



GONZAGUE HANNEBICQUE  
**DECEMBRE 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 Dubaï Marina  
Tél. : +971 4 408 49 64

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

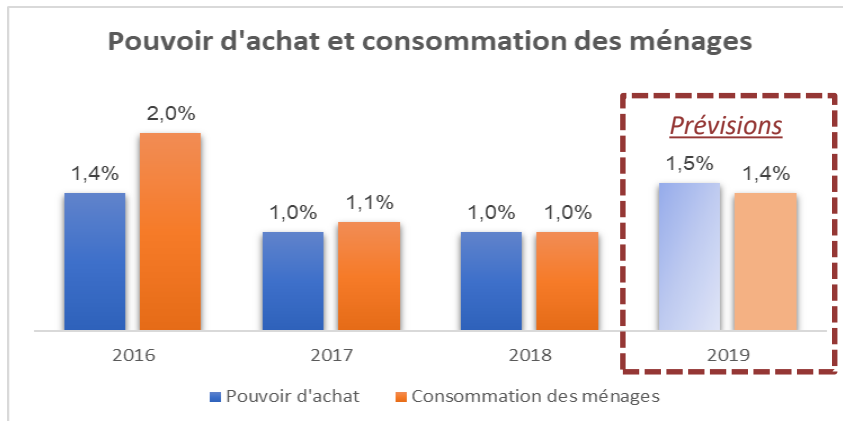
## EDITORIAL

### 2018 : encore une année difficile

La consommation des ménages est une donnée essentielle pour mesurer l'état économique du pays. Représentant 52% du PIB français, elle influence donc directement son indice.

2018 comme 2017 est une année très moyenne pour la consommation des ménages. Au global, la consommation aura progressé d'environ 1%. Mais pour les dépenses de consommation arbitrable, c'est-à-dire hors dépenses pré-engagées (logement, énergie, abonnements internet...), la consommation aura même légèrement chuté.

En cause, le pouvoir d'achat qui a connu un ralentissement dès le début de l'année 2018 (-0,5%), suivront les grèves de la SNCF, puis le mouvement des « gilets jaunes » au dernier trimestre.



### Une hausse du pouvoir d'achat attendue en 2019

Selon François Villeroy de Galhau, Gouverneur de la Banque de France, le pouvoir d'achat par habitant devrait croître de plus de 1,5 % cette année, c'est-à-dire le chiffre le plus élevé depuis douze ans (2007).

Ce qui s'explique notamment par la création de 750 000 emplois en 3 ans (de 2016 à 2018) et par les mesures du Président Macron de Décembre 2018. Par ailleurs, grâce au reflux des prix du pétrole, l'inflation devrait reculer cette année à seulement 1 % à la mi-2019 selon l'Insee.

Cependant, la hausse de pouvoir d'achat n'entraîne pas automatiquement de hausse de la consommation.

Le potentiel "choc psychologique" du prélèvement à la source peut également avoir un impact sur la consommation.

Malgré ces incertitudes, la consommation devrait être plus dynamique en 2019 et progresser de **1,3% à 1,4%**.

## Les Tops 2018

- **90 millions de touristes en 2018** contre 87 millions en 2017.
- **Le Musée du Louvre** a battu son record de fréquentation avec 10 millions d'entrées.
- **Rolls Royce** réalise sa meilleure année avec 4 107 voitures vendues dans 50 pays dont une vingtaine en France.
- **Le prix de l'immobilier** atteint 9 500€ le m<sup>2</sup> à Paris.

## Les Flops 2018

- La **consommation de carburants routiers** en baisse de 1,7% avec +3,9% pour les supercarburants sans plomb (type SP95 et SP98) tandis que le gazole a connu une baisse significative de 3,1 %.
- Les **ventes de tabac** ont reculé de plus de 9% en 2018, la chute s'expliquant notamment par la hausse d'un euro du prix de paquet de cigarettes, le 1er mars 2018.

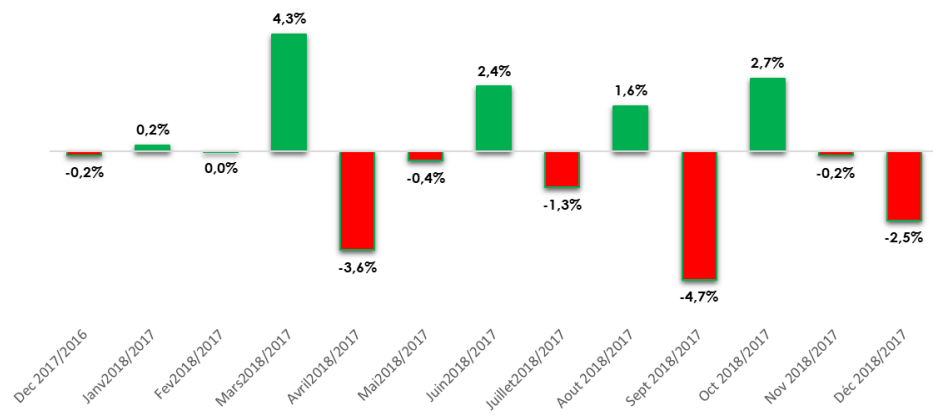


**-2,5%**  
Décembre 2018/  
Décembre 2017



**-0,2%**  
12 mois 2018/12 mois  
2017

Evolution mensuelle l'indicateur SAD Marketing



Pas de surprise en décembre, le mouvement des «gilets jaunes » a entraîné une chute de la consommation de 2,5%.

Tous les circuits souffrent hormis le e-commerce et les supermarchés.

L'année 2018 se termine à -0,2% en cumulé avec une forte chute des enseignes spécialisées (-3,2%).

## Evolution par circuit

	Déc 2018/2017	12 Mois
Supermarchés	0,1%	0,7%
Hypermarchés	-1,2%	0,3%
Enseignes Spécialisées (1)	-3,9%	-3,2%
Grands magasins	-7,0%	0,7%
VAD	12,3%	6,8%
Petits commerces	-4,0%	-0,1%
<b>TOTAL</b>	<b>-2,5%</b>	<b>-0,2%</b>

(1) Pour les enseignes spécialisées: source Procos

# INDICATEUR

En décembre 2018, les effets du mouvement des « gilets jaunes » se font particulièrement ressentir dans l'automobile, les produits électroniques et électroménagers.

Sur l'année 2018, seuls 2 secteurs sont positifs :

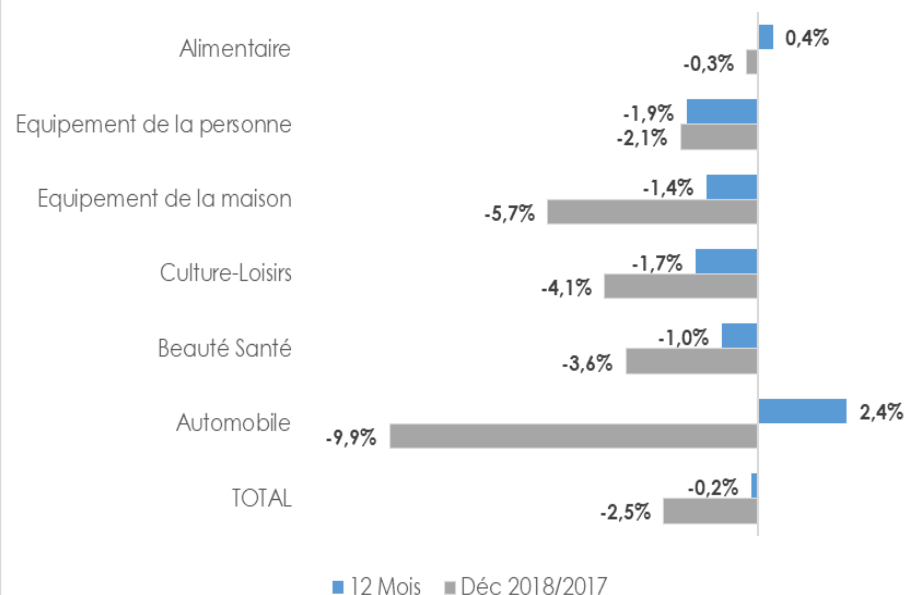
- L'alimentaire : +0,4%
- L'automobile : +2,4%

Pour tous les autres secteurs, l'année aura été difficile :

- Équipement de la personne -1,9%
- Équipement de la maison -1,4%
- Culture loisirs -1,7%
- Beauté Santé : -1%

Sources : l'indicateur de conjoncture SAD Marketing est basé sur les données de la Banque de France (enquêtes mensuelles auprès des chefs d'entreprises) et pour les enseignes spécialisées sur les données du Procos (50 enseignes interrogées sur leurs performances).

## L'indicateur de conjoncture SAD Marketing



Les données de la Banque de France sont retravaillées par SAD Marketing pour qu'elles s'inscrivent dans la nomenclature du CNCC

# Evolution des chiffres d'affaires en valeur par activité

	Déc 2018/2017	12 Mois
<b>Alimentaire</b>	-0,3%	0,4%
Supermarchés (hors boucherie)	0,9%	1,3%
Hypermarchés (hors boucherie)	-0,5%	0,9%
Petits commerces alimentaires	-3,8%	0,0%
<b>Equipelement de la personne</b>	-2,1%	-1,9%
Prêt à Porter	-2,1%	-1,7%
Hm et Sm	-1,9%	-4,0%
Indépendants	-5,8%	-4,5%
GSS et succursales	-1,1%	-1,9%
VAD	0,8%	3,2%
Chaussures	-1,7%	-2,8%
<b>Equipelement de la maison</b>	-5,7%	-1,4%
Meubles	-5,2%	-2,1%
Electromenager	-5,7%	-2,2%
Electronique Grand Public	-9,5%	-1,5%
Bricolage	-1,0%	-0,3%

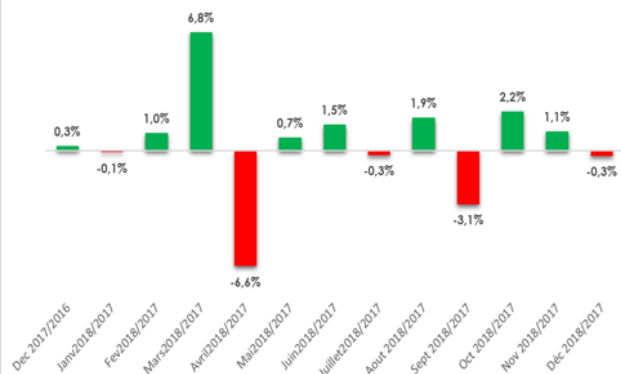
	Déc 2018/2017	12 Mois
<b>Culture-Loisirs</b>	-4,1%	-1,7%
Cycles et motocycles	4,1%	3,7%
Livres	-1,4%	-2,4%
Jeux Jouets	-5,8%	-5,2%
Horlogerie Bijouterie	-6,5%	-1,9%
Materiel de Sport	-5,4%	1,1%
Presse Papeterie	-0,6%	-1,2%
<b>Beauté Santé</b>	-3,6%	-1,0%
Optique	-6,2%	2,0%
Parfumerie	-4,3%	-4,6%
Pharmacie	0,2%	2,3%
<b>Automobile</b>	-9,9%	2,4%
Equipelement Automobile	-9,6%	0,9%
Auto neuves	-10,1%	3,4%
<b>TOTAL</b>	<b>-2,5%</b>	<b>-0,2%</b>

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

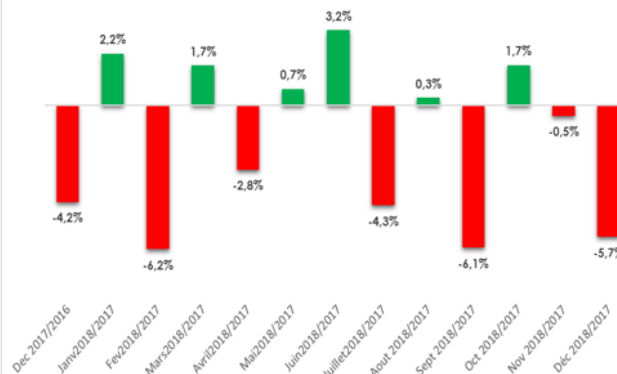


L'INDICATEUR SAD  
MARKETING

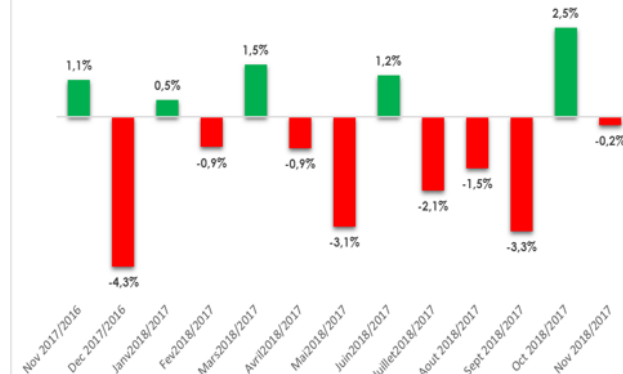
### ALIMENTAIRE



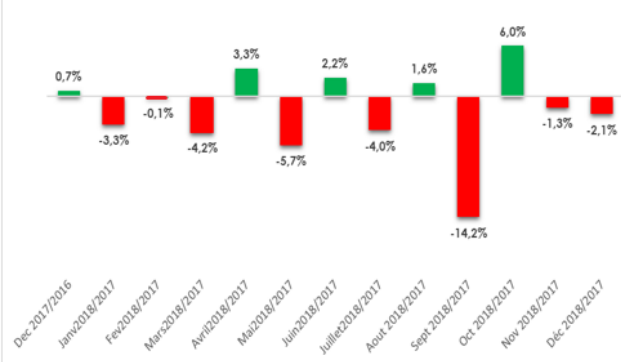
### EQUIPEMENT DE LA MAISON



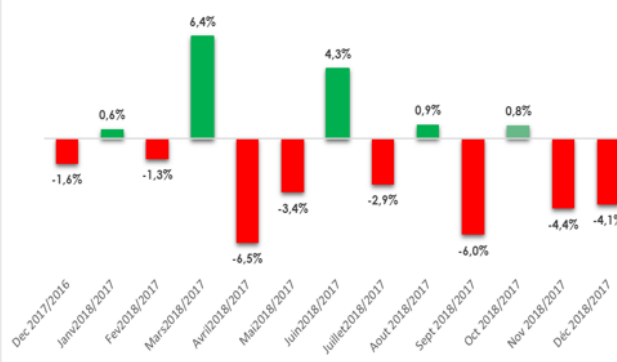
### BEAUTE SANTE



### EQUIPEMENT DE LA PERSONNE



### CULTURE LOISIRS



### AUTOMOBILE

