



GONZAGUE HANNEBICQUE
MAI 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



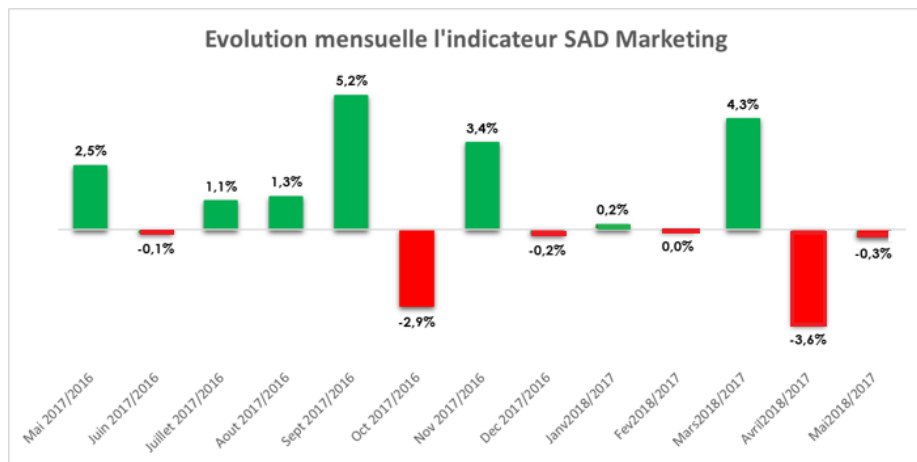
-0,3%
Mai 2018/Mai 2017



+0,1%
5 mois 2018/5 mois 2017



0,6%
12 mois glissants



Evolution par circuit

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

(1) Pour les enseignes spécialisées : source Procos

Mai est encore un mois difficile pour le retail.

Ce sont les hypermarchés et surtout les enseignes spécialisées qui ont souffert.

Les 4 jours fériés, au lieu de 3 en 2017, une météo atypique pour un mois de mai (ensoleillement très excédentaire au Nord et à l'Est, très déficitaire au Sud - record de phénomènes orageux depuis 10 ans) peuvent expliquer ce mauvais mois.

En tendance depuis début 2018, le rythme de croissance de la consommation fléchit avec un seul mois (mars) positif.

INDICATEUR

Avec l'automobile, toujours en progression, l'alimentaire est le seul secteur positif en mai (+0,9%).

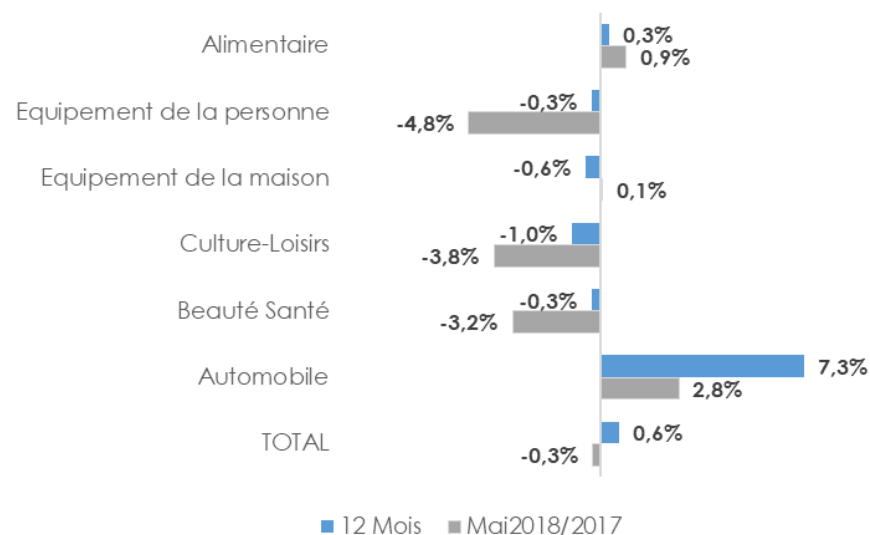
La chute est lourde pour l'équipement de la personne (-4,8%), la Culture-Loisirs (-3,8%) et la Beauté-Santé (-3,2%)

L'équipement de la maison résiste mieux (+0,1%) grâce au Bricolage (+3,8%) et l'électronique Grand Public (+2,1%). L'effet « Coupe du Monde » se fait néanmoins beaucoup moins sentir qu'il y a 4 ans : cette activité avait bondi de plus de 12% !

La Parfumerie n'a pas bénéficié d'un engouement pour la Fête des Mères puisqu'elle est très négative en Mai (-6,3%).

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).

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

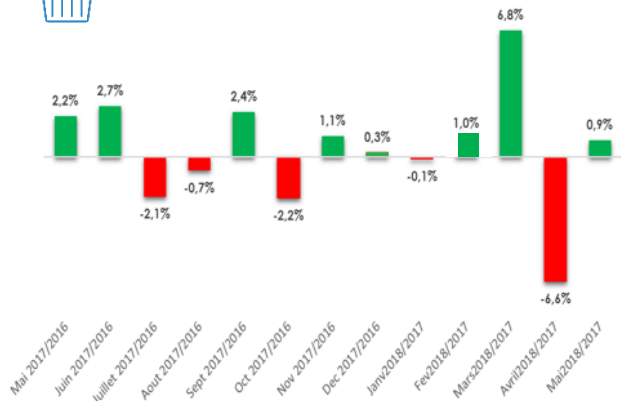
	Mai 2018/ Mai 2017	12 Mois
Alimentaire	0,9%	0,3%
Supermarchés (hors boucherie)	1,2%	0,7%
Hypermarchés (hors boucherie)	1,3%	0,8%
Petits commerces alimentaires	-2,3%	0,6%
Equipped de la personne	-4,8%	-0,3%
Prêt à Porter	-4,9%	0,1%
<i>Hm et Sm</i>	-4,5%	-3,8%
<i>Indépendants</i>	-4,9%	-2,8%
<i>GSS et succursales</i>	-7,2%	0,3%
VAD	1,6%	5,8%
Chaussures	-4,0%	-2,4%
Equipped de la maison	0,1%	-0,6%
Meubles	-4,0%	-0,6%
Electromenager	-6,1%	-0,3%
Electronique Grand Public	2,1%	-2,7%
Bricolage	3,8%	0,9%

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

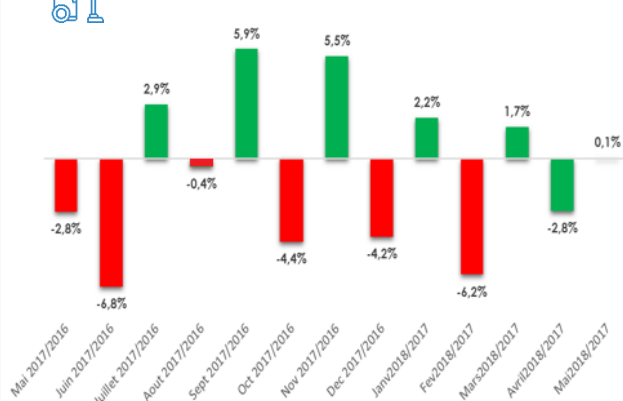
Evolution des Chiffres d’Affaires en valeur par secteur n/n-1



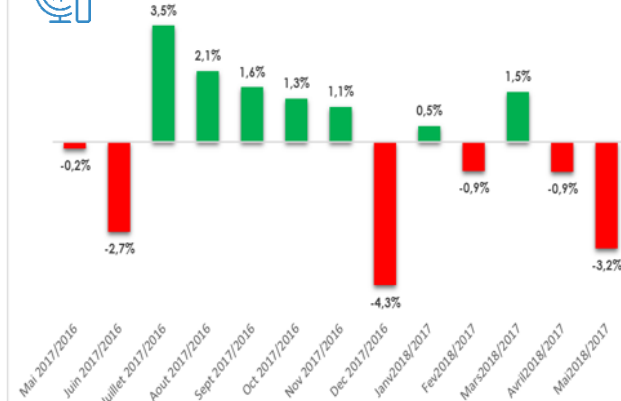
ALIMENTAIRE



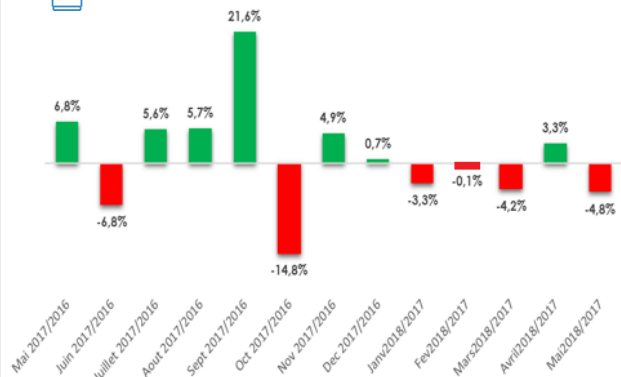
EQUIPEMENT DE LA MAISON



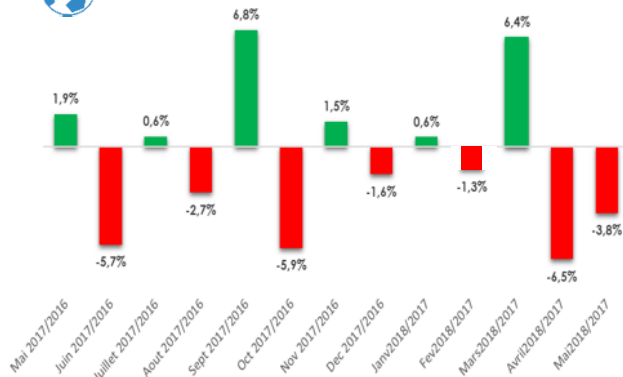
BEAUTE SANTE



EQUIPEMENT DE LA PERSONNE



CULTURE LOISIRS



AUTOMOBILE

