



L'INDICATEUR SAD
M A R K E T I N G

GONZAGUE HANNEBICQUE
JANVIER 2018

SAD
M A R K E T I N G

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

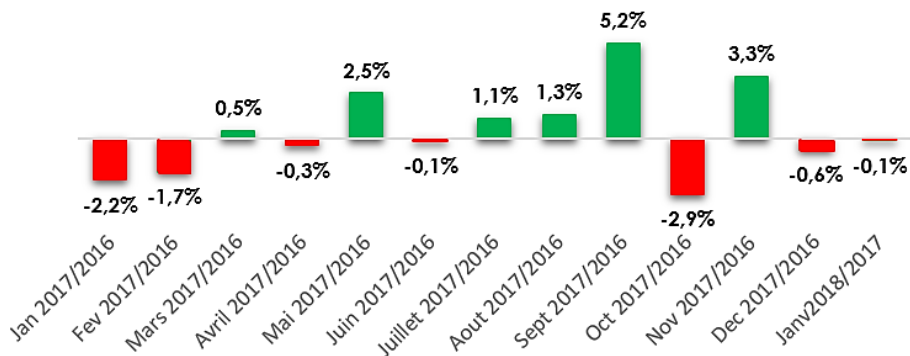


-0,1%
Janv. 2017/Janv.2018



0,6%
12 mois glissants

Evolution mensuelle l'indicateur SAD Marketing



Evolution par circuit

	Janv2018/2017	12 Mois
Supermarchés	-0,6%	0,2%
Hypermarchés	-0,4%	-0,5%
Grands magasins	-1,0%	4,7%
VAD	9,6%	7,7%
Petits commerces	1,9%	-0,9%
TOTAL	-0,1%	0,6%

La consommation reste très frileuse en ce début d'année : -0,1% par rapport à janvier 2017.

Seuls le e-commerce et les petits commerces sont positifs.

La première raison de cette mauvaise performance est climatique. En effet nous avons connu un mois de janvier "historique" en terme de douceur, mais aussi de manque de soleil et de précipitations abondantes qui ont entraîné crues et inondations.

La seconde raison est l'attrait moins important pour les soldes d'hiver qui avait déjà été constaté en janvier 2017.

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

INDICATEUR

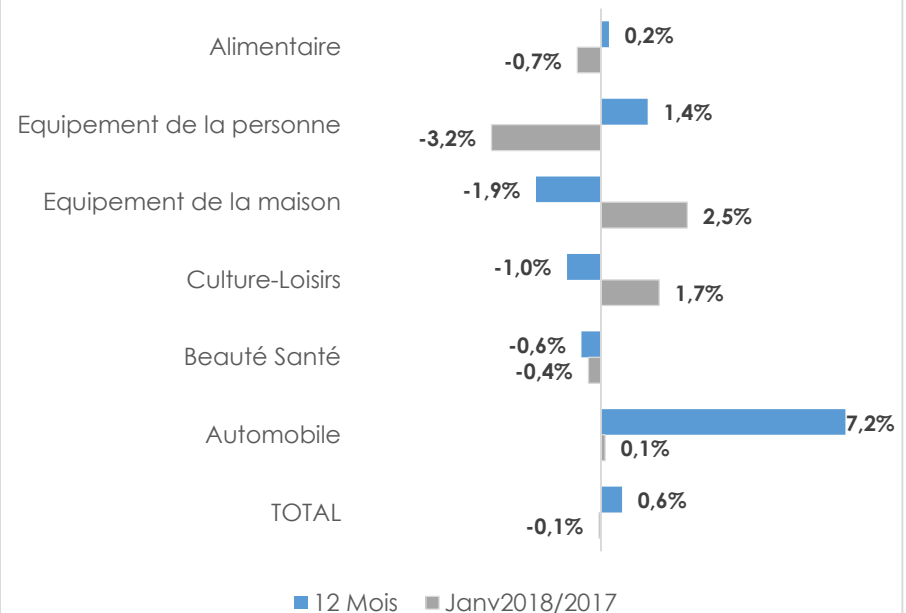
Deux secteurs seulement sont positifs en janvier :

- L'équipement de la maison (+2,5%)
- La culture-loisirs (+1,7%)

En revanche, la beauté-santé (-0,4%), l'alimentaire (-0,7%) et surtout l'équipement de la personne (-3,2%) souffrent en ce début d'année.

Idem pour l'automobile qui affichait pourtant une forte progression depuis 15 mois, sans discontinuer : quasi à l'arrêt (+0,1%) en janvier 2018.

L'indicateur de conjoncture SAD Marketing



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).

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

	Janv2018/2017	12 Mois
Alimentaire	-0,7%	0,2%
dont Supermarchés	0,2%	0,9%
dont Hypermarchés	0,6%	0,6%
dont Petits commerces alimentaires	5,3%	1,4%
Equipement de la personne	-3,2%	1,4%
Prêt à Porter	-3,9%	1,8%
<i>Hm et Sm</i>	-7,5%	-3,1%
<i>Indépendants</i>	-4,7%	-1,6%
GSS et succursales	-3,6%	2,7%
VAD	-1,5%	3,7%
Chaussures	-0,3%	-0,4%
Equipement de la maison	2,5%	-1,9%
Meubles	5,5%	0,5%
Electromenager	0,6%	0,8%
Electronique Grand Public	0,2%	-10,0%
Bricolage	4,0%	0,7%

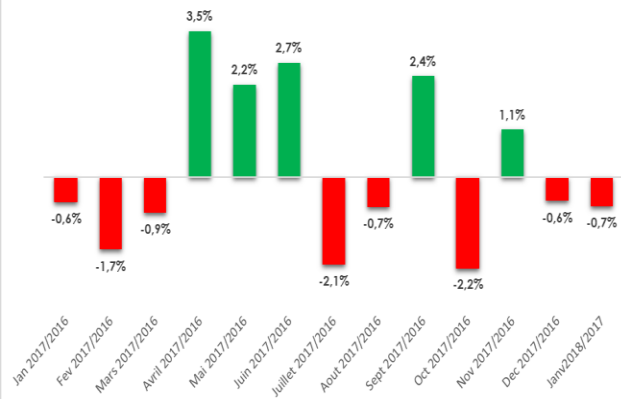
	Janv2018/2017	12 Mois
Culture-Loisirs	1,7%	-1,0%
Cycles et motocycles	21,2%	9,3%
Livres	4,9%	-2,4%
Jeux Jouets	10,5%	-2,2%
Horlogerie Bijouterie	4,5%	0,0%
Materiel de Sport	-9,0%	-0,3%
Presse Papeterie	4,4%	-0,7%
Beauté Santé	-0,4%	-0,6%
Optique	4,5%	-0,4%
Parfumerie	-3,0%	-0,4%
Pharmacie	0,2%	-1,1%
Automobile	0,1%	7,2%
Equipement Automobile	-1,8%	2,0%
Auto neuves	1,5%	11,3%
TOTAL	-0,1%	0,6%

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

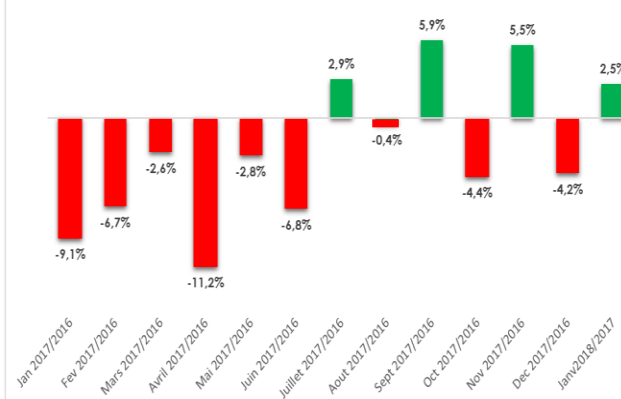


L'INDICATEUR SAD
MARKETING

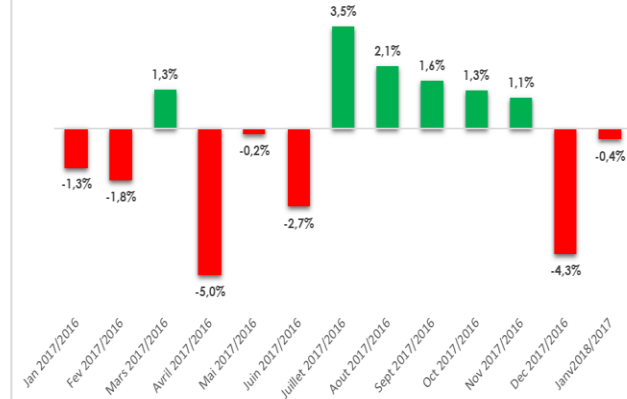
ALIMENTAIRE



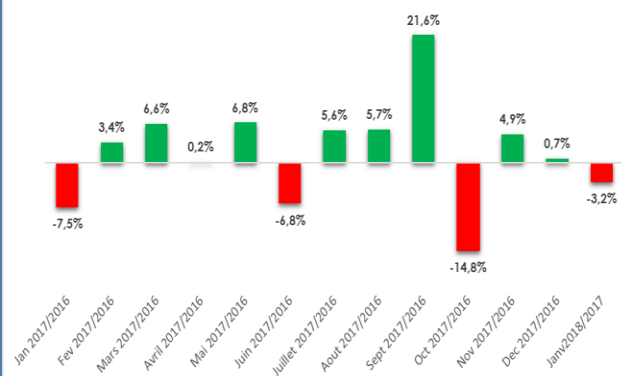
EQUIPEMENT DE LA MAISON



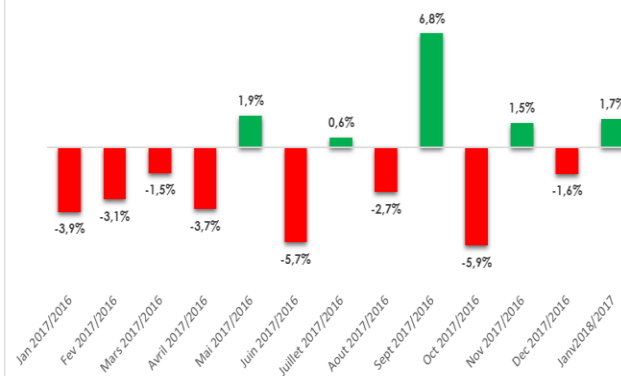
BEAUTE SANTE



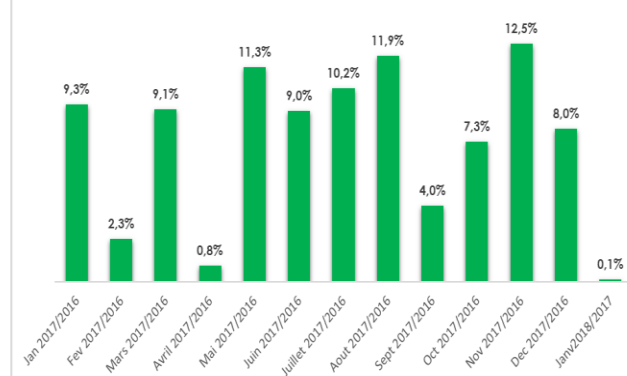
EQUIPEMENT DE LA PERSONNE

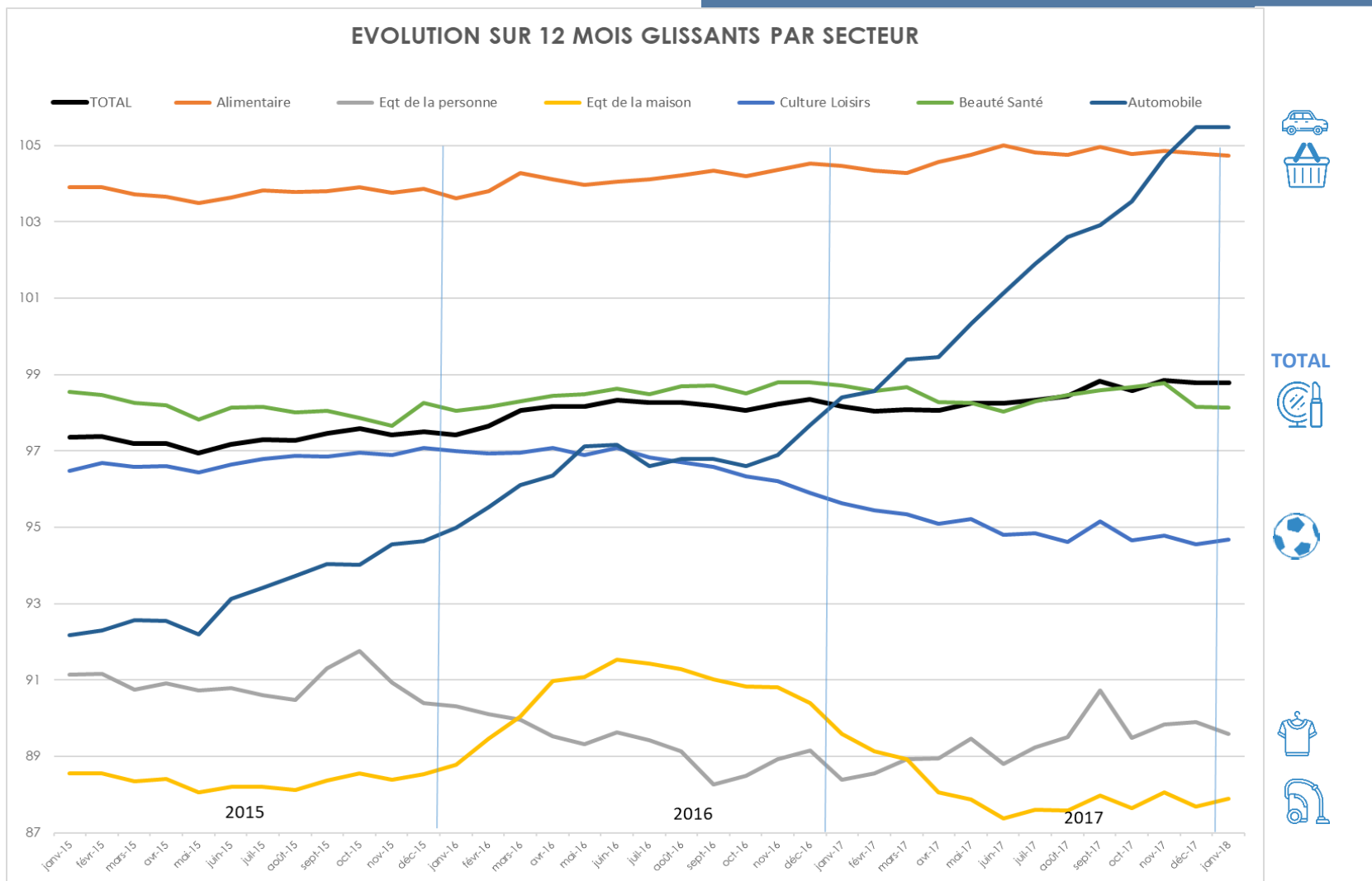


CULTURE LOISIRS



AUTOMOBILE





Base 100 : janvier 2011