

Les services marchands aux particuliers



Les services marchands aux particuliers

La présente note sur les services marchands aux particuliers est issue du n°1307 de la collection Insee Première, paru en juillet 2010. Les secteurs d'activité considérés comme des services marchands aux particuliers sont les suivants :

- d'une part la restauration de type rapide, les agences de voyages, les agences immobilières, la projection de films cinématographiques, la blanchisserie de détail, la coiffure, les soins de beauté et les autres services personnels,
- et d'autre part, par extension, les cafés-tabacs et débits de boissons, les soins aux défunts et pompes funèbres et les divers services de réparation d'articles personnels et domestiques qui comprennent les chaussures, les articles en cuir, le matériel électronique grand public, les appareils électroménagers, les montres, horloges et bijoux et les autres articles personnels et domestiques.

Les établissements de services marchands aux particuliers sont de plus en plus nombreux

Les établissements de services marchands aux particuliers sont de plus en plus nombreux sur le territoire métropolitain. Entre 1993 et 2008, leur nombre a progressé de 1,2 % en moyenne par an. Faible jusqu'en 2000, la progression a été plus marquée depuis (2,2 % entre 2000 et 2008) et nettement supérieure au rythme de croissance de la population (0,5 % en moyenne annuelle entre 1990 et 2006) et à celui des établissements du commerce de détail (0,9% en moyenne, voir annexe). La restauration rapide et les soins de beauté se sont développés fortement ; le nombre de salons de coiffure s'est accru aussi malgré une présence déjà importante sur le territoire métropolitain. Ce dynamisme reflète celui de la demande. L'évolution du chiffre d'affaires de ces secteurs est, sur la période, proche de celle du nombre d'établissements.

Dans d'autres secteurs, cependant, les disparitions d'établissements n'ont pas été compensées par les créations. Entre 1993 et 2008, une commune sur dix a perdu son dernier débit de boissons. Les services de blanchisserie-teinturerie de détail ont été aussi en repli. Il en a été de même pour la plupart des services de réparation qui semblent de moins en moins attractifs face aux prix des biens neufs. Enfin, la concentration des salles dans les établissements multiplex a provoqué la disparition de nombreux cinémas.

■ Croissance comparée du nombre d'établissements de services marchands aux particuliers entre les décennies 1990 et 2000

<i>Évolution annuelle en %</i>	1993-2000	2000-2008
Débits de boissons et cafés-tabacs	-2,7	-2,5
Blanchisseries-teintureries de détail	-1,6	-1,9
Réparation d'articles personnels et domestiques	-0,5	-1,0
Cinémas	-1,6	-0,7
Coiffeurs	1,0	1,1
Pompes funèbres	3,3	1,6
Agences de voyages	3,7	2,3
Autres services personnels	0,3	4,7
Agences immobilières	-1,6	5,1
Restauration rapide	9,8	6,4
Soins de beauté	2,4	7,6
Ensemble	0,2	2,2

Champ : France métropolitaine

Source : Insee, Répertoire des entreprises et des établissements Sirene 1993, 2000, 2008

Sur le tableau qui précède, les secteurs ont été classés par ordre décroissant selon l'évolution du nombre d'établissements entre 2000 et 2008. Le nombre d'établissements dans le secteur des soins de beauté a progressé de 2,4 % entre 1993 et 2000 et de 7,6 % entre 2000 et 2008. Pour l'ensemble des secteurs, les tendances positives ou négatives observées entre 1993 et 2000 se sont prolongées entre 2000 et 2008 sauf pour les agences immobilières.

Des équipements qui jusqu'à présent caractérisaient la ville se développent dans le rural

L'implantation des établissements de services marchands s'est fortement accrue dans l'espace à dominante rurale qui bénéficie ainsi en 2008 d'un maillage plus serré qu'en 1993.

Avec 1 % en moyenne annuelle entre 1993 et 2008, la croissance du nombre d'établissements par habitant y a été plus forte que dans l'espace à dominante urbaine où elle n'a été que de 0,6 %. Le nombre d'agences immobilières par habitant a crû cinq fois plus vite en moyenne annuelle dans l'espace rural que dans l'espace urbain. Pour les agences de voyages, les autres services personnels, ou la coiffure, la croissance annuelle moyenne a été au moins deux fois plus forte dans le rural. Les pompes funèbres, ouvertes à la concurrence depuis 1993, se sont aussi particulièrement développées dans l'espace rural. Seuls les restaurants rapides ont davantage progressé dans l'urbain que dans le rural.

À l'inverse, l'espace à dominante rurale a mieux su préserver ses services que l'espace à dominante urbaine : dans les secteurs qui perdent des établissements, le recul y a été plus faible.

■ Croissance comparée de 1993 à 2008 entre le rural et l'urbain du nombre d'établissements pour 10 000 habitants

Évolution annuelle en %	Urbain	Rural
Débits de boissons et cafés-tabacs	-3,1	-3,1
Blanchisseries-teintureries de détail	-2,4	-1,5
Cinémas	-1,7	-1,1
Réparation d'articles personnels et domestiques	-1,4	-0,7
Coiffeurs	0,4	0,8
Agences immobilières	0,9	4,6
Pompes funèbres	1,4	3,4
Autres services personnels	1,7	4,5
Agences de voyages	2,0	5,9
Soins de beauté	4,4	5,8
Restauration rapide	7,5	6,1
Ensemble	0,6	1,0

Champ : France métropolitaine.

Sources : Insee, Répertoire des entreprises et des établissements Sirene 1993, 2008, Recensements de la population 1990 et 2006.

L'espace rural tend à être aussi bien équipé que l'espace urbain

En 2008, rapportés à la population, il y avait autant de cinémas en zone rurale qu'en zone urbaine et davantage de cafés, de services de pompes funèbres et de coiffeurs. En revanche, les agences immobilières et restaurants rapides, et dans une moindre mesure les agences de voyages ou les blanchisseries teintureries de détail ont été, rapportées à la population, davantage implantés en zone urbaine qu'en zone rurale.

■ Nombre d'établissements de services pour 10 000 habitants en 2008

<i>Pour 10 000 habitants</i>	Ensemble	Espace à dominante urbaine	Espace à dominante rurale
Pompes funèbres	1,0	0,9	1,5
Débites de boissons et cafés-tabacs	5,8	5,2	8,2
Cinémas	0,2	0,2	0,2
Coiffeurs	10,7	10,4	12,2
Autres services personnels	3,0	3,0	2,6
Réparation d'articles personnels et domestiques	2,7	2,8	2,3
Soins de beauté	3,0	3,1	2,5
Agences immobilières	9,7	10,1	7,7
Blanchisseries-teintureries de détail	1,9	2,0	1,5
Restauration rapide	6,1	6,4	4,5
Agences de voyages	1,4	1,5	0,7
Ensemble	45,4	45,8	43,9

Champ : France métropolitaine.

Sources : Insee, Répertoire des entreprises et des établissements SIRENE 2008, Recensement de la population 2006.

Les services préfèrent les villes-centres

Les villes-centres (1) des pôles urbains et ruraux sont les espaces les mieux équipés en services : 68 établissements pour 10 000 habitants en 2008, soit un taux deux fois plus élevé que celui des banlieues et couronnes des pôles. L'écart est particulièrement marqué pour les services les plus rares. Ainsi, les cinémas y sont cinq fois plus nombreux que dans les banlieues et couronnes, les agences de voyages y sont trois fois plus présentes. Qu'elles appartiennent à la zone urbaine ou à la zone rurale, les couronnes et banlieues sont, en proportion de leur population, moins bien loties que les centres, et leurs habitants doivent souvent se rendre dans les villes-centres pour accéder aux services les plus rares.

En 1993, les villes-centres des pôles ruraux ne comptaient que 53 établissements pour 10 000 habitants contre 63 dans les villes-centres des pôles urbains. En 2008, elles étaient autant équipées que leurs homologues urbaines. Au sein de l'espace rural, ce sont elles qui ont le plus bénéficié de l'augmentation du nombre d'établissements de services par habitant, avec une évolution annuelle de + 1,6 % entre 1993 et 2008 : fort développement des agences immobilières (+ 4,7 %) et moindre recul des débits de boissons et cafés-tabacs (- 1,7 %). Les villes-centres des pôles ruraux ont aussi mieux préservé leurs services de réparation de chaussures (- 3,7 %), de matériel électronique grand public (- 1,3 %) et leurs blanchisseries de détail (- 1,2 %). Depuis 1993, l'écart d'équipement entre les villes-centres des pôles et leur périphérie s'est ainsi accentué dans l'espace rural alors qu'il s'est légèrement réduit dans l'espace urbain.

(1) A noter qu'une ville-centre est une commune d'un pôle urbain ou rural représentant plus de 50 % de la population du pôle. Les communes du pôle qui ne sont pas villes-centres en constituent la banlieue.

En zone rurale isolée, plus de débits de boissons et de coiffeurs

Les communes rurales isolées sont en moyenne mieux équipées que les banlieues et couronnes des pôles avec 36,5 services pour 10 000 habitants mais ne bénéficient pas de la proximité des grandes villes pour accéder aux services les plus rares (cinémas, agences de voyages...). Cet espace rural isolé, qui concentre en moyenne 10 % des établissements en 2008 et 12,5 % de la population métropolitaine, se caractérise par une forte hétérogénéité de présence des équipements de services. Alors qu'il concentre 17 % des débits de boissons et cafés-tabacs, seules 4 % des agences de voyages s'y trouvent. Déjà très nombreux en 1993, les coiffeurs y sont toujours surreprésentés en 2008 avec 13 % des établissements. Les services funéraires se sont aussi particulièrement implantés dans cet espace qui regroupe 14 % des établissements en 2008 contre 11 % en 1993. Bien que l'espace rural isolé reste sous-équipé pour les autres services aux particuliers, il a profité de l'essor des agences immobilières, des soins de beauté et des autres services personnels. Ainsi, il regroupe en moyenne 8 % des agences immobilières contre 5 % en 1993. Les restaurants rapides, en revanche, ont préféré s'implanter ailleurs. Cet espace concentre 7 % des restaurants rapides en 2008 contre 10 % en 1993.

■ Nombre d'établissements de services marchands pour 10 000 habitants en 2008

<i>Pour 10 000 habitants</i>	Ville-centre du pôle urbain	Ville-centre du pôle rural	Banlieue et couronne du pôle urbain	Banlieue et couronne du pôle rural	Rural isolé
Réparation d'articles personnels et domestiques	4,1	4,5	2,2	1,7	1,6
Restauration rapide	10,7	7,6	4,3	4,4	3,4
Agences de voyages	2,9	1,4	0,8	0,7	0,5
Agences immobilières	15,0	12,7	7,6	6,8	6,1
Cinémas	0,4	0,5	0,1	0,1	0,1
Blanchisseries-teintureries de détail	3,1	3,6	1,4	0,9	0,8
Coiffeurs	13,7	16,9	8,7	9,0	10,9
Soins de beauté	4,2	4,6	2,6	1,6	1,8
Autres services personnels	4,2	3,8	2,5	2,2	2,2
Débits de boissons et cafés-tabacs	8,1	9,5	3,7	5,8	8,0
Pompes funèbres	1,1	2,8	0,8	0,7	1,1
Ensemble	67,5	67,9	34,6	33,8	36,5

Champ : France métropolitaine.

Sources : Insee, Répertoire des entreprises et des établissements SIRENE 2008, Recensement de la population 2006.

L'accès aux services marchands dans l'espace rural progresse

Pour la plupart des services, la distance d'accès de la population des zones rurales aux établissements de services marchands s'est réduite entre 1993 et 2008. Les services de coiffure sont les plus rapidement accessibles dans l'espace à dominante rurale : 86 % de la population se trouve à moins de 5 km d'un coiffeur. Les débits de boissons et cafés-tabacs maillent eux aussi encore finement le territoire, même si leur nombre a diminué depuis 1993 : 78 % des habitants des zones rurales trouvent un débit de boissons ou un café à moins de 5 km de leur commune de résidence. En 2008, les deux tiers des habitants des zones rurales ont une agence immobilière à moins de 5 km de leur commune de résidence, contre un sur deux en 1993. Les services de soins de beauté et autres services personnels sont moins nombreux sur le territoire mais plus de la moitié des habitants des zones rurales y accèdent à moins de 5 km de leur domicile en 2008, soit une progression de près de 20 points depuis 1993.

■ Part de la population située à moins de 5 km des équipements dans l'espace à dominante rurale

en %	1993	2008
Coiffeurs	82	86
Débits de boissons et cafés-tabacs	86	78
Agences immobilières	47	68
Soins de beauté	36	55
Autres services personnels	37	54
Restauration rapide	35	54
Réparation d'articles personnels et domestiques	51	50
Pompes funèbres	30	43
Blanchisseries-teintureries de détail	46	41
Agences de voyages	13	23
Cinémas	12	10

Champ : France métropolitaine.

Sources : Insee, Répertoire des entreprises et des établissements SIRENE 1993 et 2008, Recensements de la population 1990 et 2006 ; Inra UMR1041 CESAER, Distancier Odomatrix.

Annexe

Les services marchands aux particuliers se développent plus rapidement que le commerce de détail

Entre 2000 et 2008, alors que les établissements de services marchands aux particuliers augmentaient en moyenne de 2,2% par an, ceux du commerce de détail connaissaient une évolution bien moindre de 0,9%

■ **Croissance du nombre d'établissements du commerce de détail durant la décennie 2000**

en %	200-2008
Établissements alimentaires et non spécialisés	+0,7
Établissements spécialisés non alimentaires	+0,8
Commerces hors magasins (1)	+1,2
Ensemble	+0,9

(1) Événails, marchés, vente à distance, vente à domicile, autres

Source Sirène – IFLS

Ce sont les commerces hors magasins, au plus proche des particuliers (marchés, vente à distance ou à domicile) qui se sont le plus développés durant les années 2000, une rupture par rapport à l'évolution des années 1980 et 1990 durant lesquelles le commerce en magasin avait connu un grand essor au détriment du commerce dit non sédentaire.

■ **Nombre d'établissements de commerce de détail pour 10 000 habitants**

Pour 10 000 habitants	France entière - 2008
Établissements alimentaires et non spécialisés	12,3
Établissements spécialisés non alimentaires	35,6
Commerces hors magasins (1)	15,9
Ensemble	64,1

(1) Événails, marchés, vente à distance, vente à domicile, autres

Source Sirène – IFLS

La comparaison des densités des établissements pour 10 000 habitants fait ressortir le poids relativement important des services marchands aux particuliers qui représentent 70% du commerce de détail. On compte en France plus de coiffeurs ou d'agences immobilières que de commerces alimentaires ou non spécialisés.



Afresco

Association Française de Recherches et
Études Statistiques Commerciales

46 rue de Clichy 75009 PARIS
Tél. 01 48 74 32 80 – Fax 01 40 16 90 20
n° SIRET : 303 026 371 000