l'ancien, location longue durée...) sont peu valorisés (Chessa et Pouquet, étude CRÉDOC [1998]). Ils ont un caractère incitatif très limité voire inexistant. On n'attend donc pas d'évolution majeure dans la vente de ce type de biens, et donc pas d'effet sur l'emploi dans les commerces spécialisés en arts de la table.

#### Réceptivité déclarée des consommateurs à de nouveaux services dans la distribution d'articles d'arts de la table

"Parmi ce choix de services, lesquels sont susceptibles de vous inciter à acheter des articles d'arts de la table ?" (en %) (Oui/Non pour chacun des services proposé) Base : 1 057 ménages (3/4 d'acheteurs dans les 12 derniers mois)

	Beaucoup	Un peu	Pas du tout
Assurance contre la casse	13,7%	15,3%	67,5%
Reprise de l'ancien article pour l'achat d'un nouveau	11,0%	17,0%	68,7%
Service de location longue durée, avec option d'achat	2,4%	6,2%	88,1%

Source : Étude CRÉDOC, Chessa, Pouquet [1998]

L'enquête sur les comportements des ménages à l'égard du commerce alimentaire réalisée en 2005 au CRÉDOC teste la valorisation de certains services dans les points de vente d'alimentation.

Le critère de la rapidité correspond au service commercial "passage rapide en caisse". Résultat contre-intuitif pour certains, il n'est évoqué comme premier critère que par 8% des personnes interrogées (et par 10% comme second critère), alors que le thème de la rapidité dans l'exécution des courses occupe de plus en plus l'esprit des distributeurs et suscite un certain nombre d'expérimentations (comme les caisses en libre-service).

Les critères de choix des magasins où sont réalisées les courses alimentaires sont très orientés en faveur de facteurs fonctionnels (proximité, prix, rapidité). Toutefois, les critères qualitatifs (caractère agréable du magasin, le fait d'y trouver peu de monde, richesse du choix...) sont déclarés comme premiers critères de choix par 30% des personnes interrogées et comme second critère par près de 40%.

"Pour choisir les magasins où vous allez faire vos courses alimentaires, vous privilégiez ?" (en %)

Base : 945 adultes de 18 ans et plus faisant les courses souvent ou de temps en temps

	Premier critère	Second critère
Le plus proche	38,6	17,8
Le moins cher	16,2	16,2
Le plus agréable	7,4	13,1
Celui où il y a le moins de monde	5,9	8,9
Celui où il y a un parking	7,3	12,5
Celui qui permet de faire ses courses le plus rapidement	8,2	10,3
Celui qui offre le plus de choix	16,4	16,5
C'est l'unique raison	0,0	4,6
Ne sait pas	0,1	0,1

Source : Cahier de recherche CRÉDOC, Moati et al. [2005]

Il conviendrait d'étudier l'évolution de la part relative de chaque critère dans le temps. En effet, la valorisation du service commercial est susceptible d'évoluer, voire le contenu même de la notion de service commercial. Toutefois, il n'existe pas à notre connaissance de données suffisamment complètes et disponibles sur ce sujet.

#### ■ Impact de la production de service commercial sur l'emploi dans le commerce

L'évaluation de l'offre et de la demande de service commercial est importante dans le cadre de l'analyse des déterminants de l'emploi dans le commerce, car la production de service commercial est intensive en travail.

La production de service liée à la disponibilité du produit (lieu de vente, horaires d'ouverture) est plutôt intensive en travail car cela conduit à la multiplication du nombre de magasins et à l'augmentation des heures travaillées.

Les services d'emballage des courses, de livraison ou de conseil nécessitent également de la main-d'œuvre. Néanmoins, il convient de se demander si ces emplois ne peuvent pas être externalisés auprès de sociétés de services, auquel cas ils ne contribueraient pas nécessairement à l'augmentation de l'emploi dans le commerce. Par exemple, on peut imaginer que le vendeur responsable de la téléphonie mobile dans une GSS d'électroménager soit en réalité salarié par un opérateur. Il en est de

même pour le service commercial intégré aux produits, qui contribue à la dimension immatérielle de ceux-ci. Ce sont les services marketing qui produisent ce service. Les emplois sont donc plutôt rattachés à l'industrie et non au commerce.

De plus, certains services comme la possibilité de faire ses courses rapidement, peuvent se traduire soit par la création de caisses supplémentaires et donc des embauches, soit à l'inverse par la mise en place de nouvelles technologies permettant de diminuer la main-d'œuvre nécessaire. Selon la nature du service commercial mis en place, les effets sur l'emploi dans le commerce ne seront donc pas identiques.

L'élévation du pouvoir d'achat des ménages a deux effets, qui jouent en sens opposé sur l'emploi dans le commerce :

- la sophistication des biens vendus et la demande croissante de service commercial nécessitent plus d'emploi dans le commerce ;
- la hausse de la consommation de services se fait au détriment de la consommation commercialisable et donc de l'emploi dans le commerce.

Tous ces éléments, tant quantitatifs que qualitatifs, contribuent à déterminer le besoin de facteur travail des entreprises commerciales. Cependant, on a ici raisonné avec de nombreux paramètres constants. La demande de travail de la part des entreprises va aussi dépendre d'éléments liés à l'offre, qui sont susceptibles d'être des contraintes pour l'employeur qui veut faire évoluer l'emploi dans son entreprise pour s'adapter à la demande. Parmi ces facteurs, on peut citer la productivité, le coût du travail ou encore la réglementation sur la protection de l'emploi. Ces éléments détermineront la capacité d'embauche de l'entreprise.

## **2.2 L'approche par l'offre**

---

L'approche par l'offre dans le commerce repose sur les enseignements des schémas d'analyse économique plutôt néoclassiques.

Dans ce type de représentations, la demande de travail émane des entreprises, qui sont caractérisées par leur fonction de production. Le travail est un input dont la quantité demandée est déterminée au niveau de chaque entreprise de façon à égaliser la productivité marginale du travail et le salaire réel. Cette partie vise à examiner dans quelle mesure ces éléments (productivité du travail, niveau des salaires, obstacles réglementaires...) sont effectivement des déterminants significatifs de l'emploi dans

une entreprise du commerce. De plus, au niveau du secteur, la demande de travail va dépendre de l'offre de biens et services, c'est-à-dire du nombre et du type de magasins en place. Ce dernier volet sera traité dans un quatrième temps.

### **2.2.1 La relation entre l'emploi et la productivité**

L'emploi est dans le modèle néoclassique une fonction décroissante du niveau de productivité. Or, la difficile définition du concept dans le commerce et la variété des leviers permettant d'augmenter la productivité rendent cette relation caduque. Selon les stratégies mises en place pour augmenter la productivité (NTIC, temps partiel...), les effets sur l'emploi dans le commerce seront différents.

#### ■ La difficile transposition du concept de productivité au commerce

Le concept de productivité est difficilement applicable au secteur du commerce car il est malaisé de définir et de mesurer l'output (la production du service commercial). Comment valoriser par exemple la mise à disposition par un commerçant d'une large palette de produits dans des régions isolées, ou encore comment comptabiliser une mise en scène soignée des produits ?

Un rapport publié par McKinsey en 1995 isole quatre éléments constitutifs de la valeur ajoutée dans le commerce de détail : la distribution de biens, le service, la commodité et le choix de produits. Pourtant, la plupart des statistiques de productivité ne prennent en compte que le premier élément. En effet, les indicateurs couramment utilisés pour la productivité sont calculés en rapportant la valeur ajoutée des entreprises commerciales au nombre de personnes employées (ou au nombre d'heures travaillées si l'on considère la productivité horaire). Or, un tel calcul peut faire apparaître un biais important puisqu'il dépend de la stratégie de tarification adoptée par les commerçants. Ainsi, un commerce ayant un positionnement haut de gamme et pratiquant des prix élevés pourra présenter une productivité importante en raison de sa forte capacité à valoriser le service commercial. De même, l'intensité de la pression concurrentielle impacte la productivité. En effet, un commerce en situation de monopole local pourra afficher des prix élevés et donc présenter un bon ratio de productivité, sans que cela ne reflète la réalité de l'efficacité de son mode de fonctionnement.

La notion de service commercial reste également hétérogène en fonction des situations nationales. Par exemple, la faible productivité dans le commerce aux Etats-Unis pourrait s'expliquer en partie par la présence, dans les points de vente, d'employés qui réalisent des tâches peu génératrices de valeur ajoutée (remplir les sacs des clients à la sortie des caisses...). Les mesures de productivité horaire du travail basées sur les calculs de PIB en PPA (parité de pouvoir d'achat) montrent ainsi que la plupart des pays européens présentent une productivité "observée" plus élevée qu'aux Etats-Unis. Ces travaux soulignent néanmoins l'existence de biais statistiques liés aux différentiels en matière de durée du



travail et de taux d'emploi (voir notamment Belorgey, Lecat et Maury [2004]). Pour améliorer la mesure de la productivité et les comparaisons internationales de cet indicateur, les auteurs proposent d'évaluer un niveau de productivité horaire "structurelle" qui tienne compte des biais liés aux différences constatées sur le taux d'emploi et la durée du travail. La construction de cet indicateur alternatif repose sur le calcul d'une élasticité de la productivité individuelle par rapport à la durée du travail. Finalement, l'écart entre l'Europe et les États-Unis est sensiblement plus faible lorsque l'on considère la productivité "structurelle" du travail au lieu de la productivité "observée". Le différentiel d'emploi entre les situations européenne et américaine ne pourrait donc pas être imputable à un écart de productivité dès lors que sa mesure serait plus exacte ou plus complète. Les résultats de ces travaux demeurent toutefois difficilement transposables dans la statistique publique, et la productivité du travail "observée" demeure l'indicateur de référence pour mesurer l'efficacité économique.

■ **La relation inverse entre productivité et emploi n'est plus vérifiée**

Dans les années 1950-1970, la croissance de l'emploi dans les services a été vigoureuse. Le principal facteur explicatif, selon Baumol<sup>2</sup>, était la faible croissance de la productivité. De la même manière, on a longtemps cru pouvoir expliquer le différentiel de taux d'emploi dans les services entre la France et les États-Unis par un différentiel de productivité, la France ayant une productivité plus élevée, moins d'emplois étaient nécessaires pour un même volume de ventes. Mais il s'agit de relations comptables qui doivent être manipulées avec prudence. En effet, la relation historiquement inverse entre emploi et productivité ne se vérifie plus nécessairement.

Au niveau macroéconomique, la productivité par tête dans le tertiaire en France est désormais plus faible que dans l'industrie. Elle se stabilise dans le tertiaire alors qu'elle continue à croître dans l'industrie. Cette stagnation de la productivité dans le tertiaire est essentiellement due au commerce, où la production et l'emploi augmentent au même rythme. On est donc tenté de dire que l'emploi dans le commerce augmente en France parce que la productivité diminue (ou est stable).

La relation symétrique ne se vérifie pas : la hausse de la productivité n'entraîne pas nécessairement une baisse de l'emploi. Sur une période récente (1996-2000), on note que les États-Unis ont connu dans le secteur regroupant le commerce et l'hôtellerie-restauration des gains de productivité deux fois supérieurs à ceux constatés en France. L'emploi a néanmoins progressé à un rythme stable, de l'ordre de +1,5% par an aux États-Unis sur la même période. Selon Cahuc et Debonneuil [2004], cette

---

<sup>2</sup> Pour Baumol [1967], la part de l'emploi des secteurs de services dans l'emploi global dépend positivement du niveau de revenu et positivement de la productivité dans l'autre secteur (l'industrie) si l'élasticité-prix de la demande de services est inférieure à l'unité. C'est le phénomène de déversement. À l'inverse, si la demande de services est fortement élastique au prix, la part de l'emploi dans les services diminue avec le différentiel de taux de croissance de la productivité entre l'industrie et les services.

productivité élevée s'explique par une meilleure combinaison des facteurs de production, permise notamment par un recours intensif aux technologies de l'information et à la réorganisation qui y est associée. La France aurait pour sa part du retard sur ce point. La relation théorique liant une hausse de la productivité à une baisse de l'emploi n'est donc plus vérifiée.

Au niveau microéconomique, les effets de la croissance sur l'emploi dépendent de la manière dont les gains de productivité sont utilisés par les entreprises qui en bénéficient. Une plus forte productivité, c'est :

- une quantité produite plus grande pour une même quantité de travail ;
- une même quantité produite avec moins de travail ;
- une quantité produite qui augmente plus vite que la quantité de travail.

Il peut donc simultanément y avoir des gains de productivité et une croissance de l'emploi.

Cette analyse peut être transposée au niveau sectoriel. Selon la stratégie mise en place par les entreprises du commerce, l'effet des gains de productivité sur l'emploi sera différent. Par exemple, la mise en place de caisses électroniques dans une logique de baisse des coûts, selon le modèle fordien, conduira à une réduction des effectifs. En revanche, une entreprise qui agit selon le modèle de la création de valeur pourra engager des investissements dans le but de réaliser des gains de productivité et par là même accroître son activité (par exemple, développement d'un nouveau marché par différenciation), ce qui sera plutôt favorable à l'emploi.

Gadrey [2002] insiste sur ce point : *"Il est inexact de dire que la croissance est plus riche en emploi (c'est-à-dire que la productivité du travail diminue) ; il n'y a pas de déclin de la productivité, il y a déclin de la pertinence de ce concept, incapable d'intégrer la dimension service du produit commercial (notamment développée dans le modèle de la création de valeur). Il faudrait plutôt dire : l'activité commerciale est plus riche en services, donc en emplois"*.

La relation entre gains de productivité et évolution de l'emploi dans un secteur n'admet pas un sens prédéterminé (la relation inverse entre gains de productivité et emploi qui se vérifiait jusque dans les années 1970 ne l'est plus aujourd'hui). Il est alors nécessaire de se demander quels sont les déterminants de la productivité dans le commerce et ainsi juger de l'impact de chacun sur l'emploi par le biais des effets sur la productivité.

#### ■ L'effet des gains de productivité sur l'emploi dépend de leur origine

On peut imputer les gains de productivité dans le commerce à trois séries de déterminants relativement nouveaux. L'examen de l'influence des gains de productivité sur l'emploi sera donc mené en trois

temps. On s'attachera dans un premier temps à décrire les effets sur l'emploi des gains de productivité provoqués par la diffusion des nouvelles technologies de l'information et de la communication. Les conséquences sur l'emploi de l'évolution de la productivité imputable à la recomposition du tissu commercial feront l'objet d'un second point. Enfin, on examinera les conséquences du développement de l'emploi à temps partiel sur la productivité du travail.

### Les gains de productivité liés à la diffusion des nouvelles technologies

L'utilisation des TIC dans le commerce est en forte augmentation. Du fait de l'intensité de la concurrence, le commerce de détail apparaît déjà aujourd'hui comme un environnement de haute technologie. Le rythme de l'évolution technologique et l'intensité de la pression concurrentielle encouragent les détaillants à rechercher des outils qui pourraient leur donner un avantage par rapport à leurs concurrents, que ce soit sur les lieux de vente ou dans les autres fonctions de l'entreprise (logistique...). Ces technologies sont utilisées à la fois dans le commerce électronique et le commerce physique, et d'autre part, dans les fonctions de "back-office" comme dans celles de "front-office".

#### Quelques innovations technologiques permettant des gains de productivité dans le commerce

"Back-office"	"Front-office"
Améliorer la gestion de la chaîne logistique Améliorer la gestion des stocks Autoriser la gestion d'une plus grande variété de biens grâce à la réduction des stocks Adapter l'offre aux consommateurs	Fluidifier le passage en caisse Augmenter les marges en faisant évoluer le prix en fonction de la demande
<b>RFID (Radio Frequency Identification)</b> Cette technologie remplace les codes-barres et sert à identifier, suivre et stocker électroniquement des informations relatives à des produits. La RFID devrait permettre aux fabricants, aux fournisseurs et aux détaillants de recueillir, organiser, distribuer et stocker les informations concernant les stocks, les processus métiers et les contrôles de sécurité avec beaucoup plus d'efficacité qu'auparavant, ce qui renforcera considérablement la gestion de la chaîne logistique et les opérations des magasins.	<b>RFID</b> Apporte un plus grand nombre d'informations au gestionnaire du magasin : - disponibilité continue des informations sur l'état des étalages - gestion en temps réel de l'évolution des ventes.  Apport pour le client : Dans la situation où un tag RFID serait présent sur chaque produit à la vente et où l'on disposerait aux caisses d'un lecteur RFID, il ne serait plus nécessaire de vider le chariot et de le remplir de nouveau ; le tunnel de lecture pourrait préparer en quelques secondes le ticket de caisse.
<b>EDI (Echange de Données Informatisées)</b> Améliore les relations entre distributeurs et fournisseurs	<b>Caisse libre-service, "self-scanning"</b> La quasi-totalité des Français (94%) est intéressée par une ou plusieurs installations "libre-service" dans les magasins.

<p>Commandes de produits automatisées Communication entre les partenaires commerciaux</p>	<p>(IPSOS[2005]). Les premiers grands distributeurs à avoir déployé les caisses en libre-service ont vu l'opportunité d'améliorer le service aux usagers. Par des aménagements efficaces des emplois du temps des personnels de caisse, les caisses libre-service peuvent permettre aux personnels de magasin de disposer de davantage de temps pour développer les services client (conseil, information sur les prix, mise en valeur des rayons...).</p>
<p>PDA (Assistant Digital Personnel) Boîtier qui tient dans la main, abritant une architecture informatique, doté d'un écran tactile et parfois d'un clavier Utilisé par les employés chargés de la mise en rayon des produits et de l'inventaire Réduction des temps et coûts d'inventaire</p>	<p>"Queue busting" Dans la file d'attente, un opérateur, autre que l'hôtesse de caisse, va proposer au dernier client de la file ce service pour accélérer le passage en caisse. Cet opérateur, après acceptation du client, va prendre les articles un par un, les scanner avec le terminal portable et les mettre dans un autre chariot. Après avoir terminé la saisie, l'opérateur remet au client un jeton gravé d'un code à barres et va positionner le terminal dans son réceptacle en bout de caisse. Quand le client arrivera à la caisse, il ne remettra que le jeton à l'hôtesse, et son ticket de paiement sera édité. Il lui suffira donc simplement de payer.</p>
<p>Datamining Cette technologie a pour objet l'extraction d'un savoir à partir de grandes quantités de données, par des méthodes automatiques, et l'utilisation industrielle ou opérationnelle de ce savoir A partir des informations enregistrées sur les cartes de fidélités, le datamining dans le commerce permet : - l'analyse comportementale des consommateurs : ventes croisées, similarités de comportements, cartes de fidélité ; - une meilleure connaissance des clients -&gt; une adaptation de l'offre -&gt; une augmentation des ventes ; - la prédiction de réponse à une opération de marketing direct (pour en optimiser les coûts).</p>	<p>Étiquettes électroniques Écran à cristaux liquides géré en radiofréquence par un système central qui permet de mettre à jour automatiquement les variations de prix des articles, transmettre des messages d'information et des promotions spéciales conçues pour des plages horaires spécifiques. Cette technologie permet : - une diminution des contestations sur le prix grâce à la parfaite identité du prix sur l'étiquette et du prix à la caisse ; - un aspect du linéaire beaucoup plus propre et mieux agencé par rapport à ceux qui sont équipés d'étiquettes traditionnelles ; - la gestion des opérations de type <i>Happy Hour</i> ou des promotions spéciales : être en mesure d'organiser des promotions sur certains produits et favoriser l'élimination des stocks revient à réduire les invendus et par conséquent à augmenter les marges.</p>

Source : CRÉDOC

L'offre de nouvelles technologies adaptées au commerce s'est fortement développée, mais cela ne suffit pas à faire augmenter la productivité. En effet, un résultat majeur des analyses statistiques de la productivité est que les forts gains constatés sur la productivité globale des facteurs (PGF) indiquent que la diffusion des NTIC ne serait pas uniquement le fait d'un accroissement des intrants, mais d'une amélioration de l'efficacité du processus productif dans ces secteurs. C'est aussi la conclusion du paradoxe de Solow, selon lequel les TIC seraient partout sauf dans les statistiques de productivité. En effet, la mise en place de TIC ne se répercute sur la productivité que si le modèle organisationnel est repensé en conséquence.

L'effet des nouvelles technologies sur la productivité du travail peut également être examiné au niveau macroéconomique. Les déterminants de la productivité du travail généralement retenus sont :

- le capital,
- les NTIC, qui constituent une part du capital,
- la qualité du travail,
- la productivité globale des facteurs.

Cahuc et Debonneuil [2004] mesurent alors la contribution de chaque déterminant à la productivité horaire du travail. Celle des NTIC est en augmentation entre les deux périodes (1991-1995 et 1995-2001). Les NTIC n'expliquent que 7% des gains moyens de productivité sur la première période (0,14 point sur les 1,87% de TCAM) alors qu'ils en expliquent 19% sur la deuxième (0,23 point sur les 1,19% de TCAM).

Contribution à la productivité horaire du travail dans le commerce

Période	TCAM de la productivité (en %)	Contribution à la productivité (en points de %)			
		Productivité Globale des Facteurs	Capital total	dont NTIC	Qualité du travail
1991-1995	1,87	0,52	1,70	0,14	-0,35
1995-2001	1,19	-0,44	0,85	0,23	0,78

Source : Cahuc, Debonneuil [2004]

Une forte accumulation en capital TIC doit être accompagnée d'une réorganisation des entreprises, mais aussi d'une adaptation du personnel au matériel utilisé. Ces évolutions conduisent à une amélioration de la qualité du travail. Dans le commerce, la part de la productivité expliquée par la qualité du travail a augmenté entre les deux périodes. Elle est passée de -0,35 à 0,78 point de pourcentage, ce qui représente en part de la contribution à la productivité une évolution de -18% à 65%.

Cet effet de l'investissement en nouvelles technologies sur la performance des firmes est confirmé par Doms, Jarmin et Klimeck [2004]. Pour ces auteurs, la performance est mesurée selon deux critères : les gains de productivité et l'ouverture de nouveaux magasins par l'entreprise. L'investissement en nouvelles technologies conduit globalement à des gains de productivité, mais n'a pas d'impact sur l'ouverture de nouveaux magasins. En effet, si l'on peut penser que les nouvelles technologies permettent un meilleur fonctionnement et une collaboration entre des entités géographiquement éloignées, l'ouverture d'un nouveau magasin est une décision relevant avant tout d'autres variables telles que la demande.

Effets sur l'emploi des gains de productivité : un impact en plusieurs étapes

Première étape	Deuxième étape	Troisième étape
Croissance réelle de la productivité, ce qui nécessite une formation bien conçue en vue d'une utilisation efficace de cette technologie (changements dans l'organisation du travail, nouvelles exigences en matière de compétences, etc.)	L'augmentation de la productivité peut entraîner ou non des pertes d'emplois, selon le niveau de la demande.  Si l'amélioration de la productivité s'accompagne d'une augmentation de la demande, il n'est pas nécessaire de réduire la main-d'œuvre.	Si l'amélioration de la productivité entraîne une augmentation de la demande plus que proportionnelle, de nouveaux emplois seront créés.

Source : CRÉDOC

Concernant l'impact sur l'emploi, la mise en service des nouvelles technologies suscite toujours des craintes, car pour obtenir le même niveau de production, on peut réduire la demande de main-d'œuvre et des autres ressources, en raison des gains de productivité. Néanmoins, la plupart des économistes considèrent que l'évolution technologique et l'augmentation de la productivité sont toujours allées de pair, avec une expansion et non une contraction de l'emploi total et une hausse des bénéfices. Cette relation comporte diverses étapes.

■ Illustration n°1 : effet sur l'emploi de l'implantation de NTIC en back-office avec la RFID

Bien que les économistes aient du mal à chiffrer l'impact économique global de la RFID en raison du trop grand nombre de variables concernées, une analyse de l'OIT [2006] propose de lister les différentes variables impactées :

- abaissement des coûts en raison de l'amélioration de la qualité des produits ;
- abaissement des fonds de roulement mobilisés pour les matières premières ;
- abaissement des coûts des immobilisations corporelles ;
- abaissement des coûts des stocks ;
- amélioration des ventes : la RFID peut entraîner une augmentation des ventes du fait grâce à une meilleure disponibilité des produits et une réduction des ruptures de stocks.

Les estimations de l'impact sur l'emploi réalisées sur ce sujet ne concernent pas l'impact global sur toute la chaîne. Des études réalisées par l'Auto-ID Center du Massachusetts Institute of Technology [2002], qui a supervisé le développement initial de la RFID pour la chaîne de distribution du commerce de détail, indiquent que les réductions de main-d'œuvre directes dans les centres de distribution iront de

5 à 40%, selon les niveaux d'automatisation et de technologie actuels de l'entreprise concernée, et selon le nombre de fois où les articles doivent être manutentionnés à mesure qu'ils avancent dans la chaîne logistique.

L'autre évolution technologique majeure dans le commerce n'est pas la mise en place de NTIC dans les magasins, mais la disparition de ces points de vente physiques au profit du commerce électronique. Cette dématérialisation de l'acte d'achat soulève des craintes, notamment en ce qui concerne son impact sur l'emploi.

■ **Illustration n°2 : effet du commerce électronique sur l'emploi (d'après OCDE [1999])**

On pourrait craindre que certaines des efficacités associées au commerce électronique se traduisent par des délestages massifs d'emplois. Pour l'instant, les chiffres ne corroborent pas cette crainte. Il apparaît qu'il y a des créations nettes d'emplois à court terme, les entreprises expérimentant les deux modes de commerce. A moyen terme, il peut y avoir quelques suppressions d'emplois, en particulier dans certains secteurs, mais à plus long terme la conjugaison de nouveaux produits, de l'accès à un marché élargi, de gains de revenus et de prix plus faibles induits par les gains de productivité, pourra conduire à des gains nets d'emplois, en raison de l'augmentation des ventes de nouveaux produits qui devrait compenser les pertes dues à la disparition d'autres produits.

L'effet global du commerce électronique sur l'emploi va se traduire par un équilibre entre les nouveaux emplois directs et les emplois indirects créés par l'augmentation de la demande et de la productivité (du fait que certains travailleurs, par exemple les détaillants ou autres intermédiaires, sont remplacés par le commerce électronique). Les gains et les pertes peuvent différer selon les secteurs, la région géographique et les compétences des travailleurs. Pour évaluer l'impact du commerce électronique, il est essentiel de comprendre dans quels secteurs il génère ou va générer une nouvelle demande et une nouvelle croissance, quels types d'emplois seront supprimés et créés, et quels sont les besoins globaux en matière de qualifications.

Le premier secteur qui devrait être touché par le commerce électronique est celui de la vente au détail traditionnelle. A court terme, le commerce électronique pourrait générer des créations d'emplois, étant donné que les détaillants maintiendront à la fois une présence physique et une présence électronique. Mais la "désintermédiation" et les modifications dans la chaîne de valeur ajoutée vont sans doute avoir un effet négatif sur l'emploi dans ce secteur.

L'interconnexion entre les activités touchées par le commerce électronique est un aspect important. Globalement, les effets indirects risquent d'être plus importants que les effets directs. Les dépenses générées par les produits et services intermédiaires liés au commerce électronique vont créer indirectement des emplois, en fonction du volume de transactions électroniques et de leur effet sur les

prix, les coûts et la productivité. Selon l'élasticité des prix, les transactions électroniques auront un impact net positif sur la demande pour les secteurs comme la fabrication de logiciels, les services en ligne, l'audiovisuel, la musique et l'édition. L'expansion de ces secteurs va avoir à son tour un effet multiplicateur sur d'autres secteurs. En raison des liens intersectoriels, les possibilités de croissance des secteurs liés au commerce électronique pourraient se traduire par une augmentation globale de l'emploi.

Ce qui apparaît plus clairement, c'est que le commerce électronique va modifier la palette des qualifications requises, en tirant la demande de spécialistes des technologies de l'information (TI). Pour le commerce électronique, l'expertise dans les TI doit aussi s'accompagner de solides compétences dans les applications commerciales, et il faut donc une main-d'œuvre flexible et polyvalente. D'une manière générale, le commerce électronique va sans doute accélérer les tendances actuelles vers l'enrichissement et la diversification des qualifications. Ces mutations au sein de la population active induites par le commerce électronique font ressortir le besoin d'un marché du travail flexible et de politiques du travail actives qui aident les travailleurs à s'adapter aux évolutions des marchés. Ce sera particulièrement important pour les emplois dans le secteur des services, comme dans ceux du commerce de détail, qui n'ont pas encore été exposés à des changements technologiques significatifs ou à la concurrence internationale.

Amazon.com, le commerçant électronique de livres, ne compte que 614 employés (pour des ventes représentant 148 millions de dollars), alors que Barnes & Noble, le plus gros magasin traditionnel de livres aux États-Unis, emploie 27 200 personnes (pour des ventes de 2,8 milliards de dollars). Bien que ces chiffres ne soient pas tout à fait comparables, ils donnent une idée de la différence au niveau de l'emploi et de la valeur des ventes par employé (267 k\$ par employé chez Amazon contre 103 k\$ chez Barnes & Noble). Une comparaison entre NECX, vendeur par catalogue transformé en commerçant électronique de micro-ordinateurs, et CompUSA, le plus important détaillant de micro-ordinateurs aux États-Unis, illustre les répercussions du commerce électronique sur les qualifications requises. En 1996, CompUSA comptait 106 magasins ; en moyenne, chacun générait 38,4 m\$ de recettes et employait 103 personnes, dont la majorité étaient des caissiers, des vendeurs et des employés affectés à l'inventaire et au stockage. Pour sa part, NECX a obtenu 50 millions de recettes de son site Web en 1997, tout en employant seulement 38 personnes, dont la moitié offrait un support technique spécialisé (le gestionnaire du site Web, l'administrateur UNIX, un agent de soutien subalterne, quatre employés de soutien d'EDI et douze programmeurs) (Goff [1998]).

Ces exemples donnent à penser que le commerce électronique permet d'importantes économies de main-d'œuvre et représente des réductions de coûts considérables. Mais la nature de l'emploi change



également : les employés qui soutiennent un site Web de commerce électronique sont relativement spécialisés. Ces emplois sont davantage comparables à un bien immobilisé (par exemple, un immeuble) que les emplois traditionnels de commerce de détail, assumés par des employés relativement peu spécialisés qui représentent un coût variable. Cela limitera dans une certaine mesure les économies qu'il est possible d'obtenir.

Des chiffres plus récents confirment les tendances décrites par l'étude de l'OCDE. Les achats électroniques ont fortement augmenté depuis 1998, mais le réel décollage de l'emploi dans le commerce électronique n'a eu lieu qu'en 2004. Depuis cette date, les effectifs dédiés au e-commerce B-to-C ont en effet progressé de 61%. Cela a entraîné une croissance de 4 % des effectifs de la vente à distance entre 2004 et 2006 alors que dans le même temps, l'emploi dans le commerce de détail n'augmentait que de 1,7%. Il y a donc des créations d'emplois dans le e-commerce sans pour autant que le commerce de détail ne soit trop touché puisque l'emploi y a quand même progressé.

Ces premiers chiffres ne rendent toutefois pas compte de la totalité du phénomène. A ceux-ci s'ajoutent les 31 100 emplois indirects créés par des prestataires pour accompagner le développement des entreprises de vente à distance (VAD) et de commerce électronique. Aujourd'hui, l'activité la plus gourmande en ressources humaines est aussi celle qui est située tout au bout de la chaîne de valeur, à savoir la logistique. A elle seule, elle représente 41,8% des emplois indirects de la VAD et du e-commerce.

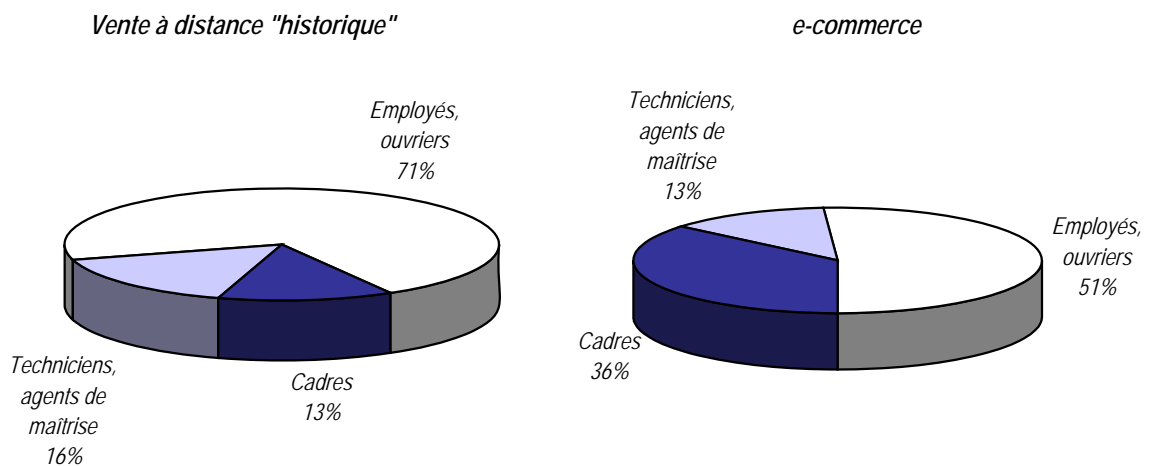
Les emplois directs de la vente à distance (VAD + e-commerce) en 2006

Secteurs	Effectifs
VAD et e-commerce pour les particuliers (dont e-commerce)	35 500 (15 500)
VAD et e-commerce pour les professionnels	11 500
<b>Sous-total emplois directs</b>	<b>47 000</b>
Activité logistique, routage, acheminement	13 000
Centre d'appel externalisé	7 000
La Poste (colis et marketing direct)	7 000
Imprimerie, communication graphique	2 300
Prestataires techniques	1 000
Agence de publicité, création, marketing direct	800
<b>Sous-total emplois indirects</b>	<b>31 100</b>
<b>Total</b>	<b>78 100</b>

Source : Benchmark Group [2006]

Une particularité de ce secteur en matière d'emploi est la sur-représentation des emplois qualifiés. 36% des effectifs sont des cadres, contre 13% dans les activités historiques de la vente à distance. Une caractéristique due à trois principaux facteurs : l'émergence de métiers spécifiques, le large recours à la sous-traitance et la part comparativement plus faible des services dans ces activités. Autant d'éléments qui tendent à minorer la part des postes peu qualifiés. Cela confirme donc la tendance d'une évolution forte de la structure de l'emploi dans le commerce.

### Structure des emplois dans la vente à distance et dans le e-commerce



Source : Benchmark Group [2006]

L'effet des nouvelles technologies se retrouve dans les statistiques de productivité du commerce (Cf. supra "Contribution à la productivité horaire du travail dans le commerce"). Pour comprendre les effets des gains de productivité sur l'emploi, il convient de dépasser le cadre macroéconomique et de se placer au niveau microéconomique pour étudier les effets de structure. En effet, les NTIC ne se développent pas uniformément dans tous les magasins. C'est plutôt le renouvellement important des structures commerciales qui permet leur mise en place dans le commerce.

### Les gains de productivité imputables à la recomposition du tissu commercial

De nombreuses études tentent d'expliquer l'emploi dans un secteur en fonction du niveau de la productivité que l'on y constate. Or, le calcul de la productivité moyenne d'un secteur ne permet généralement pas de trouver les déterminants de l'évolution de l'emploi, et il apparaît nécessaire de regarder les gains de productivité au niveau microéconomique (Foster, Haltiwanger, Krizan [2002]).

Pour cela, les auteurs décomposent la productivité agrégée en deux types d'effets : effets internes aux établissements et effets de réallocation. Ils montrent que la croissance de la productivité dans le

commerce aux Etats-Unis est principalement due à une réallocation des inputs et outputs d'établissements moins productifs vers des établissements plus productifs. Le commerce de détail n'aurait pas connu de gains de productivité en dehors de ceux liés aux entrées de nouvelles firmes ou de nouveaux établissements. Pour comparaison, notons que les études réalisées sur l'industrie montrent que les deux effets coexistent. L'effet de réallocation est largement supérieur dans le commerce de détail à celui constaté dans l'industrie.

Les résultats permettent de classer par ordre croissant de productivité les différentes configurations de réallocation. Selon les changements de l'appareil commercial, les gains de productivité agrégés du secteur seront différents.

Configurations de réallocation sectorielle par ordre croissant de productivité

	Faible	→	PRODUCTIVITE	→	Forte
Établissements	sortants	sortants	entrants	déjà installés	entrants
Entreprises	sortantes	restant en place	entrantes	déjà installées	déjà installées

Source : CRÉDOC, d'après Foster, Haltiwanger, Krizan [2002]

En moyenne dans le commerce de détail, on observe un effet d'apprentissage puisqu'un nouveau magasin sera plus performant s'il est rattaché à une entreprise en place plutôt qu'à une entreprise nouvelle. Cela s'explique par les effets de réputation, de temps de validation de la stratégie commerciale ou encore de pouvoir de marché auprès des fournisseurs. Néanmoins, on observe des différences entre les sous-secteurs. La vente par correspondance (*Mail-order Houses*) et les petits commerces (*General Stores*) sont précisément comparés. On mesure des gains de productivité importants sur la période étudiée (1987-1997), ainsi que de profonds changements structurels dans les deux secteurs.

Pour le commerce de détail, la contribution des effets internes aux gains de productivité est négative. Tous les gains de productivité sont liés à la réallocation. À l'inverse, pour la vente par correspondance, si la majorité des gains de productivité s'explique par les effets de réallocation, il y a aussi une meilleure efficacité interne (30% des gains totaux). Ainsi, les structures les plus performantes et qui embauchent le plus sont les nouveaux établissements des firmes en place dans le commerce de détail, alors que ce sont les établissements des nouvelles entreprises dans la vente par correspondance.

Il y a donc de nombreuses distorsions potentielles liées à la structure de marché, aux institutions de régulation et à la politique économique en général. En effet, ces éléments peuvent impacter les mouvements de réallocation, et donc les gains de productivité du secteur.

**Les gains de productivité imputable à la diffusion du temps partiel**

Le développement du temps partiel a un effet mécanique sur le niveau de l'emploi. Pour un même volume d'heures travaillées, la progression du nombre d'employés à temps partiel s'accompagne d'une augmentation du nombre total de personnes employées – effet direct (Cf. partie 1.2.2). Un effet indirect s'ajoute : la progression du temps partiel se répercute sur la productivité, et donc, dans un deuxième temps, produit des effets sur le volume d'emplois.

Le recours croissant aux emplois à temps partiel, comme la diffusion des 35 heures, s'est accompagné d'une rationalisation du temps de travail. L'analyse des effets sur la productivité de la diffusion du temps partiel proposée par G. Cette [1999] concerne l'ensemble de l'économie française. Toutefois, ses conclusions sont parfaitement transposables au secteur du commerce.

**Impact du développement du temps partiel sur la productivité**

*En raison des effets à la fois positifs et négatifs du temps partiel sur la productivité, il existerait en théorie une durée du travail "intermédiaire" pour laquelle l'intensification du travail serait la plus forte*

Effet positifs sur la productivité	Effets négatifs sur la productivité
Meilleure organisation du travail.	Démotivation si le temps de travail est trop court.
Suppression de certains temps de pause qui amènent la durée effectivement travaillée à diminuer moins que la durée de présence dans l'entreprise.	Plus de temps morts de mise en train et de pauses incompressibles.
Effet de fatigue, qui implique des rendements décroissants avec la durée du travail.	
Adaptation souple aux fluctuations de la demande, ce qui facilite une meilleure adéquation des heures travaillées et des heures rétribuées.	
Réduction de l'absentéisme.	

Source : CRÉDOC, d'après G. Cette [1999]

Les gains de productivité horaire seront d'autant plus importants que le besoin de certaines formes de flexibilité sera lui-même important car, pour répondre à ce besoin de flexibilité, l'organisation du travail sera optimisée. Ainsi, G. Cette rappelle que *"les professions les plus concernées par le temps partiel seront le plus souvent peu qualifiées. Par ailleurs, les secteurs les plus concernés sont ceux dans lesquels les périodes journalières de forte activité ne correspondent pas à un temps plein (commerce, nettoyage...).* Ces constats sont l'expression empirique que les effets de productivités sont plus favorables pour les emplois les moins qualifiés."

En moyenne, un salarié travaillant à 6/10<sup>e</sup> n'aurait pas une productivité moyenne de 60%, mais de 77% de celle d'un temps complet. Un salarié travaillant à 7/10<sup>e</sup> ou 5/10<sup>e</sup> générerait une productivité de 87% et de 64%. Le développement du temps partiel serait aussi susceptible de diminuer de moitié l'absentéisme pour raisons de santé (étude de McKinsey, citée dans CES [1997]).

Dans le commerce de détail, la souplesse obtenue par le temps partiel permet d'améliorer la qualité de l'accueil en ajustant les plages d'ouverture et le nombre d'employés en fonction des contraintes horaires des consommateurs. Les hôtesses de caisse travaillent de façon plus intensive aux horaires de grande affluence, ce qui peut conduire pour elles à un désagrément lié aux emplois du temps "à trou", mais qui entraîne une hausse mécanique de la productivité. En effet, les heures sont majoritairement travaillées au moment où les ventes sont maximales.

Les gains de productivité observés actuellement dans le commerce s'expliquent par de multiples facteurs (NTIC, réorganisation du temps de travail...) qui n'auront pas les mêmes conséquences sur l'emploi. L'écart se creuse entre ces nouvelles pratiques microéconomiques, concourant au développement de "l'économie de la qualité des biens et services" (Karpik [1989]) et des outils macroéconomiques de mesure de la productivité pratiquement inchangés (Gadrey [2002]). Établir une relation macroéconomique stable entre emploi dans le commerce et productivité est donc impossible. Finalement, la productivité n'est un déterminant de l'emploi dans le commerce que de manière indirecte. Ce sont plutôt les réorganisations concourant aux gains de productivité qui ont des effets directs sur l'emploi.

Synthèse de l'impact des différents déterminants de la productivité sur l'emploi

Source des gains de productivité	Effet sur l'emploi en volume	Effet sur la structure de l'emploi
<i>Nouvelles technologies</i>	<p>L'utilisation de NTIC peut conduire à une substitution entre capital et travail puisque ces technologies permettent des forts gains de productivité. Néanmoins, les risques de pertes d'emplois liés à ces technologies doivent être relativisés : ils dépendent de la stratégie commerciale liée à ces investissements : les NTIC visent-ils à augmenter le service au client, donc le chiffre d'affaires, ou à abaisser les coûts ?</p> <p>Les conséquences négatives des NTIC sur l'emploi sont souvent exagérées.</p> <p>Exemple : la progression très rapide du nombre de scanners aux Etats-Unis (46% du CA des grandes surfaces en 1985 contre 25% en 1982) ne s'est pas accompagnée d'une décélération très sensible de l'emploi dans le commerce de détail (Standard and Poor's et Nielsen, cité par Dessaint et Ecalte [1987])</p>	<p>Un effet certain de la mise en place des NTIC dans le commerce est la déformation de la structure de l'emploi au profit d'emplois plus qualifiés. Des techniciens sont nécessaires à la mise en place des nouveaux équipements, à la maintenance informatique et électronique...</p> <p>Les caissières qui perdraient leur rôle avec les caisses de "self-scanning" pourraient avoir un rôle de conseil auprès des clients, et de vérification du bon fonctionnement des caisses en libre-service.</p>
<i>Réorganisation du temps de travail</i>	<p>Effet comptable sur le volume d'emploi : le recours aux contrats à temps partiel augmente mécaniquement l'emploi si celui-ci n'est pas mesuré en ETP (ce qui est le cas de certaines sources).</p>	<p>Le recours au temps partiel sera d'autant plus fréquent et subi pour les emplois non qualifiés.</p> <p>Cela contribue à la dualité du marché du travail dans le commerce. D'après le modèle de segmentation flexible (Gadrey [1992]), les salariés du cœur de métier (le noyau) – encadrement, spécialistes – bénéficient d'un statut relativement favorable (stabilité, qualification, rémunération) ; les personnels de périphérie constituent le principal volant de flexibilité de la main-d'œuvre (temps partiel, durée limitée, moindres rémunérations et qualifications).</p>
<i>Recomposition du tissu commercial</i>	<p>La mise en place d'un nouvel établissement nécessite l'emploi de "doublons", c'est-à-dire de personnes ayant des postes similaires aux employés du premier magasin. Ceci ne serait pas nécessairement le cas si les gains de productivité étaient obtenus grâce à une réorganisation et des investissements dans le magasin en interne.</p>	<p>La recomposition du tissu commercial favorise le développement de formules commerciales plus structurées (réseaux...). Celles-ci sont généralement plus intensives en emplois qualifiés (fonctions centrales de conception...) mais recourent aussi plus largement aux formes d'emplois flexibles pour les fonctions d'exécution (temps partiel...).</p>

Source : CRÉDOC

### **2.2.2 La relation entre l'emploi et le coût du travail**

La relation entre l'emploi et le coût du travail constitue un volet essentiel de l'analyse économique du fonctionnement du marché du travail. La productivité ne peut être un déterminant de l'emploi que si elle est comparée par l'employeur au coût du travail, c'est-à-dire au total du salaire et des charges. Théoriquement, chaque employeur cherche à maximiser son profit, donc détermine la quantité de facteur travail de façon à égaliser, pour la dernière unité, productivité marginale et salaire.

Baisser le coût du travail (notamment du travail non qualifié) pour les entreprises est susceptible d'entraîner une substitution entre facteurs de production, en faveur du travail non qualifié et au détriment d'autres facteurs de production. Cet effet est d'autant plus fort que l'élasticité de la demande de travail à son coût est forte. Il existe un quasi consensus autour de la valeur 0,6 pour l'élasticité de l'emploi au coût du travail (une baisse d'un point du coût du travail entraînerait une hausse de l'emploi de 0,6). Il convient de s'intéresser à cette relation dans le secteur du commerce.

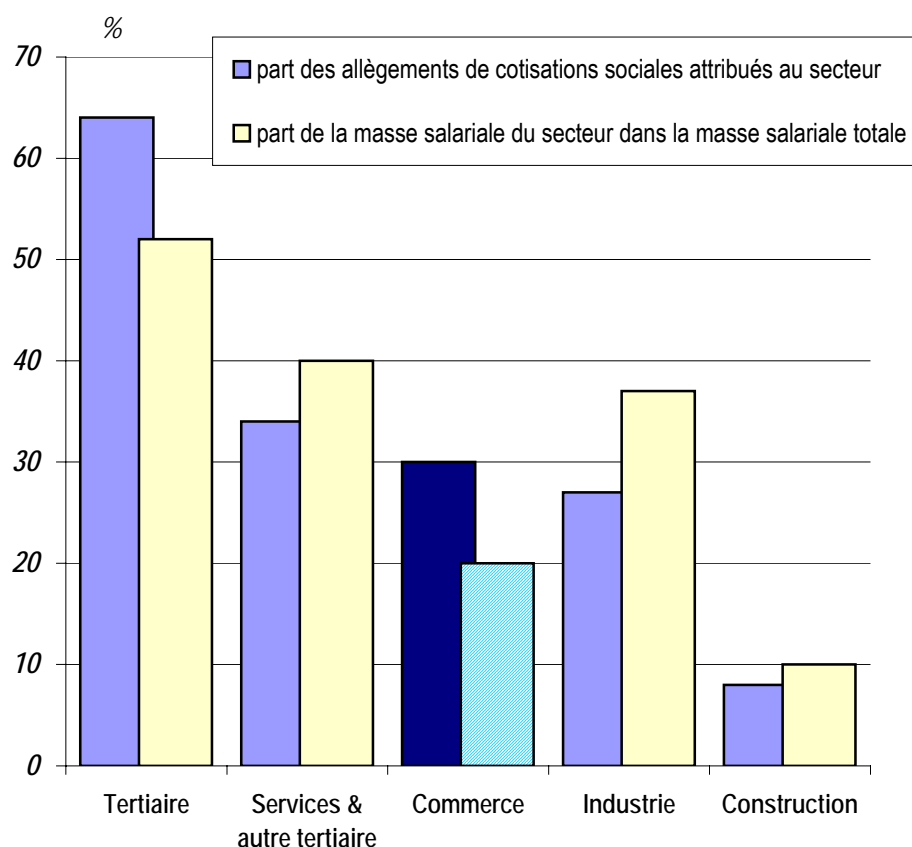
#### **■ Le commerce a fortement bénéficié des politiques d'allègement du coût du travail sur les bas salaires**

Depuis plus de 10 ans, la France s'est engagée dans un programme de maîtrise du coût du travail au niveau des bas salaires pour lutter contre le chômage des travailleurs les moins qualifiés. Des mesures générales ont été mises en place visant à développer les créations d'emplois (peu qualifiés) en baissant le coût du travail. A partir de 1993, sont instaurés des allègements dégressifs de cotisations patronales sur les bas salaires : ils sont maximum au SMIC et s'annule au-delà de 1,7 SMIC. Remarquons que l'allègement n'a généralement pas été proratisé au temps de travail, ce qui a favorisé le développement du temps partiel.

En raison de leur contenu en emplois peu qualifiés et d'une forte proportion de bas salaires, les secteurs du tertiaire ont bénéficié d'une baisse du coût du travail particulièrement prononcée par rapport à l'industrie. En 1997, 64% des salariés du tertiaire ont ouvert droit à allègements de cotisations sociales. Les salaires sont en effet plus resserrés dans ce secteur que dans d'autres et le temps partiel y a un poids important. Alors que l'industrie représente 37% de la masse salariale, ce secteur a bénéficié de 27% des allègements de charges. Les allègements sont élevés dans le commerce de détail, les hôtels et restaurants et les services opérationnels, hors intérim.

Ces allègements se sont traduits par un abaissement du coût horaire du travail de 2,5% dans le commerce et 4,5% dans le commerce de détail.

Les allègements de cotisations sociales selon les secteurs



Lecture : Le commerce reçoit 30 % des allègements de cotisations sociales alors que ce secteur représente 20% de la masse salariale totale.

Source : Jamet, Lerais [2004]), à partir des Enquêtes Emploi de l'INSEE

■ La mesure de l'efficacité de la baisse du coût du travail sur l'emploi

De nombreuses études tentent d'évaluer l'effet de cet allègement de charges sur l'emploi total (tous secteurs confondus). Le commerce étant un secteur intensif en travail peu qualifié, il est touché massivement par ces allègements de charges sur les bas salaires. Les allègements de cotisations sociales ont permis un abaissement du coût horaire du travail de 2,5% dans le commerce et de 4,5% dans le commerce de détail (Jamet, Lerais [2004]). L'effet sur l'emploi du secteur devrait donc être amplifié par rapport à des études macroéconomiques. Pour mesurer cet effet des politiques de baisse de coût du travail, nous reprendrons une étude qui fait référence en la matière (Piketty [1997]), notamment parce qu'elle est à l'origine d'une longue controverse (Gadrey [1998]).

Afin d'étudier les déterminants de l'emploi dans le commerce en France, la première approche utile est la comparaison. La comparaison France – États-Unis est la plus courante, notamment en raison de la disponibilité des données. Le principal constat est le suivant : dans le commerce, le nombre d'emplois



par habitant est supérieur de 60% aux Etats-Unis, et dans l'hôtellerie-restauration l'écart est de plus de 130%.

Remarquant ces différences dans la structure et le niveau d'emploi dans le commerce, Piketty et Gadrey ont essayé de dégager les facteurs qui pouvaient expliquer un plus fort contenu en emplois de services de l'économie américaine. Les facteurs cités par ces auteurs sont globalement les mêmes (demande, coût du travail...), mais la polémique se situe au niveau de l'importance de chaque facteur.

### *L'effet du pouvoir d'achat des ménages*

Le faible niveau d'emploi dans le commerce de détail et l'hôtellerie-restauration en France pourrait en principe s'expliquer, au moins partiellement, par le moindre pouvoir d'achat moyen des ménages français. Le niveau de vie américain moyen, exprimé en parité de pouvoir d'achat (PPA), est en effet nettement supérieur au niveau de vie français et, en particulier, le volume des ventes du commerce de détail par habitant y est environ 25% plus élevé. Toutes choses égales par ailleurs en matière de qualité et de productivité du service commercial, il faut donc 25% d'emplois en plus aux Etats-Unis pour commercialiser ce volume de biens plus important.

Toutefois, les deux auteurs sont d'accord pour dire que cette constatation ne peut expliquer au maximum qu'un écart d'environ 25% entre les niveaux français et américain d'emplois par habitant dans le commerce de détail, c'est-à-dire une faible partie de l'écart total, qui est de l'ordre de 80%.

### *L'hypothèse d'un coût du travail plus élevé en France*

Le résultat de l'étude de Piketty est le suivant : il serait possible, en France, en s'inspirant de l'exemple américain, de créer deux à trois millions d'emplois dans le commerce et l'hôtellerie-restauration. Aux Etats-Unis, le nombre d'emplois par habitant dans ces secteurs est beaucoup plus élevé qu'en France. Selon Piketty, ce qui fait la différence, c'est essentiellement "*le poids excessif des prélèvements pesant sur le travail peu qualifié*". Exprimé en PPA, le coût horaire théorique d'un employé rémunéré au SMIC était, en 1996, de l'ordre de 40% supérieur au coût horaire d'un employé rémunéré au niveau du salaire minimum fédéral américain. Cet écart est essentiellement dû au taux global de cotisations sociales supérieur en France (environ 20% du salaire brut pour les cotisations "salariés" et 45% pour les cotisations "employeurs" en France, contre 7,5% et 7,5% aux États-Unis), le niveau du salaire minimum net étant presque le même dans les deux pays. Il conclut donc qu'une forte réduction des charges sociales sur les bas salaires permettrait aux employeurs français du secteur d'embaucher à des niveaux comparables à ceux que l'on trouve aux Etats-Unis.

Pour Gadrey, le niveau effectivement très élevé de l'emploi commercial par habitant aux Etats-Unis s'explique par un ensemble de variables, dont les charges sociales pesant sur les salaires ne constituent qu'un élément mineur.

Pour commercialiser un même panier de biens, représentatif de la structure des ventes en France, Gadrey constate qu'on utilise aux Etats-Unis environ 20% d'heures de travail en plus qu'en France. Ce nombre d'heures plus important peut correspondre soit à une productivité du travail inférieure aux États-Unis, soit – à productivité identique – à une production de services plus importante autour de la vente des biens. C'est cette deuxième hypothèse qui est validée par Gadrey (liée à l'effet pouvoir d'achat). La question du financement de ce supplément d'heures aux Etats-Unis se pose. Selon l'auteur, c'est le coût horaire inférieur du travail qui permet que cette charge ne soit pas reportée sur les consommateurs. Mais, contrairement à l'analyse de Piketty, il souligne que ce coût salarial inférieur ne s'explique pas essentiellement par le jeu des charges sociales : les salaires horaires moyens sont, eux aussi, inférieurs (d'environ 8% à 10%). Étant donné que la durée du travail est inférieure d'environ 12% dans le commerce de détail américain, le salaire annuel moyen est inférieur de près de 20%.

La polémique se porte donc sur l'intérêt de baisser les charges sur les bas salaires. Selon Gadrey, il est douteux que cela induise des créations d'emplois notables : les entreprises du commerce de détail françaises, structurellement engagées dans une concurrence par les prix les plus bas (modèle néo-fordien, concentré sur la fonction logistique de commerce), répercuteraient probablement l'essentiel de cette baisse sur leurs prix et leur masse salariale et, sauf exception, n'en profiteraient pas pour embaucher.

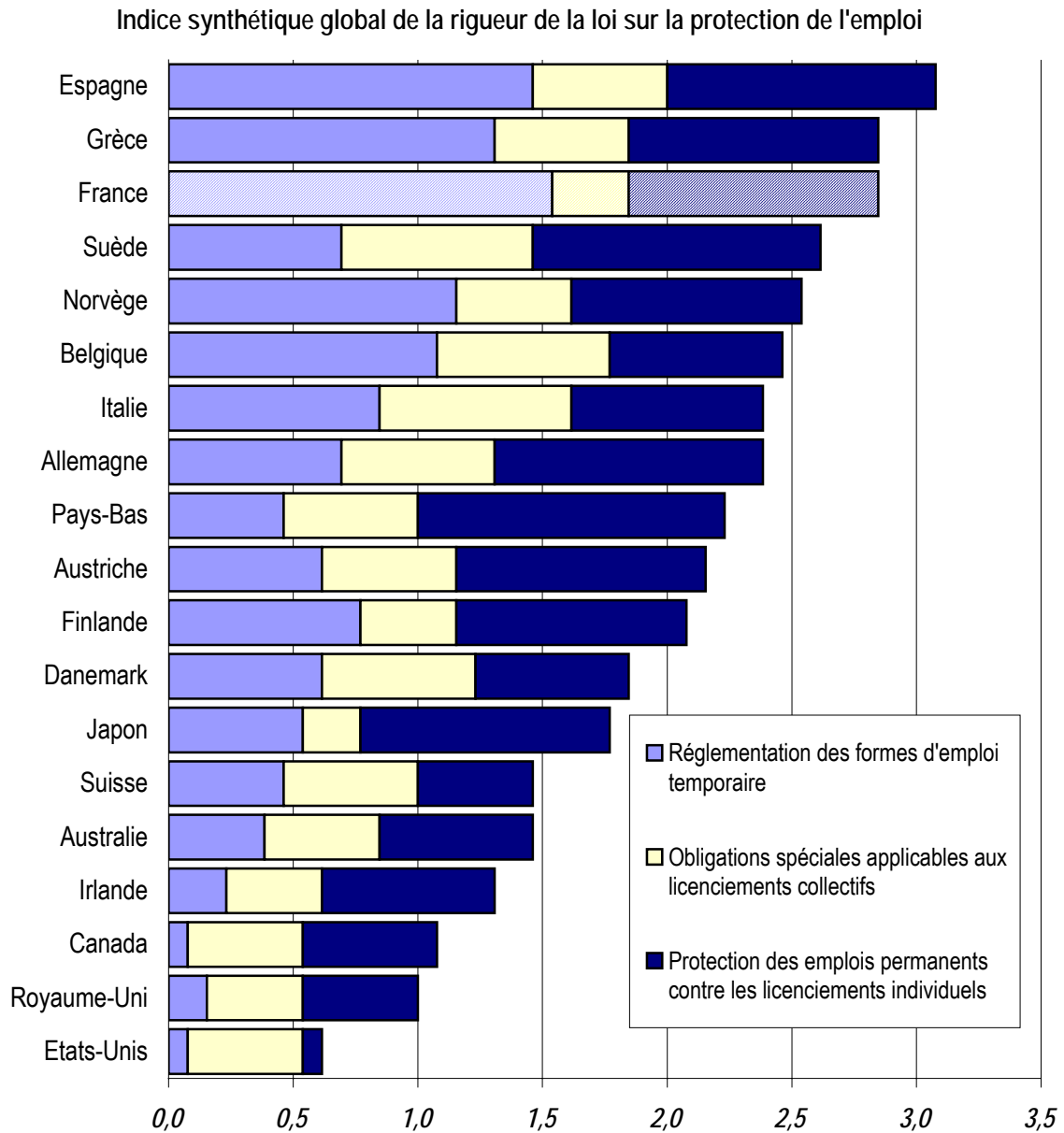
Le débat autour de la pertinence de la baisse des charges est loin d'être tranché. Les effets sont multiples (effets directs sur la demande de travail, effets induits sur les prix et la demande) et peuvent s'annuler. On peut néanmoins avancer qu'en raison du fort taux d'emploi à bas salaires, le commerce est l'un des secteurs où l'effet de la baisse des charges sera le plus marqué.

### ***2.2.3 La relation entre l'emploi et la législation sur la protection de l'emploi***

Les retards d'adaptation des niveaux d'emplois des entreprises par rapport à leurs besoins et leurs objectifs de croissance sont dus en partie à la réglementation, en tant que source de coûts de transaction. En créant trop d'obstacles aux licenciements, la réglementation prend le risque de freiner les initiatives et l'enthousiasme des entreprises en matière de recrutement.

La réglementation du marché du travail comprend toutes les lois sur la limitation des licenciements (cause réelle et sérieuse, durée de préavis, montant des indemnités de licenciement...), la limitation du

recours au travail temporaire, au CDD et aux heures supplémentaires, la réglementation sur le salaire minimum... À ceci s'ajoutent les coûts administratifs au moment de l'embauche ou du licenciement.



Source: Perspectives de l'emploi de l'OCDE, 2004

La France se distingue notamment par la rigueur de la législation sur la protection des contrats temporaires. Cette protection de l'emploi nuit à l'ajustement du facteur travail dans les entreprises dont l'activité est saisonnière, fluctuante ou incertaine, pour l'embauche de salariés à bas salaires sur des emplois non qualifiés. Le commerce est donc fortement touché par ces réglementations.

Une réglementation moins stricte peut faciliter l'embauche pour les employeurs, ce qui améliorera les chances d'accès à l'emploi des travailleurs.

Néanmoins, la protection de l'emploi peut permettre de limiter l'évolution de la structure de l'emploi vers plus de précarité liée au temps partiel, au recours à l'intérim ou au CDD. En effet, assouplir les dispositions régissant le travail temporaire et d'autres formes d'emploi non régulier pour promouvoir l'emploi, sans pratiquement toucher aux protections dont bénéficient les contrats permanents, a des impacts sur la structure de l'emploi. Il en résulte une augmentation de la fréquence de l'emploi non régulier, sous des formes qui ne sont pas toujours librement choisies par les travailleurs concernés.

De plus, cela peut permettre de conserver une certaine attractivité du secteur, et ainsi de ne pas voir limiter l'emploi à cause d'un déficit d'offre de travail de la part des salariés. En effet, comme il deviendrait plus facile pour les employeurs de débaucher, cela accroîtrait les craintes quant à la précarité de l'emploi parmi les travailleurs, notamment les plus âgés, ce qui ne les inciterait pas à offrir leur travail dans le secteur du commerce. La prise en compte de l'interaction entre la protection de l'emploi et l'efficacité des appariements (qui peut être vu comme une mesure de l'attractivité du secteur) réalisés sur le marché du travail est susceptible d'enrichir l'analyse (L'Haridon et Malherbet [2003]).

La législation sur la protection de l'emploi nuit à la flexibilité dans les entreprises commerciales mais permet de conserver l'attractivité du secteur. On est donc amené à s'interroger sur les coûts et avantages des mesures de réforme de la protection de l'emploi, qui visent exclusivement l'augmentation du volume d'emploi par action sur la demande de travail de la part des entreprises. Les effets sur l'offre de travail de la part des salariés et sur la structure de l'emploi doivent être pris en compte.

Comme pour l'ensemble de l'économie marchande, la productivité, le coût du travail et la législation sur la protection de l'emploi sont des déterminants de l'emploi dans le commerce. Si l'on considère que le volume et la nature de la demande vont déterminer la volonté d'embaucher des entreprises du commerce, ces facteurs déterminent quant à eux la capacité à embaucher des entreprises du commerce.

Or, ces facteurs n'ont une réelle influence que si l'offre de biens et services peut effectivement s'ajuster à la demande. Notamment, si la demande augmente, l'emploi ne progressera que si les magasins existants ont le droit de s'agrandir ou si de nouveaux magasins sont autorisés à s'installer. Il faut donc tenir compte de l'effet de la limitation de l'offre de biens et services par les lois Royer et Raffarin.

#### **2.2.4 L'effet de la réglementation du secteur**

La modification de l'appareil commercial par des créations et destructions d'entreprises impacte à la fois le volume et la nature des emplois. Or, en France, ces réallocations sont réglementées par des lois

d'urbanisme commercial. Il convient donc de mesurer l'effet de cette réglementation sur l'emploi dans le commerce.

■ **Les créations et destructions d'entreprises commerciales ont des effets sur la dynamique de l'emploi dans le commerce**

La variation des effectifs salariés dans le secteur du commerce au cours d'une période de temps peut résulter de deux phénomènes distincts :

- la variation des effectifs des entreprises présentes dans le secteur tout au long de la période ;
- les entrées et sorties d'entreprises du champ du secteur (création et destruction d'entreprises, reclassement dans un autre secteur...)

On met ainsi en évidence un effet structurel important de l'évolution de l'emploi associée aux dynamiques d'entreprises.

Le rôle des créations et défaillances d'entreprises dans la création et destruction est généralement important (Duhautois [2002]). En moyenne entre 1990 et 1996, 35,9% des emplois créés sont dus à des créations d'entreprises et 36,7% des emplois détruits sont dus à des destructions d'entreprises, tous secteurs confondus.

De plus, l'effet de l'ouverture d'un nouveau commerce va dépendre du type de commerce. On peut penser que l'implantation d'une nouvelle grande surface généraliste aura des effets sur l'emploi supérieurs à ceux induits par l'ouverture d'un petit commerce spécialisé. Une étude complète a été réalisée par Basker [2004], concernant l'impact de l'expansion de Walmart sur le marché du travail américain. L'intérêt de cette étude est qu'elle porte sur 1 750 comtés et sur une longue période (1977-1998). Cette entreprise emploie 1,3 million de personnes aux États-Unis et 500 000 à l'étranger. L'effet d'une telle structure commerciale ne peut donc pas être négligeable.

L'étude tente d'estimer les impacts de l'installation d'un nouveau magasin Walmart, en dehors des effets exogènes liés à l'environnement économique au moment de l'installation. Plusieurs effets se conjuguent :

- Chaque nouvelle installation de Walmart conduit à la création d'environ 100 emplois dans l'année.
- Dans les cinq ans qui suivent, 50 emplois disparaissent suite à des fermetures de magasins consécutives à l'entrée de Walmart. De plus, le modèle de production de Walmart accroît l'efficacité moyenne du secteur, de telle façon que moins d'employés sont nécessaires pour un même volume de ventes. Deux mécanismes expliquent cette augmentation de la productivité :

d'une part, on observe un effet de structure, puisqu'il y a une réallocation des emplois liée à l'entrée de ce nouvel acteur sur le marché. D'autre part, la concurrence forte introduite par Walmart conduit les autres à adopter ses "bonnes pratiques", ce qui réduit l'emploi dans ces établissements plus fortement qu'attendu par rapport à la baisse de part de marché effectivement constatée.

- Les relations de Walmart avec ses fournisseurs, souvent nommées "Walmart model", basées sur une organisation logistique en flux tendus et donc sur une certaine intégration verticale, conduisent à des suppressions d'emploi dans le commerce de gros (environ 20 emplois).

En conclusion, l'entrée de Walmart a un effet faible sur le nombre d'emplois au niveau d'un comté ; mais l'effet sur la structure des emplois et le nombre de petits établissements de commerce est, lui, important. Bien que les résultats découlent d'une part de l'impact du développement de la première entreprise mondiale, et d'autre part d'une analyse réalisée sur le marché américain, les conclusions obtenues sont un bon indicateur de l'importance du développement des grands formats de distribution et de l'impact généré sur les autres secteurs.

Un déterminant principal de l'emploi dans le commerce serait donc la dynamique des structures commerciales. Or, en France, l'ouverture de magasins est historiquement très réglementée. Il convient donc d'étudier l'effet de cette réglementation sur l'emploi dans le commerce.

#### ■ Le commerce est un secteur historiquement très réglementé en France

Dans l'immédiat après-guerre, l'ordonnance du 30 juin 1945 a réglementé les prix et la rétention des produits, dans le but de gérer la pénurie. En 1953, l'interdiction de refus de vente a été instaurée pour protéger les commerces de la puissance industrielle. Puis, dans les années 1960, la crainte de l'inflation a constitué un soutien aux nouvelles formes de commerce, dont la force d'achat était considérée comme un contrepoids face à l'industrie.

La Loi d'orientation du Commerce et de l'Artisanat, communément appelée loi Royer, a été votée en 1973. Elle restreint l'implantation des grandes surfaces de commerce, toute ouverture de nouveaux magasins devant être approuvée par une commission départementale, ceci afin de protéger les petits commerces de détail. En raison de la fréquence des pratiques de contournement, cette loi a plutôt contribué à entraver le développement du secteur et a tendu à modifier le régime de concurrence en figeant les positions des acteurs. La loi Raffarin de 1996 est venue renforcer ce dispositif en multipliant les critères pour obtenir une autorisation pour les établissements d'une surface de vente supérieure à 300 m<sup>2</sup>. Cette réforme avait notamment pour objet de ralentir le rythme de la création ou de l'extension des surfaces commerciales. Or, c'est exactement l'inverse qui s'est produit : tant le pourcentage de

décisions favorables que la surface totale autorisée annuellement ont continuellement augmenté depuis 1997, témoignant du comportement de moins en moins restrictif des CDEC (Commission Départementale de l'Équipement Commercial). À l'inverse, le nombre des appels à l'échelon de la CNEC (Commission Nationale) est en constante régression, et l'incidence nette des décisions de cette instance sur le total annuel des m<sup>2</sup> autorisés en France reste inférieure à 4%.

Le premier effet de la réforme de 1996 est l'augmentation du nombre de dossiers soumis : en raison de l'abaissement du seuil à 300 m<sup>2</sup>, le nombre de dossiers examinés chaque année par les CDEC a été multiplié par 4,5.

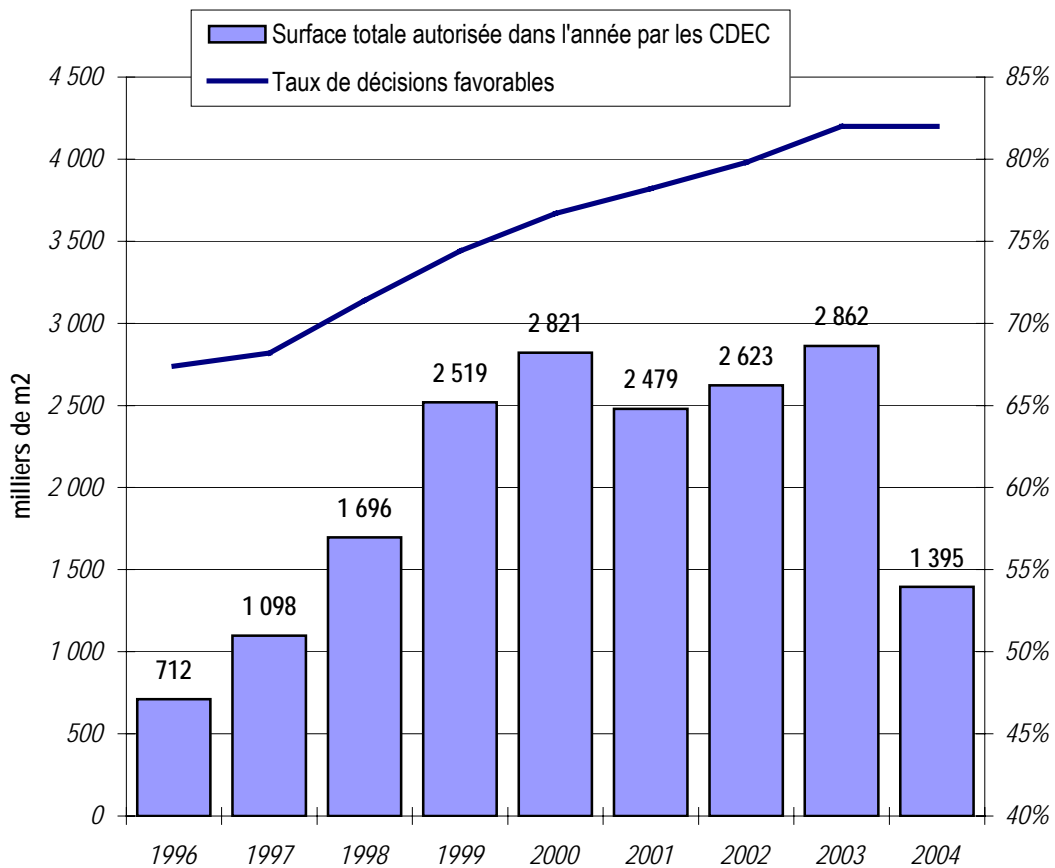
Lorsque l'on compare les deux périodes 1974-1996 et 1997-2003 autour de la charnière de l'année 1996 :

- le taux d'autorisation a augmenté de 41,6%, passant de 54,1% sur la première période (soit 7 941 autorisations et 6 724 refus) à 76,6% sur la seconde (soit 15 312 autorisations et 4 671 refus) ;
- le ratio des surfaces de vente autorisées par rapport au total des surfaces demandées a connu une croissance encore plus nette (+ 65,7%), passant de 42,9% (19,3 Mm<sup>2</sup> autorisés contre 25,7 Mm<sup>2</sup> refusés) à 71,1% (16,1 Mm<sup>2</sup> autorisés contre 6,5 Mm<sup>2</sup> refusés).

La libéralité des CDEC n'a cessé d'augmenter depuis 1996, le taux de décisions favorables au regard des demandes déposées dépassant aujourd'hui les 82%, contre 67% en 1996. La réglementation sur l'ouverture du nombre de magasins ne serait donc pas un véritable frein à l'ajustement de l'offre de biens et services à la demande. Néanmoins, la France reste un pays parmi les plus réglementés, notamment dans le secteur du commerce.

Durant les vingt dernières années, de nombreuses réformes structurelles ont été mises en place afin d'homogénéiser la réglementation dans les secteurs de services des pays de l'OCDE. Le commerce de détail est resté en marge de ce mouvement. Les réglementations sur ce secteur sont encore très hétérogènes selon les pays, et constituent des barrières à l'entrée.

Autorisations d'ouverture et d'agrandissement de magasins par les CDEC



Source : DCASPL

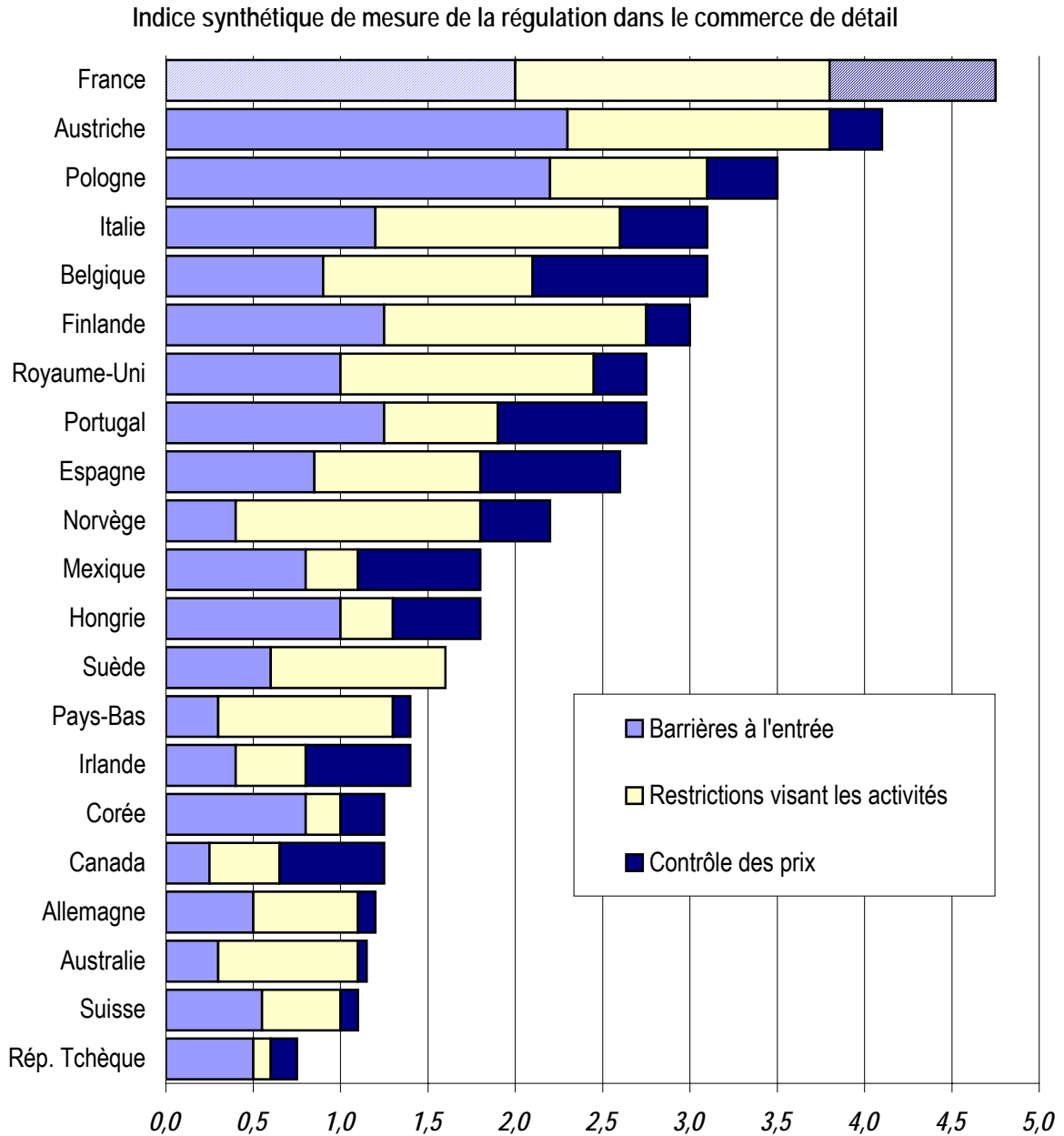
L'OCDE (Boylaud et Nicoletti [2001]) propose des indices synthétiques élaborés à partir de données sectorielles sur la réglementation du commerce de détail. Ils prennent en compte trois dimensions :

- barrières à l'entrée sur les marchés : formalités pour créer une entreprise, restrictions imposées aux grandes surfaces, autorisations requises pour vendre certains produits ;
- restrictions qui affectent certaines activités : horaires d'ouverture des magasins, participation d'organismes professionnels ;
- mesures de contrôle des prix.

Il apparaît que la France est dans une situation extrême concernant la rigueur de la législation sur la protection de l'emploi, parmi l'ensemble des pays pour lesquels des données sont disponibles.

La création d'entreprises commerciales se fait néanmoins à un taux légèrement supérieur à la moyenne de l'économie (11,7% contre 11,4% en moyenne en 2000). La relative faiblesse des barrières à l'entrée pour l'ouverture d'un petit commerce (investissement initial minime, absence de savoir-faire spécifique) explique que la création d'entreprises commerciales continue d'être dynamique malgré la forte concentration du secteur (due en partie à la loi Royer).





Source : OCDE (Boylaud et Nicoletti [2001])

### ■ L'impact sur l'emploi de la réglementation commerciale

La réglementation d'ordre administratif général (freins à la création d'entreprises, opacité de la réglementation...) s'applique à toutes les activités économiques. Les effets sur l'emploi de ces réglementations ne sont donc pas spécifiques au commerce. On ne s'attardera donc pas sur leur description. L'idée est que tout ce qui limite la création de structures commerciales limite l'emploi.

Par contre, le fort pouvoir structurant des lois limitant l'implantation de grandes surfaces (lois Royer et Raffarin) se répercute sur le marché de l'emploi. En effet, le marché des biens et services et celui de l'emploi fonctionnent en interaction par le biais de la demande et des effets de structure.

Les conséquences de ces lois ont plus particulièrement été étudiées (Bertrand et Kramarz [2002]). L'intérêt de leur étude est qu'elle compare le secteur du commerce de détail à celui de l'hôtellerie-restauration. Ces deux secteurs sont proches, notamment parce qu'ils emploient massivement du personnel non qualifié au salaire minimum. Cela permet de distinguer l'effet de la réglementation du marché du travail de l'effet de la réglementation sur l'installation des magasins.

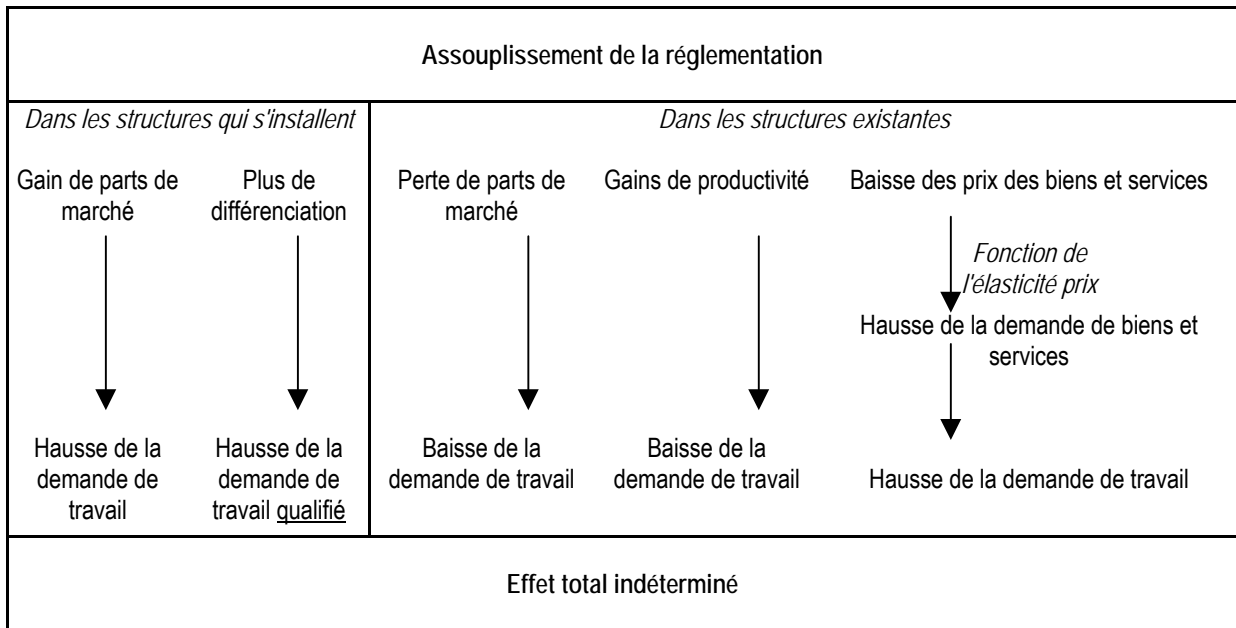
En prenant en compte l'ensemble des demandes d'autorisation de nouveaux magasins déposées entre 1975 et 1998, les auteurs constatent tout d'abord que les départements qui se sont montrés les plus souples en termes d'autorisations ont vu leur emploi total dans le commerce croître plus vite. Autrement dit, les pertes d'emploi dans les petits commerces traditionnels ont été plus que compensées par les créations d'emploi dans les nouveaux magasins. Ce qui peut notamment s'expliquer par le fait que ces différents commerces sont souvent plus complémentaires que substituables (on n'y achète pas les mêmes choses, ni au même moment).

Cette réglementation donne un pouvoir de marché aux entreprises déjà en place, ce qui entraîne une hausse des prix, donc une baisse des ventes et de l'emploi.

De plus, cette loi encourage la concentration des magasins de chaîne : il est politiquement plus facile d'obtenir une autorisation pour l'ouverture d'un nouveau magasin sous l'enseigne d'une chaîne déjà présente dans le département, que pour une chaîne d'ouvrir son premier magasin dans un département. Or, cette concentration est dommageable à l'emploi, car il est possible de mettre en place des synergies, économisant ainsi de la main-d'œuvre.

On pourrait certes imaginer que les départements qui se sont montrés les plus souples sont précisément ceux qui faisaient face à une demande commerciale en forte croissance. Pour évaluer cet argument, Bertrand et Kramarz exploitent le fait que les taux d'autorisation varient avec la couleur politique du département, indépendamment des conditions économiques locales. En utilisant uniquement les variations des taux d'autorisation dues à des changements dans la couleur politique des départements, les deux chercheurs confirment l'impact positif des nouvelles ouvertures sur l'emploi. Finalement, ils estiment que l'emploi dans le commerce pourrait être de l'ordre de 10% plus élevé en l'absence de la loi Royer.

Effets qu'engendrerait un assouplissement de la réglementation sur l'urbanisme commercial et donc une intensification de la concurrence



Source : CRÉDOC, d'après Bertrand et Kramarz [2002]

L'emploi dans le commerce dépend aussi de l'offre de biens et services dans ce secteur, c'est-à-dire, à un niveau agrégé, du nombre de magasins. On montre que le rôle des créations d'entreprises est important dans le commerce, et que la réglementation sur l'ouverture de magasins en France a des effets plutôt négatifs sur l'emploi dans le commerce. Une offre de biens et services plus importante dans le commerce (permise par l'agrandissement et l'ouverture de magasins) permettrait d'augmenter l'emploi dans le commerce.

La première approche, pour déterminer quels sont les déterminants de l'emploi dans un secteur, consiste à lister tous les éléments qui entrent en compte lors du choix de l'employeur quant au facteur travail. L'analyse globale du secteur du commerce permet de mettre en évidence les effets liés à la demande, aux éléments microéconomiques (productivité, salaire), et à la réglementation dans la détermination du niveau et de la nature des emplois dans le commerce. Il conviendrait donc de prolonger ce travail par une analyse quantitative de l'importance relative de chaque effet. Ceci nécessiterait un travail d'estimation économétrique complexe, qui pourrait faire l'objet d'une recherche ultérieure spécifique parce qu'elle ne trouvera probablement sa pertinence qu'en modélisant l'emploi à un niveau sectoriel assez fin.

De plus, la demande adressée aux commerçants et la structure de l'appareil commercial varient fortement d'un secteur à l'autre. S'intéresser à un niveau plus fin de nomenclature est une piste susceptible de capter des effets sectoriels qui donneront une image plus précise des déterminants de l'emploi dans le commerce.

### 3. L'EPREUVE DES FAITS

---

Une approche des déterminants de l'emploi par le biais d'un découpage sectoriel à un niveau fin permet d'expliquer les différences d'évolution de l'emploi entre les secteurs d'activité. Une analyse de plusieurs secteurs ayant connu de fortes évolutions en termes d'effectifs au cours de la période 1993-2004 met ainsi en avant, d'une part, l'impact de l'évolution de la demande sur l'emploi et, d'autre part, l'importance du développement des grandes surfaces de distribution.

Parallèlement, l'évolution des formats de distribution se manifeste également par une évolution de la géographie commerciale avec la constitution de pôles commerciaux de grande envergure dans des espaces jusque-là peu exploités. Une approche géographique permet ainsi d'observer l'évolution de la répartition de l'appareil commercial sur l'ensemble du territoire avec un phénomène d'étalement et de déplacement des établissements et de l'emploi.

#### 3.1 Approche sectorielle

---

Les travaux relatifs à l'emploi dans le commerce se cantonnent le plus souvent à une approche plus générale de l'emploi dans le commerce, en distinguant les secteurs du commerce à un niveau agrégé. Cette approche permet de mettre en avant les grandes évolutions et les tendances de fond de l'évolution de l'emploi. Toutefois, un découpage sectoriel au niveau le plus fin de la Nomenclature d'Activités Française (NAF700) met en avant l'existence de différences très importantes de l'évolution de l'appareil commercial au cours des dix dernières années.

Cette approche permet d'observer l'effet des déterminants précédemment retenus à travers une approche par l'offre et la demande. Il convient ainsi d'analyser pour chaque secteur, alimentaire et non-alimentaire, s'il existe une relation d'une part entre l'emploi et la consommation sectorielle (la demande détermine le niveau d'emploi), et l'évolution des structures commerciales d'autre part (l'évolution des structures du secteur a eu un impact sur l'emploi). L'intérêt réside ainsi dans une volonté de mettre en avant les évolutions divergentes de l'emploi dans les différents secteurs du commerce de détail, et de spécifier les tendances intra- et intersectorielles de l'emploi dans le commerce au cours de la période 1993-2004.

Au total, l'emploi salarié dans l'ensemble du commerce en France a progressé de 448 000 unités entre 1993 et 2004. Environ 72% de cette hausse se concentre dans les seuls secteurs du commerce de détail qui rassemblent près de 323 000 emplois supplémentaires et 13 500 établissements de plus sur

la période, soit un total de 1 608 000 emplois et 217 000 établissements en 2004. Cette hausse se décompose entre les secteurs du commerce de détail qui ont connu une progression de leurs effectifs et ceux qui présentent une contraction. Ainsi, 29 secteurs enregistrent une hausse de l'emploi pour un total de 409 000 unités supplémentaires, alors que 19 autres secteurs présentent une réduction d'environ 86 000 unités entre 1993 et 2004.

Les 10 secteurs enregistrant les plus fortes hausses d'effectifs salariés  
dans le commerce de détail entre 1993 et 2004

	Effectifs salariés en 2004	Variation des effectifs salariés entre 1993 et 2004	TCAM des effectifs salariés entre 1993 et 2004	TCAM des établissements entre 1993 et 2004
52.1F : Hypermarchés	281 600	+90 100	+3,6%	+1,4%
52.1D : Supermarchés	246 800	+84 100	+3,9%	+3,6%
52.4P : Commerce de détail de bricolage	60 100	+47 200	+15,0%	+12,6%
52.4Z : CD divers en magasin spécialisé	71 000	+39 200	+7,6%	+5,7%
52.4C : Commerce de détail d'habillement	139 700	+28 900	+2,1%	+0,1%
52.4W : CD d'articles de sport et de loisirs	49 000	+20 700	+5,1%	+2,1%
52.3A : CD de produits pharmaceutiques	120 000	+19 900	+1,7%	+0,1%
52.4X : Commerce de détail de fleurs	30 200	+11 100	+4,3%	+1,4%
52.4T : CD d'optique et de photographie	31 400	+10 500	+3,8%	+2,7%
52.4H : Commerce de détail de meubles	54 800	+7 800	+1,4%	+0,3%

Source : Calculs CREDOC d'après données Unédic

La hausse des effectifs commerciaux s'est très largement concentrée dans les secteurs du commerce de détail à prédominance alimentaire (+147 000 emplois) et du commerce de détail non-alimentaire spécialisé (+133 000). Toutefois, à un niveau plus fin, l'emploi a progressé différemment selon les secteurs d'activité en raison d'une évolution conjoncturelle, d'un régime concurrentiel ou bien encore d'une dynamique structurelle propre à chacun.

Dans le commerce de détail non spécialisé à prédominance alimentaire, la totalité de la hausse des emplois est due aux supermarchés (+84 000 emplois) et hypermarchés (+90 000). Dans le commerce non-alimentaire spécialisé, les principales évolutions de l'emploi sont observées dans le secteur du bricolage qui enregistre une progression des emplois commerciaux de 47 000 unités et les magasins divers spécialisés avec 39 000 emplois supplémentaires par rapport à 1993. Le commerce de détail d'habillement et les magasins d'articles de sport et de loisirs présentent également une forte hausse de

leurs effectifs, avec respectivement 29 000 unités et 21 000 unités supplémentaires entre 1993 et 2004. Parallèlement, plusieurs secteurs ont enregistré une baisse de leurs effectifs commerciaux tout au long de la période, à l'image du commerce de détail de quincaillerie, de textiles ou bien encore des magasins d'alimentation générale.

Les 5 secteurs enregistrant les plus fortes baisses d'effectifs salariés  
dans le commerce de détail entre 1993 et 2004

	Effectifs salariés en 2004	Variation des effectifs salariés entre 1993 et 2004	TCAM des effectifs salariés entre 1993 et 2004	TCAM des établissements entre 1993 et 2004
52.4N : CD de quincaillerie	22 600	-17 700	-5,1%	-2,1%
52.1B : Alimentation générale	28 800	-17 500	-4,2%	-2,9%
52.4A : CD de textiles	12 600	-11 700	-5,8%	-2,5%
52.1H : Grands magasins	21 300	-8 900	-3,1%	-2,1%
52.1E : Magasins populaires	12 000	-7 500	-4,3%	-5,8%

Source : Calculs CREDOC d'après données Unédic

### 3.1.1 Emploi et consommation sectorielle

Comme nous l'avons vu précédemment, l'approche théorique place la demande comme un déterminant essentiel de l'emploi. Cette relation semble jouer sur la quasi totalité des secteurs du commerce de détail. Plusieurs éléments permettent d'expliquer et d'analyser cette relation au niveau sectoriel : l'évolution du pouvoir d'achat des ménages, de la consommation et enfin du niveau d'activité des entreprises. Toutefois, cette relation s'exerce différemment selon les secteurs d'activité.

D'un côté, les secteurs qui ont connu une forte croissance de leur activité au cours de la dernière décennie se caractérisent également par une hausse significative du niveau d'emploi et une progression de l'emploi salarié à temps plein. De l'autre côté, les secteurs davantage soumis aux fluctuations conjoncturelles ont également créé de l'emploi, mais en ayant recours à des formes plus flexibles d'ajustement de leurs effectifs à leur niveau d'activité.

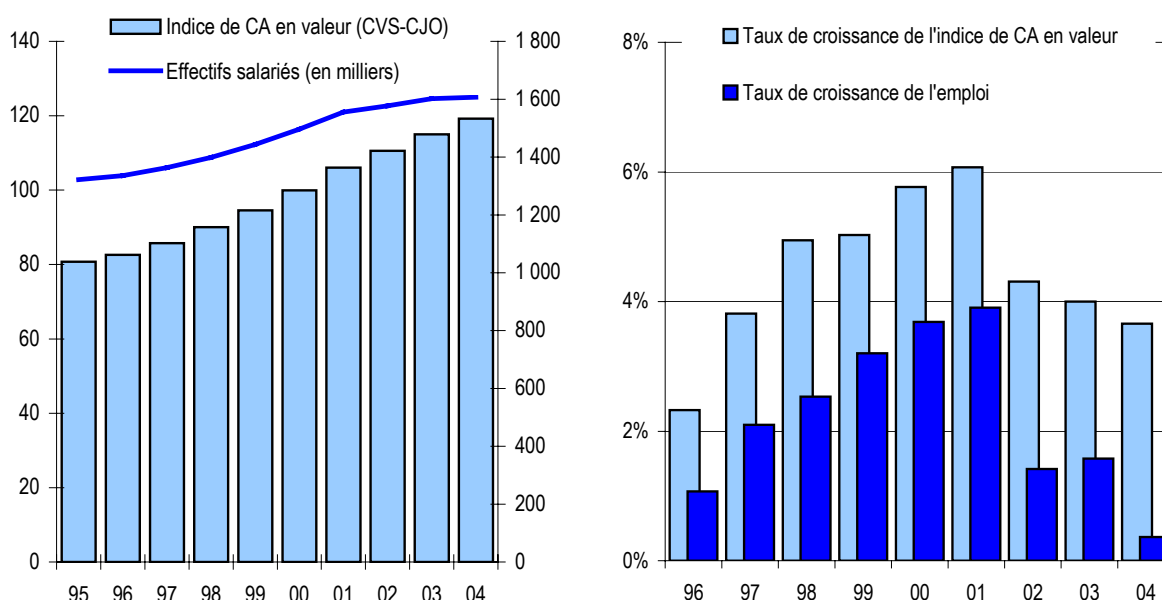
Toutefois, l'ensemble des secteurs du commerce de détail, et plus particulièrement la grande distribution alimentaire, partagent une évolution commune, avec une forte croissance de l'emploi salarié jusqu'en 2000, sous l'impulsion d'une demande dynamique, et un fléchissement de cette tendance

depuis 2001, avec une croissance de l'activité moins rapide. Cette situation confirme l'importance de l'effet conjoncturel sur la croissance de l'emploi dans le commerce.

■ Une corrélation significative entre l'évolution de la demande et de l'emploi dans le commerce de détail

Dans l'ensemble, la croissance de la consommation sectorielle admet une orientation proche de celle de l'appareil commercial sur l'ensemble de la période 1995-2004. L'indice de chiffre d'affaires en valeur dans le commerce de détail a progressé de 4,4% par an en moyenne, l'emploi commercial de 2,2%. Les deux variables témoignent d'une évolution quasi similaire, avec une période de croissance forte et régulière entre 1995 et 2001, suivie d'un léger ralentissement. La croissance modérée de l'activité des entreprises depuis 2001 s'accompagne d'une croissance également plus faible de l'emploi.

Comparaison de l'évolution de l'emploi et de l'indice de chiffre d'affaires dans l'ensemble du commerce de détail

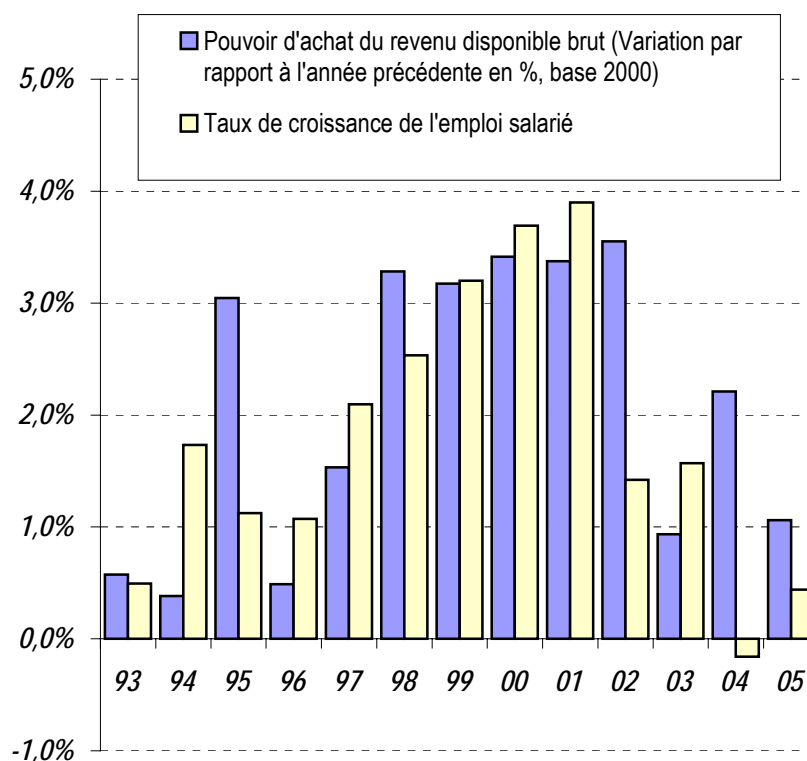


Source : Calculs CREDOC à partir de données Unédic et Insee

Par ailleurs, la relation entre le pouvoir d'achat du revenu disponible brut des ménages et le niveau de l'emploi dans le commerce de détail apparaît significative sur la période 1993-2004. Cette corrélation est particulièrement marquée dans les secteurs du commerce de détail non spécialisé à prédominance alimentaire (521) et le commerce de détail non-alimentaire en magasin spécialisé (524), principalement en raison de l'importance de ces secteurs dans les dépenses des ménages.

Comparaison de la croissance de l'emploi salarié dans le commerce de détail et de la croissance du pouvoir d'achat des ménages





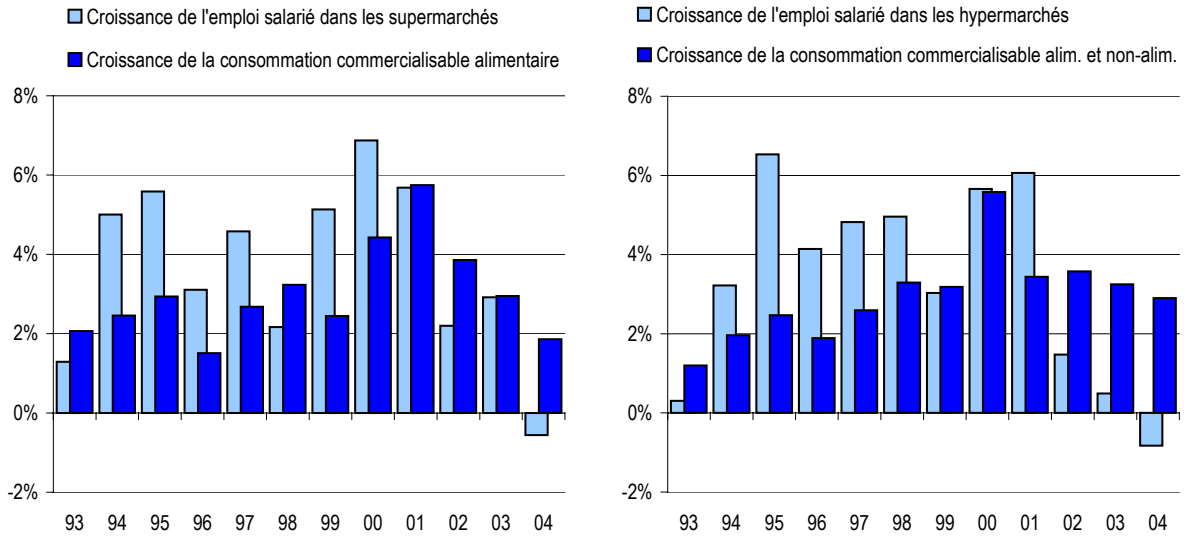
Source : Calculs CREDOC d'après données Unédic et INSEE, Comptes Nationaux

■ Le cas du commerce à prédominance alimentaire : une forte évolution de l'emploi malgré une consommation peu dynamique

Dans la grande distribution à prédominance alimentaire, la consommation commercialisable de produits alimentaires et non-alimentaires en volume a progressé en moyenne de 3,0% par an sur la période pour les produits alimentaires et de 2,9% pour les produits non-alimentaires. L'emploi a également progressé à un rythme soutenu (3,9% par an pour les supermarchés et 3,6% pour les hypermarchés). Au total, les grandes surfaces alimentaires rassemblent à elles seules près de la moitié des effectifs supplémentaires de l'ensemble du commerce de détail entre 1993 et 2004, avec une hausse de près de 175 000 emplois.

Toutefois, si la consommation commercialisable de produits alimentaires et non-alimentaires et le niveau d'emploi ont évolué de concert sur l'ensemble de la période, deux sous-périodes distinctes apparaissent. Entre 1993 et 2000, l'emploi a progressé à un rythme très soutenu et supérieur à celui de la demande globale. Mais depuis 2000, le ralentissement de la consommation s'est également accompagné d'une moindre croissance des effectifs, l'emploi ayant même diminué en 2004 dans les supermarchés et hypermarchés.

**Évolution de la consommation commercialisable et de l'emploi  
dans les supermarchés** **dans les hypermarchés**



Source : Calculs CREDOC d'après données Unédic et INSEE, Comptes Nationaux

D'un côté, cette situation provient principalement d'arbitrages de consommation moins favorables aux produits alimentaires et qui induit un ralentissement de la demande en volume. De l'autre côté, la baisse sensible des prix des grandes marques et l'arrivée des magasins de discount alimentaires ont limité la progression de l'indice de chiffre d'affaires en valeur et la rentabilité des établissements. Par ailleurs, le report de consommation sur les rayons non-alimentaires a principalement profité aux grandes surfaces spécialisées, dont les parts de marché progressent considérablement sur la plupart des segments de marché au détriment des grandes surfaces à prédominance alimentaire.

**■ Le cas du commerce non-alimentaire spécialisé : les secteurs les plus dynamiques sont également ceux qui ont créé le plus d'emplois**

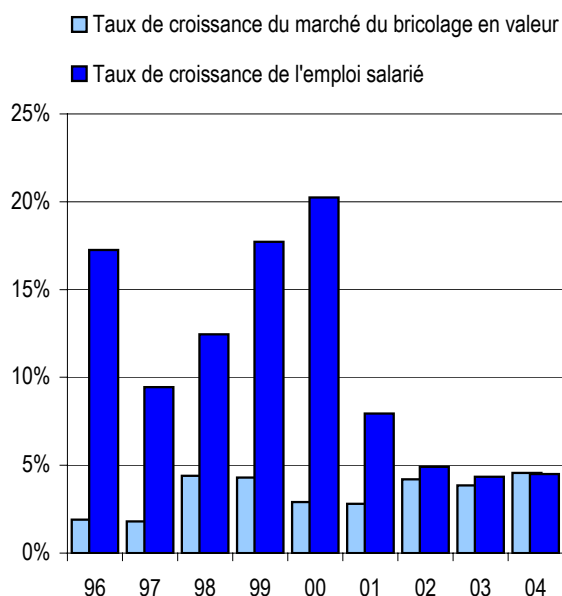
Au niveau le plus fin du commerce de détail, les secteurs qui ont connu les plus fortes hausses d'effectifs sur la période sont également ceux pour lesquels le marché intérieur a été très dynamique. L'évolution des dépenses des ménages vers des produits non-alimentaires et de plus en plus sophistiqués a en effet favorisé la croissance de l'emploi dans la plupart des secteurs spécialisés.

- **Le commerce de détail de bricolage (52.4P)**

La demande adressée au secteur du bricolage a progressé de 3,6% en moyenne annuelle sur la période 1996-2004. Le secteur a bénéficié de l'engouement très marqué des Français pour les activités de décoration et de bricolage, et d'une hausse importante des dépenses pour l'aménagement de la maison. Cette évolution favorable a permis un développement soutenu de l'appareil commercial et se

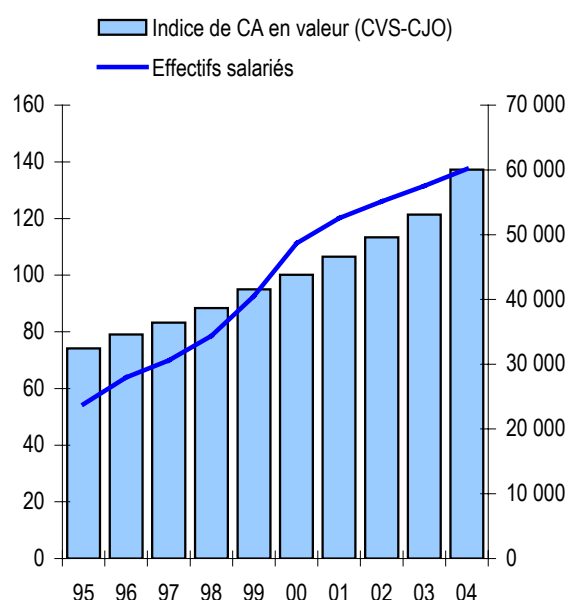
caractérise par une sur-réaction de la croissance de l'emploi par rapport à la demande. On note cependant un léger ralentissement de cette tendance depuis 2001, malgré un prolongement de la dynamique conjoncturelle du marché intérieur.

Évolution de la croissance du marché du bricolage et de l'emploi salarié du secteur



Source : calculs CREDOC d'après données Unédic et Unibal

Évolution de l'indice de CA du commerce de détail de bricolage et des effectifs salariés

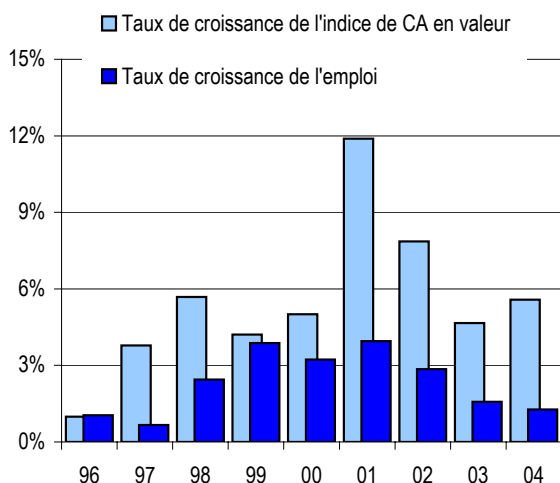


Source : calculs CREDOC d'après données Unédic et INSEE

- Le commerce de détail d'habillement (52.4C)

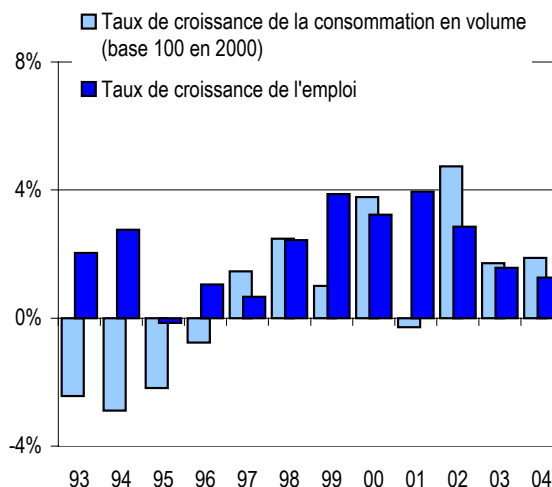
Bien qu'elle soit imparfaite, la relation entre l'emploi et la consommation d'un côté et le niveau d'activité des entreprises de l'autre est également vérifiée dans le commerce de détail d'habillement. Au cours de la première moitié des années 1990, le volume de la demande a diminué (-2,1% par an) mais l'emploi a malgré tout progressé de 1,4% en moyenne annuelle. En revanche, à partir de 1997, la consommation est repartie à la hausse (+2,1% par an) et s'est également accompagnée d'une croissance de l'emploi beaucoup plus forte avec une progression annuelle des effectifs de 2,5% jusqu'en 2004. Il apparaît un léger décalage entre les périodes de croissance de l'activité et de l'emploi, tout au moins jusqu'aux années 2000, l'ajustement étant plus rapide par la suite.

Évolution de l'indice de CA et de l'emploi dans le commerce de détail d'habillement



Source : Calculs CREDOC d'après données Unédic et INSEE

Évolution de la consommation et de l'emploi dans le commerce de détail d'habillement

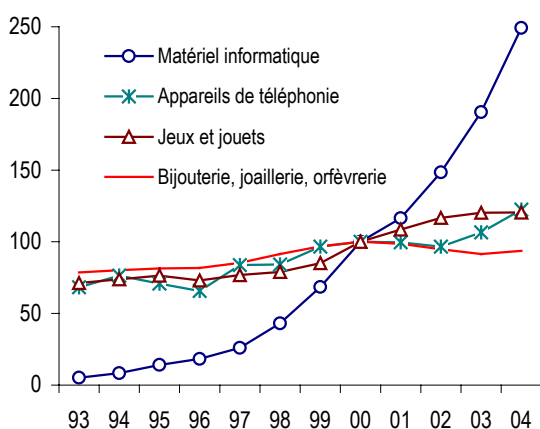


Source : Calculs CREDOC à partir de données Unédic et INSEE, Consommation des ménages 2004

• Le commerce de détail divers en magasin spécialisé (52.4Z)

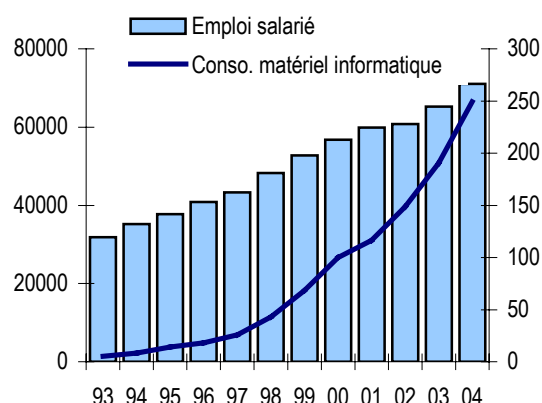
Le commerce de détail divers en magasin spécialisé, qui comprend notamment les activités de téléphonie et d'informatique, a connu au cours de la dernière décennie une croissance extrêmement rapide de la consommation et de l'emploi. La croissance du marché intérieur s'est en effet accompagnée d'un développement très rapide de l'appareil commercial sur l'ensemble du territoire national et permis la création de près de 40 000 emplois entre 1993 et 2004.

Évolution de la consommation sur les principaux segments du commerce de détail divers



Source : INSEE, Consommation des ménages 2004 Source : calculs CREDOC d'après données Unédic et INSEE

Évolution de l'emploi dans le commerce de détail divers et de la consommation de matériel informatique (base 100 en 2000)

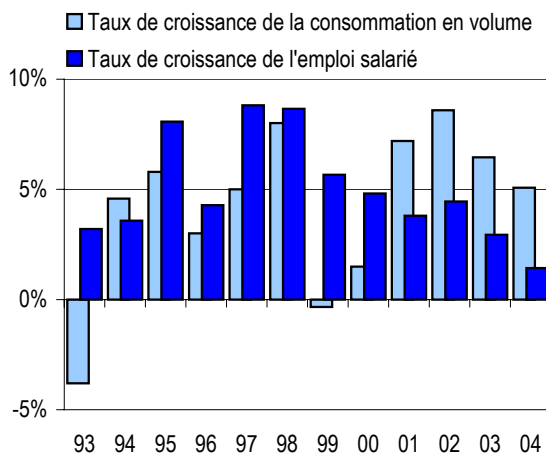


• Le commerce de détail d'articles de sport et de loisirs (52.4W)

Le secteur du commerce de détail d'articles de sport et de loisirs présente également une relation étroite entre le volume de la consommation des ménages et le niveau de l'emploi. La consommation

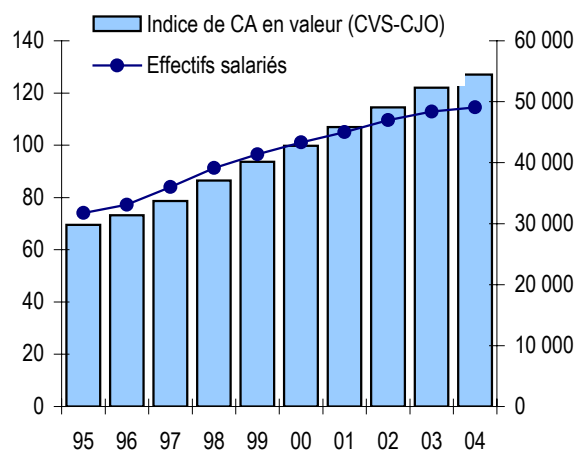
des ménages a progressé en moyenne de 5,0% par an en volume et a favorisé l'accroissement des structures commerciales tout au long de la période. En effet, au cours des dix dernières années, la pratique d'activités sportives et de loisirs a fortement progressé en raison de l'accroissement du temps libre, des aménagements réalisés par les communes pour la création et le développement d'équipements sportifs publics et privés (gymnases, piscines, courts de tennis, terrains de plein air, golfs...) et d'un élargissement de la clientèle vers les femmes et les seniors.

Croissance de l'emploi dans le commerce d'articles de sport et de loisirs et de la consommation des ménages



Source : Calculs CREDOC d'après données Unédic et INSEE, Consommation des ménages 2004

Evolution de l'indice de CA du commerce d'articles de sport et de loisirs et des effectifs salariés

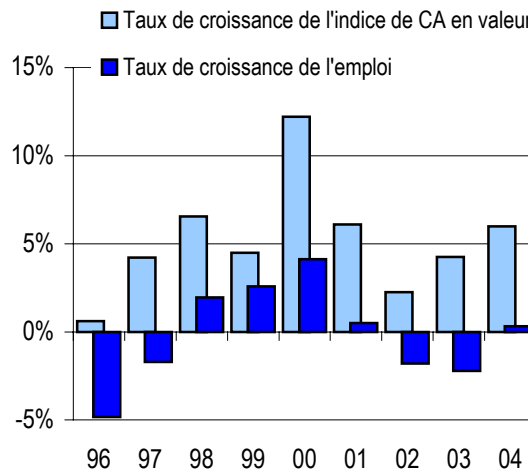


Source : Calculs CREDOC d'après données Unédic et INSEE

- Le commerce de détail d'appareils électroménagers, de radio et de télévision (52.4L)

Dans le commerce d'appareils électroménagers, on vérifie également une relation entre l'emploi et le niveau de la demande adressée au secteur. Celle-ci a été particulièrement soutenue sur le segment des produits bruns (télévisions, lecteurs de DVD...), avec une croissance annuelle moyenne de la consommation de 10,0% entre 1993 et 2004, et de 4,4% pour les produits blancs. En outre, le développement de nombreux services (conseil, livraison à domicile...) destinés à répondre aux exigences de la clientèle a également nécessité un personnel plus important. Toutefois, la croissance de l'emploi a eu tendance à sous-réagir par rapport au niveau d'activité des entreprises. Cette situation s'explique en partie par la forte poussée du commerce en ligne sur la plupart des segments de marché, et par la concurrence croissante des commerces spécialisés dans les produits informatiques et de téléphonie qui ont eu pour effet de réduire la capacité des enseignes à dégager une rentabilité et une productivité suffisantes pour créer de l'emploi.

Evolution de l'emploi et de l'indice de CA en valeur (CVS-CJO)  
dans le commerce d'appareils électroménagers

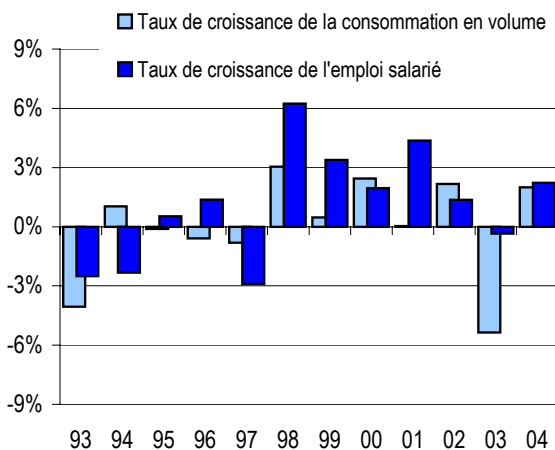


Source : Calculs CREDOC d'après données Unédic et INSEE

• Le commerce de détail de meubles (52.4H) et d'équipement du foyer (52.4J)

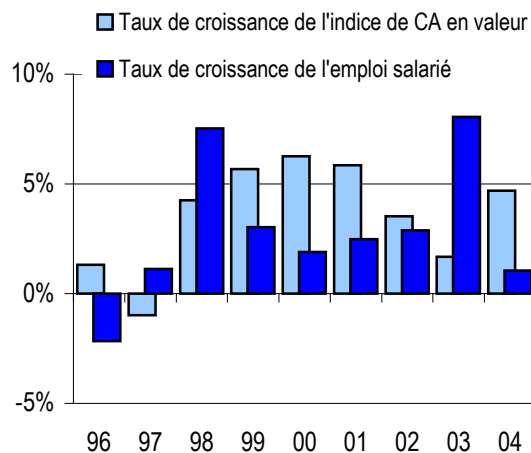
L'impact de la demande sur ces deux secteurs est également vérifié. Toutefois, si le niveau de l'emploi dans le secteur du meuble réagit assez rapidement aux fluctuations de la consommation en volume, la relation est beaucoup plus complexe dans le commerce d'équipement du foyer ; dans ce dernier secteur, elle apparaît quelque peu inverse : les années de forte hausse du niveau d'activité s'accompagnent d'un ralentissement de la croissance de l'emploi, et inversement.

Évolution de la consommation et de l'emploi salarié  
dans le commerce de détail de meubles



Source : Calculs CREDOC d'après données Unédic et INSEE, Consommation des ménages 2004

Évolution de l'indice de CA et de l'emploi dans  
le commerce de détail d'équipement du foyer

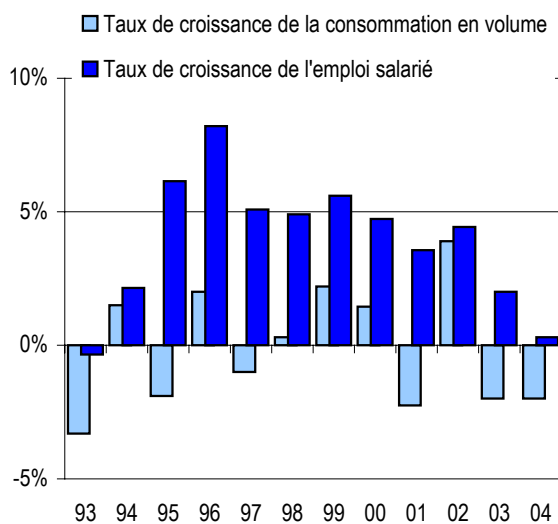


Source : Calculs CREDOC d'après données Unédic et INSEE

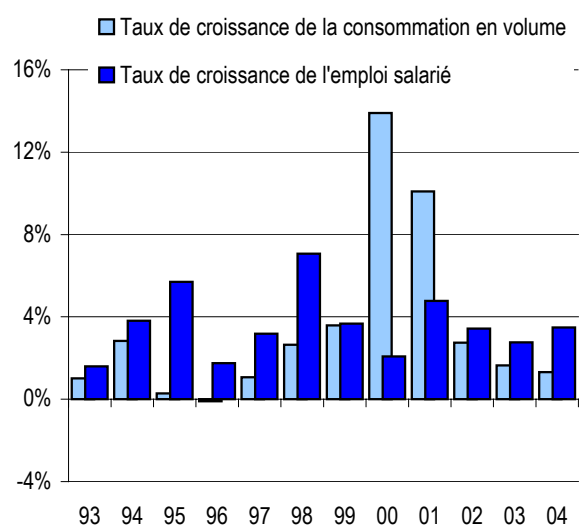
• Le commerce de détail de fleurs (52.4X) et le commerce de détail d'optique et de photographie (52.4T)

Ces deux secteurs d'activité ont enregistré une forte progression de l'emploi salarié sur l'ensemble de la période avec un taux de croissance annuel moyen des effectifs de 4,3% dans les fleurs et de 3,8% dans l'optique. Dans le commerce de détail de fleurs, le taux de croissance de l'emploi a fortement progressé malgré une consommation en volume des ménages quasi nulle sur l'ensemble de la période (+0,2% en moyenne annuelle). Dans ce secteur, la demande n'apparaît pas comme un réel déterminant de l'évolution de l'emploi. En revanche, le commerce de détail d'optique et de photographie s'est appuyé sur une croissance solide de la consommation pour créer plus de 10 000 emplois supplémentaires entre 1993 et 2004. Les ventes de lunettes ont progressé de 3,6% par an en moyenne (notamment en 2000 et 2001, sous l'impulsion des offres commerciales proposées par les distributeurs), et de 0,9% pour les instruments d'optique et le matériel photographique.

Évolution de la consommation et de l'emploi dans le commerce de détail de fleurs



Évolution de la consommation et de l'emploi dans le commerce d'optique et de photographie



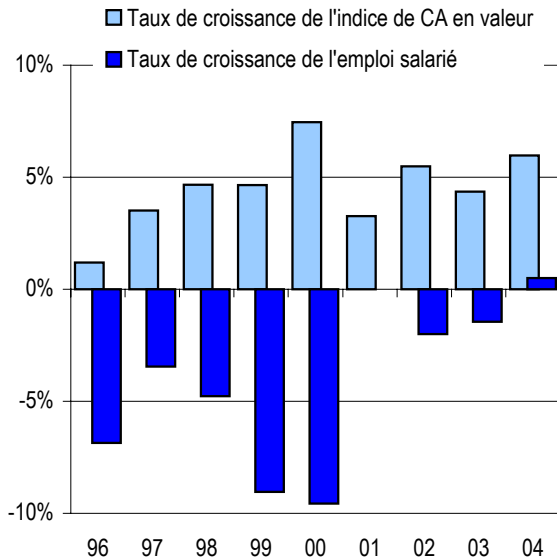
Source : Calculs CREDOC d'après données Unédic et INSEE, Consommation des ménages 2004

- Une évolution inverse entre l'emploi et la demande sur certains secteurs

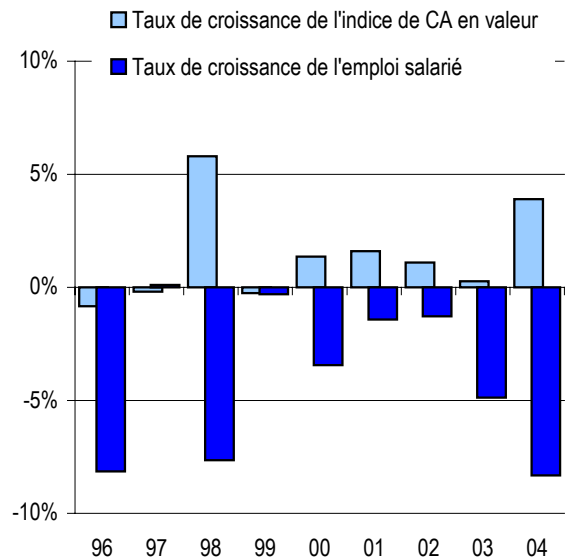
Certains secteurs affichent en revanche une évolution inverse entre le taux de croissance de l'indice de chiffre d'affaires et le niveau de l'emploi. C'est notamment le cas pour les secteurs de la quincaillerie et du textile. L'activité en termes de chiffre d'affaires y a pourtant évolué favorablement sur l'ensemble de la période, mais cette hausse n'a bénéficié qu'à un nombre réduit d'entreprises. En effet, si la consommation de produits textiles a progressé en volume de 0,9% en moyenne annuelle, la demande s'est reportée sur d'autres secteurs d'activité qui ont élargi leurs activités à ce type de produits, comme les secteurs d'équipement du foyer notamment. Ce même phénomène est observé dans le commerce

de détail de quincaillerie, puisque la consommation de matériel de quincaillerie et de bricolage a profité très largement aux seules grandes surfaces de bricolage qui proposent une gamme de produits identique.

Évolution de l'indice de CA et de l'emploi dans le commerce de détail de quincaillerie



Évolution de l'indice de CA et de l'emploi dans le commerce de détail de textiles



Source : Calculs CREDOC d'après données Unédic et INSEE

#### ■ Le temps partiel privilégié dans le commerce non spécialisé

L'analyse sectorielle confirme l'existence d'une corrélation entre l'évolution de la demande et de l'emploi commercial. Empiriquement, cette relation faisait état d'un ajustement imparfait et non immédiat en raison de l'existence de certains coûts et délais d'ajustement. Afin de pallier cette incertitude conjoncturelle, le développement des formes flexibles d'emploi avec le recours à l'intérim et au travail à temps partiel a permis de réduire ces délais d'ajustement.

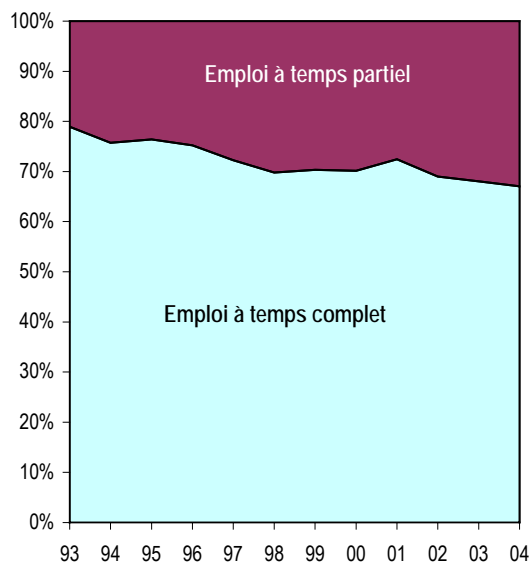
Cette tendance est particulièrement vérifiée dans la grande distribution alimentaire. La part des emplois à temps partiel a connu une très forte progression tout au long de la période. Près d'un emploi sur trois est à temps partiel dans les supermarchés et les hypermarchés en 2004 (contre respectivement 26% et 28% en 1993). Bien que l'usage du temps partiel ne soit pas nouveau au sein du secteur, cette forme d'ajustement tend à progresser et concerne principalement les employés. En outre, le travail le soir et certains dimanches est également de plus en plus fréquent.

Dans le commerce spécialisé, seuls les commerces de détail d'habillement et de chaussures se caractérisent par un accroissement de la part des emplois à temps partiel au cours de la période (32% en 2004 contre 21% en 1993 dans l'habillement, 36% contre 24% dans la chaussure). Dans ces secteurs, la multiplication des périodes de promotions, le besoin important de personnel le week-end et

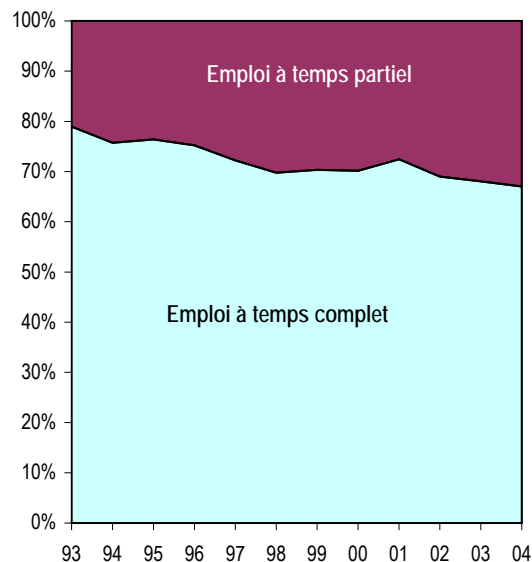


aux heures de forte fréquentation journalière nécessitent une souplesse d'ajustement des effectifs qui se traduit par le développement du temps partiel.

Évolution du temps partiel dans le commerce de détail d'habillement



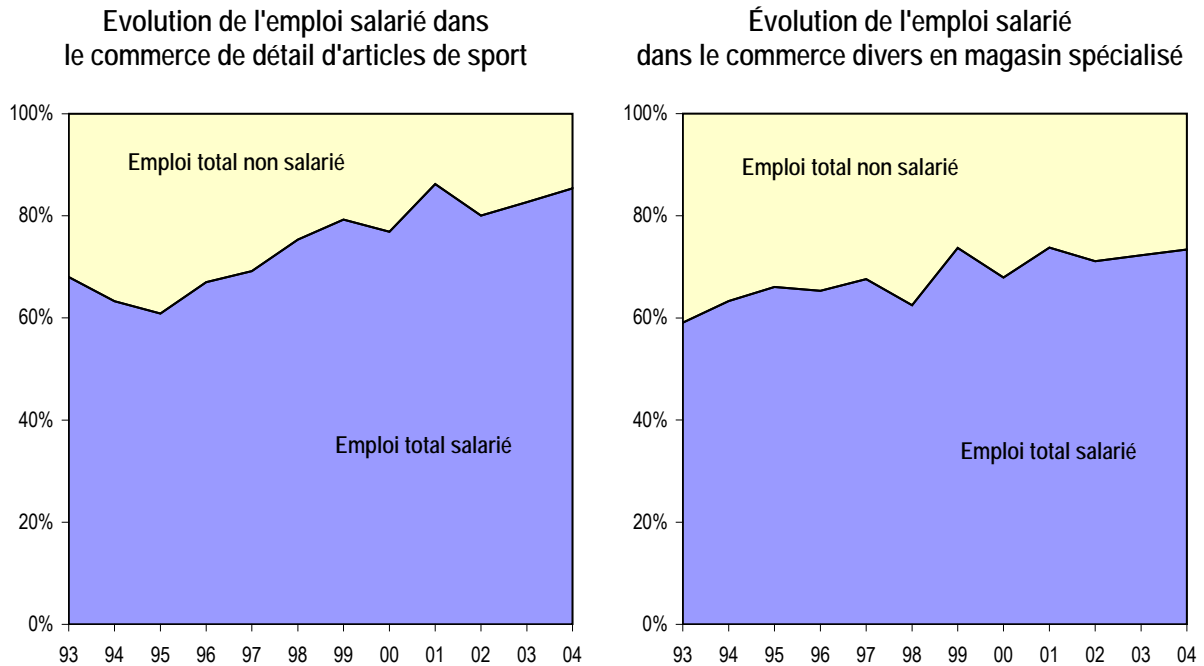
Évolution du temps partiel dans le commerce de détail de chaussures



Source : INSEE, Enquête Emploi

■ Une progression des emplois salariés à temps plein dans le commerce spécialisé

En revanche, dans les secteurs du commerce spécialisé, la tendance générale est au développement des emplois salariés à temps complet. En effet, tout au long de la période, la part des emplois salariés a largement progressé : 98% des emplois dans le bricolage en 2004, 90% dans le meuble (contre 81% en 1993), 85% dans le sport (contre 68% en 1993) et 73% dans les magasins divers spécialisés (contre 59% en 1993). Cette évolution est donc principalement caractéristique des secteurs qui doivent disposer d'une force de vente importante et qui ont profité des réductions du temps de travail pour transformer les emplois à temps partiel en emplois à temps complet.



Source : INSEE, Enquête Emploi

### 3.1.2 Emploi et évolution des structures commerciales

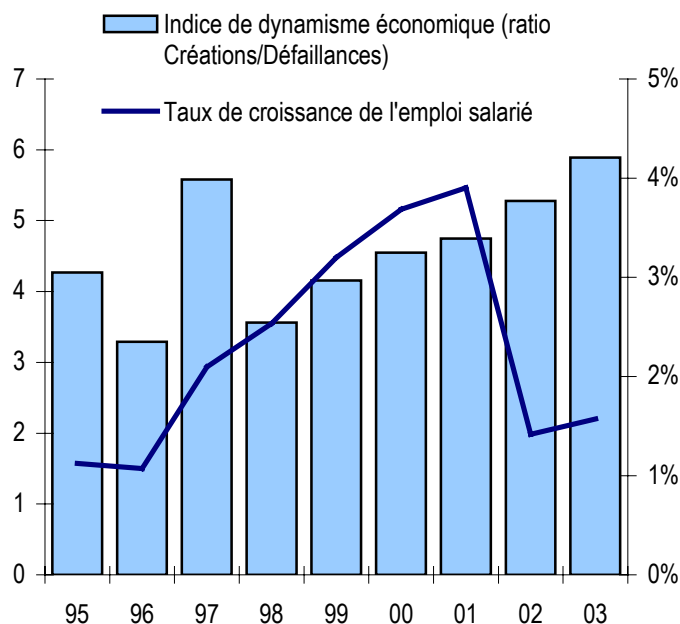
La variation des effectifs salariés dans le secteur du commerce au cours d'une période peut résulter de deux phénomènes distincts : la variation des effectifs des entreprises présentes dans le secteur, et les entrées et sorties d'entreprises du champ du secteur (création et destruction, reclassement dans un autre secteur...). Le premier phénomène est difficile à appréhender en l'absence de données individuelles sur l'ensemble de la période. En revanche, le second peut être plus aisément approché à partir des données sectorielles.

Au niveau sectoriel, l'évolution des structures se présente comme un déterminant essentiel et très lié à l'évolution du niveau de l'emploi. Les secteurs dont les formats de distribution ont évolué vers les grandes surfaces ont créé un nombre très important d'emplois, même si l'impact de ces dernières est à relativiser en raison de l'effet induit au sein des structures du secteur et des secteurs adjacents.

#### ■ La dynamique des structures favorable à la création d'emploi

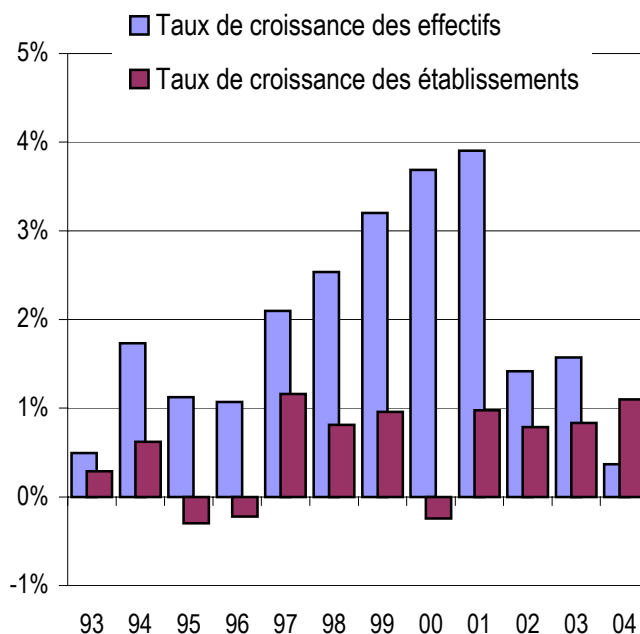
Les études théoriques précédemment évoquées mettent en avant l'importance des créations et défaillances d'entreprises dans la création et la destruction d'emplois (Duhautois [2002]). A partir des données des effectifs salariés et des établissements constituées sur la période 1993-2004, on observe un fort impact de la dynamique des structures sur la hausse des emplois de l'ensemble du commerce de détail. Ainsi, le développement et l'évolution de l'appareil commercial vers des formats de distribution de plus grande taille et les nombreuses ouvertures d'établissements ont favorisé la croissance de l'emploi sur l'ensemble de la période.

Comparaison de l'indice de dynamisme économique et de la croissance de l'emploi salarié dans l'ensemble du commerce de détail



Source : Calculs CREDOC d'après données Unédic et INSEE

Évolution de l'appareil commercial dans l'ensemble du commerce de détail



Source : Calculs CREDOC d'après données Unédic et INSEE

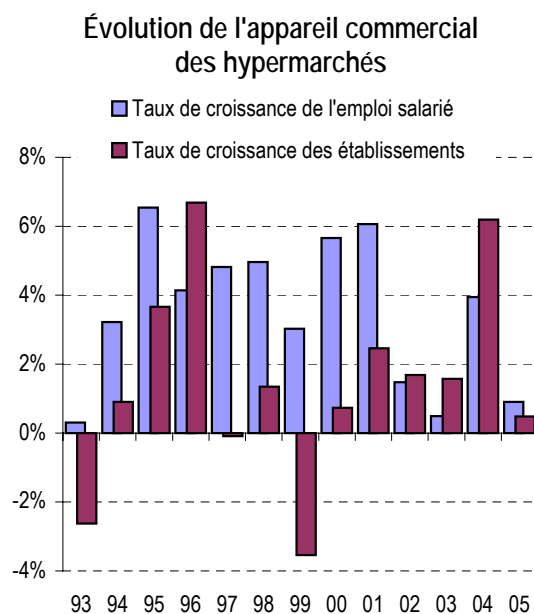
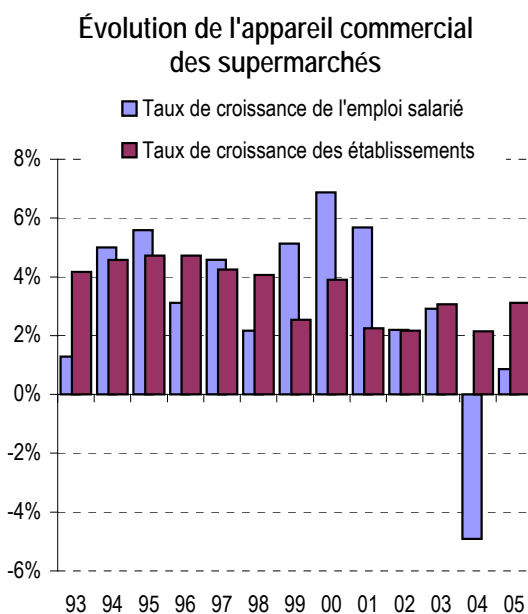
■ Un double effet sur l'emploi du développement des grandes surfaces de distribution

Au cours de la dernière décennie, les secteurs qui ont enregistré un fort développement de l'emploi commercial sont également ceux qui ont connu une montée en puissance des grandes surfaces de

distribution. Ce phénomène est particulièrement marqué dans l'ensemble du commerce de détail en magasin spécialisé, avec un taux de croissance de l'emploi supérieur à celui des établissements. La percée des formats de la grande distribution génère initialement une hausse significative de l'emploi ; cet effet n'est pas neutre sur l'évolution des autres secteurs, comme le démontre l'étude de Basker [2004] concernant l'impact de l'expansion de Walmart sur le marché du travail.

■ **Le cas du commerce alimentaire : une forte dualité entre la grande distribution et les commerces alimentaires**

Dans le commerce de détail en magasin à prédominance alimentaire, l'accroissement du nombre de supermarchés et d'hypermarchés a généré une très forte augmentation du niveau de l'emploi. Tout au long de la période, les ouvertures de supermarchés ont augmenté à un rythme très soutenu avec 260 unités supplémentaires chaque année. Les extensions de supermarchés ont également été nombreuses au cours des dernières années. Ce dynamisme structurel s'est accompagné d'un développement très marqué de l'emploi. Toutefois, on observe depuis 2001 une croissance plus modérée de l'emploi malgré un taux d'ouverture d'établissements qui demeure bien orienté. Au cours de cette période, un grand nombre d'ouvertures ont été le fait de grandes surfaces de discount alimentaire, dont le contenu en emplois se révèle plus faible que dans les supermarchés traditionnels en raison d'une offre de services à minima et d'un référencement resserré.



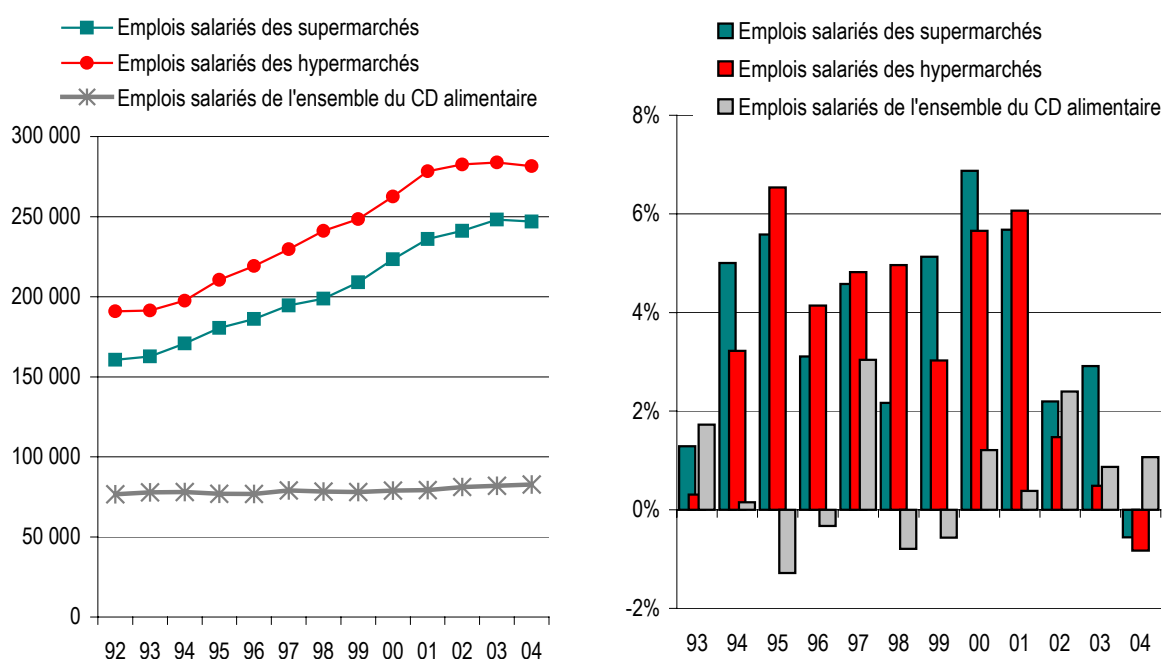
Source : Calculs CREDOC d'après données Unédic et INSEE

Le développement rapide de la grande distribution alimentaire sur l'ensemble du territoire n'est pas sans conséquences sur l'évolution de l'appareil commercial des autres secteurs. Les commerces d'alimentation générale (52.1B) et, dans une moindre mesure, les autres commerces à prédominance

alimentaire en magasin non spécialisé (52.1J), ont particulièrement souffert du développement de la grande distribution avec une baisse de 38% des effectifs (soit une perte de 17 000 emplois).

Les commerces de détail alimentaires en magasin spécialisé (commerces de viandes, de poissons et de produits laitiers notamment) ont de leur côté enregistré une croissance quasi nulle de leur appareil commercial entre 1993 et 2004 : le nombre d'emplois n'a progressé que de 0,6% en moyenne annuelle alors que le nombre d'établissements est resté stable.

Évolution de l'emploi salarié et taux de croissance de l'emploi dans la grande distribution et le commerce de détail alimentaire en magasin spécialisé



Source : Calculs CREDOC d'après données Unédic et INSEE

Le développement de la grande distribution alimentaire, débutant dans les années 1970, continue ainsi d'impacter très sensiblement la croissance de l'emploi dans les autres secteurs d'activité. Les conséquences sur les commerces alimentaires de petite taille ne sont pas négligeables et tendent même à s'accroître en raison notamment du développement très rapide des supermarchés dans les zones jusque-là peu exploitées, comme nous le verrons dans l'étude de l'évolution géographique de l'appareil commercial.

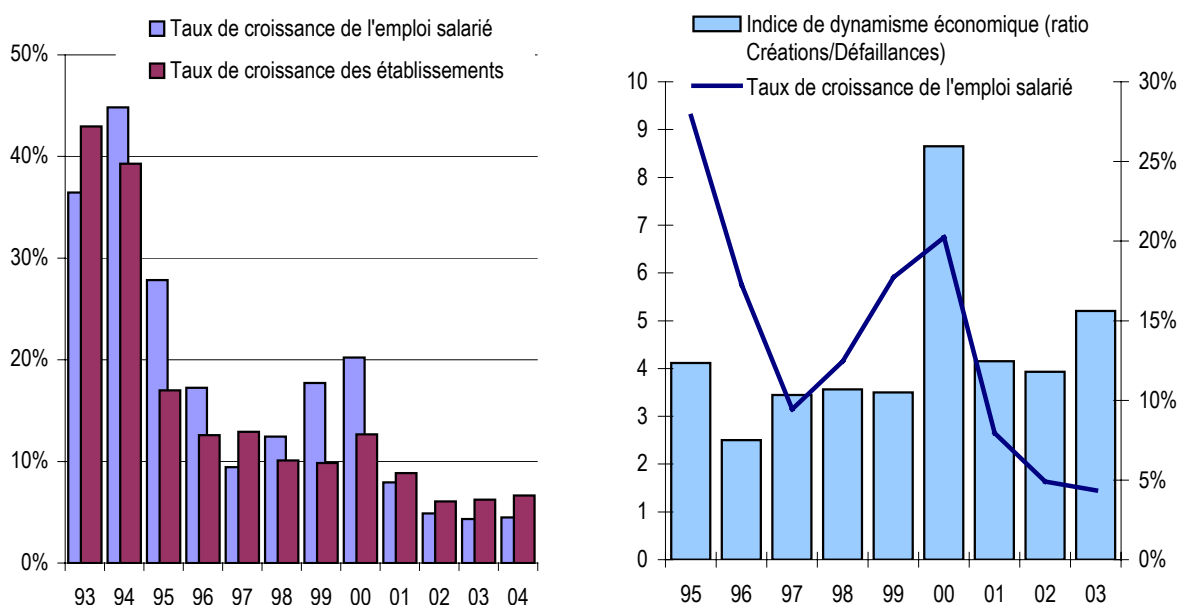
■ Le cas du commerce non-alimentaire spécialisé : les grandes surfaces spécialisées créatrices d'emplois

- Le commerce de détail de bricolage (52.4P)

Dans le secteur du bricolage, la relation entre l'évolution du nombre d'établissements et l'emploi est particulièrement étroite. Cette situation s'explique principalement par la forte progression du poids des grandes surfaces de bricolage (établissements de plus de 50 salariés). Les GSB sont en effet à l'origine de plus de 60% des emplois supplémentaires du secteur, avec en moyenne 2 600 emplois de plus par an pour seulement 23 établissements supplémentaires. En outre, ce format de distribution concentre 65% des ventes du secteur en 2004 contre 45% en 1993.

Toutefois, on observe une croissance plus modérée de l'emploi par rapport à la croissance des établissements depuis le début des années 2000. Entre 1993 et 1999, l'emploi a progressé de 23,3% en moyenne annuelle contre 19,7% pour les établissements ; mais depuis 2000, cette croissance se limite à 5,4% pour les effectifs contre 7,0% pour les établissements. Cette situation s'explique par l'importance des ouvertures d'établissements discount dont le contenu en emplois est moins important.

#### Évolution de l'appareil commercial dans le commerce de détail de bricolage

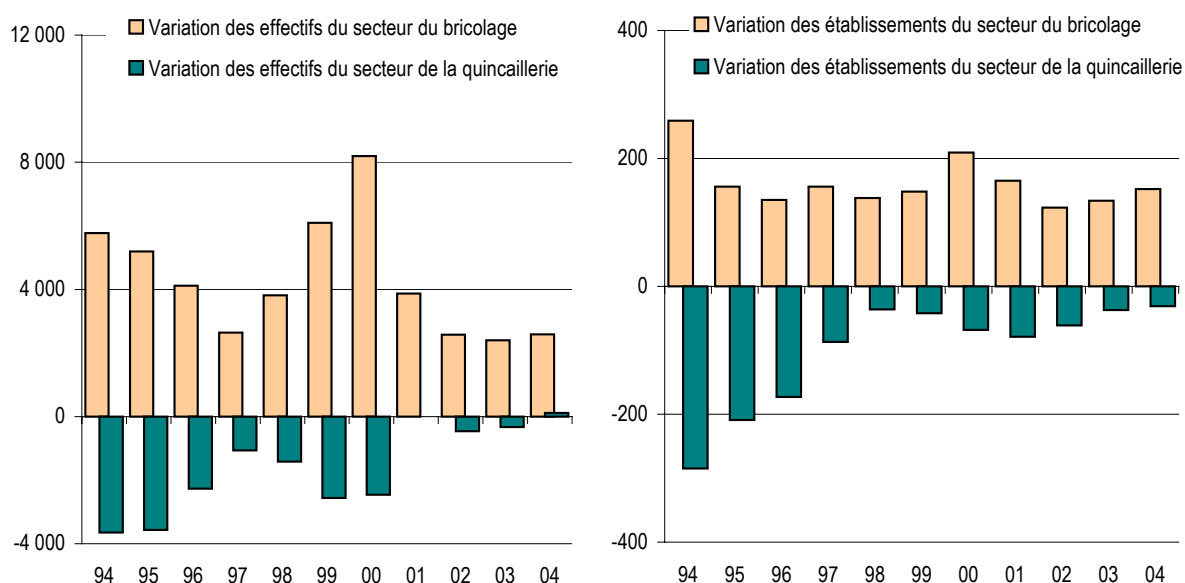


Source : Calculs CREDOC d'après données Unédic et INSEE

Le poids croissant de cette forme de commerce sur le marché du bricolage a également eu un impact sur l'emploi des autres commerces traditionnels de bricolage, notamment la quincaillerie. On observe une corrélation négative entre l'évolution structurelle des deux secteurs d'activité : plus l'appareil commercial du bricolage a progressé, plus celui de la quincaillerie s'est réduit. Au total, si 47 200 emplois ont été créés dans le bricolage, dont 29 100 emplois se concentrent dans les seuls GSB, 17 700 emplois ont été détruits dans la quincaillerie.

Ce phénomène témoigne ainsi du double effet engendré par le développement des grandes surfaces dans le commerce de détail. Dans un premier temps, l'ouverture d'une grande surface augmente fortement le niveau d'emploi mais, à moyen terme, la concurrence engendrée par cette forme de distribution entraîne la disparition d'un certain nombre d'établissements dont les structures et les moyens financiers sont insuffisants pour rivaliser avec ces grandes surfaces, entraînant alors une baisse de l'emploi.

### Évolution comparée de l'appareil commercial dans les secteurs du bricolage et de la quincaillerie

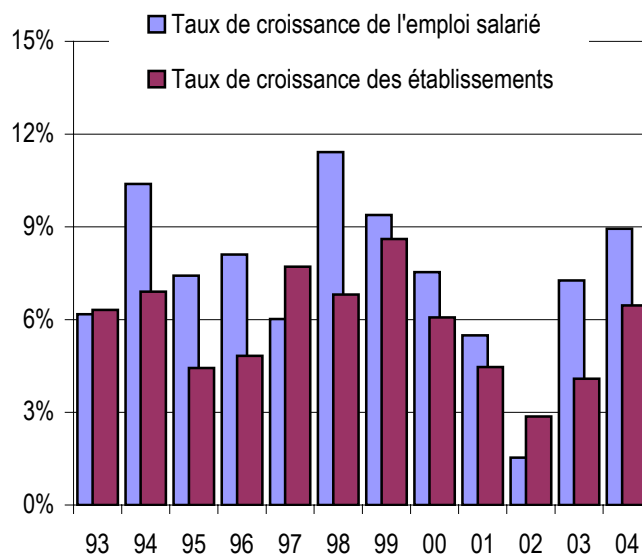


Source : Calculs CREDOC d'après données Unédic et INSEE

- Le commerce de détail divers en magasin spécialisé (52.4Z)

L'effet structurel se révèle également important dans le secteur du commerce divers en magasin spécialisé, les taux de croissance des établissements (+5,7% par an) et des effectifs (+7,6%) ayant évolué dans le même sens tout au long de la période. Cette situation s'explique principalement par l'essor de ces secteurs d'activité au cours de la période d'étude et par le développement très rapide des réseaux de magasins spécialisés en informatique et téléphonie sur l'ensemble du territoire. Le nombre d'établissements a augmenté de 7 500 unités sur l'ensemble de la période, pour s'établir à plus de 16 000 unités en 2004.

### Évolution de l'appareil commercial dans le commerce de détail divers en magasin spécialisé entre 1993 et 2004

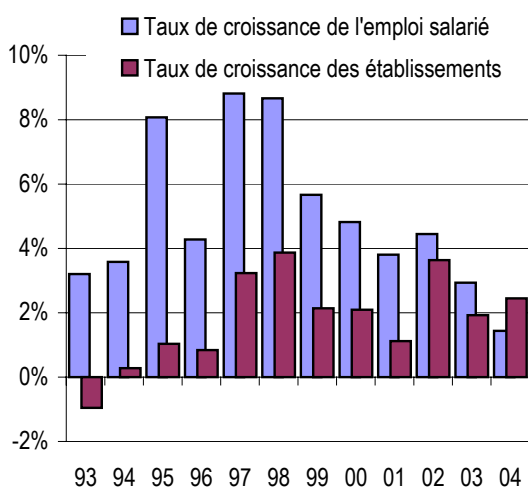


Source : Calculs CREDOC d'après données Unédic et INSEE

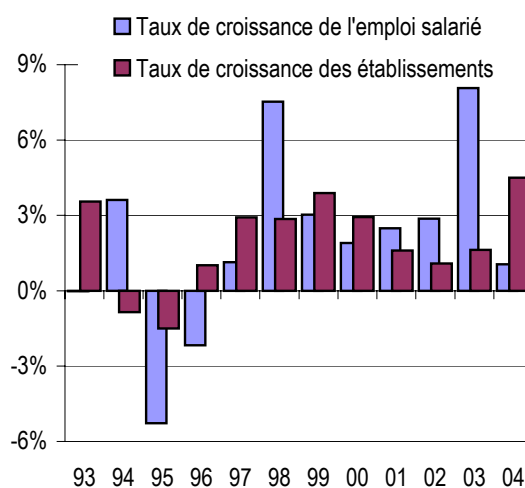
- Les commerces de détail d'articles de sport et de loisirs (52.4W) et d'équipement du foyer (52.4J)

Les commerces de détail d'équipement du foyer et d'articles de sport affichent des taux de croissance de l'emploi et des établissements élevés. Ces hausses proviennent essentiellement du développement des enseignes de taille moyenne (établissements de 20 à 50 salariés) dont le format de distribution s'adapte à la demande.

Évolution de l'appareil commercial dans le commerce d'articles de sport et de loisirs



Évolution de l'appareil commercial dans le commerce d'équipement du foyer



Source : Calculs CRÉDOC d'après les données Unédic et Insee

Ces surfaces sont généralement créatrices d'emplois du fait également de l'importance de la valeur ajoutée développée par les enseignes, notamment à travers l'importance accordée aux services. Celle-ci est d'autant plus forte dans le commerce d'articles de sport où la forte expansion des réseaux de franchise augmente le niveau de concentration économique du secteur.



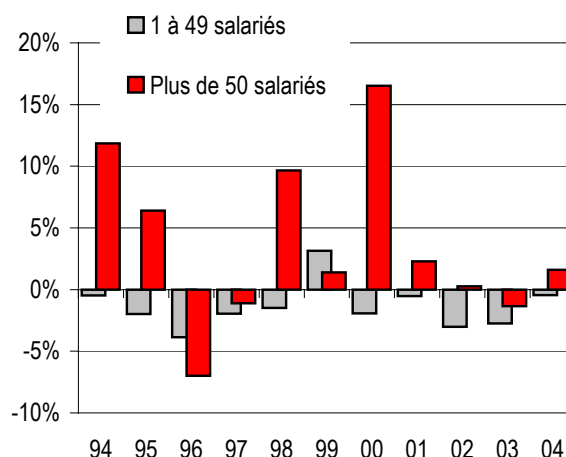
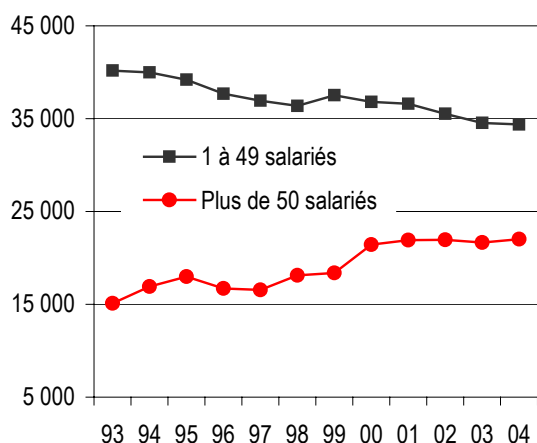
- Le commerce de détail de meubles (52.4H)

Cette situation se retrouve également dans le commerce de détail de meubles. Néanmoins, le développement des grands formats de distribution n'ont pas eu d'impact négatif majeur sur les établissements de taille plus modeste. Toutefois, en termes de croissance, les effectifs des établissements de plus de 50 salariés ont crû de 6,8% par an entre 1993 et 2004 (soit une hausse annuelle moyenne d'environ 700 emplois), alors que la croissance a été quasi nulle (+0,1%) pour les établissements de moins de 50 salariés. Le développement d'établissements de grande taille dans le secteur a ainsi entraîné une hausse de 7 550 emplois salariés entre 1993 et 2004, mais a néanmoins freiné la création d'emplois dans les établissements de moindre taille.

- Le commerce de détail d'appareils électroménagers et de radio-TV (52.4L)

Le secteur du commerce de détail d'appareils électroménagers connaît une évolution de l'emploi très segmentée selon les différents formats de distribution. Sur la période, les grande surfaces (plus de 50 salariés) présentent une hausse des effectifs de 6 900 unités, alors que les établissements de moins de 50 salariés enregistrent une baisse de 5 800 emplois. Au final, le développement de formats de distribution de taille importante a entraîné une hausse d'un millier d'emplois dans ce secteur.

Évolution de l'emploi salarié et taux de croissance de l'emploi dans le commerce de détail d'appareils électroménagers selon la taille des établissements

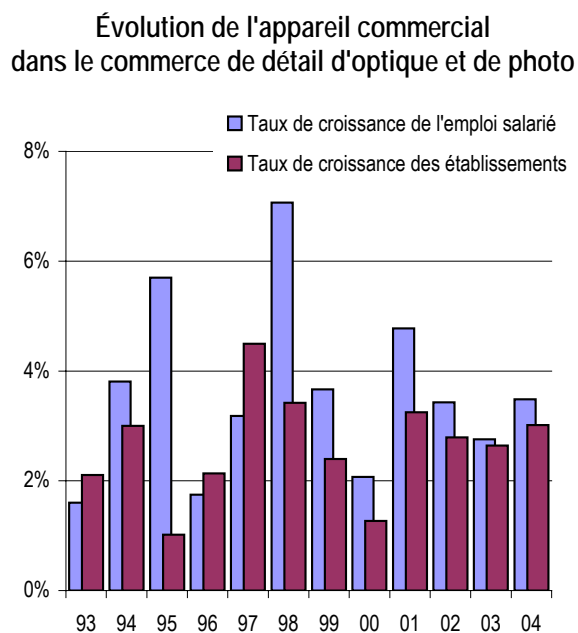
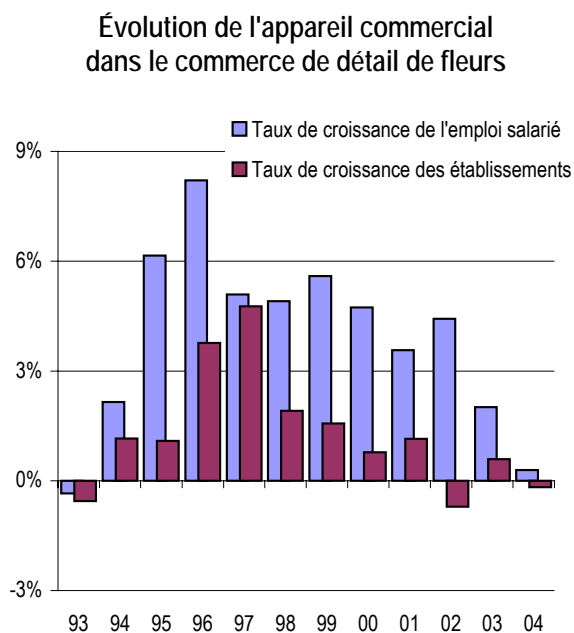


Source : Calculs CREDOC d'après données Unédic et INSEE

- Les commerces de détail de fleurs (52.4X) et d'optique et photographie (52.4T)

Le taux de croissance de l'emploi dans le commerce de détail de fleurs s'est élevé à 4,3% en moyenne annuelle, contre 1,4% pour les établissements tout au long de la période. Dans le commerce de détail d'optique et de matériel photographique, cette situation est également vérifiée, même si l'emploi et les établissements ont évolué à un rythme plus proche. Cette progression provient en partie du

développement des réseaux spécialisés dans la vente de lunettes, à travers une accélération des ouvertures de points de vente.



Source : Calculs CREDOC d'après les données Unédic et INSEE

L'analyse sectorielle confirme ainsi l'importance de la demande et de l'évolution des structures commerciales comme déterminants de l'emploi et permet de préciser les dynamiques de l'emploi intra- et intersectorielles. Les secteurs du commerce de détail qui ont bénéficié d'une forte évolution de la demande ont enregistré une hausse importante de leurs effectifs. Cette dynamique conjoncturelle s'est également accompagnée d'une évolution des formats de distribution, avec le développement des grandes surfaces spécialisées. Ces dernières, quels que soient les secteurs, ont eu un réel impact positif sur le niveau d'emploi, tout au moins jusqu'au début des années 2000.

Secteur	Evolution des effectifs entre 1993 et 2004	TCAM de l'emploi entre 1993 et 2004	Evolution du nombre d'établissements entre 1993 et 2004	Evolution de la consommation sectorielle	Evolution des structures
52.4P : Commerce de détail de bricolage	+47 200 emplois	+15,0%	+1 800 établissements	Augmentation des dépenses de 3,6% en moyenne annuelle entre 1996 et 2004, qui s'accompagne d'une forte hausse de l'emploi. Engouement très marqué pour les produits liés à l'aménagement de la maison.	Développement très important des grandes surfaces de bricolage qui sont à l'origine d plus de 60% des emplois créés dans le secteur. Fort gain de parts de marché de cette forme de commerce dans le secteur de la quincaillerie notamment. Diversification de l'offre pour répondre à la demande. Arrivée des enseignes discount à partir de 2000.
52.4Z : Commerce de détail divers en magasin spécialisé (informatique, téléphonie)	+39 200 emplois	+7,6%	+7 414 établissements	Augmentation exponentielle de la demande de produits informatiques et de téléphonie tout au long de la période.	Développement très rapide de nouveaux commerces de taille moyenne spécialisés sur un segment de marché.
52.4W : Commerce de détail d'articles de sport et de loisirs	+20 700 emplois	+5,1%	+1 300 établissements	Croissance soutenue de la consommation sur l'ensemble de la période (+5,0% en moyenne annuelle). Elargissement de la clientèle (féminisation, seniorisation...) Évolution de la demande vers des produits sportswear et outdoor. Accroissement de la pratique des activités sportives et de loisirs.	Développement régulier des surfaces spécialisées et des réseaux de franchise qui totalisent désormais 44% et 21% de parts de marché.

52.4C : Commerce de détail d'habillement	+ 29 000 emplois	+2,1%	+172 établissements	Baisse de la demande sur la première moitié des années 1990 (-2,1% par an), puis reprise à partir de 1997 (+2,1% par an).	Forte rotation des structures avec un grand nombre de créations et de défaillances, entraînant une croissance nette du nombre d'établissements quasi nulle (+0,1% par an). Développement des chaînes d'habillement spécialisées : 26% de part de marché en 2005 contre 20% en 1999.
52.4H : Commerce de détail de meubles	+7 800 emplois	+1,4%	+210 établissements	Faible croissance de la consommation en raison d'une succession de périodes de hausse et de baisse de la demande (+0,4% en moyenne annuelle).	Renforcement de la concentration économique avec une forte hausse du nombre d'établissements de plus de 50 salariés au détriment des structures de plus petite taille.
52.4L : Commerce de détail d'appareils électroménagers et de radio-TV	+1 100 emplois	+0,2%	- 1 518 établissements	Croissance soutenue et régulière de la consommation de produits blancs (+4,4% par an) et de produits bruns (+10,0%) (TV, DVD...) Développement des ventes en ligne de produits électroniques.	Évolution de la taille moyenne des établissements avec le développement des surfaces de plus de 20 salariés au détriment des structures de plus petite taille. Forte concurrence depuis 2000 des commerces de vente en ligne et des commerces spécialisés en matériel informatique et de téléphonie.

52.4X : Commerce de détail de fleurs	+11 100 emplois	+4,3%	+1 200 établissements	Faible croissance de la consommation de fleurs en volume (+0,2% par an).	Croissance régulière mais modérée du nombre d'établissements (+1,4%).
52.4T : Commerce de détail d'optique et de photographie	+10 500 emplois	+3,8%	+1 900 établissements	Croissance soutenue de la consommation de lunettes (+3,6% en moyenne annuelle) et des appareils optiques et de photographie (+0,9%).	Accélération du développement des réseaux spécialisés dans la vente de lunettes.
52.4N : Commerce de détail de quincaillerie	-17 700 emplois	-5,1%	-1 100 établissements	Bonne orientation de la consommation de produits de quincaillerie et de matériel de bricolage. Evolution de la demande favorable au secteur du bricolage au détriment de la quincaillerie.	Disparition d'établissements face au développement rapide des grandes surfaces de bricolage qui ont augmenté considérablement leur part de marché sur ce type de produits. Agrandissement des commerces de quincaillerie qui ont basculé dans le secteur du bricolage (plus de 300m <sup>2</sup> ).

52.4A : Commerce de détail de textiles	-11 700 emplois	-5,8%	-900 établissements	Croissance de la consommation de produits textiles de 0,9% en moyenne annuelle.	Ralentissement des ouvertures d'établissements face à l'accroissement de la concurrence des commerces d'équipement du foyer notamment qui diversifient leur offre.
52.1D : Supermarchés	+73 300 emplois	+3,5%	+2 800 établissements	Croissance de la consommation commercialisable de produits alimentaires de +3,0% en moyenne annuelle sur l'ensemble de la période.	Hausse importante du nombre d'établissements et des extensions. Fort développement des commerces de discount alimentaires.
52.1F : Hypermarchés	+103 700 emplois	+4,0%	+ 234 établissements	Évolution soutenue de la consommation commercialisable de produits alimentaires (+3,0%) et non-alimentaires (2,9%) sur l'ensemble de la période. Arbitrages de consommation moins favorables aux produits alimentaires à partir du début des années 2000. Baisse des prix des produits de grandes marques qui limite les marges	Hausse limitée du nombre d'établissements sur l'ensemble de la période (loi Royer). Contraction des parts de marchés dans le non-alimentaire depuis quelques années.

## 3.2 Analyse géographique

---

L'approche sectorielle place ainsi la dynamique structurelle comme déterminant essentiel de l'évolution de l'appareil commercial au cours des dernières années. On observe plus particulièrement l'importance de l'évolution des formats de distribution avec la progression rapide du poids des grandes surfaces à prédominance alimentaire et spécialisées dans le paysage du commerce de détail en France.

Ce mouvement structurel provoque également un bouleversement dans la répartition géographique de l'appareil commercial. En effet, l'ouverture d'établissements de taille importante (au moins 300 m<sup>2</sup>) nécessite des emplacements capables d'accueillir ces structures. Cette situation a poussé les entreprises à s'installer en dehors des grandes villes, où l'espace commercial est insuffisant, et à élargir leur rayonnement à travers la constitution de grands pôles commerciaux regroupant les grandes enseignes du commerce spécialisé et à prédominance alimentaire.

L'approche géographique de l'emploi dans le commerce permet ainsi de mettre en avant le phénomène de déplacement et d'étalement de l'appareil commercial en dehors des villes afin de s'adapter à l'évolution de la géographie résidentielle et à la constitution de pôles d'activités commerciales qui ont favorisé la création d'emplois.

### **3.2.1 La structure spatiale de l'appareil commercial**

Comme le précise Moati [2004], *"les professionnels du commerce, lorsqu'ils s'intéressent aux implantations de points de vente à l'inscription territoriale de l'appareil commercial, utilisent les notions de "centre ville", "périphérie", "zone rurale", qu'ils couplent souvent avec celles de "grande agglomération", "ville moyenne", "commerce de bourg" ou "commerce rural". Ces notions donnent lieu, au mieux, à des définitions idiosyncrasiques, et se révèlent souvent inadaptées pour rendre compte de la complexité des structures urbaines contemporaines. C'est pour être en mesure d'appréhender de manière rigoureuse cette complexité, que l'INSEE a élaboré, sur la base des résultats du recensement, une typologie des espaces urbains. Cette typologie, qui repose sur des facteurs à la fois géographique (contrainte de contiguïté), démographique (taille de la population) et économique (localisation de l'emploi et orientation des flux domicile-travail), est d'un premier abord complexe. L'effort de familiarisation avec les concepts qui la fondent et leur définition est le prix à payer pour l'établissement d'un diagnostic précis et nuancé de la situation de la géographie du commerce et de ses évolutions"*.

L'unité d'observation que nous retiendrons est celle d'aire urbaine. Une aire urbaine est un ensemble de communes, d'un seul tenant et sans enclave, constitué d'un pôle urbain et d'une couronne

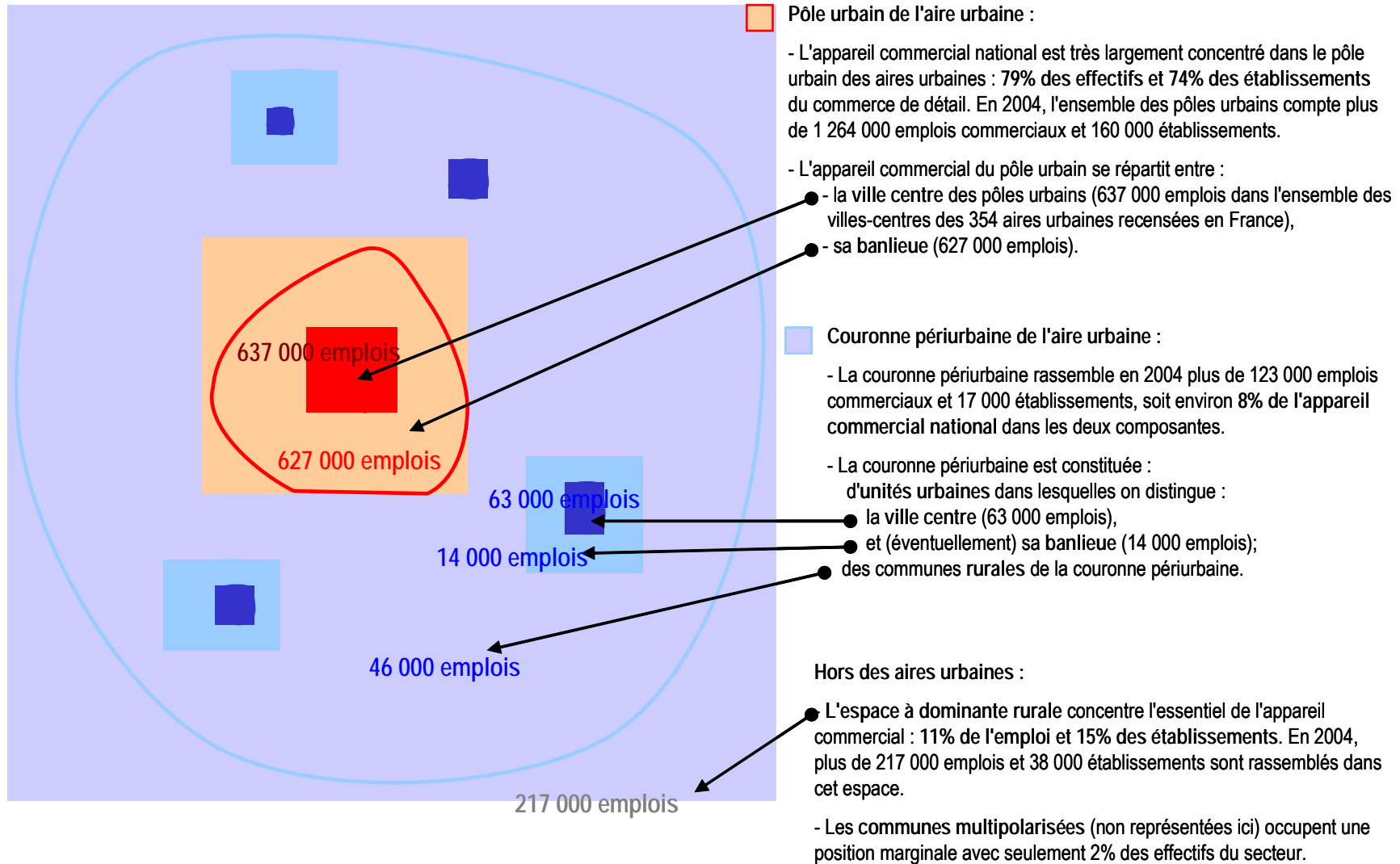
périurbaine. Le pôle urbain est une unité urbaine offrant au moins 5 000 emplois et qui n'appartient pas à la couronne périurbaine d'un autre pôle urbain. La couronne périurbaine de l'aire urbaine est constituée des unités urbaines et des communes rurales dont au moins 40% de la population résidente ayant un emploi travaille dans le pôle ou dans des communes attirées par celui-ci (d'autres communes de la couronne périurbaine). La couronne périurbaine n'obéit donc pas à la contrainte de continuité du bâti, ce qui signifie que des espaces ruraux peuvent s'intercaler dans le maillage urbain. On notera en particulier l'existence de communes rurales au sein des aires urbaines (ce que l'on appelle quelquefois la "campagne des villes"). Ce découpage est rendu nécessaire pour rendre compte du mouvement de périurbanisation et d'étalement urbain et permet ainsi d'approfondir la seule distinction entre villes-centres et banlieues pour rendre compte de la structure urbaine.

Le recensement de 1999 fait état de 354 aires urbaines en France. Les aires urbaines rassemblent l'essentiel de l'appareil commercial national avec 82% des établissements et 86% des emplois salariés en 2004. Au sein de celles-ci, le commerce se concentre principalement dans les pôles urbains (79% de l'emploi national et 74% du nombre total d'établissements), alors que les couronnes périurbaines ne représentent que 8% de l'appareil commercial national. Dans les pôles urbains, l'emploi commercial se répartit de manière assez équilibrée entre les villes-centres et les banlieues sur le plan de l'emploi, mais le poids des premières est sensiblement plus élevé en termes de nombre d'établissements, en raison de la concentration des commerces de grandes surfaces en banlieue. Sur le plan sectoriel, le commerce est davantage diversifié au sein des villes-centres des pôles urbains. A l'opposé, il atteint ses plus forts degrés de spécialisation dans les couronnes périurbaines et en dehors des aires urbaines, dans les communes en banlieue de villes-centres et dans les communes rurales.

Toutes les communes n'appartiennent pas à une aire urbaine. En dehors des aires urbaines, l'INSEE identifie tout d'abord les communes multipolarisées. Il s'agit de communes rurales et d'unités urbaines dont au moins 40% de la population résidente ayant un emploi travaille au sein d'aires urbaines, sans qu'aucune d'entre elles n'atteigne ce seuil, et qui forment avec ces aires urbaines un ensemble d'un seul tenant. Enfin, l'espace à dominante rurale regroupe toutes les autres communes, unités urbaines et communes rurales n'appartenant pas à une aire urbaine et trop faiblement attirées, sur le plan de l'emploi, par les aires urbaines environnantes pour satisfaire aux critères de définition des communes multipolarisées.



## Représentation simplifiée de la localisation de l'emploi commercial dans une aire urbaine



Hors aires urbaines, l'espace à dominante rurale concentre l'essentiel de l'appareil commercial avec 15% du nombre total d'établissements, mais seulement 11% de l'emploi salarié. Le commerce en zone rurale est ainsi caractérisé par une taille moyenne des établissements relativement modeste. Les communes multipolarisées n'occupent quant à elles qu'une position marginale et représentent moins de 3% selon les deux critères.

### **3.2.2 Évolution de la géographie du commerce**

Au cours de la période 1993-2004, on a pu observer une dynamique de dispersion de l'appareil commercial. Si cette évolution n'est pas de nature à remettre en cause le caractère très inégal de la répartition spatiale du commerce, elle est à l'œuvre à toutes les échelles géographiques. Ce mouvement a été favorisé d'une part par les évolutions démographiques, et apparaît d'autre part comme la conséquence de l'évolution des stratégies d'implantation des distributeurs. Ces derniers, voyant approcher le seuil de saturation de leur potentiel de croissance dans les zones à forte densité commerciale, s'installent au sein d'espaces où ils étaient jusqu'alors relativement peu présents.

Cette évolution de la structure spatiale de l'appareil commercial traduit un "*mouvement de débordement*" (Moati, [2004]) : le commerce croît le moins rapidement là où il est déjà le plus développé alors que les plus fortes croissances sont enregistrées là où le commerce était le moins présent. Le tableau ci-dessous montre en effet que les plus forts taux de croissance de l'emploi ont été réalisés par les zones qui occupent les plus faibles parts dans l'appareil commercial national. Le commerce dans les espaces ruraux a ainsi profité de cette opportunité et enregistré un développement significatif de l'appareil commercial au cours de la période étudiée, au même titre que les communes rurales des couronnes périurbaines ou encore les banlieues de villes-centres, hors aires urbaines. En revanche, les zones qui pèsent le plus lourd dans l'appareil commercial ont connu un rythme de croissance inférieur des effectifs commerciaux, même si ce sont celles qui ont connu les plus fortes variations en termes de volume d'emploi commercial. Cette situation est particulièrement marquée dans les pôles urbains avec une croissance de l'appareil commercial inférieure à celle des autres espaces.

**Evolution de l'appareil commercial par catégories de communes entre 1993 et 2004**  
**Ensemble du commerce de détail**

	Effectifs 2004	Variation nette 1993-2004	TCAM 93/04	Répartition des effectifs 1993	Répartition des effectifs 2004
France entière	1 604 550	321 703	2,1%	100%	100%
<b>Dans Aire Urbaine</b>	<b>1 387 046</b>	<b>270 714</b>	<b>2,0%</b>	<b>87%</b>	<b>86%</b>
<i>Pôle Urbain</i>	1 263 673	229 733	1,8%	81%	79%
Ville Centre	636 933	70 069	1,1%	44%	40%
Banlieue	626 740	159 664	2,7%	36%	39%
<i>Couronne Périurbaine</i>	123 373	40 981	3,7%	6%	8%
Ville Centre	63 174	19 168	3,3%	3%	4%
Banlieue	14 432	3 716	2,7%	1%	1%
Rural	45 767	18 097	4,7%	2%	3%
<b>Hors Aire Urbaine</b>	<b>217 504</b>	<b>50 989</b>	<b>2,5%</b>	<b>13%</b>	<b>14%</b>
<i>Commune Multipolarisée</i>	33 783	7 076	2,2%	2%	2%
Ville Centre	20 213	4 849	2,5%	1%	1%
Banlieue	3 566	184	0,5%	0%	0%
Rural	10 004	2 043	2,1%	1%	1%
<i>Espace à dominante rurale</i>	183 721	43 913	2,5%	11%	11%
Ville Centre	112 642	26 584	2,5%	7%	7%
Banlieue	13 159	4 420	3,8%	1%	1%
Rural	57 920	12 909	2,3%	4%	4%

	Nb Etab 04	Variation nette 1993-2004	TCAM 93/04	Répartition des établissements 1993	Répartition des établissements 2004
France entière	216 206	13 515	0,6%	100%	100%
<b>Dans Aire Urbaine</b>	<b>177 683</b>	<b>11 554</b>	<b>0,6%</b>	<b>82%</b>	<b>82%</b>
<i>Pôle Urbain</i>	160 627	9 138	0,5%	75%	74%
Ville Centre	96 364	2 039	0,2%	47%	45%
Banlieue	64 263	7 099	1,1%	28%	30%
<i>Couronne Périurbaine</i>	17 056	2 416	1,4%	7%	8%
Ville Centre	8 157	1 019	1,2%	4%	4%
Banlieue	1 684	224	1,3%	1%	1%
Rural	7 215	1 173	1,6%	3%	3%
<b>Hors Aire Urbaine</b>	<b>38 523</b>	<b>1 961</b>	<b>0,5%</b>	<b>18%</b>	<b>18%</b>
<i>Commune Multipolarisée</i>	5 552	293	0,5%	3%	3%
Ville Centre	2 835	160	0,5%	1%	1%
Banlieue	467	36	0,7%	0%	0%
Rural	2 250	97	0,4%	1%	1%
<i>Espace à dominante rurale</i>	32 971	1 668	0,5%	15%	15%
Ville Centre	17 876	388	0,2%	9%	8%
Banlieue	1 722	332	2,0%	1%	1%
Rural	13 373	948	0,7%	6%	6%

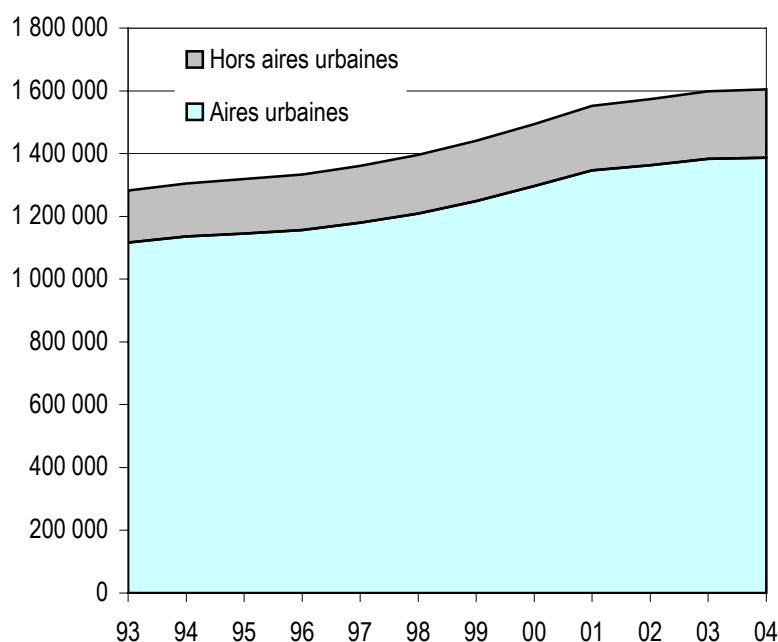
Source : Calculs CREDOC d'après données Unédic

■ **Un mouvement d'évasion de l'appareil commercial en dehors des aires urbaines**

Le développement particulièrement rapide du commerce dans les zones où il était relativement moins présent amène un lent mouvement d'évasion de l'appareil commercial hors des aires urbaines, qui se traduit par un léger relâchement de l'emprise de l'urbain sur l'appareil commercial. Bien qu'il demeure

écrasant, le poids des aires urbaines dans la structure de l'appareil commercial s'est ainsi légèrement et régulièrement contracté entre 1993 et 2004, tout au moins en termes d'emplois commerciaux, avec une part qui a passé de 87,0% à 86,4%. Il est resté stable au niveau des établissements. Ce processus de déconcentration de l'appareil commercial vers les zones hors aires urbaines est totalement imputable aux espaces à dominante rurale. Dans ces espaces, le poids de l'emploi commercial a progressé de 0,6 point pour s'établir à 11,5% en 2004, alors que le poids des établissements est resté stable.

Evolution de l'emploi commercial dans et hors des aires urbaines



Source : Calculs CREDOC d'après données Unédic

Ce diagnostic de relâchement de l'emprise des aires urbaines sur l'appareil commercial peut être affiné par une approche sectorielle. On observe ainsi que ce mouvement d'"évasion" du commerce hors des aires urbaines est surtout caractéristique du secteur du commerce non spécialisé et du commerce alimentaire spécialisé, à travers la densification d'un appareil commercial de proximité en milieu rural.

En effet, dans le commerce non spécialisé, les communes hors des aires urbaines rassemblent désormais 16,6% de l'emploi national (+2,1 points entre 1993 et 2004) et 27,6% des établissements (-0,4 point). Ce mouvement profite plus particulièrement aux espaces à dominante rurale dont les effectifs ont progressé de 50,9%. Dans ces espaces, la hausse du nombre d'établissements s'est cependant limitée à 6,0%, ce qui induit sur cette période une croissance de 42,0% de la taille moyenne des établissements du secteur. Cette évolution est en grande partie caractéristique des enseignes de la

grande distribution alimentaire (hypermarchés et supermarchés) qui, ayant largement couvert le territoire des aires urbaines, orientent désormais leurs stratégies d'implantation vers les espaces à dominante rurale.

Le commerce alimentaire spécialisé connaît une évolution similaire, bien que plus modérée, avec une baisse de 1,2 point de la part des effectifs dans les aires urbaines. Le basculement en faveur des communes situées hors des aires urbaines s'est réparti dans les espaces à dominante rurale et les communes multipolarisées. Dans ces dernières, les effectifs ont progressé de près de 20% entre 1993 et 2004.

Contrairement aux deux premiers secteurs, le commerce non-alimentaire spécialisé dans son ensemble et, dans une moindre mesure, la pharmacie-parfumerie, se caractérisent par un renforcement de l'emprise des aires urbaines sur l'appareil commercial, notamment dans les commerces d'équipement de la personne (habillement, chaussures, maroquinerie, bijouterie...) et d'équipement du foyer (meubles...). Au total, plus de 9 emplois sur 10 du commerce non-alimentaire spécialisé se concentrent dans les aires urbaines.

#### ■ Une dynamique "d'étalement commercial" dans les aires urbaines

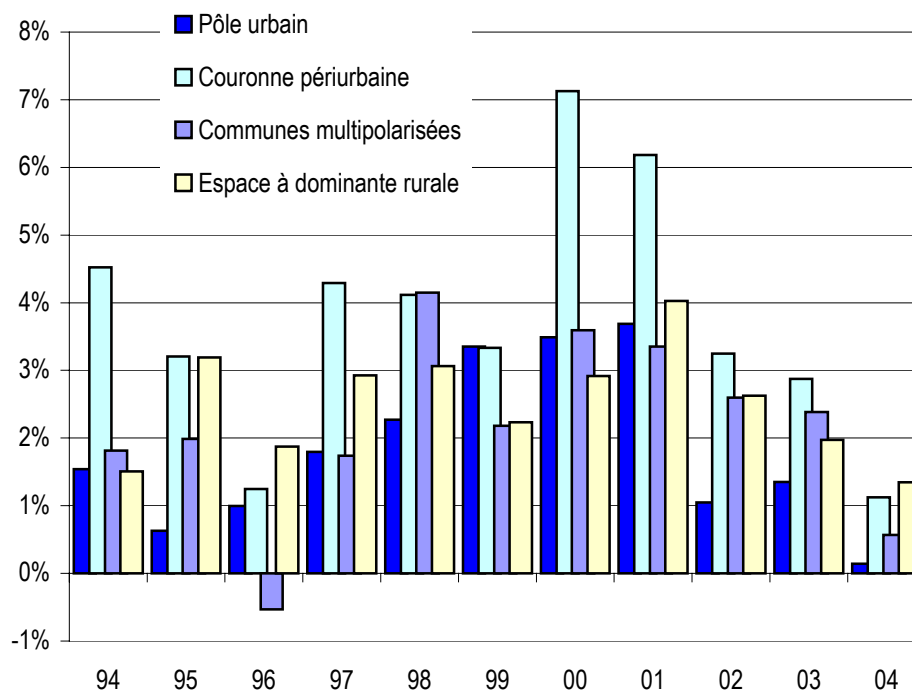
Dans les aires urbaines, le partage de l'appareil commercial entre pôles urbains et couronnes périurbaines révèle une tendance à l'augmentation du poids de ces dernières. Sur la période 1993-2004, les couronnes périurbaines ont connu une progression de leur part dans l'emploi commercial des aires urbaines de 1,3 point, pour s'établir à 7,7% en 2004, alors que celle des pôles urbains, bien que toujours très supérieures, a reculé de 1,8 point à 78,8%.

Cette évolution traduit un mouvement d'étalement de l'appareil commercial au sein des aires urbaines qui est à relier à celui qui continue de marquer l'évolution de la géographie résidentielle. Toutefois, comme le précise Moati [2004], "*la démographie ne saurait suffire à expliquer ce mouvement puisque la densité en emplois s'est accrue beaucoup plus rapidement dans les couronnes périurbaines (+34% entre 1990 et 2002) que dans les pôles urbains (+15%)*". En termes d'établissements, si cette tendance reste valable, elle est moins marquée. La croissance de l'emploi commercial dans les couronnes périurbaines se révèle pour une large part causée par l'accroissement de la taille moyenne des établissements (7,2 salariés en 2004 contre 5,6 en 1993).

Sur le plan sectoriel, ce processus d'étalement est particulièrement sensible dans le commerce non spécialisé (supermarchés et hypermarchés) qui a enregistré une progression de 58% des effectifs du secteur dans les couronnes périurbaines, alors que la croissance des établissements s'est limitée à moins de 25%. Cette offensive des grande surfaces alimentaires dans l'espace périurbain semble très

certainement la cause de la baisse observée dans le secteur du commerce alimentaire spécialisé. Ce dernier est ainsi le seul à avoir vécu une dynamique inverse, avec une légère contraction de la part des couronnes périurbaines à la fois dans les effectifs et dans le nombre d'établissements du secteur.

La croissance des effectifs commerciaux selon les différents espaces géographiques :  
phénomène de débordement de l'appareil commercial

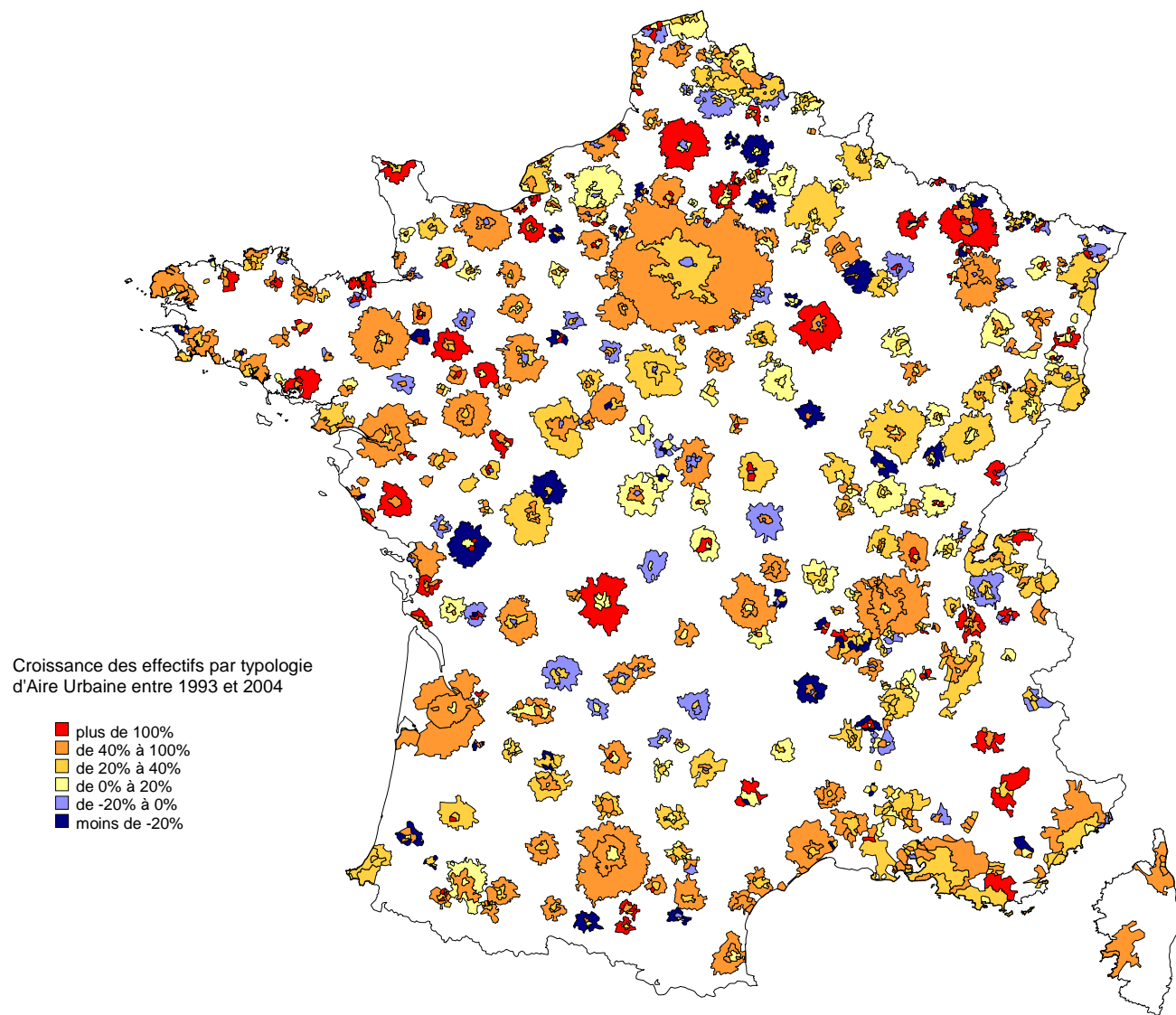


Source : Calculs CRÉDOC sur données Unédic

#### ■ Un déplacement de l'appareil commercial des villes centres vers les banlieues des pôles urbains

La dynamique d'étalement de l'appareil commercial est également constatée dans les pôles urbains. Dans ces espaces, le poids des villes centres dans l'appareil commercial a connu un recul significatif, passant de 50,7% de l'emploi salarié des aires urbaines en 1993 à 45,9% en 2004, au profit des banlieues. La part des établissements implantés dans les villes centres en 2004 est également en retrait de 2,1% par rapport à 1993. On retrouve ainsi le "mouvement de débordement" de l'appareil commercial précédemment révélé, avec une croissance de l'emploi très supérieure dans les banlieues des pôles urbains par rapport aux villes centres.

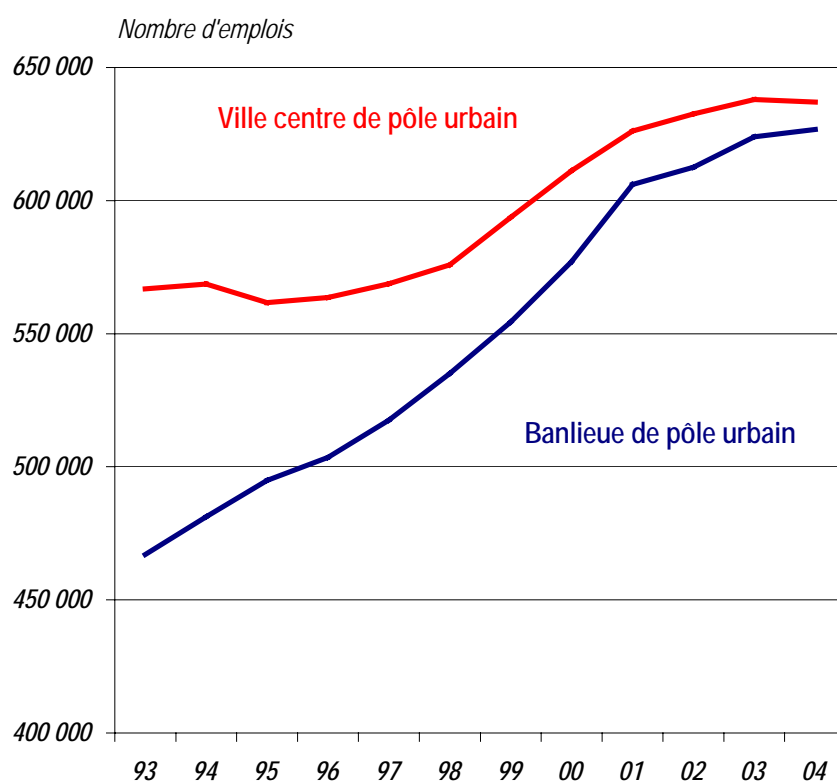
## Croissance comparée de l'emploi commercial dans les pôles urbains (ville centre et banlieue) et les couronnes périurbaines des aires urbaines



Source : Calculs CREDOC d'après données Unédic et INSEE

Cette évolution se généralise à chacun des quatre grands secteurs du commerce de détail. Elle est toutefois particulièrement marquée dans le commerce non-alimentaire spécialisé (équipement de la personne et équipement du foyer) et le commerce non spécialisé en raison du fort développement (création ou extension) de grands pôles commerciaux en périphérie des grandes agglomérations au cours de la période étudiée. La croissance de la densité en emplois dans les banlieues atteint son maximum dans le commerce non-alimentaire spécialisé (+45%), alors que c'est la pharmacie-parfumerie qui réalise la plus forte progression en villes centres (+21%).

Evolution des emplois commerciaux dans le pôle urbain entre 1993 et 2004 :  
le rattrapage de la banlieue des pôles urbains



Source : Calculs CREDOC d'après données Unédic

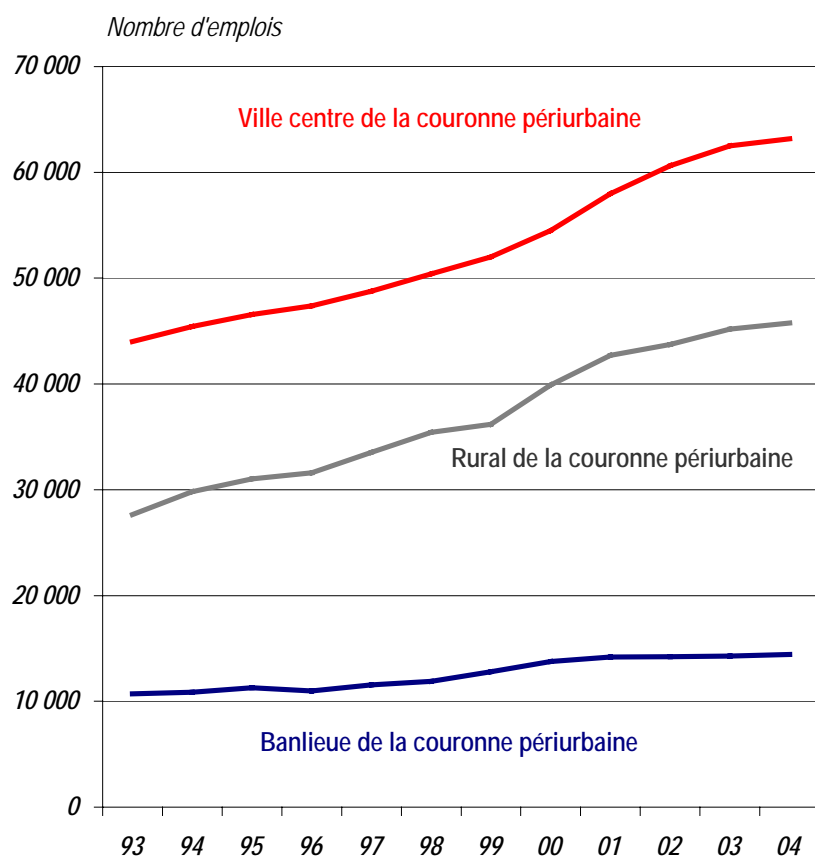
#### ■ Une dynamique équilibrée du commerce périurbain

Dans les couronnes périurbaines, l'emploi commercial a sensiblement progressé dans les trois composantes que sont les villes centres (44% entre 1993 et 2004), les banlieues (35%) et les communes rurales (65%). En termes d'établissements, la croissance est beaucoup plus faible, traduisant une franche augmentation de la taille moyenne des établissements, notamment dans les communes rurales des couronnes périurbaines qui comptent en moyenne 1,7 emploi de plus par rapport à 1993.



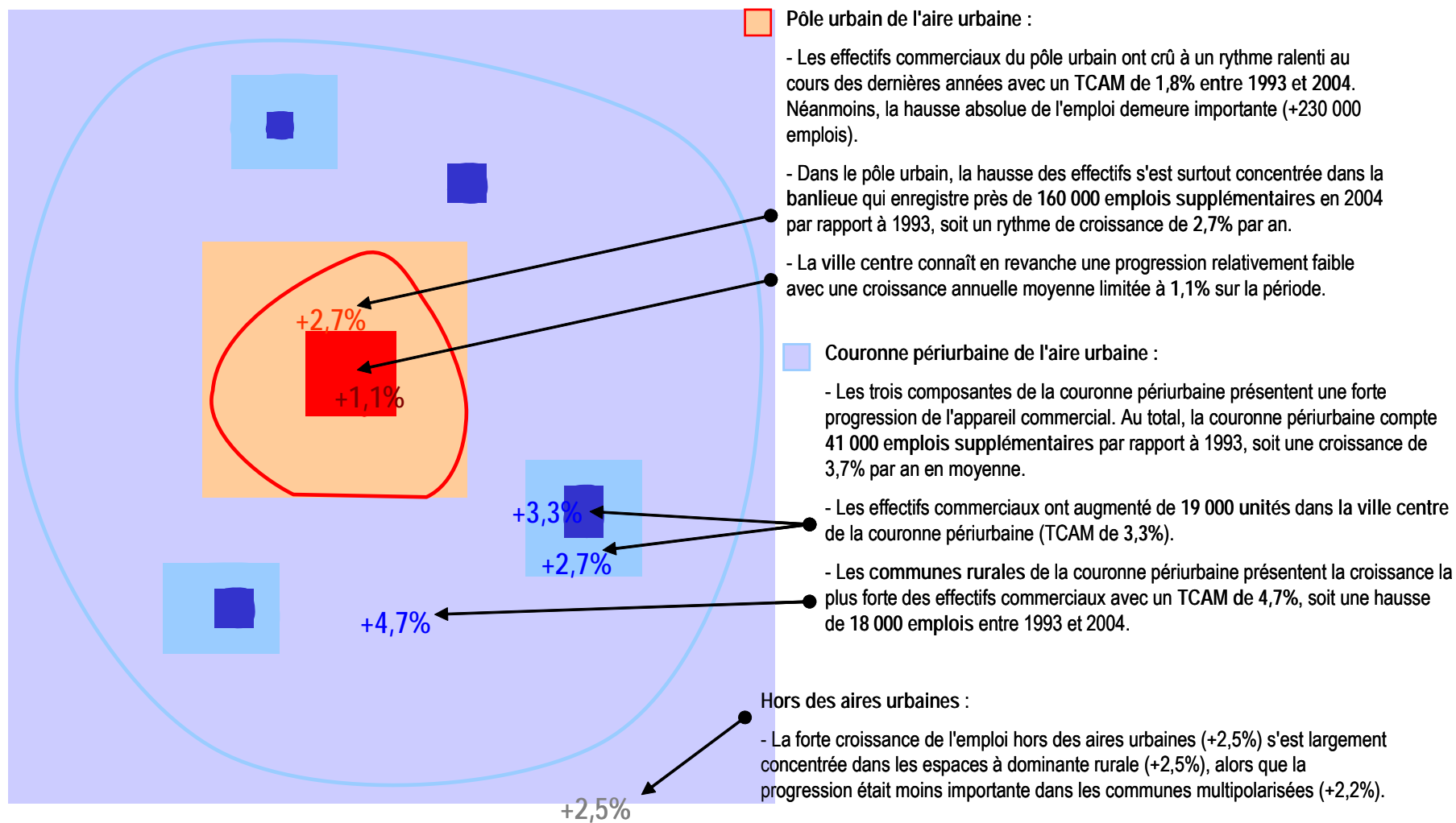
Cette dynamique est principalement imputable au commerce non spécialisé (hypermarchés et supermarchés) ainsi qu'au commerce non-alimentaire spécialisé qui présentent une croissance de la densité commerciale particulièrement élevée dans chacune des trois composantes.

Une évolution très équilibrée de l'emploi commercial dans les trois composantes de la couronne périurbaine



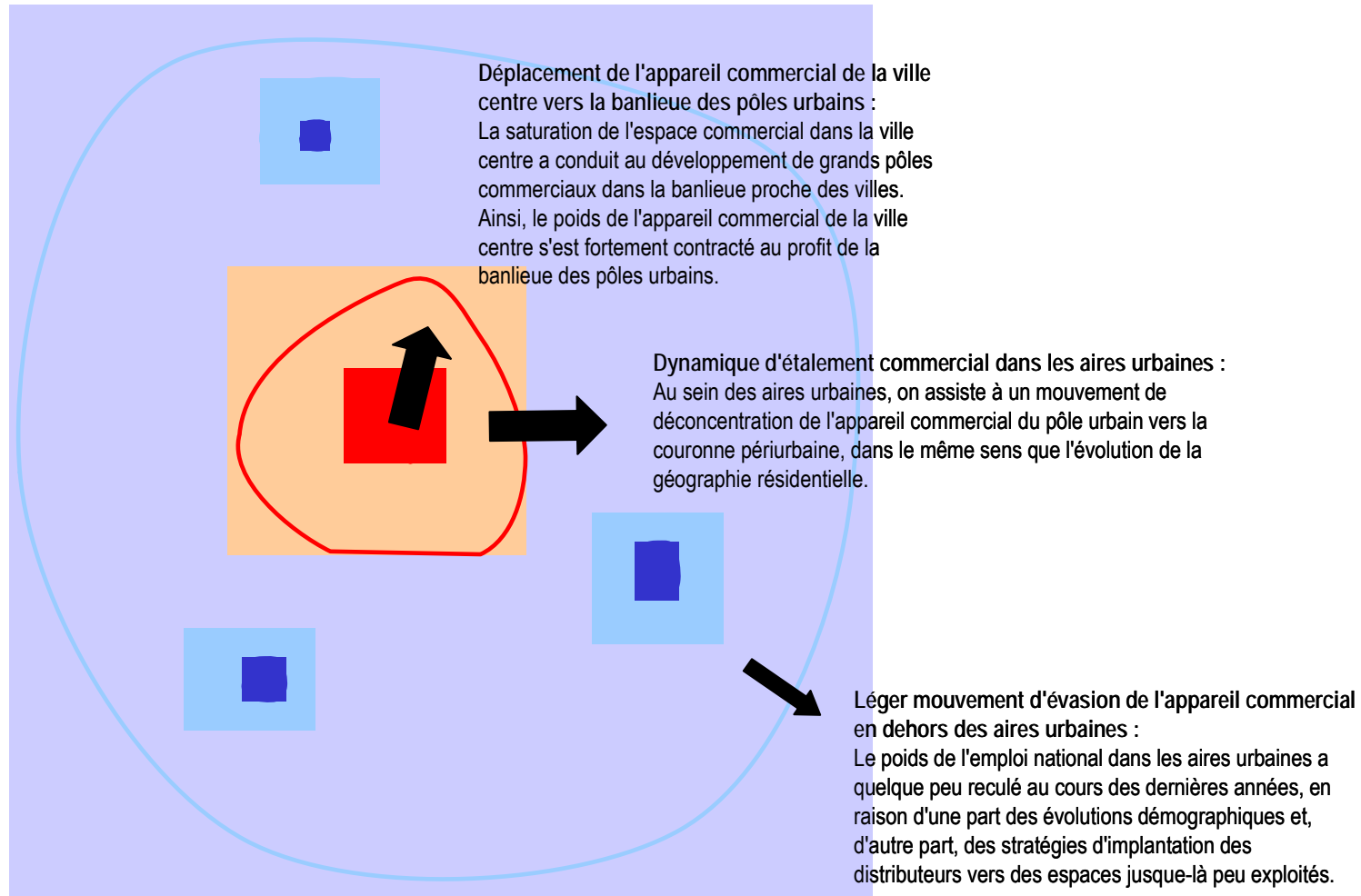
Source : Calculs CREDOC d'après données Unédic

## Évolution de l'appareil commercial dans les aires urbaines : une croissance de l'emploi de 2,0% par an entre 1993 et 2004



Source : CRÉDOC, d'après données Unédic et INSEE

## Représentation simplifiée du "processus de débordement" de l'appareil commercial



Source : CRÉDOC, d'après données Unédic et INSEE

■ **Hors des aires urbaines, la forte dynamique commerciale des espaces à dominante rurale**

En dehors des aires urbaines, le commerce dans les communes multipolarisées a crû au même rythme que l'ensemble du commerce national avec une hausse des effectifs de 25%, induisant une stabilité – à un faible niveau – de sa part dans l'appareil commercial. Dans ces communes, le commerce non spécialisé occupe une place dominante puisqu'il rassemble près de la moitié des effectifs commerciaux, avec une croissance de 43% entre 1993 et 2004.

Dans les communes de l'espace à dominante rurale, la densité en emplois a connu un rythme de croissance élevé (+31% entre 1993 et 2004). Au total, la part de ces communes dans l'emploi commercial national est passée de 10,9% en 1993 à 11,5% en 2004. Si chacune des composantes de l'espace à dominante rurale présente un fort développement du commerce, la banlieue des villes centres affiche cependant une expansion plus marquée. Dans cet espace, le volume d'emplois a crû de 51% contre 24% pour le nombre d'établissements, ce qui traduit une hausse importante de la taille moyenne des établissements (7,6 salariés en 2004, contre 6,3 en 1993). En dépit de ce dynamisme, le commerce des banlieues de villes centres rurales ne représente encore qu'environ 7% de l'appareil commercial implanté dans l'espace à dominante rurale et 1% sur le plan national.

Le commerce des villes centres et celui des communes rurales ont progressé à peu près au même rythme, respectivement 31% et 29%, soit un peu plus que le rythme national selon le critère de l'emploi. Toutefois, le nombre d'établissements n'a quasiment pas progressé dans les villes centres (+2,2%).

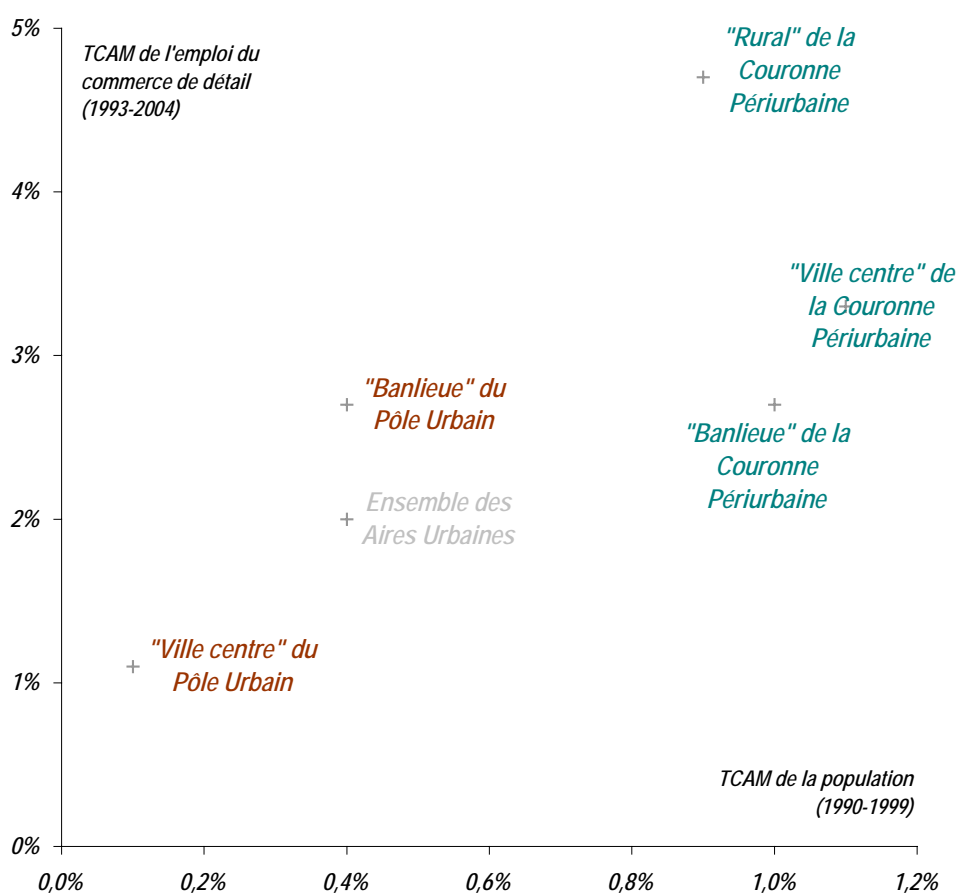
Au niveau sectoriel, les effectifs du commerce non spécialisé ont augmenté de 51% sur la période étudiée dans l'espace à dominante rurale, alors que le nombre d'établissements ne progressait que de 6%. Comme dans les communes multipolarisées, la grande distribution alimentaire s'est déployée, souvent à la périphérie des bourgs, et a provoqué la concentration de l'appareil commercial.

Les effectifs du commerce alimentaire spécialisé n'ont progressé, quant à eux, que de 12%. Le secteur du commerce non-alimentaire spécialisé enregistre quant à lui une progression de 16%. Le commerce de produits pharmaceutiques et de parfumerie a accru de 22% ses effectifs dans l'espace à dominante rurale et le nombre de ses établissements a progressé de 3,0%.

Au final, si ces évolutions ont été favorisées par les tendances démographiques, avec un développement du commerce plus rapide dans les zones bénéficiant de la démographie la plus

dynamique, ces dernières ne suffisent pas à rendre compte de l'intensité du phénomène. En effet, la plupart des zones qui voient leur poids dans l'appareil commercial national augmenter, enregistrent également une forte progression de la densité commerciale (tout au moins en termes d'emplois commerciaux par habitant), souvent supérieure à la croissance relevée au niveau national. Comme le conclut Moati [2004], "c'est en quelque sorte comme si le commerce sur-réagissait aux évolutions démographiques qu'il semble, quelquefois, anticiper".

Évolutions comparées de l'emploi dans le commerce de détail et de la population selon la typologie des espaces



Source : CRÉDOC

### **3.2.3 Analyses de l'aire urbaine de Caen**

Pour illustrer ces évolutions géographiques de l'appareil commercial, l'observation au niveau local de la dynamique permet un éclairage important de cette situation. Cet exercice a été réalisé sur la base des données communales des effectifs salariés et du nombre d'établissements du secteur du commerce de détail proposées par l'Unédic, toujours sur la période 1993-2004.

Au regard des différentes aires urbaines qui composent le territoire français, plusieurs communes s'accordent avec l'évolution générale et se caractérisent par un mouvement d'étalement de l'appareil commercial au sein de l'aire urbaine. L'aire urbaine de Caen constitue à ce titre un cas exemplaire car les évolutions de l'emploi commercial correspondent aux grandes évolutions constatées au niveau national.

#### **■ Les évolutions du commerce à Caen : une illustration de la dynamique géographique**

Tous secteurs confondus, l'aire urbaine de Caen rassemble 104 500 emplois et près de 9 500 établissements. Le poids des services y est très important (41% de l'emploi et 46% des établissements), devant l'industrie (20% des emplois). L'ensemble du commerce représente près de 20% du total des emplois de l'aire urbaine et 22% des établissements. Le commerce de détail rassemble quant à lui 11% du total des emplois et 14% des établissements, soit 10 900 emplois commerciaux pour près de 1 400 établissements.

La prédominance de Caen et de son agglomération en termes de population et d'activité économique est très importante. Le pôle urbain constitue ainsi le véritable moteur économique de la région Basse-Normandie et regroupe plus des trois quarts des activités économiques de l'aire urbaine de Caen. Si l'on ne considère que les activités de commerce de détail, il rassemble environ 80% des emplois commerciaux et 74% des établissements.

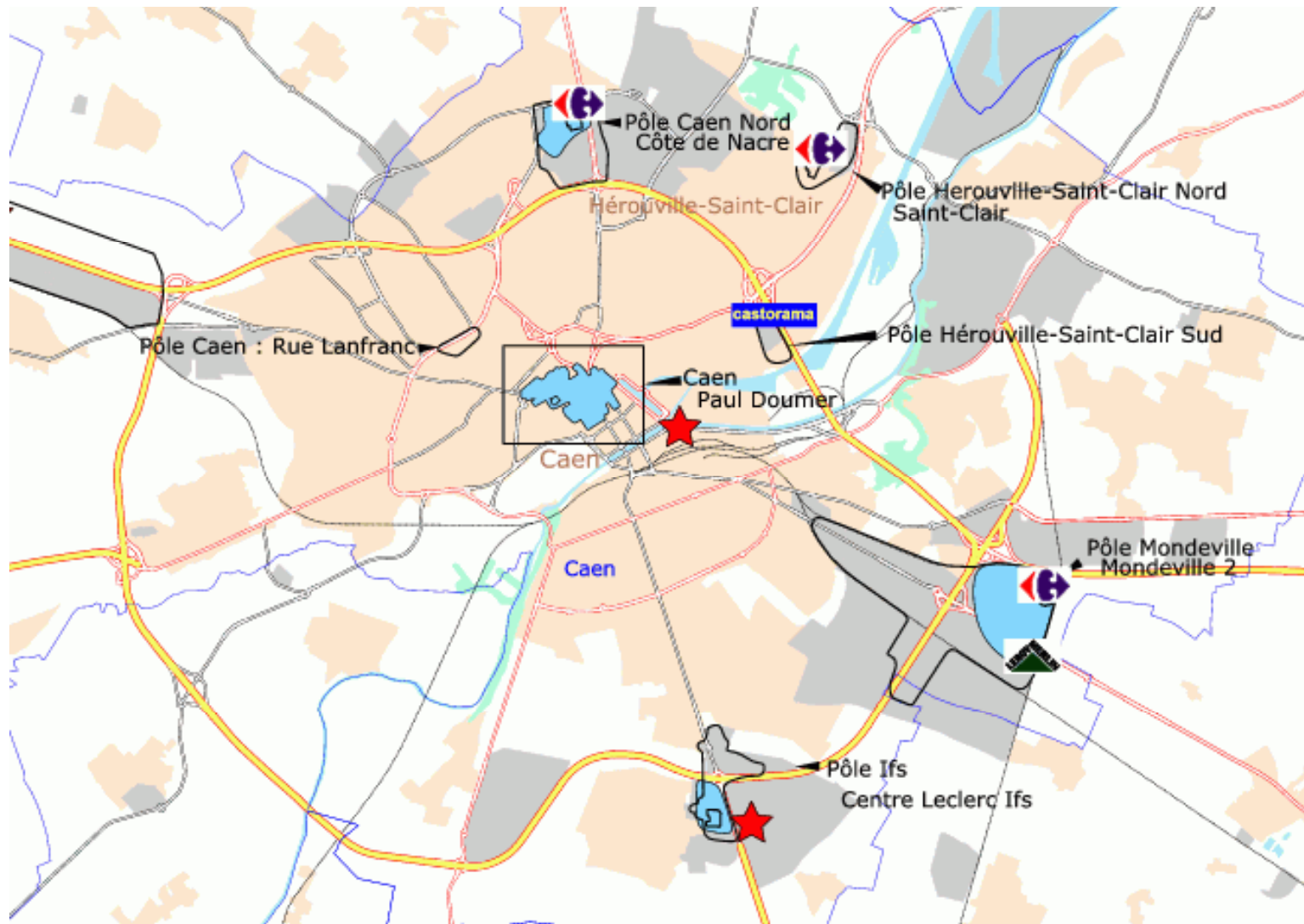
#### **■ La présence de deux grands pôles commerciaux dans la banlieue de Caen**

La ville centre du pôle urbain de Caen rassemble un nombre d'établissements commerciaux très supérieur à celui de la banlieue du pôle urbain (respectivement 636 et 368 commerces). Néanmoins, le nombre d'emplois est plus important dans la banlieue du pôle urbain que dans la ville centre (respectivement 5 000 emplois contre 3 600), traduisant une taille moyenne des établissements beaucoup plus élevée dans la banlieue (13,7 emplois par établissement contre 5,7 dans la ville centre).

Cette situation s'explique par la présence de grands pôles commerciaux dans la banlieue du pôle urbain de Caen. La commune de Mondeville rassemble ainsi 2 208 emplois commerciaux en raison de l'existence du Pôle Commercial Mondeville et du Centre Commercial Mondeville 2 (créé en 1995). L'ensemble du Pôle rassemble près de 150 commerces (services non compris), dont la plupart sont des enseignes nationales. On y retrouve de grandes locomotives comme Carrefour (12 000 m<sup>2</sup>), Leroy-Merlin (12 000 m<sup>2</sup>), Conforama (5 100 m<sup>2</sup>), But (5 200 m<sup>2</sup>), Décathlon (4 700 m<sup>2</sup>), Go Sport (1 860 m<sup>2</sup>) ou encore Kiabi (3 000 m<sup>2</sup>). Près des trois quarts des emplois concernent les commerces non-alimentaires spécialisés.

D'autre part, la commune d'Hérouville-Saint-Clair rassemble plus d'un millier d'emplois commerciaux, notamment au sein du centre commercial Saint-Clair situé dans le Pôle Hérouville-Saint-Clair Nord (créé en 1976 et rénové une première fois en 1994, puis en 2004), qui rassemble environ 80 établissements commerciaux. Les emplois se répartissent pour moitié dans le commerce non spécialisé (hypermarché Carrefour notamment) et dans le commerce non-alimentaire spécialisé. Enfin, toujours dans la banlieue du pôle urbain de Caen, la commune d'Ifs compte plus de 500 emplois commerciaux et une trentaine d'établissements. L'hypermarché Leclerc rassemble à lui seul environ 70% de ces emplois.

Dans la ville centre, la moitié des emplois se concentre dans le commerce non-alimentaire spécialisé, et plus particulièrement l'habillement (570 emplois). Une grande majorité de ces emplois est regroupée dans le centre-ville de Caen. Les commerces non spécialisés à prédominance alimentaire représentent quant à eux plus du tiers des effectifs commerciaux pour seulement 8% des établissements. L'hypermarché Carrefour situé dans le Pôle Commercial Caen Nord (Centre Commercial Côte de Nacre), ainsi que plusieurs supermarchés et grands magasins, drainent un grand nombre d'emplois.



Source : Codata



■ La "périurbanisation" de l'appareil commercial dans l'aire urbaine de Caen

L'aire urbaine de Caen présente un phénomène de périurbanisation de sa population autour de la ville centre de Caen qui s'explique, selon la CCI de Caen [2005], "par la recherche d'un meilleur cadre de vie pour une partie de la population et par l'évolution des prix de l'immobilier". Parallèlement à ce phénomène, on assiste à un déplacement de l'appareil commercial de la ville centre du pôle urbain vers la banlieue proche.

En 1993, la ville centre du pôle urbain de Caen concentrait 47% de l'emploi commercial total de l'aire urbaine. Cette part ne s'élève plus qu'à 33% en 2004. À l'inverse, les communes situées dans la banlieue du pôle urbain rassemblent désormais 46% des emplois commerciaux en 2004 (contre 34% en 1993). Cette même tendance est observée au niveau des établissements commerciaux : la part des établissements dans les communes situées dans la banlieue du pôle urbain a progressé de 6 points pour s'établir à 27% en 2004, alors qu'elle diminue dans la ville centre du pôle urbain (-7 points à 47% en 2004).

Évolution de l'appareil commercial de l'ensemble du commerce de détail dans l'aire urbaine de Caen

	Effectifs 2004	Variation nette 1993-2004	Répartition des effectifs 1993	Répartition des effectifs 2004	Etablissements 2004	Variation nette 1993-2004	Répart. des étab. en 1993	Répart. des étab. en 2004
Dans Aire Urbaine de Caen	10 941	2 578	100%	100%	1 364	103	100%	100%
Pôle Urbain :	8 677	1 846	82%	79%	1 004	59	75%	74%
<i>Ville Centre</i>	3 645	-308	47%	33%	636	-46	54%	47%
<i>Banlieue</i>	5 032	2 154	34%	46%	368	105	21%	27%
Couronne Périurbaine :	2 264	732	18%	21%	360	44	25%	26%
<i>Ville Centre</i>	894	261	8%	8%	135	7	10%	10%
<i>Banlieue</i>	348	156	2%	3%	50	13	3%	4%
<i>Rural</i>	1 022	315	8%	9%	175	24	12%	13%

Source : Calculs CREDOC d'après données Unédic

Plus flagrant encore, les effectifs du commerce de détail ont diminué de 308 unités entre 1993 et 2004 dans la ville centre du pôle urbain, alors qu'ils ont fortement progressé dans la banlieue avec 2 154 unités supplémentaires. Les établissements commerciaux affichent une évolution similaire avec 46 commerces de moins dans la ville centre, contre 105 de plus dans la banlieue du pôle urbain.

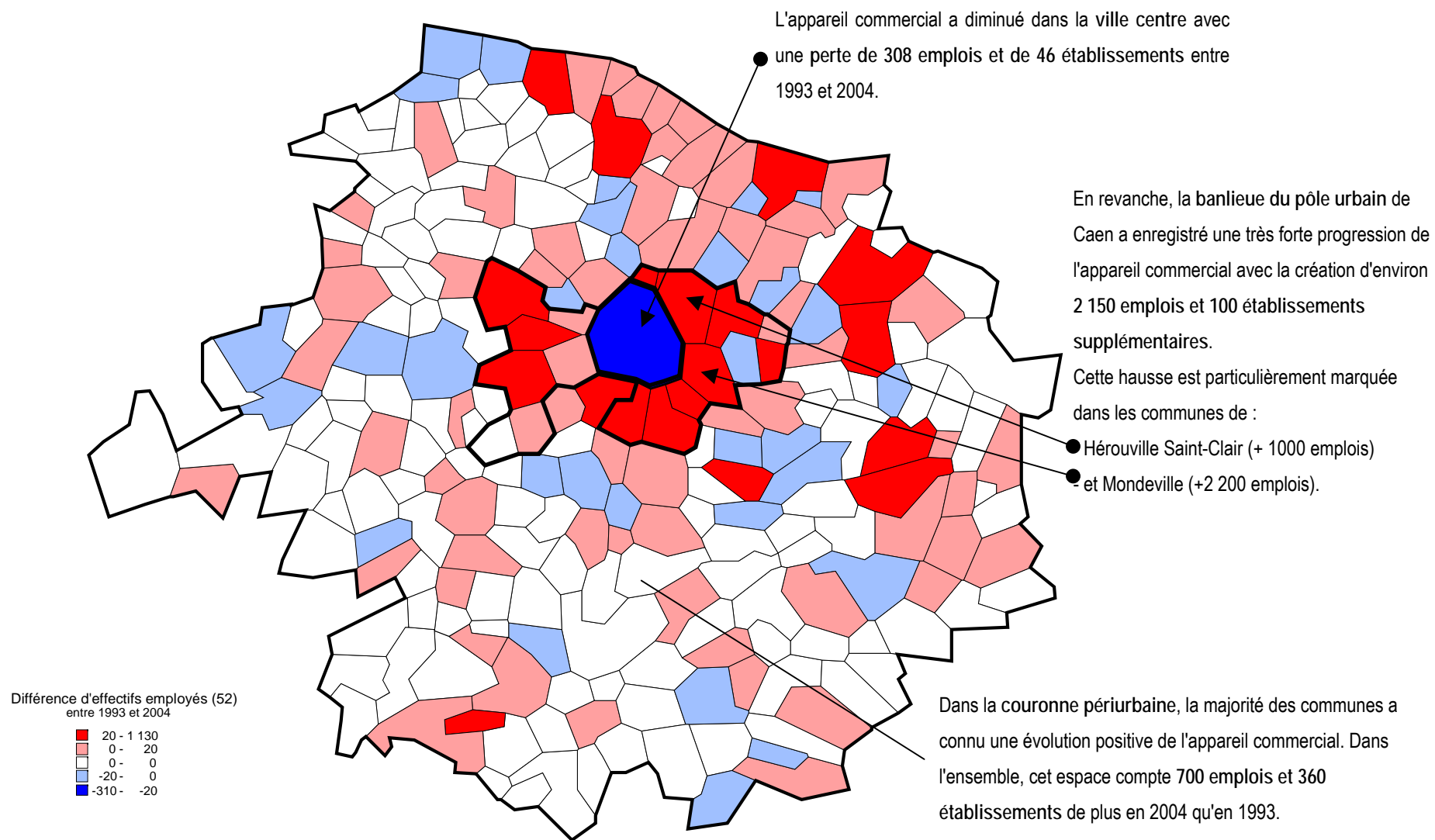
Ce résultat est essentiellement imputable au commerce non-alimentaire spécialisé qui enregistre une perte de 275 emplois dans la ville centre sur la période considérée et un recul de 42 établissements. Parallèlement, pour ce même secteur, l'appareil commercial a fortement progressé dans la banlieue du pôle urbain avec 1 242 emplois et 76 établissements supplémentaires.

Le développement des grands pôles commerciaux dans la banlieue du pôle urbain explique largement cette évolution. En effet, les communes de Mondeville et Hérouville-Saint-Clair présentent une hausse particulièrement sensible des emplois commerciaux, dans les secteurs du commerce de détail non-alimentaire notamment. En outre, le premier fléchissement de l'emploi commercial dans la ville centre est observé en 1995, année de création du Centre Commercial Mondeville et du développement du Pôle commercial dans son ensemble, avec une perte nette de 304 emplois commerciaux en 1995 puis de 154 unités en 1996.

Au total, si la variation absolue de l'emploi commercial du pôle urbain sur la période 1993-2004 est positive, la création ou l'extension de pôles commerciaux a entraîné un véritable bouleversement de la structure géographique de l'emploi dans l'aire urbaine.

Enfin, l'ensemble des composantes de la couronne périurbaine de Caen (ville centre, banlieue et rural) présente une évolution positive de l'appareil commercial. En outre, le poids de la couronne en termes d'effectifs a progressé de 3 points entre 1993 et 2004 et d'un point au niveau des établissements. Cet espace a ainsi connu une évolution assez dynamique et soutenue, et reflète la dynamique d'étalement commercial dans les aires urbaines.

## Evolution de l'emploi de l'ensemble du commerce de détail dans l'aire urbaine de Caen entre 1993 et 2004



■ **Le cas du commerce de détail d'habillement**

Pour affiner encore l'examen du phénomène de débordement au niveau local, nous proposons d'examiner les évolutions du tissu commercial dans le commerce de détail d'habillement, secteur qui apparaît particulièrement représentatif des mutations constatées au cours de la dernière décennie.

Le secteur de l'habillement représente 9% du total des emplois commerciaux de l'aire urbaine en 2004 (contre 8% en 1993) et 13% des établissements (contre 15% en 1993). Cette part est encore plus forte dans le seul pôle urbain de l'aire urbaine de Caen. Entre 1993 et 2004, les effectifs du secteur ont progressé de 265 unités dans l'aire urbaine de Caen, alors que le nombre d'établissements est resté stable (-2 unités).

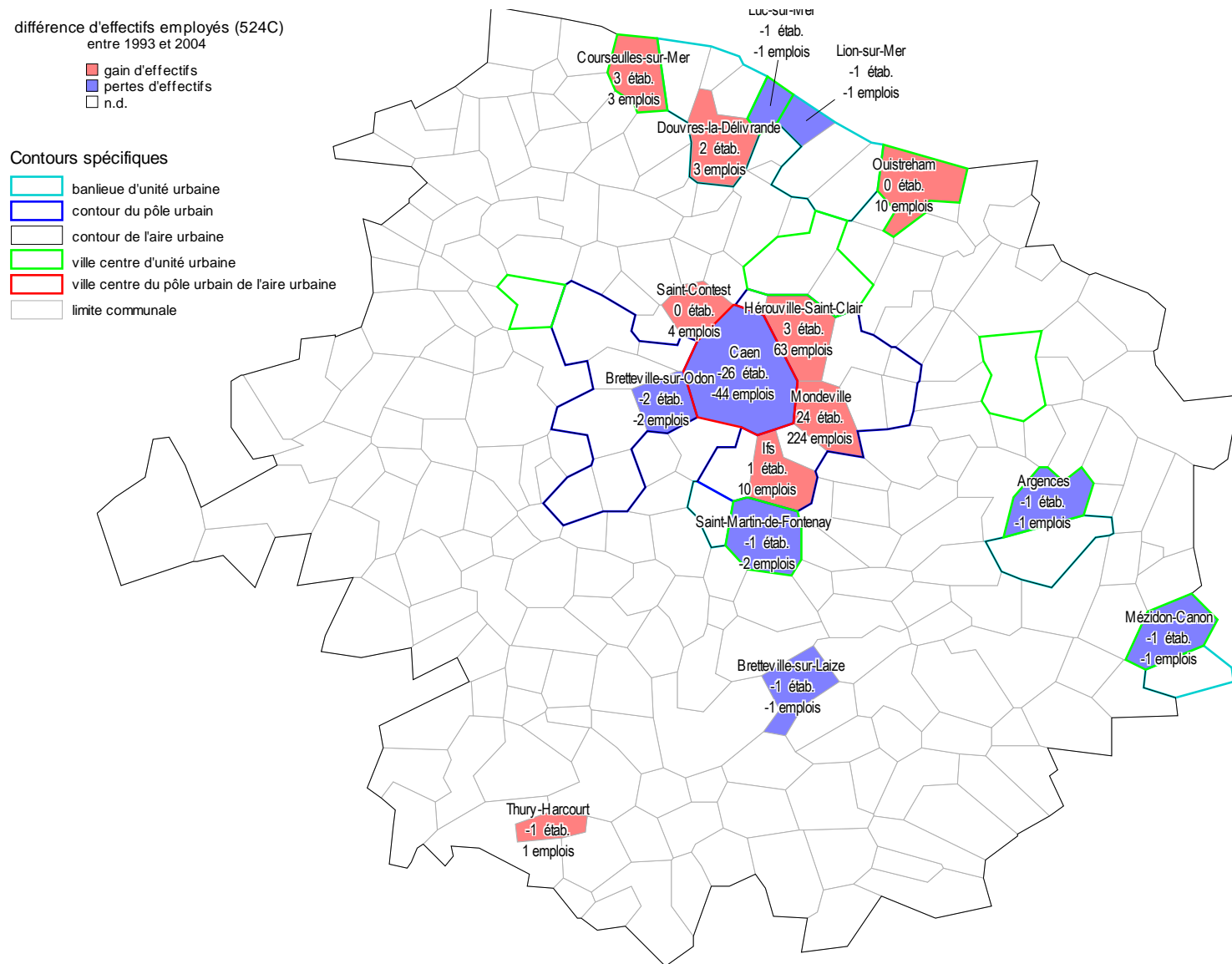
■ **Le développement de l'appareil commercial s'est principalement réalisé en banlieue...**

La hausse de l'emploi commercial se concentre très largement dans les seules communes situées dans la banlieue du pôle urbain. Dans cet espace, le nombre d'emplois a augmenté de 295 unités et le nombre d'établissements de 26 ; ce mouvement s'est polarisé dans quelques communes. La commune de Mondeville présente notamment une évolution remarquable avec 224 emplois et 24 établissements supplémentaires en raison du développement du Pôle Commercial de Mondeville et de la création en 1995 du Centre Commercial Mondeville 2, où l'on retrouve des enseignes comme Kiabi (3 000 m<sup>2</sup>), Géo (2 150 m<sup>2</sup>) et Fabio Lucci (800 m<sup>2</sup>). L'ouverture de ce dernier s'est traduite par une progression de 17 commerces d'habillement et la création de 184 emplois pour la seule année 1995. Si le nombre de commerces n'a cessé d'augmenter depuis cette date, le nombre d'emplois dans le secteur a également continué de croître progressivement jusqu'en 2001 (275 effectifs en 2001 contre 216 en 1995), mais cette évolution s'est quelque peu ralentie depuis.

La commune d'Hérouville-Saint-Clair présente également une hausse importante des effectifs dans l'habillement (+63 unités entre 1993 et 2004 pour 3 établissements supplémentaires). La rénovation en 1994 du Centre Commercial Saint-Clair situé dans le Pôle commercial d'Hérouville-Saint-Clair Nord a favorisé l'emploi, notamment avec l'enseigne H&M (1 300 m<sup>2</sup>).

Toujours située dans la banlieue du pôle urbain de Caen, la commune d'Ifs a connu une hausse de l'emploi de 10 unités avec l'ouverture d'un Distri Center de 1 400 m<sup>2</sup> dans le Pôle Commercial d'Ifs. En outre, ce Pôle est voué à se développer à court terme avec la création d'un Retail Park "Pac Object'If Sud" orienté loisir, détente, équipement de la personne sur 15 000 m<sup>2</sup> (prévision 2007-2008).

## Evolution des effectifs employés dans l'aire urbaine de Caen dans le commerce de détail d'habillement entre 1993 et 2004



Source : Calculs CREDOC d'après données Unédic et INSEE

Évolution des effectifs dans le commerce de détail d'habillement  
dans l'aire urbaine de Caen

	Effectifs 2004	Variation nette 1993- 2004	Répartition des effectifs 1993	Répartition des effectifs 2004	Etablissements 2004	Variation nette 1993- 2004	Répart. des étab. en 1993	Répart. des étab. en 2004
Dans Aire Urbaine de Caen	957	265	100%	100%	183	-2	100%	100%
Pôle Urbain	916	251	96%	96%	168	0	91%	92%
<i>Ville Centre</i>	570	-44	89%	60%	125	-26	82%	68%
<i>Banlieue</i>	346	295	7%	36%	43	26	9%	23%
Couronne Périurbaine	41	14	4%	4%	15	-2	9%	8%
<i>Ville Centre</i>	23	8	2%	2%	11	-1	6%	6%
<i>Banlieue</i>	3	2	0%	0%	2	1	1%	1%
<i>Rural</i>	15	4	2%	2%	2	-2	2%	1%

Source : Calculs CREDOC d'après données Unédic

■ ...au détriment de la ville centre

Au total, si le pôle urbain de l'aire urbaine de Caen concentre toujours en 2004 plus de 9 emplois et établissements sur 10, l'appareil commercial s'est sensiblement déplacé au profit de la banlieue du pôle urbain et au détriment de la ville centre (-44 emplois et 26 établissements).

Les premiers signes de fléchissement de l'appareil commercial sont apparus en 1994 et 1995, soit aux dates où l'on recense, d'une part, la rénovation du Pôle d'Hérouville-Saint-Clair et, d'autre part, l'ouverture du Centre Commercial Mondeville 2. Les effectifs du secteur de l'habillement sont ainsi passés de 650 unités en 1994 à 620 en 1995 puis 583 en 1996. Parallèlement, le nombre d'établissements a également fléchi de 18 unités au cours de ces deux années. Cette tendance à la baisse s'est poursuivie de façon peu régulière jusqu'en 2004 mais au final, les effectifs ne s'élèvent plus qu'à 570 unités en 2004.

D'après les observations fournies par Codata, les principales disparitions concernent des enseignes situées dans le centre-ville de la ville centre de Caen. En revanche, le Centre Commercial Côte de Nacre situé au nord de Caen et rénové en 1999 affiche un appareil commercial stable.

■ L'appareil commercial de la couronne périurbaine fragilisé

En dehors du pôle urbain de Caen, l'offre commerciale reste fragilisée par le phénomène de périurbanisation de l'offre commerciale, ainsi que par la faible densité de population et l'amélioration des transports, qui sont autant de facteurs susceptibles de freiner le développement commercial dans cette zone monopolarisée.

Ainsi, si les communes côtières comme Ouistreham (10 emplois supplémentaires entre 1993 et 2004), Courseulles-sur-Mer (+3 emplois et +3 établissements) ou encore Douvres-la-Délivrance (+3 emplois et +2 établissements) affichent une légère hausse de l'appareil commercial dans l'habillement, on observe

en revanche dans plusieurs communes (Argences, Bretteville-sur-Laize, Mézidon-Canon, Troufféville...) des disparitions très rapides de ce type de commerce. Cette situation traduit ainsi une certaine fragilité du développement commercial du secteur de l'habillement dans ces communes de la couronne périurbaine de Caen.

Évolution comparée de l'emploi commercial et de la population

	Évolution de la population (TCAM 1990-1999)		Évolution des effectifs salariés (TCAM 1993-2004)	
	France entière	Aire Urbaine de Caen	France entière	Aire Urbaine de Caen
<i>Aires urbaines</i>	0,4%	0,7%	2,0%	2,5%
<i>Pôle urbain</i>				
Ville centre	0,1%	0,1%	1,1%	-0,7%
Banlieue	0,4%	0,9%	2,7%	5,2%
<i>Couronne périurbaine</i>				
Ville centre	1,1%	1,1%	3,3%	3,2%
Banlieue	1,0%	1,8%	2,7%	5,6%
Rural	0,9%	0,9%	4,7%	3,4%

Sources : Unédic, 2004 et INSEE, RGP 1990 et 1999.

L'illustration de la dynamique géographique à travers l'analyse de l'aire urbaine de Caen met ainsi en avant l'importance de l'évolution de la répartition de la géographie résidentielle et de l'appareil commercial sur le niveau de l'emploi général. L'appareil commercial a accompagné les mouvements démographiques avec un étalement des structures dans les zones jusque-là peu dynamiques.

En outre, l'évolution des formats de distribution a favorisé ce phénomène avec une augmentation sensible des ouvertures jusque dans la couronne périurbaine et un déplacement de l'appareil commercial du pôle urbain vers la banlieue. Ces évolutions ont ainsi généré des hausses d'emplois très importantes sur la plupart des secteurs d'activité, sous l'impulsion du développement de pôles commerciaux de grande envergure autour des villes.

## CONCLUSION

---

Ce travail avait pour objectif principal l'identification des déterminants de l'emploi dans le secteur du commerce. A ce titre, les conclusions des analyses macroéconomiques, sectorielles et locales semblent consacrer le rôle essentiel des éléments de demande dans les facteurs explicatifs des variations de l'emploi dans le commerce. Cette conclusion tient peut-être au fait que le commerce de détail admet les consommateurs comme débouché quasi unique. Ainsi, la prédominance du rôle des facteurs de demande dans l'explication des variations de l'emploi ne se transpose probablement pas de façon identique à d'autres secteurs d'activité.

Pourtant, ce travail souligne également que la capacité du secteur à s'adapter aux évolutions de la demande s'exerce principalement au travers d'une réaction collective de l'offre : le renouvellement des structures commerciales. Ainsi, la majorité des créations d'emplois se réalise avec l'implantation de nouveaux établissements commerciaux (certains appartenant néanmoins à des entreprises ou à des groupes existants), alors que les variations de l'emploi dans des entreprises en place sont d'une amplitude plus modeste.

L'analyse statistique des variations de l'emploi dans le commerce montre en outre qu'elles ont été accompagnées par des évolutions significatives des formes d'emploi (diffusion du temps partiel, réduction des effectifs de commerçants indépendants, réduction du temps de travail, progression récente des contingents d'intérimaires employés dans le secteur...). Ce regard dans le rétroviseur indique également que l'apparition de nouvelles formules commerciales (hypermarché, cybermarché...) s'est toujours réalisée pendant des périodes de croissance des effectifs commerciaux.

L'impact des mutations technologiques sur l'emploi est principalement abordé au travers de ses effets positifs sur la productivité : les nouvelles formules commerciales sont économiquement plus efficaces et le progrès technique encourage l'apparition de nouvelles formes de vente (e-commerce...). Par ailleurs, l'examen de la relation entre les stratégies des opérateurs commerciaux et l'emploi du secteur semble indiquer que les positionnements qualitatifs sont, toutes choses égales par ailleurs, les plus favorables à l'emploi parce qu'ils intègrent davantage de service commercial.

Les analyses menées au niveau local permettent de matérialiser les grandes évolutions du commerce observées au niveau national (par exemple l'effet de la création des centres commerciaux de périphérie sur la géographie des implantations) et de les traduire en termes quantitatifs au niveau des flux d'établissements et d'emplois dans un espace bien défini. Ce type d'analyse mériterait certainement



d'être approfondi afin de mieux cerner la capacité d'évolution de l'appareil commercial et le degré de saturation des implantations au niveau de l'ensemble des aires urbaines.

Ce travail souligne enfin la pertinence des approches sectorielles fines parce qu'elles permettent la mise en relation d'indicateurs plus cohérents que les analyses globales (par exemple la consommation d'articles de sport pour examiner les évolutions de l'emploi des distributeurs de ces produits).

Toutefois, l'examen des mécanismes économiques de l'emploi montre que la question de la pertinence de la plupart de ces facteurs d'offre (évolution de la productivité et du coût du travail, des formes d'emploi...) dépasse largement le champ du secteur du commerce. L'étendue du champ de ce travail n'a pas permis de traiter de façon quantitative plusieurs relations de causalité qui mériteraient chacune une étude spécifique. En particulier, la question de la substitution capital-travail dans les processus de production pourrait faire l'objet d'un travail complémentaire appliqué au commerce, car elle a déjà été largement abordée dans la littérature avec le recul temporel nécessaire sur les secteurs industriels. De même, l'explication du différentiel constaté sur le niveau du taux d'emploi en France se heurte à la comparabilité de l'information économique au niveau international et pourrait également faire l'objet d'un examen complémentaire plus approfondi.

Comme c'est le cas pour la plupart des travaux menés sur le commerce, ce travail s'est plutôt concentré sur l'examen des évolutions du commerce de détail. Bien que les évolutions de cette activité aient un caractère éminemment structurant sur l'ensemble du commerce, et au-delà sur l'ensemble de l'économie, il apparaît qu'une fraction significative des fluctuations des effectifs commerciaux est imputable à la conjoncture du commerce de gros. En effet, la distribution à destination des clientèles professionnelles subit davantage les effets des retournements de conjoncture car son volume d'activité est davantage corrélé aux dépenses d'investissements réalisées par les entreprises qu'à la consommation des ménages. De plus, la position centrale du commerce interentreprises au sein des filières d'approvisionnement fait que cette activité est particulièrement impactée par les mutations de la donne économique internationale.

## BIBLIOGRAPHIE

---

- ANDERSON P.M. [1993], "Linear Adjustment Costs and Seasonal Labor Demand : Evidence from Retail Trade firms", *The Quarterly Journal of Economics*.
- BARET C., JANY-CATRICE F. [1999], *Performance et emploi dans la grande distribution alimentaire sur la base de monographies aux Etats-Unis et en France*, étude réalisée pour l'INSEE.
- BARET C., JANY-CATRICE F. [2001], "L' emploi et les services du commerce de détail en France et aux Etats-Unis", *Travail et emploi*, n°85, janvier.
- BASKER E. [2004], "Labor-Market effects of Wal-Mart Expansion", *The Review of Economics and Statistics*.
- BAUMOL W. [1967], "Macroeconomics of Unbalanced Growth: The anatomy of urban crisis", *American Economics Review*, Vol. 57.
- BELORGEY N., LECAT R., MAURY T. [2004], "Déterminants de la productivité apparente du travail", *Bulletin de la Banque de France*.
- BENCHMARK GROUP [2006], *L'emploi dans les activités de vente à distance et d'e-commerce*, étude réalisée pour la FEVAD.
- BERTRAND M., KRAMARZ F. [2002], "Does entry regulation hinder job creation ? Evidence from the french retail industry," *Quarterly Journal of Economics*, CXVII, 4, pp. 1369-1414.
- BOYLAUD O., NICOLETTI G. [2001], "La réforme de la réglementation dans le secteur de la distribution de détail", *OCDE Revue Economique*, n° 32, 2001/I.
- CAHUC P., DEBONNEUIL M., [2004], *Productivité et emplois dans le tertiaire*, Rapport du Conseil d'Analyse Economique, n°49.
- CASES Chantal, MISSEGUE Nathalie [2001], "Une forte segmentation des emplois dans les activités de service", *Economie et Statistiques*, n°344 2001-4.
- CETTE Gilbert [1999], *Le temps partiel en France*, Rapport du Conseil d'Analyse Économique, n°19.
- CHAMBRE DE COMMERCE ET DE L'INDUSTRIE DE CAEN [2005], *Schéma de développement commercial du Calvados 2004 : synthèse du pays de Caen*.
- CHESSA C., POUQUET L. [1998], *Comportements de consommation d'objets d'art de la table*, pour le Comité des Arts de la Table.
- CONSEIL ECONOMIQUE ET SOCIAL [1997], *Le travail à temps partiel*.
- DCASPL [2005], *10 ans d'intérim dans les services, 1995-2004*, juillet.
- DESSAINT J., ECALLE F., [1987], "Le modèle américain de croissance de l'emploi dans le commerce", *Travail et Emploi*, n° 32, pp. 9-16.
- DOMS M., JARMIN R., KLIMECK S. [2004], "Information Technology Investment and Firm Performance in U.S. Retail Trade." *Economics of Innovation and New Technology*, 13(7) pp. 595-613.
- DUHAUTOIS R. [2002], "Les réallocations d'emploi sont elles en phase avec le cycle ?", *Economie et statistiques*, n°351, août.

- FOSTER L., HALTIWANGER J., KRIZAN C.J. [2002], "The link between aggregate and micro productivity growth : Evidence from retail trade", *NBER Working Papers 9120*, n°02-18, National Bureau of Economic Research.
- GADREY J. [1992], "*L'économie des services*", Collection Repères, La Découverte.
- GADREY, J. [1998], *La productivité dans les services*, Paris, Desclée De Brouwer.
- GADREY J., JANY-CATRICE F. [1998], "Du bon usage des comparaisons internationales", *Revue de la CFDT*, n°10, mai 1998.
- GADREY Jean, JANY-CATRICE Florence, RIBAUT Thierry, [1999], *France, Japon, États-Unis : l'emploi en détail : Essai de socio-économie comparative*, Paris, PUF, coll. Économie en liberté.
- GADREY J. [2002], "Croissance et productivité : des indicateurs en crise larvée", *Travail et Emploi*, n°91.
- GOFF Leslie [1998], *Online Computer Store Forecasts Growth*, <http://www.techweb.com>, 20 avril.
- GOLLAC M., SEYS B. [1984], "1954-1982 : les bouleversements du paysage social", *Économie et Statistique*, n°171-172.
- HAMERMESH D.S. [1989], "Labor Demand and the Structure of Adjustment Costs", *American Economic Review*, Vol 69, Issue 4, pp. 674-689.
- IPSOS [2005], "*Les caisses "libre-service", une solution aux files d'attentes ?*".
- JACQUOT C., MOATI P., POUQUET L. [2002], *Comportements de consommation photographique*, pour l'Association pour la Promotion de l'Image.
- JAMET Stéphanie, LERAIS Frédéric, [2004], La croissance de l'emploi dans les secteurs tertiaires, *Premières Synthèses*, n°12.1.
- KARPIK Lucien [1989], "L'économie de la qualité", *Revue française de sociologie*, n°30 (2), p. 187-210.
- L'HARIDON O., MALHERBET F. [2003], "Protection de l'emploi et performance du marché du travail", *Document de travail du CREST*, n°2003-19.
- MARCHAND O. [1998], "Salariat et non-salariat dans une perspective historique", *Économie et Statistique*, n°319-320.
- Massachusetts Institute of Technology, [2002], CHAPPELL Gavin, DURDAN David, GILBERT Greg, GINSBURG Lyle, SMITH Jeff, TOBOLSKI Joseph, *Auto-ID on Delivery: The Value of Auto-ID Technology in the Retail Supply Chain*, November.
- Mc KINSEY pour Rexecode [1997], "*Etude de l'écart d'emplois entre la France et les États-Unis*".
- MOATI P. [2001], *L'avenir de la grande distribution*, Odile Jacob, Paris.
- MOATI P., LIBOUTON J., POUQUET L. [2004], "L'évolution de la géographie du commerce en France : une approche par les statistiques de l'emploi", CRÉDOC, *Cahier de Recherche*, n°207.
- MOATI P., MEUBLAT O., POUQUET L., RANVIER M. [2005], "Comportements et attitudes des consommateurs à l'égard du commerce alimentaire", *Cahier de recherche CRÉDOC*, n°211, novembre.
- OCDE [1997], *Information Technology Outlook*.
- OCDE [1999], "*Les incidences économiques et sociales du commerce électronique*", *Economie générale et études prospectives*, pp.1-186.

- OCDE [2001], *Perspectives de l'emploi*, Paris.
- OCDE [2004], *Perspectives de l'emploi*, Paris, éditorial : *Réévaluer la stratégie de l'OCDE pour l'emploi*.
- OIT [2006], Conséquences sociales et dans le domaine du travail du recours accru aux technologies les plus modernes dans le commerce de détail.
- PIKETTY Thomas, [1997], "Les créations d'emploi en France et aux Etats-Unis. Services de proximité contre petits boulots ?", *Les Notes de la Fondation Saint-Simon*, no 93, 1997, 55 p., article également publié dans *Les Notes de la Fondation Saint-Simon, une expérience intellectuelle (1983-1999)*, Calmann-Lévy, 1999, p. 195-257, ainsi que dans *La Revue de la CFDT* n°4 (1997), p. 3-39.
- PILAT D. [1997], "*Regulation and Performance in the Distribution Sector*", OECD Economics Department Working Papers, No. 180, OECD Publishing.
- POUQUET L. [1994], *Le comportement des consommateurs d'articles de sport*, pour la FIFAS et le ministère de l'Industrie.
- VILLA P. [1994], "*Un siècle de données macro-économiques*", INSEE Résultats n°303-304.