Insee Première

N° 1624

Décembre 2016

Créer une entreprise du commerce

Des investissements initiaux supérieurs à ceux des autres secteurs

En 2014, 108 000 entreprises ont été créées dans le secteur du commerce. Une majorité d'entre elles l'ont été sous le régime d'auto-entrepreneur. Parmi les 51 000 autres entreprises, dénommées classiques, les deux tiers se sont constituées en sociétés. Rapportées à la population, ces nouvelles entreprises classiques s'implantent plus souvent dans le sud du pays, les zones urbaines et les agglomérations de taille moyenne. 39 % d'entre elles disposent à leur lancement d'un site internet et 16 % d'un site de vente en ligne. Si les montants financiers accordés à ces projets sont plus importants dans le commerce, la pérennité à trois ans est la plus basse de tous les secteurs. Par ailleurs, 57 000 entrepreneurs ont choisi le régime d'auto-entrepreneur, mais, parmi les immatriculations du premier semestre, seule la moitié a effectivement débuté son activité avant la fin de l'année. Plus jeunes que les créateurs d'entreprises classiques, les auto-entrepreneurs du commerce investissent en outre des sommes très inférieures pour le lancement de leurs projets.

Corentin Trevien, division Commerce, Insee

En 2014, 108 000 entreprises ont été créées *(définitions)* dans le secteur du commerce, représentant 20 % des créations tous secteurs confondus (hors agriculture). Comme dans les autres secteurs, l'introduction en 2009 du régime d'auto-entrepreneur *(définitions)* a occasionné une vive augmentation des créations d'entreprises, en partie au détriment des autres types d'entreprises *(figure 1)*.

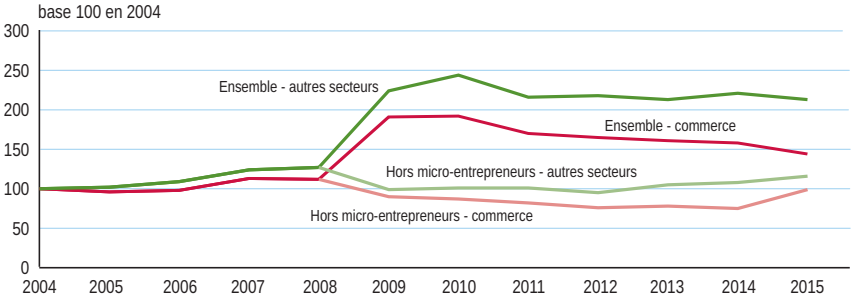
Cependant, en 2015, les créations d'entreprises du commerce sous le nouveau régime de micro-entrepreneur, remplaçant celui d'auto-entrepreneur, sont deux fois moins nombreuses que l'année précédente. Cet important repli, nettement moins marqué dans les autres secteurs, est en partie compensé par les autres créations d'entreprises. En 2014, le régime de l'auto-entrepreneur a été choisi par 57 000 nouvelles entreprises *(encadré)*.

Hors auto-entrepreneurs, les 51 000 entreprises classiques *(définitions)* créées en 2014 dans le commerce se sont constituées en sociétés pour une grande majorité d'entre elles (68 %) ; 52 % appartiennent au commerce de détail, 32 % au commerce de gros et 16 % au commerce et à la réparation d'automobiles et de motocycles. Enfin, elles représentent 8 % du total des entreprises existantes dans le commerce (hors auto-entrepreneurs).

Les entreprises du commerce sont créées plus fréquemment au sud du pays

En 2014, les créations d'entreprises classiques du commerce, rapportées à la population, se font plus souvent dans le sud de la France *(figure 2)*. Ainsi, leur nombre dépasse 10 pour 10 000 habitants dans la

1 Évolution des créations d'entreprises selon le secteur et le régime de 2004 à 2015



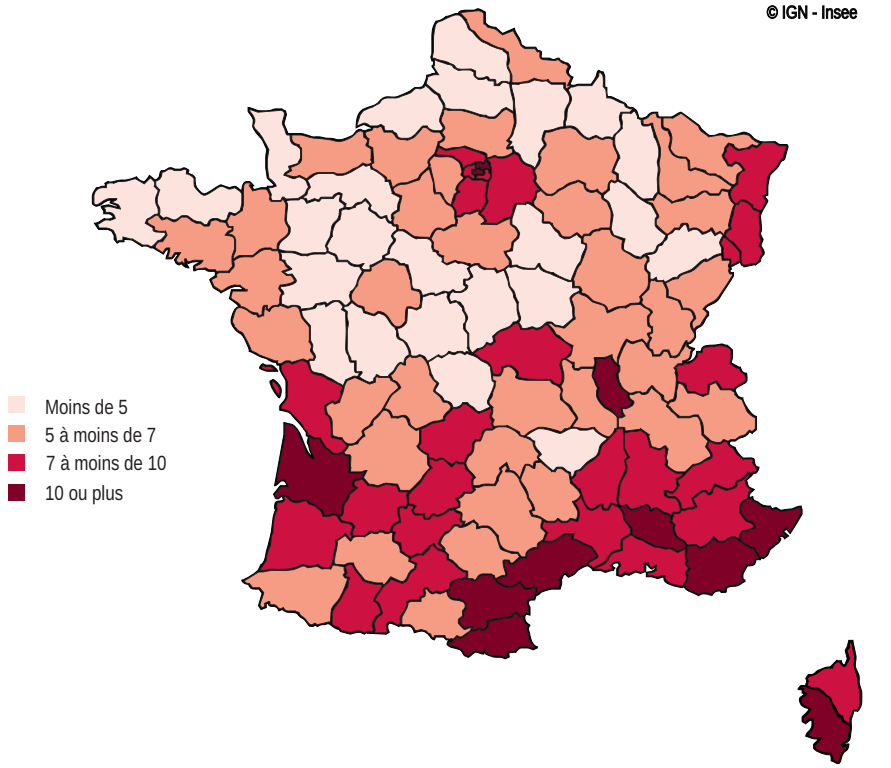
Lecture : en 2015, les créations d'entreprises du commerce tous régimes confondus sont supérieures de 44 % à leur niveau de 2004.

Champ : créations d'entreprises de 2004 à 2015 dans l'ensemble des activités marchandes non agricoles.

Source : Insee, répertoire des entreprises et des établissements (Sirene).

Insee

2 Créations d'entreprises du commerce pour 10 000 habitants en France métropolitaine en 2014



Lecture : en 2014, 10 entreprises ou plus pour 10 000 habitants ont été créées dans le département des Alpes-Maritimes.
Champ : créations d'entreprises du commerce en 2014, hors auto-entrepreneurs.
Source : Insee, répertoire des entreprises et des établissements (Sirene) et recensement de la population.

grande majorité des départements du pourtour méditerranéen alors que la moyenne nationale s'établit à 7. Ces créations sont aussi plus nombreuses dans les unités urbaines moyennes, de 50 000 à 199 999 habitants (9 pour 10 000 habitants). Leur densité est proche de la moyenne métropolitaine dans l'unité urbaine de Paris et franchement inférieure dans les zones rurales (5 pour 10 000 habitants). Le taux de création plus élevé des villes moyennes est accentué dans le commerce de détail, alors qu'il augmente continûment avec la taille de l'unité urbaine dans le commerce de gros. Par ailleurs, les créations en zone urbaine, rapportées à la population, sont relativement plus fréquentes dans les communes de banlieue pour le commerce de gros, et dans les villes-centres ou les communes isolées pour le commerce de détail.

Sept créateurs d'entreprises du commerce sur dix sont des hommes

Les créateurs d'entreprises classiques du commerce ayant lancé leur activité au premier semestre 2014 présentent des profils proches de ceux des autres secteurs. Ainsi, dans le commerce, 17 % ont moins de 30 ans et 23 % ont 50 ans ou plus. De plus, un tiers a déjà créé une autre entreprise dans le passé. Autre point commun, sept créateurs d'entreprises du commerce sur dix sont des hommes. Il existe néanmoins de nettes différences sectorielles. La proportion de femmes dépasse ainsi à peine un dixième dans le commerce et la réparation d'automobiles et de motocycles, un quart dans le commerce de gros, mais s'approche du tiers dans le commerce de détail. Enfin, la création d'un commerce semble être plus souvent l'occasion d'un changement de profession : seulement la moitié des créateurs lancent une entreprise dans la continuité de leur métier principal contre deux tiers dans les autres secteurs.

Les motivations des créateurs d'entreprises classiques du commerce ne diffèrent pas de celles des autres secteurs. Ainsi, les deux motifs les plus cités sont le désir d'être indépendant (53 %) et le goût d'entreprendre (41 %). En revanche, ces créateurs affichent des objectifs plus ambitieux, en lien peut-être avec des montants investis plus importants : quatre sur dix cherchent en priorité à développer leur entreprise plutôt qu'à simplement assurer leur propre emploi, contre trois sur dix dans les autres secteurs. Enfin, 15 % des créations du secteur correspondent à la reprise d'une entreprise déjà existante ou à la prise d'une location gérance.

Un apport financier initial plus important que dans les autres secteurs

En 2014, les projets de créations d'entreprises classiques du commerce lancés au premier semestre mobilisent un investissement financier plus important que dans les autres secteurs *(figure 3)*. En conséquence, la part financée exclusivement par les ressources personnelles, familiales ou des associés est plus faible que dans les autres secteurs (57 % contre 67 %). Un quart des créateurs d'entreprises du commerce n'a rencontré aucun problème particulier lors du lancement de son activité. Les autres déplorent d'abord les formalités administratives (35 %). Du fait sans doute de projets nécessitant plus de ressources financières, les difficultés à obtenir un financement sont plus présentes que dans les autres secteurs (27 % contre 19 %). La recherche d'un local approprié est également plus compliquée dans le commerce (12 % contre 8 %), reflétant probablement l'importance du choix de la localisation pour la réussite d'un magasin. En revanche, la mise en place de contacts avec la clientèle et la fixation des prix semblent moins délicates dans le commerce.

Plus des deux tiers des créateurs classiques du commerce dirigent seuls leur entreprise. Toutefois, ils ont plus souvent recours à des services extérieurs payants que dans les autres secteurs (79 % contre 72 %). C'est le cas notamment pour la comptabilité (73 % contre 67 %) et certaines activités particulièrement stratégiques dans le commerce, comme la publicité (22 % contre 16 %) ou le transport, la livraison, le stockage et la logistique (15 % contre 6 %).

Par ailleurs, 39 % de ces nouvelles entreprises classiques sont dotées d'un site internet, soit une proportion comparable aux autres secteurs, et 16 % disposent d'un site de vente en ligne. La moitié d'entre elles utilisent Internet pour passer des commandes, contre quatre sur dix dans les autres secteurs. L'inscription sur les réseaux sociaux est aussi plus fréquente dans le commerce (37 % contre 28 %).

Un tiers des entreprises ne sont plus actives trois ans après

Après une première interrogation quelques mois suivant le lancement de leur activité, les créateurs d'entreprises sont réinterrogés après trois ans d'activité *(sources)*. Seules 64 % des entreprises classiques du commerce créées au premier semestre 2010 sont toujours actives à la fin de l'année 2013 contre 74 % dans les autres secteurs marchands non agricoles. Le commerce est le secteur où ce taux est le plus bas, mais les différences sont importantes selon le type d'activité. La pérennité est notamment meilleure pour les entreprises du commerce de détail en magasin.

Certaines activités se caractérisent par un niveau élevé de rotation, c'est-à-dire qu'elles conjuguent une pérennité faible avec un taux de création élevé. Dans le commerce de détail en magasin, c'est notamment le cas de l'alimentation générale ou des technologies de l'information et de la communication. Dans le reste du secteur, il s'agit des intermédiaires du commerce de gros, des entreprises du commerce de véhicules automobiles, du commerce de gros non spécialisé ou de la vente à distance. À l'opposé, la rotation des entreprises est faible pour les magasins d'équipement

de la maison, de produits culturels ou de sport. Dans le commerce comme dans les autres secteurs, la préparation du projet et le montant investi améliorent nettement les chances de pérennité. Ainsi, les créateurs (hors auto-entrepreneurs) ayant investi moins de 8 000 euros ont moins de six chances sur dix de voir leur entreprise dépasser le cap des trois ans, contre près de trois chances sur quatre pour ceux ayant investi 80 000 euros ou plus dans leur projet. Les entreprises créées avec l'aide de l'entourage professionnel ou familial, plutôt que seul, sont également plus durables. Enfin, les projets portés par des entrepreneurs changeant de métier perdurent moins fréquemment que ceux des autres.

14 % des créateurs sont affiliés à un réseau d'enseigne

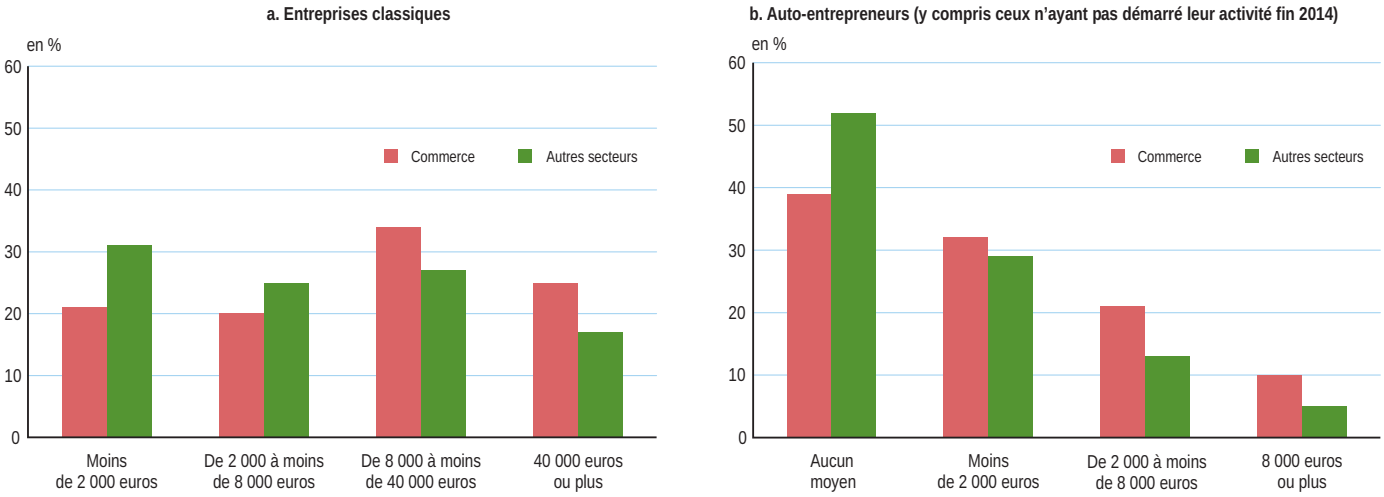
Au cours des trois premières années d'exercice de leur activité, 27 % des créateurs d'entreprises classiques du commerce n'ont rencontré aucune difficulté importante. Pour les autres, les principaux problèmes sont commerciaux (débouché, concurrence) et financiers, respectivement dans 29 et 30 % des cas. Durant cette même période, 70 % ont mis en place des actions commerciales spécifiques, contre 61 % dans les autres secteurs *(figure 4)*. Il s'agit notamment de démarchages ou prospections fréquents (41 %), d'un effort publicitaire important (28 %), d'une mise en concurrence régulière des fournisseurs (21 %) ou d'une forte modification des prix (16 %).

Fait spécifique au commerce, 14 % des créateurs d'entreprises classiques sont affiliés à un réseau d'enseigne. Parmi eux, 55 % estiment que l'appui, les conseils et les services sont le principal avantage de l'appartenance à un réseau, alors que 30 % considèrent qu'il s'agit de l'impact positif sur le chiffre d'affaires. En outre, si pour une moitié d'entre eux, cette affiliation n'entraîne aucune contrainte particulière, un quart déplore la rigidité induite en matière d'obligation d'achat, de respect des règles, de normes ou d'exclusivité, et le dernier quart met en avant des coûts trop élevés. Toutefois, seule une part résiduelle (5 %) souhaite mettre fin à cette collaboration.

Une entreprise nouvelle sur quatre emploie au moins un salarié après trois ans

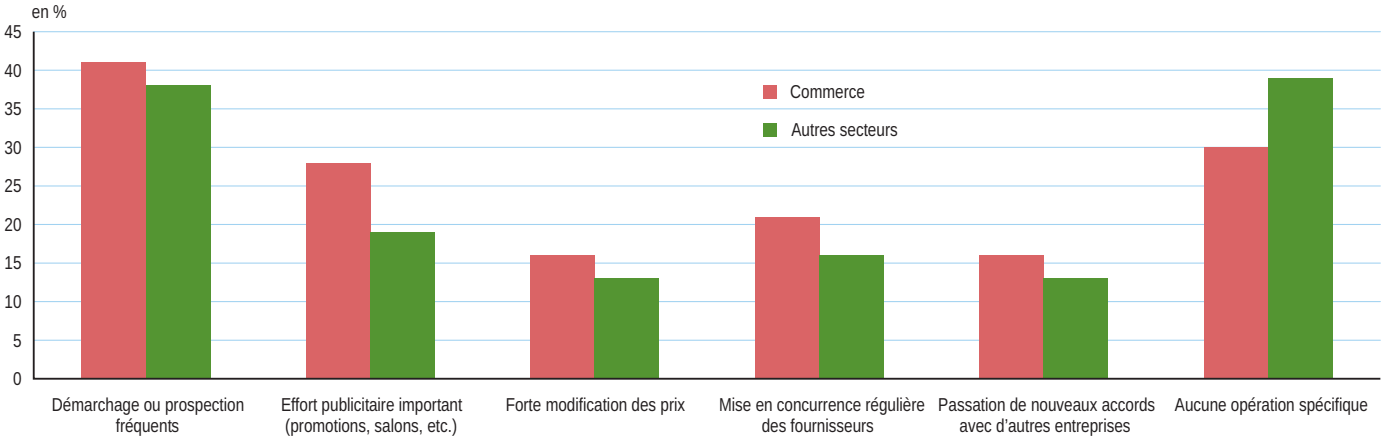
Fin 2013, 44 000 personnes travaillent dans une entreprise classique du commerce créée au premier semestre 2010, dont 23 000 salariés hors chefs d'entreprise. Fin 2010, seules 16 % de ces entreprises employaient un salarié autre que le dirigeant, elles sont 23 % à la fin de l'année 2013. Les effectifs totaux, cumulant salariés et non-salariés, ont diminué de plus de 4 000 personnes, principalement du fait de l'arrêt de l'activité d'un tiers de ces entreprises. En revanche, les effectifs salariés, hors chefs d'entreprise, ont crû de 8 000 personnes. ■

3 Répartition des créateurs d'entreprises selon leurs moyens financiers au démarrage de l'activité en 2014



Lecture : en 2014, 25 % des créateurs d'entreprises du commerce, hors auto-entrepreneurs, ont investi 40 000 euros ou plus dans le lancement de leur activité.
Champ : créations d'entreprises du premier semestre 2014 dans l'ensemble des activités marchandes non agricoles.
Source : Insee, enquêtes Sine et auto-entrepreneurs 2014.

4 Répartition des créateurs d'entreprises, hors auto-entrepreneurs, selon les actions commerciales mises en place au cours des trois premières années d'activité



Lecture : 41 % des créateurs d'entreprises du commerce, hors auto-entrepreneurs, ayant débuté leur activité au premier semestre 2010 ont mis en place un démarchage ou des prospections fréquents auprès de leurs clients au cours de leurs trois premières années d'exercice.
Champ : créations d'entreprises, hors auto-entrepreneurs, du premier semestre 2010 dans l'ensemble des activités marchandes non agricoles.
Source : Insee, enquêtes Sine 2010 et 2013.

Sources

Répertoire des entreprises et des établissements : les statistiques sur les créations d'entreprises proviennent de ce répertoire, issu de Sirene, géré par l'Insee.

Système d'information sur les nouvelles entreprises (Sine) : ce dispositif permet d'analyser le profil du créateur et les conditions de démarrage et de développement des nouvelles entreprises. Tous les quatre ans, une génération d'entreprises créées au cours du premier semestre d'une année donnée est interrogée à trois reprises : quelques mois après la création, puis après trois et cinq ans d'existence. Une enquête spécifique est menée auprès des auto-entrepreneurs, avec un questionnaire adapté aux spécificités de leurs activités.

Définitions

Création d'entreprise : elle correspond à la mise en œuvre de nouveaux moyens de production. Ce concept harmonisé au niveau européen inclut aussi la réactivation d'entreprise après une interruption de plus d'un an et la reprise d'entreprise, s'il n'y a pas continuité entre la situation du cédant et celle du repreneur, en matière d'activité et de localisation. La notion de création d'entreprise dans les enquêtes Sine *(sources)* est un peu plus restrictive. En effet, sont exclues les entreprises ayant vécu moins d'un mois et les « activations économiques » correspondant à des immatriculations dans le système informatisé du répertoire national des entreprises et des établissements (Sirene) avant le 1er janvier de l'année de la génération considérée.

Auto-entrepreneur : ce régime, requalifié micro-entrepreneur depuis le 19 décembre 2014, a été mis en place par la loi de modernisation de l'économie (LME) d'août 2008 et est entré en vigueur au 1er janvier 2009. Il offre des formalités de création d'entreprises allégées ainsi qu'un mode de calcul et de paiement simplifié des cotisations sociales et de l'impôt sur le revenu.

Entreprise classique : ce terme désigne les entreprises n'étant pas immatriculées sous le régime de l'auto-entrepreneur.

Six auto-entrepreneurs du commerce sur dix dans la vente au détail hors magasin

Parmi les auto-entrepreneurs du commerce immatriculés au premier semestre 2014, la moitié seulement a effectivement démarré son activité avant la fin de l'année, contre plus de six sur dix dans les autres secteurs. Au sein des créateurs d'entreprises ayant débuté une activité, la part des auto-entrepreneurs est similaire dans le commerce et dans les autres secteurs. Elle est majoritaire dans la vente à distance, à domicile ou par automate (six nouvelles entreprises sur dix), et plus encore dans la vente sur éventaires et marchés (huit sur dix).

Les auto-entrepreneurs sont généralement plus jeunes et le commerce ne fait pas exception ; dans le secteur, 32 % d'entre eux ont moins de 30 ans contre 17 % pour les créateurs d'entreprises classiques. Mais, à la différence des autres secteurs, la répartition hommes-femmes est similaire à celle des entreprises classiques. Les changements de profession semblent par ailleurs encore plus fréquents : dans six cas sur dix, les auto-entrepreneurs du commerce n'exercent pas leur métier principal, contre la moitié dans les autres secteurs.

Une très grande majorité des auto-entrepreneurs du commerce (66 %) n'aurait pas fondé d'entreprise sans l'existence du régime : ceci explique l'augmentation massive des créations d'entreprises après 2009. Ils apprécient notamment la simplicité et la rapidité de l'inscription (69 %), du paiement des charges (51 %) et de la gestion comptable (47 %). En revanche, 39 % d'entre eux regrettent que les investissements, la TVA et les charges ne soient pas déductibles du chiffre d'affaires.

Dans le commerce comme dans les autres secteurs, les moyens financiers investis au lancement de l'activité sont bien plus réduits pour les auto-entrepreneurs que pour les autres entreprises nouvelles *(figure 3)*. Le recours à l'emprunt est rare et concerne une création sur vingt. Les auto-entrepreneurs du commerce investissent cependant plus dans leur projet que ceux des autres secteurs. Cela peut être lié au fait que ces projets correspondent, dans six cas sur dix, à l'activité principale du créateur contre seulement la moitié dans les autres secteurs. Logiquement, la durée mensuelle consacrée à l'entreprise est plus importante dans le commerce. Inférieure à 35 heures pour 32 % des auto-entrepreneurs, elle dépasse 140 heures pour 28 % (contre respectivement 42 % et 21 % dans les autres secteurs). Autre spécificité des auto-entrepreneurs du commerce, 28 % d'entre eux exercent une activité non sédentaire contre 6 % dans les autres secteurs, probablement en lien avec le développement important du régime dans la vente sur éventaires et marchés. Seuls 23 % exercent leur activité chez le client contre 45 % dans les autres secteurs. La proportion des auto-entrepreneurs exerçant à domicile est en revanche similaire (39 %).

Parmi les auto-entrepreneurs du commerce immatriculés au premier semestre 2010, moins de la moitié n'a jamais démarré d'activité tandis que trois sur dix ont démarré une activité sans qu'elle ne perdure trois ans. Seul un quart est toujours actif fin 2013, proportion très inférieure à celle des entreprises classiques, dans le commerce comme dans les autres secteurs. Les montants d'activité dégagés sont souvent très faibles, 42 % réalisent moins de 3 000 euros de chiffres d'affaires au cours de la dernière année d'exercice, contre 34 % dans les autres secteurs. Enfin, les auto-entrepreneurs du commerce déclarent plus fréquemment rencontrer des problèmes durant les trois premières années de leur activité (57 % contre 46 % dans les autres secteurs), le plus souvent d'ordre commercial.

Bibliographie

- Beziau J., Rousseau S. et Mariotte H., « Auto-entrepreneurs immatriculés en 2014 : 54 % de ceux qui démarrent en font leur activité principale », *Insee Première* n° 1615, septembre 2016.
- Richet D. et Thomas S., « Les créateurs d'entreprises en 2014 : moins de chômeurs et des projets plus modestes qu'en 2010 », *Insee Première* n° 1600, juin 2016.
- Richet D., Rousseau S. et Mariotte H., « Auto-entrepreneurs immatriculés en 2010 : trois ans après, 30 % sont encore actifs », *Insee Première* n° 1595, mai 2016.
- Bonnetête F. et Rousseau S., « Les créations d'entreprises en 2015 : net repli des immatriculations de micro-entrepreneurs », *Insee Première* n° 1583, janvier 2016.
- Richet D., « Entreprises créées en 2010 : sept sur dix sont encore actives trois ans après leur création », *Insee Première* n° 1543, avril 2015.

Direction Générale :
18, bd Adolphe-Pinard
75675 PARIS CEDEX 14
Directeur de la publication :
Jean-Luc Tavernier
Rédacteur en chef :
E. Nauze-Fichet
Rédacteurs :
J.-B. Champion, C. Collin, C. Lesdos-Cauhapé, V. Quénechdu, H. Valdelièvre
Maquette : P. Nguyen
Impression : Jouve
Code Sage IP161624
ISSN 0997 - 3192

© Insee 2016

- ***Insee Première*** figure dès sa parution sur le site internet de l'Insee : www.insee.fr/collections-nationales
- Pour recevoir par courriel les avis de parution (50 numéros par an) : http://www.insee.fr/abonnements

Pour vous abonner à ***Insee Première*** et le recevoir par courrier : http://www.webcommerce.insee.fr/liste.php?idFamille=16

Insee
Mesurer pour comprendre