



GONZAGUE HANNEBICQUE  
**FEVRIER 2018**

**SAD**  
MARKETING

LILLE MÉTROPOLE  
23, rue de la performance  
59666 Villeneuve d'Ascq cedex  
Tél. : +33(0)3 20 815 820

PARIS  
18, rue Gérando  
75009 Paris  
Tél. : +33(0)1 44 85 01 86

DUBAÏ  
Al Habtoor Business Tower  
24th Floor Dubai Marina  
Tél. : +971 4 408 49 64

ISTANBUL  
Unal Sok. Istanbul Plaza  
No : 2/36 Kadikoy / Istanbul  
Tél. : +216 550 98 40



-0,7%

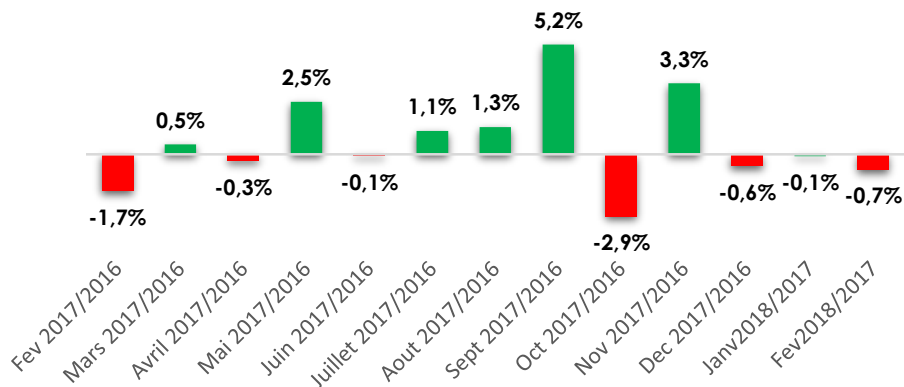
Février 2018/Février 2017



0,7%

12 mois glissants

## Evolution mensuelle l'indicateur SAD Marketing



3<sup>e</sup> mois d'affilé de baisse du commerce de détail à -0,7% sur un mois de février 2017 qui était déjà en baisse (-1,7%) vs 2016.

Très clairement, en Février, les mauvaises conditions climatiques ont pesé sur la consommation des ménages. Le e-commerce en profite et continue sa progression à +7,5%.

## Evolution par circuit

	Fev2018/2017	12 Mois
Supermarchés	-0,2%	0,3%
Hypermarchés	1,0%	-0,2%
Grands magasins	-0,3%	4,3%
VAD	7,5%	7,5%
Petits commerces	-2,0%	-0,8%
<b>TOTAL</b>	<b>-0,7%</b>	<b>0,7%</b>

Rappelons que le gouvernement table sur une progression de 1,9% de la consommation cette année.

# INDICATEUR

En février, les mauvaises conditions météorologiques ont affecté tous les secteurs à l'exception de l'automobile.

La chute est particulièrement dure en équipement de la maison (-6,6%) :

- Meuble : -8,5%
- Electrodomestique : -8,4%
- Electroménager : -8,1%
- Bricolage : -2,3%

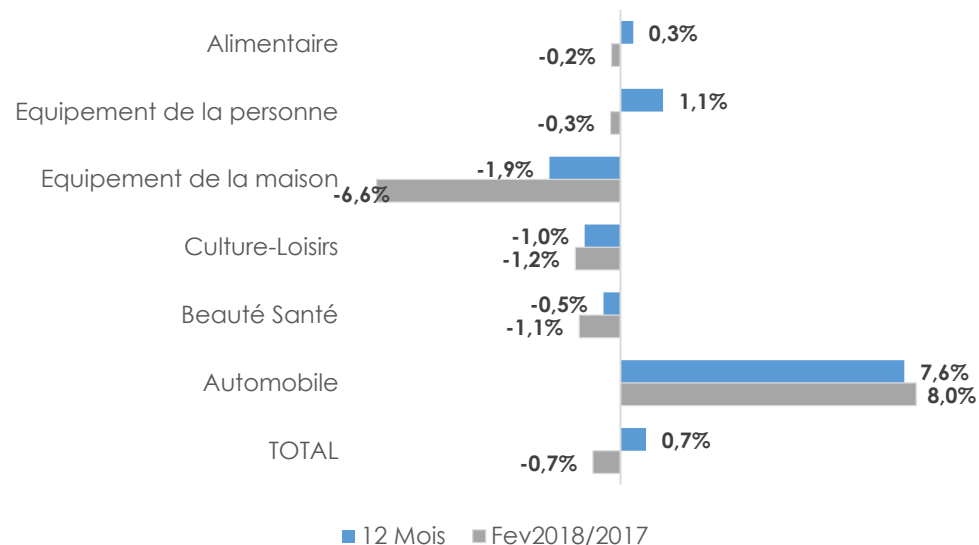
La Culture-Loisirs est également en baisse (-1,2%) ainsi que la Beauté Santé (-1,1%)

Si la chaussure est positive (+2,7%), l'habillement est en léger recul (-0,3%).

Seule l'automobile conserve son dynamisme à +8%.

Source: l'indicateur de conjoncture SAD Marketing est basé sur les données de la Banque de France (enquêtes mensuelles réalisées auprès des chefs d'entreprise. Pour le commerce de détail l'indicateur suivi est le volume de chiffres d'affaires).

## L'indicateur de conjoncture SAD Marketing



Les données de la Banque de France sont retravaillées par SAD Marketing afin de s'inscrire dans la nomenclature du CNCC.

	Fev2018/2017	12 Mois
<b>Alimentaire</b>	<b>-0,2%</b>	<b>0,3%</b>
Supermarchés (hors boucherie)	0,9%	1,0%
Hypermarchés (hors boucherie)	2,0%	0,9%
Petits commerces alimentaires	1,1%	1,7%
<b>Equipped de la personne</b>	<b>-0,3%</b>	<b>1,1%</b>
Prêt à Porter	-0,8%	1,5%
Hm et Sm	-4,2%	-2,8%
Indépendants	-3,2%	-1,9%
GSS et succursales	-1,1%	2,3%
VAD	5,8%	4,7%
Chaussures	2,7%	-0,5%
<b>Equipped de la maison</b>	<b>-6,6%</b>	<b>-1,9%</b>
Meubles	-8,5%	-0,4%
Electromenager	-8,1%	0,2%
Electronique Grand Public	-8,4%	-9,2%
Bricolage	-2,3%	1,0%

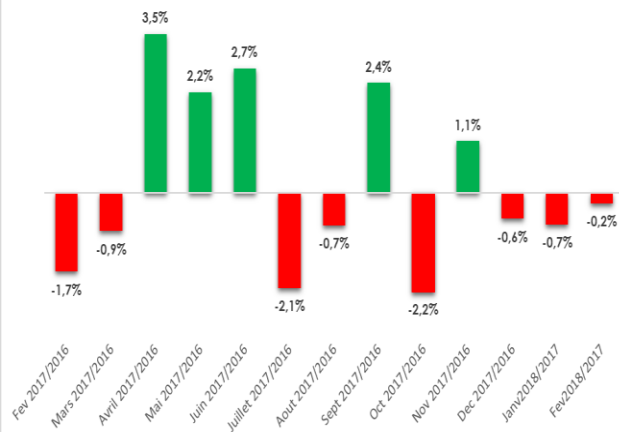
	Fev2018/2017	12 Mois
<b>Culture-Loisirs</b>	<b>-1,2%</b>	<b>-1,0%</b>
Cycles et motocycles	-9,0%	8,5%
Livres	-3,9%	-2,2%
Jeux Jouets	-8,0%	-2,5%
Horlogerie Bijouterie	-4,3%	-0,3%
Materiel de Sport	10,3%	0,0%
Presse Papeterie	-2,2%	-0,6%
<b>Beauté Santé</b>	<b>-1,1%</b>	<b>-0,5%</b>
Optique	-4,2%	-0,5%
Parfumerie	-3,6%	-0,7%
Pharmacie	3,3%	-0,3%
<b>Automobile</b>	<b>8,0%</b>	<b>7,6%</b>
Equipped Automobile	5,6%	2,3%
Auto neuves	9,2%	11,8%
<b>TOTAL</b>	<b>-0,7%</b>	<b>0,7%</b>

# Evolution des Chiffres d'Affaires valeur par secteur n/n-1

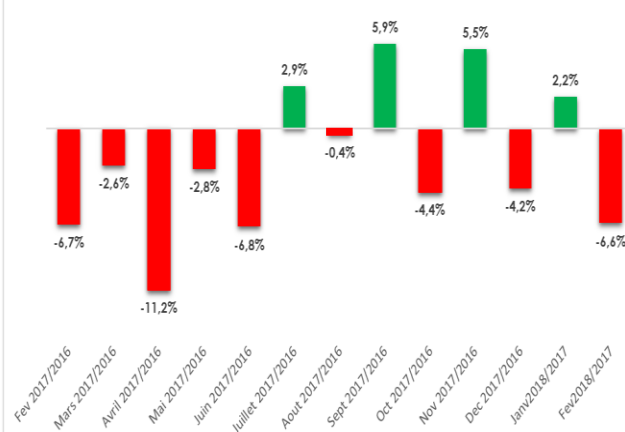


L'INDICATEUR SAD  
MARKETING

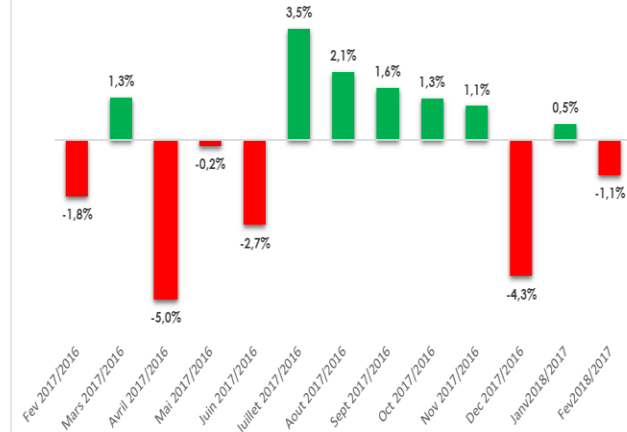
## ALIMENTAIRE



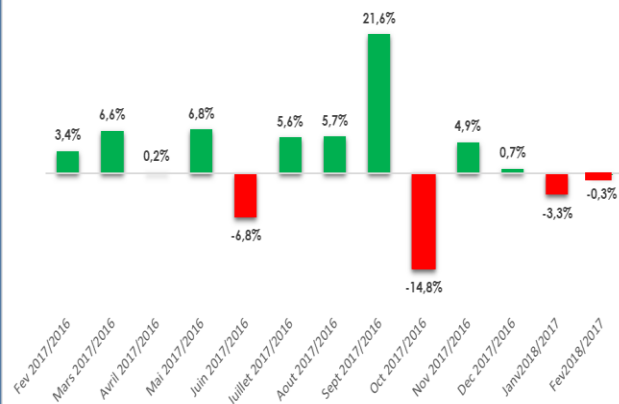
## EQUIPEMENT DE LA MAISON



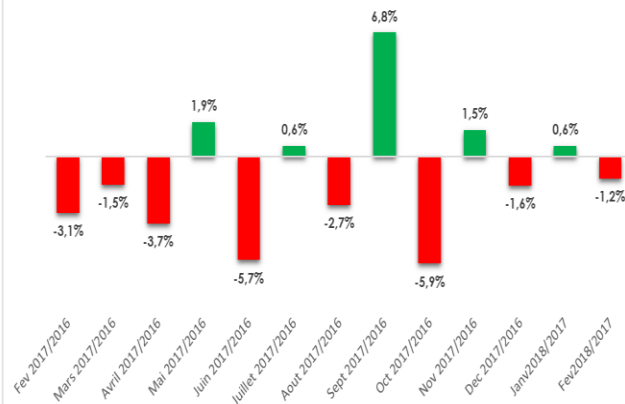
## BEAUTE SANTE



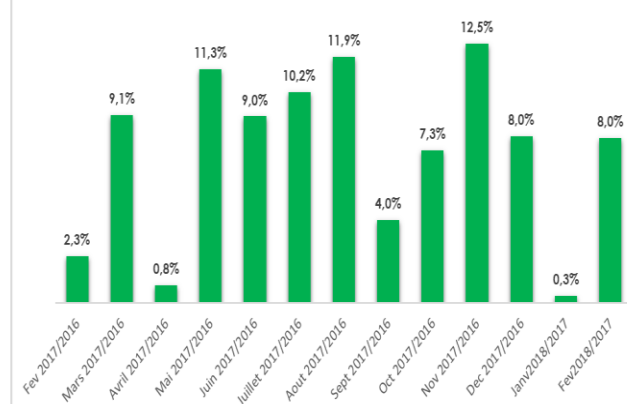
## EQUIPEMENT DE LA PERSONNE

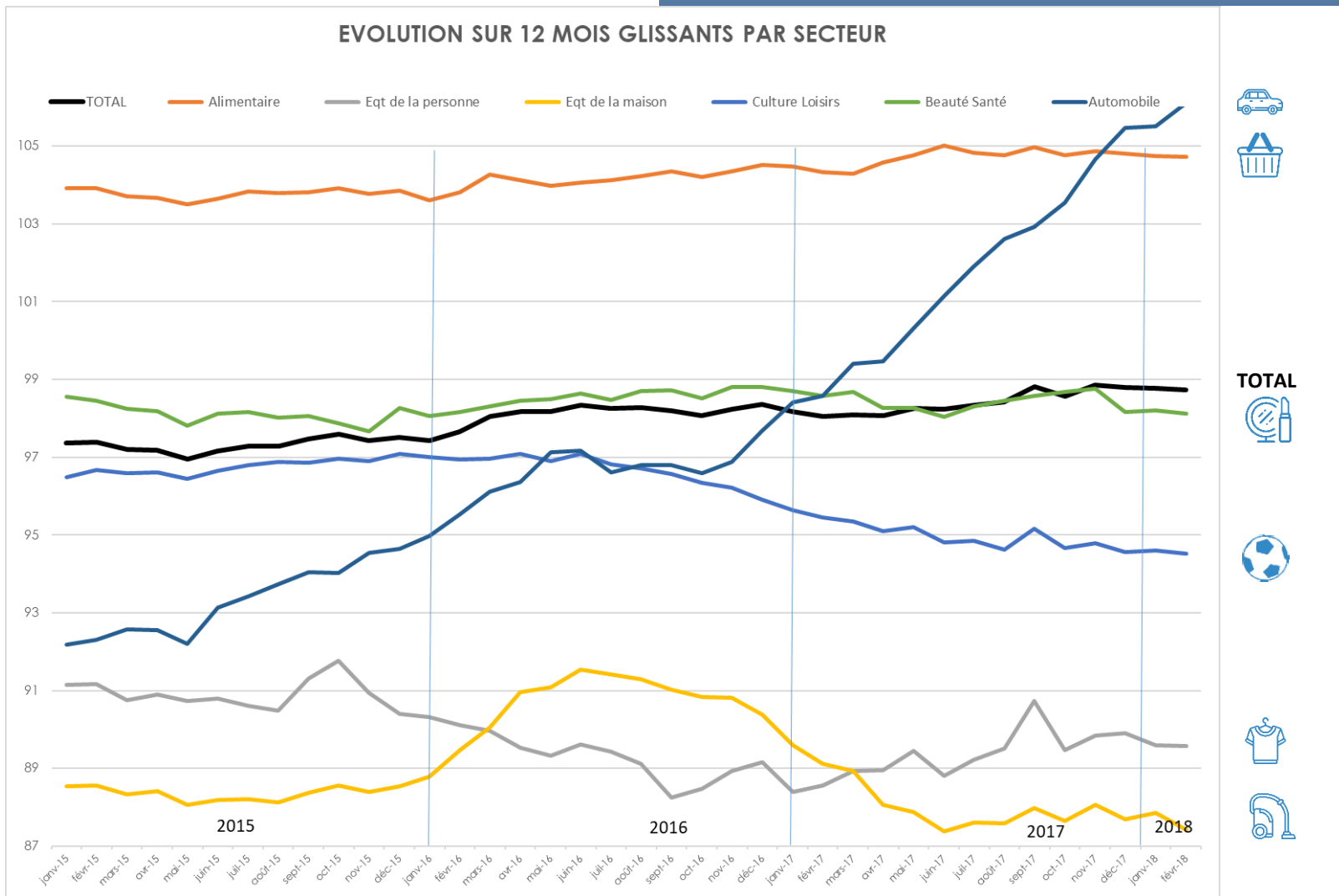


## CULTURE LOISIRS



## AUTOMOBILE





Base 100: janvier 2011