

LA GRANDE DISTRIBUTION ALIMENTAIRE

Un secteur de poids dans l'économie française

Un des champions de la création d'emploi

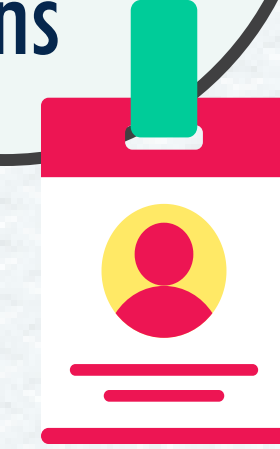
Entre 2010 et 2018, le commerce de détail a créé 90 400 emplois nets, soit une progression de 5,3% (vs 3,7% de progression globale de l'emploi dans les secteurs privés). Dans le commerce alimentaire généraliste, l'emploi a progressé de 8,6% entre 2009 et 2017 (vs 4,7% au niveau national). 6700 000 personnes travaillent ainsi dans la distribution alimentaire, soit 37,5% des effectifs du commerce de détail (hors automobiles) en 2017.

Source: données de l'Acoss



89%
des salariés du
secteur
sont en CDI

20%
des salariés ont
moins de 26
ans



Plus de
670 000
salariés travaillent
dans les enseignes du
commerce
alimentaire



47,5%
des cadres sont
d'anciens
employés



Un secteur fortement contributeur aux finances publiques

La fiscalité qui pèse sur le secteur de la distribution est foisonnante avec plus de 90 taxes ou prélèvement divers, et une part importante d'impôts locaux. Le seul total des taxes foncières représente actuellement 1 à 2% du chiffre d'affaire des enseignes, soit le plus souvent davantage que la marge nette annuelle des magasins.

Voir la Fiche n°3 sur la Fiscalité du Commerce



Emploi des jeunes, formation, promotion sociale..., des enjeux majeurs du secteur

Le secteur surperforme dans de nombreux domaines liés à l'emploi, en comparaison avec l'ensemble des secteurs marchands en France. Son taux de CDI est par exemple supérieur à celui observé sur le plan national. C'est également un secteur fortement employeur d'une main-d'œuvre initialement peu qualifiée, mais pour lequel l'ascension sociale est une réalité, permise notamment par la formation.

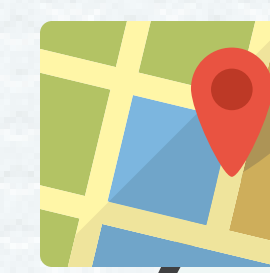
Voir la Fiche n°2 sur l'Emploi dans la distribution

Une forte présence dans les territoires

Des points de vente et des formats nombreux

Il existe environ 340 000 points de vente dans le commerce de détail en France. Dans le commerce de détail à prédominance alimentaire (hypermarché, supermarchés, supérettes, épicerie) ce nombre s'établit à plus de 30 000 points de ventes dont 2245 hypermarchés, 6185 supermarchés, et 3518 supermarchés à dominante marques propres (ex-discount).

Sources: INSEE, Nielsen



En 10 ans, les
enseignes de la
distribution ont créé
2 300
nouveaux magasins
de proximité

Le commerce et les services ne sont à l'origine que de 5% de la hausse des espaces artificialisés entre 2006 et 2014. Ils arrivent ainsi en 6e position après l'habitat, les réseaux routiers, l'agriculture, la construction et les sports et loisirs.

Voir la Fiche n°4 sur l'Artificialisation des sols



Plus de 54% des Français habitent en périphérie (ils étaient seulement 37% en 1962). Le commerce accompagne ses clients, et non l'inverse. Les grandes surfaces de périphérie s'adressent majoritairement aux familles, lesquelles vivent davantage hors des centres-villes.



4 000
commerces alimentaires généralistes sont implantés dans les petites communes (moins de 1000 habitants)



Un maillage territorial important

En France, près de 11 000 communes sont pourvues d'au moins un magasin alimentaire généraliste. Il s'agit ainsi d'un des secteurs les mieux représentés dans les communes, en seconde position derrière les boulangeries (présentes dans près de 13 000 communes). Cette présence de commerces alimentaires est bien souvent vitale, en particulier dans les petites communes.

Source: INSEE



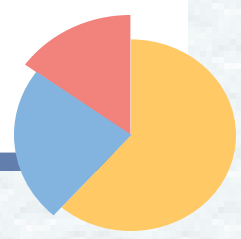
La France compte près de 35 000 communes dont 48% sont dépourvues de tout type de commerce. Près des trois-quarts des communes françaises comptent moins de 1 000 habitants.



Un rôle moteur pour le développement des TPE/PME agro-alimentaires

Une relation forte avec les TPE-PME...

Les marques de TPE/PME sont à l'origine de plus de la moitié de la croissance des ventes en grandes surfaces en 2018 (88% pour les hypermarchés et supermarchés). Ces marques sont signes de valorisation et de différenciation, ce que recherchent aujourd'hui de plus en plus les consommateurs.



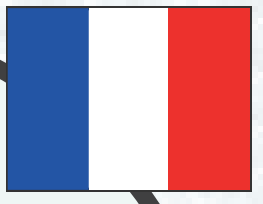
...en particulier dans les MDD

87,5% des références à marque de distributeur (MDD) sont produites par des TPE/PME. Plus l'offre est valorisée (Bio, terroir, innovation) plus les TPE/PME sont sélectionnées par les enseignes pour fabriquer leur MDD

Source: Observatoire FCD-FEEF



2/3
du chiffre d'affaires des MDD est réalisé par des TPE/PME françaises.



Un secteur au cœur de la consommation

Un acteur du quotidien des Français

Plus de 60% des Français se rendent au moins toutes les 2 semaines en hypers et supermarchés. La part d'individus déclarant fréquenter les supermarchés au moins une fois par mois a gagné plus de 10 points entre 2012 et 2017.

Source: Crédoc



75%
des Français préfèrent acheter en magasin par rapport à internet



81%
des consommateurs achètent principalement leurs produits bio en grandes surfaces



Néanmoins, les consommateurs mixent de plus les achats physiques et en ligne

Environ 90% des Français ont déjà fait leurs courses alimentaires en hypers et supermarchés. Parallèlement, en 2017, la part de personnes ayant déjà fait leurs courses sur Internet est passé à 55%, contre 30% en 2010. En France, 26% des web-acheteurs commandent en ligne au moins 1 fois par semaine.

Sources: Enquête OpinionWay – Diebold Nixdorf



71%
estiment que les magasins font des efforts pour s'adapter à leur rythme de vie



Pour plus d'information, voir la Fiche n°1 sur les nouveaux mode de consommation

74%
veulent pouvoir faire leurs courses à n'importe quelle heure



Pour faire face à la concurrence du e-commerce, les magasins doivent se réinventer: nouveaux formats, nouveaux produits, théâtralisation de l'offre, nouveaux services (drive, livraisons, ...).



Ces bouleversements appellent une politique d'égalité des conditions de concurrence entre tous les acteurs du commerce (magasins physiques, e-commerçants français et acteurs transnationaux), notamment sur le plan de la fiscalité.

