



Liberté • Égalité • Fraternité  
RÉPUBLIQUE FRANÇAISE

MINISTÈRE DES PETITES  
ET MOYENNES ENTREPRISES,  
DU COMMERCE, DE L'ARTISANAT  
ET DES PROFESSIONS LIBÉRALES



PME/TPE en bref

N° 21 Janvier 2007

Direction du commerce,  
de l'artisanat, des  
services et des  
professions libérales  
3-5, rue Barbet de Jouy  
75353 - Paris 07 SP.  
Tél. : 01.43.19.24.24

<http://www.pme.gouv.fr>

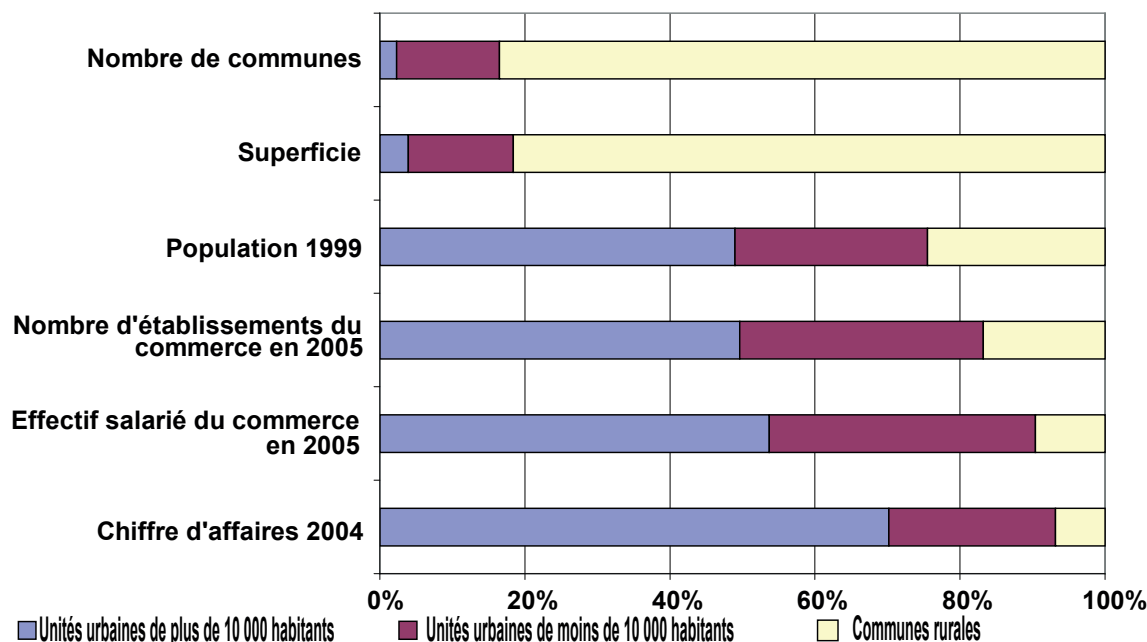
PME/TPE en bref,  
Directeur de la  
publication :  
Jean-Christophe Martin  
Conception graphique :  
Gilles Deketelaere.  
- ISSN 0183-0988 -

# LE COMMERCE DANS LES COMMUNES RURALES : UN NOUVEAU VISAGE ?

Depuis 1999, la croissance démographique s'est déployée au-delà des villes et a été plus forte que par le passé dans les communes rurales <sup>(1)</sup>. Cette tendance, souvent illustrée par les « rurbains » qui ont quitté les villes pour la campagne, n'a pas été suivie par un développement de l'offre rurale en matière de commerce de détail et de services de proximité <sup>(2)</sup>. L'implantation de ces établissements reste fortement concentrée dans les unités urbaines et le nombre de magasins dans les communes rurales n'a globalement pas augmenté. La structure du commerce rural a cependant changé. L'activité des magasins s'est consolidée et des spécificités sectorielles semblent apparaître. Les communes rurales ont attiré beaucoup d'activités nécessitant une grande surface de vente. On compte ainsi désormais davantage de supermarchés et d'hypermarchés, de magasins de bricolage ou de meubles et d'équipement du foyer dans le rural. Mais les communes rurales subissent un plus fort déclin d'une partie de leurs commerces de proximité : moins de supérettes et d'alimentations, moins de débits de boissons. Un nouveau visage du commerce rural ou un nouveau visage du rural ?

Les 30 644 communes rurales métropolitaines couvrent 82% de la superficie du territoire et regroupent 25% de la population. Ce phénomène de concentration de la population dans les unités urbaines se traduit économiquement par un phénomène de concentration, plus marqué encore, de l'implantation commerciale en milieu urbain (cf. Graphique 1). Ainsi, si un habitant sur quatre habite une commune rurale, on ne compte qu'un établissement commercial métropolitain sur six et un salarié sur dix dans les communes rurales.

**Graphique 1 : Superficie, population, économie du commerce de détail et des services de proximité : le poids des communes rurales**



Source : Insee-Sirene 2005, Insee-DGI 2004, Insee-Recensement de la population 1999, exploitation DCASPL

Entre 1990 et 1999, la croissance démographique s'était faite de façon comparable dans les petites unités urbaines et dans les communes rurales (cf. Tableau 1). Depuis 1999, d'après les premiers résultats des enquêtes de recensement de 2004 et 2005 de l'Insee <sup>(3)</sup>, la croissance démographique s'étend de plus en plus loin des villes. Ainsi, le rythme de croissance de la population des communes rurales a doublé depuis 1999.

<sup>(1)</sup> Cf. définitions dans l'encadré « Pour en savoir plus » en page 4

<sup>(2)</sup> Cf. contour du champ étudié dans l'encadré « Pour en savoir plus » en page 4

<sup>(3)</sup> Insee Première n°1058, janvier 2006 : Enquêtes annuelles de recensement 2004 et 2005, B. Morel et P. Redor

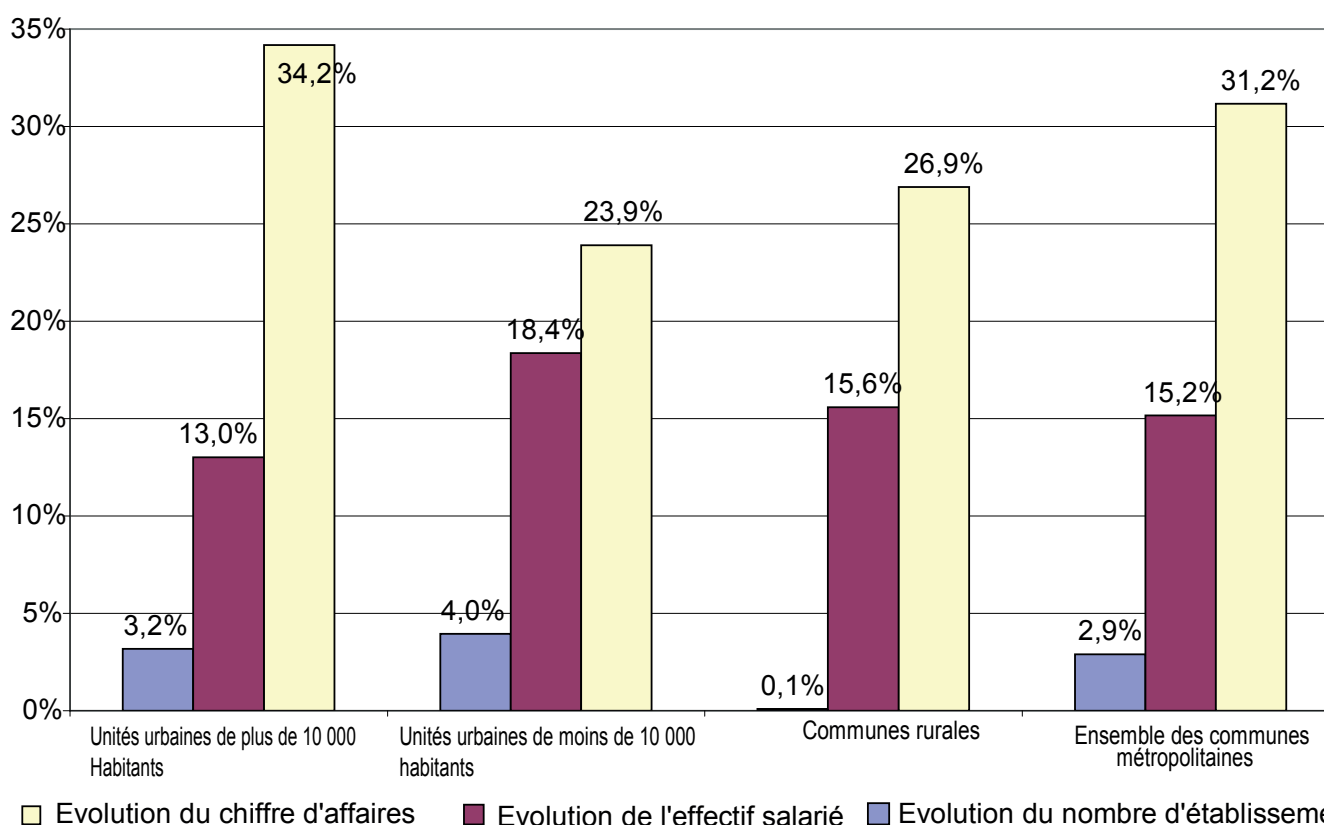
**Tableau 1 : Croissance de la population selon le type de commune**

	Evolution population 1990/1999	Evolution annuelle moyenne de la population entre 1990 et 1999	Evolution annuelle moyenne de la population depuis 1999
Unités urbaines de plus de 10 000 habitants	1,8%	0,2%	-
Unités urbaines de moins de 10 000 habitants	5,5%	0,6%	0,7%
Communes rurales	4,2%	0,4%	1,1%
Ensemble	3,4%	0,4%	-

Source : Insee-Recensement de la population 1999, enquêtes de recensement 2004-2005, exploitation DCASPL

Pour autant, la démographie commerciale n'a pas suivi cette tendance. Depuis 2000, le nombre d'établissements est resté globalement stable dans les communes rurales (+0,1%), alors qu'il a augmenté de 2,9% dans l'ensemble des communes (cf. Graphique 2). Cette croissance a donc avant tout bénéficié aux unités urbaines, et en premier lieu à celles de moins de 10 000 habitants.

**Graphique 2 : L'évolution du commerce de détail et des services de proximité entre 2000 et 2005 dans les communes métropolitaines**



Source : Insee-Sirene 2005, Insee-DGI 2004, Insee-Recensement de la population 1999, exploitation DCASPL

Ainsi, la croissance la plus dynamique en terme d'implantation et d'emploi salarié a eu lieu dans les petites unités urbaines. Pourtant, c'est dans les grandes unités urbaines que le chiffre d'affaires a le plus augmenté. Si le nombre d'établissements ne s'y est pas développé à l'instar du reste des communes, le commerce rural a toutefois bénéficié, globalement, d'une croissance de son chiffre d'affaires et de l'emploi salarié.

Ces évolutions récentes ont modifié les caractéristiques du commerce rural qui reste structurellement plus petit, en terme de taille et de niveau d'activité, qu'en milieu urbain. Mais depuis 2000, l'effectif salarié moyen par établissement a progressé plus fortement dans les communes rurales qu'ailleurs (cf. Tableau 2). En outre, en matière d'activité, l'écart s'est réduit entre l'établissement moyen implanté en milieu rural et celui implanté dans une petite unité urbaine.

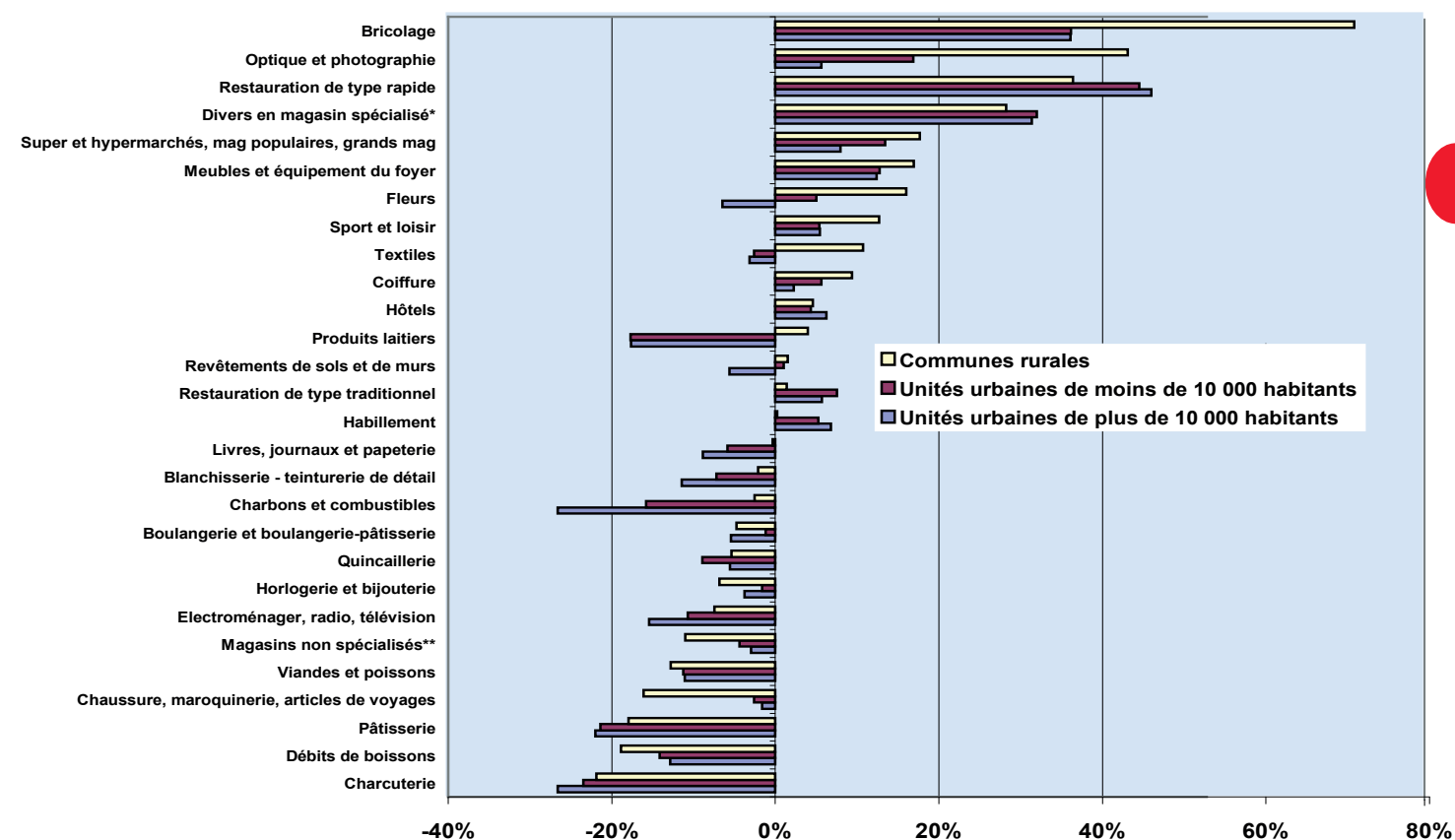
**Tableau 2 : portrait de « l'établissement moyen » du commerce de détail et des services de proximité selon le type de commune**

	Nombre moyen de salariés par établissement			Chiffre d'affaires hors taxes moyen par établissement (en milliers d'euros)		
	2000	2005	évolution	1999	2004	évolution
Unités urbaines de plus de 10 000 habitants	3,6	3,9	9,5%	608,3	791,1	30,1%
Unités urbaines de moins de 10 000 habitants	3,5	3,9	13,9%	321,8	383,5	19,2%
Communes rurales	1,8	2,1	15,5%	179,9	228,0	26,8%
<b>Ensemble</b>	<b>3,2</b>	<b>3,6</b>	<b>11,9%</b>	<b>439,1</b>	<b>559,8</b>	<b>27,5%</b>

Source : Insee-Sirene 2005 et 2000, Insee-DGI 2004 et 1999, Insee-Recensement de la population 1999, exploitation DCASPL

La croissance démographique du commerce n'a globalement pas eu lieu dans les communes rurales, mais l'activité des établissements qui se sont maintenus s'est consolidée. Par ailleurs, l'évolution, au niveau sectoriel, du nombre d'établissements dans les communes rurales se distingue de l'évolution générale (cf. Graphique 3).

**Graphique 3 : évolution entre 2000 et 2005 du nombre d'établissements du commerce de détail et des services de proximité selon le type de commune et par secteur d'activité**



Source : Insee-Sirene 2005 et 2000, Insee-Recensement de la population 1999, exploitation DCASPL

Les communes rurales subissent un déclin plus fort que les unités urbaines pour certaines activités de proximité. Ainsi, le commerce de chaussure, de maroquinerie et d'articles de voyage perd davantage d'établissements qu'en milieu urbain, et son chiffre d'affaires chute de 62% dans le rural. Les supérettes et les alimentations (magasins non spécialisés\*\*) perdent également davantage d'établissements dans les communes rurales, même si le niveau général d'activité continue d'y progresser. Un diagnostic semblable peut être dressé pour l'horlogerie et la bijouterie et les débits de boisson.

Un petit commerce de proximité semble pourtant trouver sa place dans les communes rurales. En effet, le commerce de fleurs, le textile – en recul par ailleurs dans les communes urbaines –, les produits laitiers et la coiffure s'y sont davantage développés que dans les unités urbaines. Dans les secteurs de l'habillement, de la restauration (à la fois traditionnelle et rapide) et du commerce de détail divers en magasin spécialisé\*, le développement du nombre de magasins profite essentiellement aux unités urbaines, et la croissance est moins forte dans les communes rurales. A contrario, certaines activités commerciales subissent une baisse globale du nombre de magasins, mais à laquelle le rural résiste mieux. Les communes rurales résistent un peu mieux également face au déclin de leurs charcuteries et de leurs pâtisseries. L'implantation commerciale de l'électroménager, radio et télévision résiste mieux en milieu rural mais cette activité y enregistre un fort recul de son chiffre d'affaires.

Les communes rurales disposent en revanche d'une attractivité forte face aux communes urbaines pour l'implantation d'établissements qui nécessitent des grandes surfaces de vente. Ainsi les commerces de bricolage, d'optique et de photographie, de meubles et d'équipement du foyer, d'articles de sport et loisir ainsi que les supermarchés, hypermarchés, magasins populaires et grands magasins se sont vivement développés dans les communes rurales. Cette expansion d'un certain type de commerce vers les communes rurales, conjuguée à celle de la population, semble dessiner un nouveau visage du rural. Les communes rurales concernées sont certainement sous influence urbaine, mais ces transformations en matière d'aménagement du territoire modifient aussi sans doute la partition du territoire, basée sur le recensement de 1999, entre communes rurales et unités urbaines.

Erwan Pouliquen

#### Pour en savoir plus :

*Champ étudié : les établissements de France métropolitaine dont l'activité principale correspond aux secteurs suivants du commerce de détail : commerce de détail en magasin non spécialisé (produits surgelés, alimentation générale, supérettes, supermarchés, magasins populaires, hypermarchés, grands magasins), autres commerces de détail en magasin non spécialisé, commerce de détail de viandes et produits à base de viande, de poissons, crustacés et mollusques, commerce de détail de produits laitiers, commerce de détail de textiles, commerce de détail d'habillement, commerce de détail de la chaussure, de maroquinerie et d'articles de voyage, commerce de détail de meubles et d'équipement du foyer, commerce de détail d'appareils électroménagers, de radio et de télévision, commerce de détail de quincaillerie, commerce de détail de bricolage, commerce de détail de livres, journaux et papeterie, commerce de détail d'optique et de photographie, commerce de détail de revêtements de sols et de murs, commerce de détail d'horlogerie et de bijouterie, commerce de détail d'articles de sport et de loisir, commerce de détail de fleurs, commerce de détail de charbons et combustibles, commerces de détail divers en magasin spécialisé, auxquels ont été ajoutés les secteurs d'activités suivants: charcuterie, boulangerie et boulangerie-pâtisserie, pâtisserie, hôtels, restauration de type traditionnel, restauration de type rapide, débits de boissons, blanchisserie - teinturerie de détail, coiffure.*

*\* Le secteur « Divers en magasin spécialisé » comprend les commerces de détail spécialisés sur des produits non cités ailleurs et notamment les jeux et jouets, les modèles réduits, les articles de puériculture et landaus, le matériel de bureau, ordinateurs et logiciels non personnalisés, le matériel de téléphonie, les timbres et pièces de collection, les articles souvenirs, la bijouterie fantaisie, les objets artisanaux et les articles religieux, les fleurs et feuillages artificiels, les animaux de compagnie, le commerce d'art contemporain, l'installation (associée à la vente) de téléphones de voiture, le commerce de détail de téléphones portables, les galeries d'art contemporain.*

*\*\* L'agrégat « Magasins non spécialisés » comprend : le commerce de détail de produits surgelés, le commerce d'alimentation générale, les supérettes et les autres commerces de détail en magasin non spécialisé.*

#### Sources :

- Insee-Sirene stock définitif des établissements aux 1er janvier 2000 et 2005
- Insee-DGI, Données fiscales des entreprises 1999 et 2004
- Insee, Recensement de la population 1999 et enquêtes de recensement 2004-2005

#### Définitions :

- La notion d'unité urbaine repose sur la continuité de l'habitat : est considéré comme telle un ensemble d'une ou plusieurs communes présentant une continuité du tissu bâti (pas de coupure de plus de 200 mètres entre deux constructions) et comptant au moins 2 000 habitants.
- Les communes rurales sont celles qui n'appartiennent pas à une unité urbaine.