



L'INDICATEUR SAD

M A R K E T I N G

GONZAGUE HANNEBICQUE

FEVRIER 2019

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



+0,8%
février 2019/février 2018

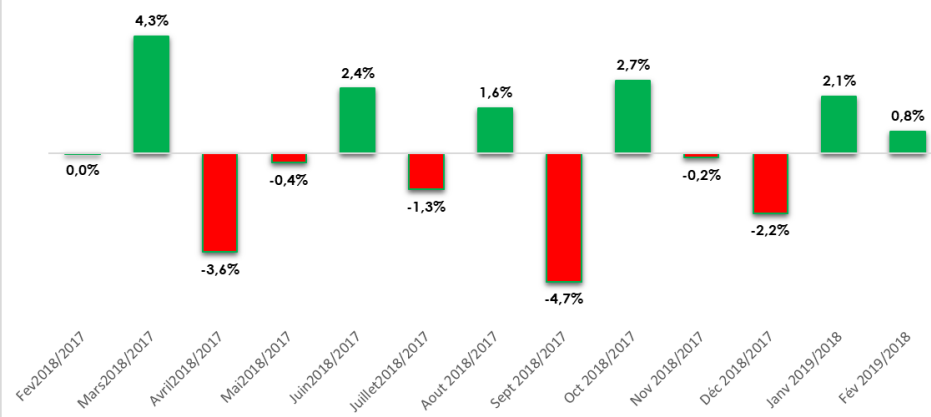


+1,5%
Depuis début 2019



0,1%
12 mois glissants

Evolution mensuelle l'indicateur SAD Marketing



Evolution par circuit

	Fév 2019/2018	12 Mois
Supermarchés	-0,4%	0,8%
Hypermarchés	-0,9%	0,5%
Enseignes Spécialisées (1)	1,5%	-2,9%
Grands magasins	-2,2%	0,5%
VAD	6,8%	6,3%
Petits commerces	4,1%	-0,1%
TOTAL	0,8%	0,1%

Le mois de février est positif pour la consommation (+0,8%) après un bon mois de janvier (+2,3%).

Les évolutions sont très différentes selon les circuits : alors que les hypermarchés, les supermarchés et les grands magasins souffrent encore, tous les autres circuits progressent : 1,5% pour les enseignes spécialisées, 4,1% pour les petits commerces et 6,8% pour le e-commerce.

Les mesures gouvernementales de fin 2018 ont amélioré le pouvoir d'achat. En particulier, la prime exceptionnelle, qui a bénéficié à plus de 2 millions de salariés pour un montant moyen de 450€. Elle a permis d'injecter 1 milliard € dans l'économie.

L'INSEE prévoit également une poursuite de la croissance de la consommation dans les prochains mois.

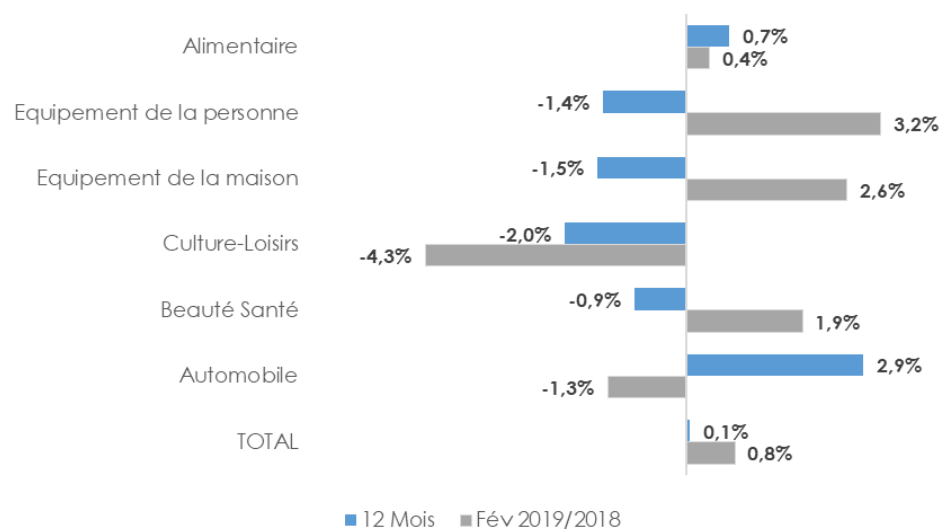
(1) Pour les enseignes spécialisées: source Procos

INDICATEUR

En février, le secteur Culture Loisirs est négatif pour le 4^e mois consécutif à -4,3%. Une seule activité de ce secteur progresse : le cycle.

Toutes les activités de l'équipement de la personne et de l'équipement de la maison sont en positif.

L'indicateur de conjoncture SAD Marketing



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).

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

	Fév 2019/2018	12 Mois
Alimentaire	0,4%	0,7%
Supermarchés (hors boucherie)	-0,4%	1,4%
Hypermarchés (hors boucherie)	-1,1%	1,0%
Petits commerces alimentaires	8,8%	-0,1%

Equipe ment de la personne	3,2%	-1,4%
Prêt à Porter	3,6%	-1,1%
Hm et Sm	1,4%	-3,0%
Indépendants	7,2%	-3,9%
GSS et succursales	3,2%	-1,2%
VAD	3,3%	3,3%
Chaussures	0,9%	-2,6%

Equipe ment de la maison	2,6%	-1,5%
Meubles	1,2%	-2,3%
Electromenager	1,4%	-2,3%
Electronique Grand Public	2,0%	-1,4%
Bricolage	5,1%	-0,5%

	Fév 2019/2018	12 Mois
Culture-Loisirs	-4,3%	-2,0%
Cycles et motocycles	25,2%	2,7%
Livres	-0,6%	-2,8%
Jeux Jouets	-1,2%	-6,7%
Horlogerie Bijouterie	-2,4%	-2,6%
Materiel de Sport	-13,0%	2,8%
Presse Papeterie	-2,3%	-1,8%

Beauté Santé	1,9%	-0,9%
Optique	6,6%	2,2%
Parfumerie	-0,2%	-4,5%
Pharmacie	1,7%	2,5%

Automobile	-1,3%	2,9%
Equipe ment Automobile	1,8%	1,6%
Auto neuves	-2,8%	3,8%

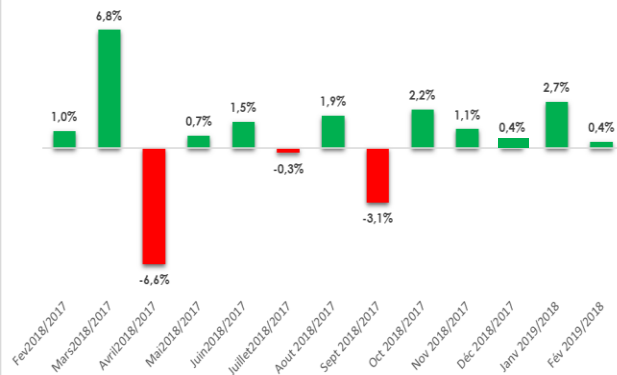
TOTAL	0,8%	0,1%
--------------	------	------

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

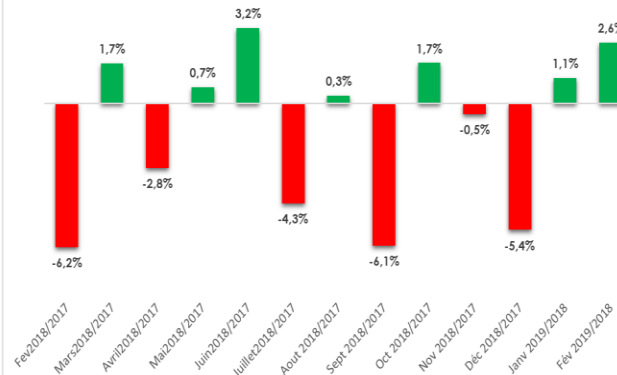


L'INDICATEUR SAD
MARKETING

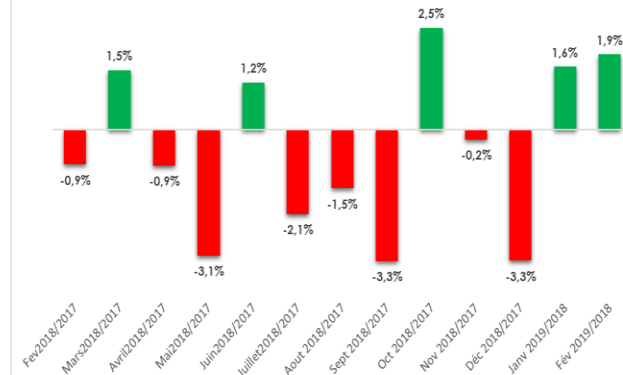
ALIMENTAIRE



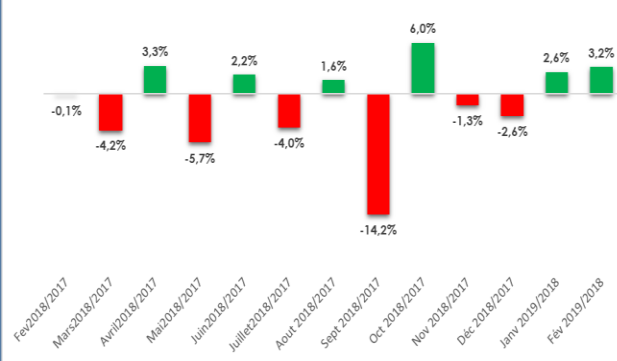
EQUIPEMENT DE LA MAISON



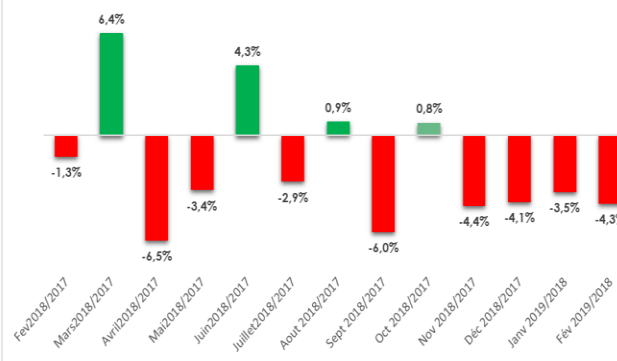
BEAUTE SANTE



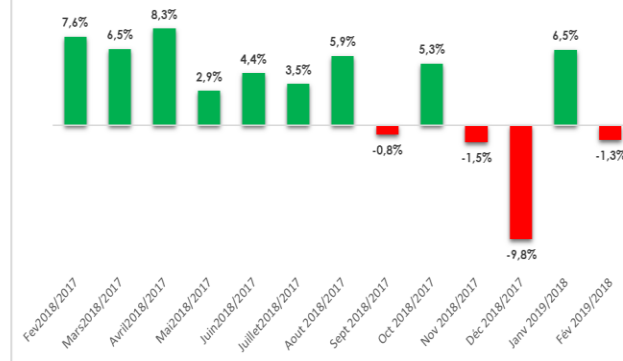
EQUIPEMENT DE LA PERSONNE



CULTURE LOISIRS



AUTOMOBILE



Evolution sur 12 mois glissants en valeur par secteur

