

LE COMMERCE DE DETAIL

(Créations pures et reprises)

Les données utilisées pour la réalisation de cette fiche sont issues de l'enquête Sine 2002. Elles portent sur un échantillon de 47 668 entreprises créées ou reprises durant le premier semestre de l'année 2002 et interrogées en septembre 2002. Les réactivations intervenues moins de deux ans après la cessation de l'entreprise ne sont pas prises en compte ici. Par contre les réactivations de plus de deux ans sont intégrées dans les créations pures (cas le plus fréquent) et dans les reprises.

La première vague d'interrogation de cette enquête nous permet de connaître les caractéristiques des entreprises, le profil de leur dirigeant et les modalités de mise en place du projet.

Nous donnons ci-après les principaux résultats issus de l'analyse des données. Les trois premières pages sont consacrées à une synthèse des principaux résultats et les pages suivantes sont réservées à une analyse détaillée par thème. Les chiffres de ce document sont donnés, sauf indication contraire, en pourcentage.

Certaines informations disponibles pour l'analyse de l'enquête SINE sont issues de la base de données SIRENE (renseignements fournis lors de l'immatriculation de l'entreprise). C'est notamment le cas des secteurs d'activités. Le code de l'activité principale et son intitulé exact sont mentionnés en claire sur le questionnaire envoyé aux entreprises. Les dirigeants de ces dernières doivent corriger les éventuelles incohérences constatées sur ces informations.

Le secteur d'activité du commerce de détail concerné par l'analyse proposée dans ce document est le même que celui défini par l'INSEE. Ce secteur d'activité concerne la commercialisation au détail des marchandises ainsi que la réparation d'articles personnels ou domestiques (A noter que la vente au détail et la réparation de véhicules automobiles ne sont pas prises en compte dans ce secteur). Le commerce de détail comprend aussi bien la vente en magasin que la vente hors magasin quelle que soit la surface du magasin de vente (spécialisé ou non spécialisé). Ainsi on recense dans ce secteur d'activité, par exemple, les hypermarchés, les commerces de détail de tabac, de fleurs, de fruits et légumes de meubles ou de textile, les commerces de détails sur éventaires ou la vente par correspondance.

23 % des nouveaux dirigeants interrogés sont des repreneurs. Rappelons que ce chiffre est mal cerné puisqu'il ne tient pas compte des reprises effectuées par rachat de parts sociales et actions.

Pour approcher de façon plus incisive le commerce de détail, tant en création pure (69 % des nouveaux chefs d'entreprise du commerce de détail) qu'en reprise (31 % des nouveaux dirigeants du commerce de détail), nous comparerons d'une part ces deux situations et d'autre part celles-ci avec les créations dans le commerce de gros. L'importance de la reprise dans ce dernier secteur étant faible (11 % des nouveaux dirigeants du commerce de gros), nous ne prendrons en compte que les créations pures du commerce de gros.

Le profil des dirigeants, conjugué avec les exigences induites par les activités de création et de reprise, explique les différences observées.

✓ **En terme de profil**

Les nouveaux chefs d'entreprise du commerce de détail sont plus souvent des femmes que dans l'ensemble des secteurs d'activité. Ils sont plus jeunes (notamment en création), peu diplômés (61 % ont au plus le CAP/BEP), de niveau modeste en terme de qualification professionnelle (67 % étaient employés ou ouvriers). Ces créateurs viennent très souvent du chômage (40 % dont la moitié du chômage de longue durée). Ils diffèrent beaucoup des créateurs de commerce de gros, plus masculins, plus âgés, plus diplômés, nettement plus inscrits dans une expérience professionnelle d'encadrement dans des entreprises plus importantes en taille, et déjà très expérimentés dans la création d'entreprise (40 % ont déjà créé).

✓ **En termes de motivations et d'objectifs poursuivis**

Les créateurs et repreneurs du commerce de détail donnent la priorité au désir d'indépendance et au goût d'entreprendre, voire au repositionnement professionnel pour les créateurs affectés par le chômage, mais avec pour objectif principal de créer et préserver leur emploi. Les créateurs de commerce de gros favorisent davantage le fait de développer une entreprise, s'appuyant plus que les créateurs de commerce de détail sur l'idée nouvelle de produit et de marché et l'opportunité.

✓ **En termes de montage et de fonctionnement dans les premiers mois**

Les créateurs et les repreneurs de commerce de détail s'appuient nettement plus sur leur conjoint (notamment pour co-diriger la reprise), alors que les créateurs de commerce de gros s'appuient plus sur les collègues professionnels, voire l'ex-employeur, et par ailleurs sur la famille (au sens participation financière au projet notamment dans le cadre de « filiales »). Ces partenaires deviennent des associés quand il y a co-direction de l'entreprise. Ces créateurs utilisent plus largement les services extérieurs payants autres que la comptabilité et font fortement appel à l'informatique et à Internet.

En ce qui concerne le financement du projet, les montants investis les plus conséquents sont localisés dans les reprises qui sont de loin les plus bénéficiaires de prêts bancaires (46 % au titre de l'entreprise, 26 % à titre personnel, contre 21 à 26 % et 12 à 16 % pour les autres).

✓ **En terme de profil d'entreprise**

Les commerces de détail ont très majoritairement choisi l'entreprise individuelle comme forme juridique, alors que les créateurs de gros ont choisi la forme sociétale.

Les créateurs de commerce de détail ont par contre peu de salariés au démarrage et peu l'intention d'embaucher ensuite. Ils sont peu liés à des réseaux d'enseignes, alors que les reprises le sont deux fois plus. Ils sont, nous l'avons vu, plus souvent le fait d'un repositionnement professionnel. 35% d'entre eux sont des commerces ambulants expliquant pour partie une clientèle de particuliers de niveau régional voire national.

Les reprises sont nettement plus employeurs au démarrage que les créateurs (39 %) mais en fait, elles le sont moins que la moyenne des reprises (49 %). De plus, elles affichent peu l'intention d'embaucher dans l'année qui suit la reprise, contrairement aux créations de commerce de gros.

Le profil de l'entreprise

Caractéristiques de l'entreprise		Créations pures de commerces de détail	Reprises de commerces de détail	Création pure de commerces de gros
Type de création	Reprise <i>Dont Rachat de l'entreprise au dernier employeur</i> <i>Dont Héritage, donation</i> <i>Dont Rachat d'une entreprise à un tiers</i> <i>Dont Prise en location gérance</i>	0	100 8 18 61 12	0
	Création Nouvelle	100	0	100
Catégorie juridique	Personne physique (ou entreprise individuelle)	64	61	37
	Personne morale (ou société)	36	39	63
Société dont une part du capital social est détenu par une autre société		8	7	14
<i>Lorsque les sociétés partagent leur capital social avec une autre société, elles se répartissent de la façon suivante :</i>				
<i>Moins de 50 % du capital sont détenus par une autre société</i>		37	45	36
<i>Plus de 50 % du capital est détenu par une autre société</i>		63	55	64
Entreprises artisanales		12	18	
Type principal de clientèle	Entreprises et administrations	13	4	51
	Particuliers	87	96	49
Localisation géographique de la clientèle	Locale ou de proximité	55	79	30
	Régionale	24	11	29
	Nationale et Internationale	21	10	41
Lien avec un réseau d'enseignes		9	17	11
	<i>Lorsque les entreprises sont liées à un réseau d'enseignes, elles se répartissent selon les formes de contrats suivantes :</i>			
	<i>Par franchise, coopérative ou chaîne volontaire</i>	61	75	34
	<i>Par concession ou comme agent de marque</i>	39	25	66
Exécution de travaux de sous-traitance		9	7	16
	<i>Lorsque les entreprises exécutent des travaux de sous-traitance, elles se répartissent selon les types d'activité suivants :</i>			
	<i>Activité principale</i>	26	19	40
	<i>Activité annexe</i>	74	81	60
Partage de fonctions avec d'autres entreprises (achat, vente, production, ...)		10	11	19

Caractéristiques de l'entreprise		Créations pures de commerces de détail	Reprises de commerces de détail	Création pure de commerces de gros
Entreprises employant des salariés au démarrage		15	39	20
Nombre de salariés au démarrage de l'entreprise	0 salarié	85	61	80
	1 à 2 salariés	11	25	14
	3 à 5 salariés	2	10	4
	6 à 9 salariés	1	3	2
	10 salariés et plus	1	1	1
Nombre moyen de salariés par entreprise au démarrage		0,37 salarié	1,35 salarié	0,74 salarié
Nombre d'emplois occupés (salariés ou non, y compris celui du dirigeant) au démarrage de l'entreprise	1 à 2 emplois occupés	91	73	86
	3 à 5 emplois occupés	7	19	10
	6 à 9 emplois occupés	1	6	3
	10 emplois occupés et plus	1	2	1
	Nombre moyen d'emplois occupés (salariés ou non y compris celui du dirigeant) au démarrage de l'entreprise		1,54 emploi occupé	2,66 emplois occupés

Les créateurs comme les repreneurs de commerce de détail présentent beaucoup de points communs ; ces derniers sont souvent en opposition avec les créateurs de commerce de gros :

- Les commerces de détail observés sont essentiellement des entreprises individuelles (61 à 64 %) , alors que les créations de commerce de gros sont surtout sous forme de société (63 %). 14 % des créations de commerce de gros se font avec des prises de participation d'autres sociétés à leur capital social. C'est ce qui expliquera la coopération (dans l'une des fonctions clés de l'entreprise) observée avec d'autres entreprises (19 % contre 10 % pour le commerce de détail).
- La clientèle dominante et sa localisation diffèrent : les commerces de détail ont très essentiellement une clientèle dominante de particuliers, et ce d'autant que l'on est en reprise (96 % contre 87 % pour les créations pures), alors que ce type de clientèle ne correspond qu'à la moitié des commerces de gros. En ce qui concerne les reprises, sa localisation est plus marquée par la proximité (79 % contre 55 % pour les créations pures de commerce de détail). La clientèle des commerces de gros est pour sa part à 41 % de niveau national ou international.
- Une caractéristique rapproche les créations pures de commerce de détail et de commerce de gros, celle d'appartenir peu souvent à un réseau d'enseignes (9 et 11 %), avec toutefois une différence forte (les commerces de gros appartenant à un réseau d'enseignes, le sont dans des régimes de concessions ou d'agences de marque, alors que les commerces de détail le sont beaucoup plus en franchise ou en chaîne volontaire). Noter l'importance de l'appartenance à un réseau d'enseignes (17 % des reprises), notamment de franchises ou de chaînes volontaires pour les reprises de commerce de détail.
- Une dernière caractéristique rapproche cette fois les reprises de commerces de détail des créations de commerces de gros : le fait d'avoir des salariés dès le démarrage. Il faut toutefois noter qu'en reprise cette situation habituelle l'est assez peu pour les commerces de détail (plus de la moitié des reprises ont des salariés dès le départ contre 39 % seulement des reprises de commerces de détail).

Le financement du projet

Caractéristiques de l'entreprise		Créations pures de commerces de détail	Reprises de commerces de détail	Création pure de commerces de gros
Moyens financiers nécessaires au démarrage de l'entreprise	Moins de 2 000 €	18	10	17
	2 000 € à 7 999 €	35	17	36
	8 000 € à 15 999 €	18	12	19
	16 000 € à 39 999 €	16	19	14
	40 000 € et plus	13	42	14
Sources de financement du projet	Emprunt bancaire au titre de l'entreprise	26	46	21
	Emprunt bancaire en nom propre du chef d'entreprise	16	26	12
	Autre type d'emprunt (avance remboursable, prêt personnel, ...)	8	7	6
	Apport en capital d'organismes de fonds propres	1	1	2
	Apport en capital d'autres sociétés	2	1	6
	Subventions ou primes	7	4	4

Les créations pures de commerces de détail comme celles de commerces de gros connaissent une grande proximité tant dans les tranches de capitaux initiaux réunis (53 % des créateurs de commerce de détail ont réuni au plus 8 000 € et 53 % de commerce de gros), que dans l'accès aux différents financements (respectivement 26 % de prêt bancaire au titre de l'entreprise pour le commerce de détail contre 21 % pour le commerce de gros). Ce décalage provient-il du fait que les commerces de gros sont plus souvent co-financés par des sociétés qui participent à leur capital social ?

Pour leur part, les reprises de commerces de détail nécessitent beaucoup plus de capitaux initiaux (42 % ont réuni plus de 40 000 €). Ceci explique le co-financement bancaire beaucoup plus fréquent (46 % ont un prêt bancaire au titre de l'entreprise et 26 % à titre personnel).

La mise en place du projet

Caractéristiques de l'entreprise	Créations pures de commerces de détail	Reprises de commerces de détail	Création pure de commerces de gros
Entreprises ayant bénéficié d'un soutien à la mise en place du projet	48	62	47
<i>Lorsque les entreprises bénéficient d'un soutien, elles ont recours aux soutiens des personnes et des organismes suivants :</i>			
<i>Le conjoint</i>	45	62	32
<i>Un autre membre de la famille</i>	33	27	47
<i>Un ancien collègue (y compris l'ancien employeur)</i>	5	6	13
<i>Un organisme de soutien à la création d'entreprise</i>	25	10	13
Conseils utiles à la préparation du projet	70	77	70
<i>Lorsque les entreprises ont bénéficié de conseils utiles, elles ont eu recours aux conseils des personnes et organismes suivants :</i>			
<i>Entourage familial ou personnel</i>	49	49	42
<i>Entourage professionnel</i>	17	18	32
<i>Conseillers professionnels</i>	19	30	23
<i>Organismes de soutien à la création d'entreprise</i>	30	16	17
Suivi d'une formation particulière	22	29	15
<i>Lorsque les chefs d'entreprise ont suivi une formation particulière, ils ont bénéficié des types de formation suivants :</i>			
<i>Formation à la demande du chef d'entreprise</i>	58	32	63
<i>Formation obligatoire</i>	42	68	37
Démarrage de l'entreprise facilité par des relations professionnelles	44	45	56
<i>Lorsque le démarrage de l'entreprise a été facilité par des relations professionnelles, les relations sont les suivantes :</i>			
<i>Un ou plusieurs fournisseurs</i>	74	67	64
<i>Un ou plusieurs clients</i>	32	23	47
<i>Entreprise qui employait précédemment le chef d'entreprise</i>	11	30	17

Les repreneurs de commerce de détail sollicitent davantage d'appui pour préparer leur reprise, notamment auprès du conjoint. Les créateurs, pour leur part moins demandeurs d'appui, sollicitent aussi leur conjoint mais plus modérément, tout en cherchant appui auprès de leur famille et auprès d'un organisme d'accompagnement à la création d'entreprise.

Les créateurs de commerce de gros sollicitent davantage leur famille (qui peut participer au capital social de l'entreprise), et leurs anciens collègues et employeur, que le font les nouveaux dirigeants de commerce de détail. Ces derniers sont aussi nettement plus aidés au démarrage par leurs clients.

Le fonctionnement de l'entreprise

Caractéristiques de l'entreprise	Créations pures de commerces de détail	Reprises de commerces de détail	Création pure de commerces de gros
Personnes, autres que le chef d'entreprise, participant à la direction de l'entreprise	24	34	30
<i>Lorsque des personnes participent à la direction de l'entreprise, les chefs d'entreprise ont l'appui des personnes suivantes :</i>			
<i>Le conjoint</i>	45	58	25
<i>Un autre membre de la famille</i>	17	22	32
<i>Un ou plusieurs autres associés</i>	39	22	58
Utilisation de services extérieurs payants	37	41	55
<i>Lorsque les entreprises utilisent des services extérieurs payants, elles ont recours aux services extérieurs suivants :</i>			
<i>Gestion</i>	12	21	14
<i>Transport, stockage, logistique</i>	29	19	41
<i>Nettoyage</i>	12	28	10
<i>Vente</i>	5	2	9
<i>Publicité</i>	65	53	34
<i>Autres services</i>	16	15	15
Utilisation d'un micro-ordinateur dans l'entreprise	49	49	78
Accès à Internet	43	37	67
<i>Lorsque les entreprises ont accès à Internet, elles l'utilisent dans les lieux suivants :</i>			
<i>Accès sur le lieu de travail</i>	58	57	75
<i>Accès au domicile du chef d'entreprise</i>	60	61	50
Motivations à l'utilisation d'Internet pour les personnes qui y ont accès			
Recherche ou échange d'informations	77	75	77
Envoi et consultation de courriers électroniques	70	62	78
Passation de commandes	32	33	30
Recherche de marchés	31	14	38
Existence d'un Site Internet pour l'entreprise	13	7	19
<i>Lorsque les entreprises possèdent un site Internet, elles l'utilisent pour les raisons suivantes :</i>			
<i>Présenter l'entreprise</i>	86	90	89
<i>Vendre en ligne</i>	31	19	23

Les nouveaux chefs d'entreprise du commerce de détail dirigent habituellement seuls. Quand ils co-dirigent, c'est surtout avec le conjoint, notamment en reprise. Dans le commerce de gros, la co-direction pas plus fréquente que dans les reprises du commerce de détail se fait essentiellement avec des associés voire la famille, manifestant des alliances fort différentes.

Les nouveaux dirigeants du commerce de gros sont, de par leur activité et de par leur profil, plus enclins à solliciter des services extérieurs payants, la micro-informatique et Internet.

Le profil du créateur

Caractéristiques de l'entreprise		Créations pures de commerces de détail	Reprises de commerces de détail	Création pure de commerces de gros
Sexe	Homme	63	53	77
	Femme	37	47	23
Age	Moins de 25 ans	9	5	6
	25 – 29 ans	14	10	10
	30 – 34 ans	17	20	16
	35 – 39 ans	18	20	17
	40 – 44 ans	16	15	15
	45 – 49 ans	12	12	13
	50 ans et plus	14	18	23
Age moyen du nouveau chef d'entreprise		37,9 ans	39,3 ans	40,5 ans
Nationalité	Française	90	90	88
	Ressortissant étranger d'un pays de l'Union Européenne	3	3	6
	Ressortissant étranger d'un pays hors de l'Union Européenne	7	7	6
Niveau de diplôme	Pas de diplôme, CEP ou BEPC	37	31	25
	CAP / BEP	24	29	17
	Baccalauréat (général, technique ou professionnel)	19	17	24
	Diplôme supérieur au Baccalauréat	20	23	34
Niveau d'étude pour les nouveaux dirigeants ayant au moins un diplôme de niveau Bac + 2	Niveau Bac + 2	47	34	44
	Niveau Bac +3 et Bac + 4	30	18	25
	Niveau Bac + 5 et plus	23	48	31
Statut professionnel du chef d'entreprise avant la création / reprise de l'entreprise	Indépendant, à son compte	11	16	12
	Chef d'entreprise salarié, PDG,...	8	6	15
	Salarié	51	62	55
	Étudiant ou scolaire	3	2	4
	Sans activité professionnelle	27	14	15
Niveau de qualification professionnelle des anciens salariés	Cadres	12	15	27
	Agents de maîtrise, contremaîtres	8	9	9
	Professions intermédiaires	13	9	20
	Employés	52	53	37
	Ouvriers	15	14	6

Caractéristiques de l'entreprise		Créations pures de commerces de détail	Reprises de commerces de détail	Création pure de commerces de gros
Activité durant la période précédant la création / reprise de l'entreprise	En activité	39	61	53
	Au chômage depuis moins d'un an	19	13	18
	Au chômage depuis plus d'un an	21	11	15
	Sans activité professionnelle	21	15	13
Perception de minima sociaux durant la période précédant la création / reprise de l'entreprise		19	6	9
<i>Lorsque les créateurs ont perçu un des minima sociaux, il s'agit de :</i>				
<i>RMI (Revenu Minimum d'Insertion)</i>		72	52	66
<i>ASS (Allocation de Solidarité Spécifique)</i>		28	48	34
Taille de l'entreprise dans laquelle le nouveau chef d'entreprise a acquis son expérience professionnelle	Moins de 10 salariés	53	64	35
	De 10 salariés à 49 salariés	24	18	24
	De 50 salariés à 249 salariés	10	8	11
	250 salariés et plus	13	10	30
Pratique d'une activité identique à celle de l'entreprise créée ou reprise		44	59	44
Durée de l'expérience professionnelle pour les créateurs dont l'activité est identique	Moins de 3 ans	19	15	16
	3 ans à moins de 10 ans	37	39	36
	10 ans et plus	44	46	47
Présence de chefs d'entreprises ou de personnes à leur compte dans l'entourage proche du nouveau chef d'entreprise		64	63	68
Création d'autres entreprises avant celle de 2002		32	25	40

Les profils des dirigeants des créations nouvelles et des reprises du commerce de détail montrent une grande proximité et un net décalage avec les créateurs dans le secteur du commerce de gros :

- Ressemblances en terme de sexe, les femmes sont nombreuses : 47 % en reprise, 37 % en création pure (contre 23 % pour le commerce de gros).
- Proximité quant à l'âge, mais les créateurs du commerce de détail sont encore plus jeunes que les repreneurs de ce secteur. 23 % ont moins de 30 ans contre 15 % pour les reprises. Sans doute doit-on y lire la présence des nombreuses créations dans le commerce ambulancier. Par contre 36 % des créateurs dans le commerce de gros ont au moins 45 ans.

- Proximité quant au niveau de diplôme : 61 % des créateurs et 60 % des repreneurs de commerce de détail ont au plus le CAP/BEP, alors que 58 % des créateurs de commerce de gros sont au moins titulaire du Bac.
- Ressemblance quant à la qualification professionnelle acquise puisque 67 % des créateurs et des repreneurs de commerce de détail étaient employés (très majoritairement) et ouvriers, alors que les créateurs du commerce de gros étaient chefs d'entreprise au moment de la création (27 %). 56 % avaient eu une expérience d'encadrement contre 33 % dans le commerce de détail. Cette expérience avait été acquise pour 41 % d'entre eux dans des entreprises de plus de 50 salariés, alors que les nouveaux dirigeants du commerce de détail viennent essentiellement de très petites entreprises. Noter que 40 % des créateurs dans le commerce de gros ont déjà créé dans le passé contre 25 à 32 % dans le commerce de détail.
- Une différence toutefois entre les créateurs et les repreneurs de commerce de détail : les créateurs viennent beaucoup plus du chômage (40 % dont la moitié d'un chômage de longue durée contre 24 % pour les repreneurs).

Les motivations et les objectifs du créateur

Caractéristiques de l'entreprise		Créations pures de commerces de détail	Reprises de commerces de détail	Création pure de commerces de gros
Motivations à la création de l'entreprise	Idee nouvelle de produit ou de marché	28	12	34
	Désir d'être indépendant	68	67	60
	Goût d'entreprendre	54	56	58
	Opportunité de création ou de reprise	30	58	37
	Exemples réussis d'entrepreneurs dans l'entourage	16	17	14
	Sans emploi, choix de créer ou reprendre une entreprise	34	16	21
	Sans emploi, contraint de créer ou reprendre une entreprise	9	5	7
	Autre raison	15	18	18
Objectif principal	Assurer son propre emploi	59	56	47
	Développer fortement l'entreprise (emploi et investissement)	41	44	53
Durée de vie prévue de l'entreprise	Façon durable (plus de 5 ans)	87	87	86
	Durée limitée	13	13	14
Exercice d'une autre activité		19	13	30
	<i>Lorsque les chefs d'entreprise pratiquent une autre activité, ils se répartissent selon les modes d'activité suivants :</i>			
	<i>Activité salariée</i>	63	58	60
	<i>Activité non salariée</i>	37	42	40
Avenir de l'entreprise dans les 6 mois qui suivent l'enquête	Développer l'entreprise	51	45	62
	Maintenir l'équilibre actuel de l'entreprise	24	42	19
	Redresser une situation difficile	9	5	6
	Fermer l'entreprise	2	1	2
	Vendre l'entreprise	1	2	0
	Ne sait pas	19	11	15
Prévision d'embauche de salariés supplémentaires (en CDI ou CDD) dans les 12 mois qui suivent l'enquête	Embauche prévue	19	15	30
	Pas d'embauche prévue	47	51	38
	Ne sait pas	34	34	32

A nouveau, de fortes ressemblances qualifient les créateurs et les repreneurs de commerce de détail :

- Forte mise en avant du désir d'indépendance et du goût d'entreprendre, sans négliger l'impact fort du chômage pour les créateurs alors que l'idée nouvelle de produit ou de marché est davantage le fait des créateurs de commerce de gros.
- Priorité donnée à la création de son propre emploi alors que les créateurs de commerce de gros privilégient le développement de l'entreprise (objectif affirmé, proposition d'embauche en rapport...), développement qu'ils conjuguent avec des activités complémentaires salariées ou non salariées hors de l'entreprise.