



GONZAGUE HANNEBICQUE  
**JANVIER 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  
Una1 Sok. Istanbul Plaza  
No : 2/36 Kadikoy / Istanbul  
Tél. : +216 550 98 40

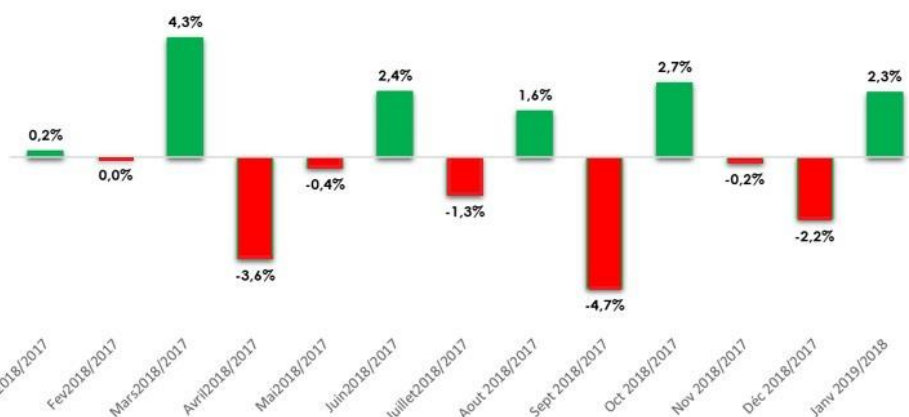


**+2,3%**  
Janvier 2019/Janvier 2018



**0%**  
12 mois glissants

Evolution mensuelle l'indicateur SAD Marketing



Evolution par circuit

	Janv 2019/2018	12 Mois
Supermarchés	1,2%	0,8%
Hypermarchés	1,6%	0,5%
Enseignes Spécialisées (1)	0,0%	-2,9%
Grands magasins	-1,7%	0,5%
VAD	8,3%	6,4%
Petits commerces	1,9%	-0,1%
<b>TOTAL</b>	<b>2,3%</b>	<b>0,0%</b>

(1) Pour les enseignes spécialisées : source Procos

Le commerce retrouve des couleurs en janvier après 2 mois très difficiles et en comparaison d'un mois de janvier 2018 à peine positif (+0,2%).

Les Grands Magasins continuent néanmoins à être très impactés par les « gilets jaunes » .

Ce regain de consommation peut s'expliquer par le coup de pouce au pouvoir d'achat en particulier la prime exceptionnelle : 74% des plus grands groupes français ont versé une prime qui atteint en moyenne 650€.

Autre signe encourageant, la confiance des ménages dans la situation économique augmente de nouveau en février.

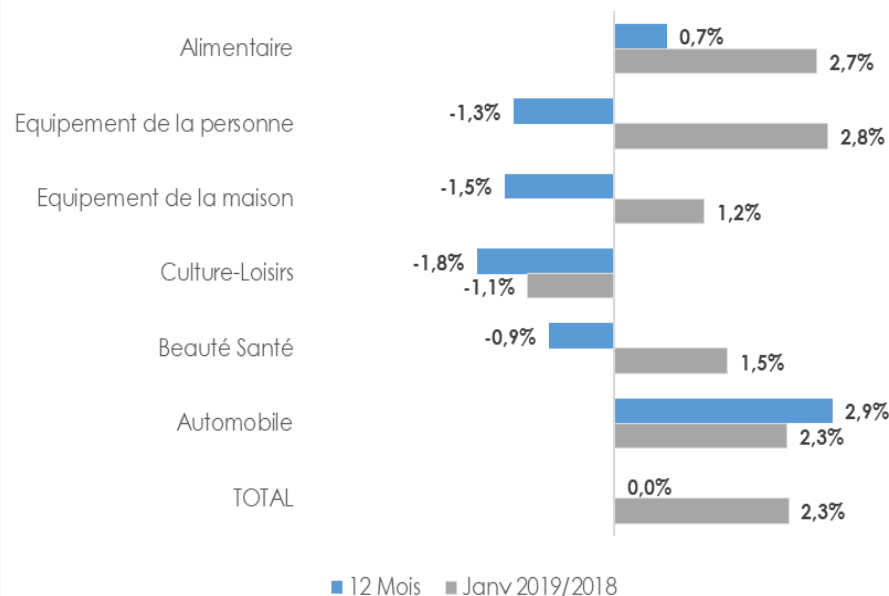
# INDICATEUR

En janvier, un seul secteur reste négatif : Culture loisirs à -1,1%.

L'année 2019 commence mal aussi pour l'automobile neuve. En janvier, selon des données du Comité des constructeurs français d'automobiles (CCFA), 155 080 voitures particulières neuves ont été immatriculées. Soit un recul de 1,1%.

A contrario, l'alimentaire se redresse nettement ainsi que l'équipement de la personne.

## 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 réalisées auprès des chefs d'entreprises) et pour les enseignes spécialisées sur les données du Procos (50 enseignes interrogées sur leurs performances).

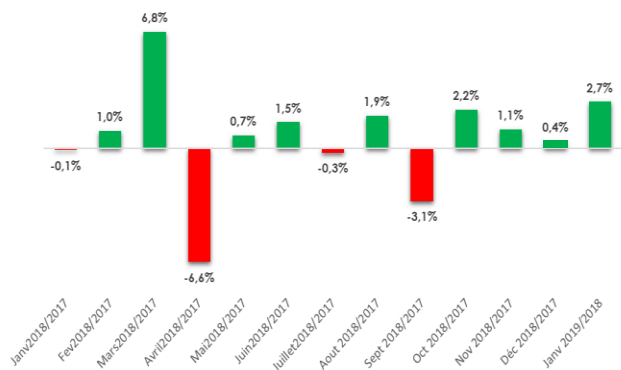
Les données de la Banque de France sont retravaillées par SAD Marketing pour qu'elles s'inscrivent dans la nomenclature du CNCC

	Janv 2019/2018	12 Mois
<b>Alimentaire</b>	2,7%	0,7%
Supermarchés (hors boucherie)	1,4%	1,4%
Hypermarchés (hors boucherie)	1,9%	1,0%
Petits commerces alimentaires	4,3%	-0,1%
<b>Equipement de la personne</b>	2,8%	-1,3%
Prêt à Porter	2,9%	-1,1%
Hm et Sm	1,7%	-3,0%
Indépendants	0,5%	-4,0%
GSS et succursales	3,7%	-1,2%
VAD	6,8%	3,7%
Chaussures	2,5%	-2,4%
<b>Equipement de la maison</b>	1,2%	-1,5%
Meubles	3,1%	-2,2%
Electromenager	-0,6%	-2,3%
Electronique Grand Public	0,8%	-1,4%
Bricolage	1,2%	-0,5%

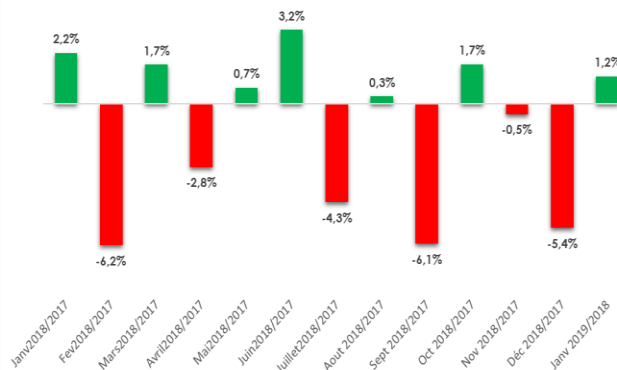
	Janv 2019/2018	12 Mois
<b>Culture-Loisirs</b>	-1,1%	-1,8%
Cycles et motocycles	1,4%	2,6%
Livres	-2,1%	-2,8%
Jeux Jouets	-0,3%	-5,9%
Horlogerie Bijouterie	-6,3%	-2,5%
Materiel de Sport	6,0%	2,8%
Presse Papeterie	-3,7%	-1,8%
<b>Beauté Santé</b>	1,5%	-0,9%
Optique	3,7%	2,1%
Parfumerie	-2,1%	-4,5%
Pharmacie	4,0%	2,5%
<b>Automobile</b>	2,3%	2,9%
Equipement Automobile	5,2%	1,5%
Auto neuves	-1,1%	3,9%
<b>TOTAL</b>	2,3%	0,0%

# Evolution des chiffres d'affaires en valeur par secteur n/n-1

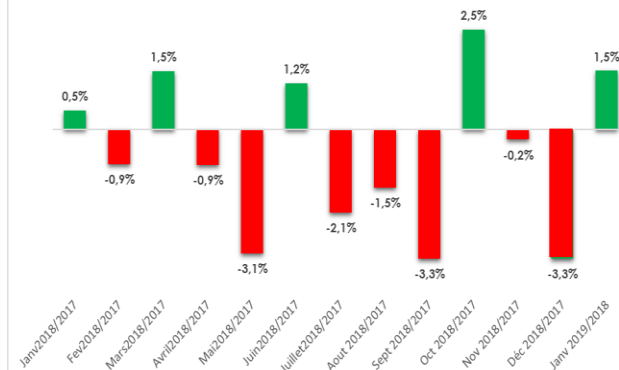
## ALIMENTAIRE



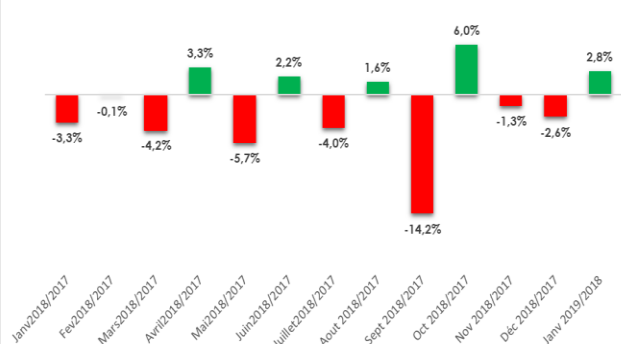
## EQUIPEMENT DE LA MAISON



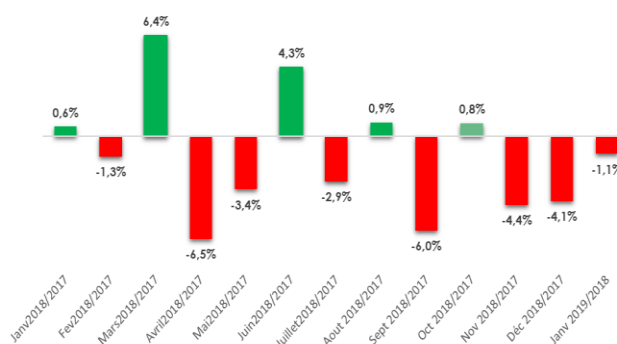
## BEAUTE SANTE



## EQUIPEMENT DE LA PERSONNE



## CULTURE LOISIRS



## AUTOMOBILE



# Evolution sur 12 mois glissants en valeur par secteur

