

# INDICATEUR DE CONJONCTURE

## Mars 2022

Gonzague Hannebicque - [g.hannebicque@sad-marketing.com](mailto:g.hannebicque@sad-marketing.com)

## La baisse du moral des ménages devrait peser sur la consommation



La période n'est pas réellement comparable car en Mars 2021 les grands centres commerciaux étaient fermés.

Les GSA souffrent depuis 12 mois et plus encore en Mars alors que tous les autres circuits se portent bien.

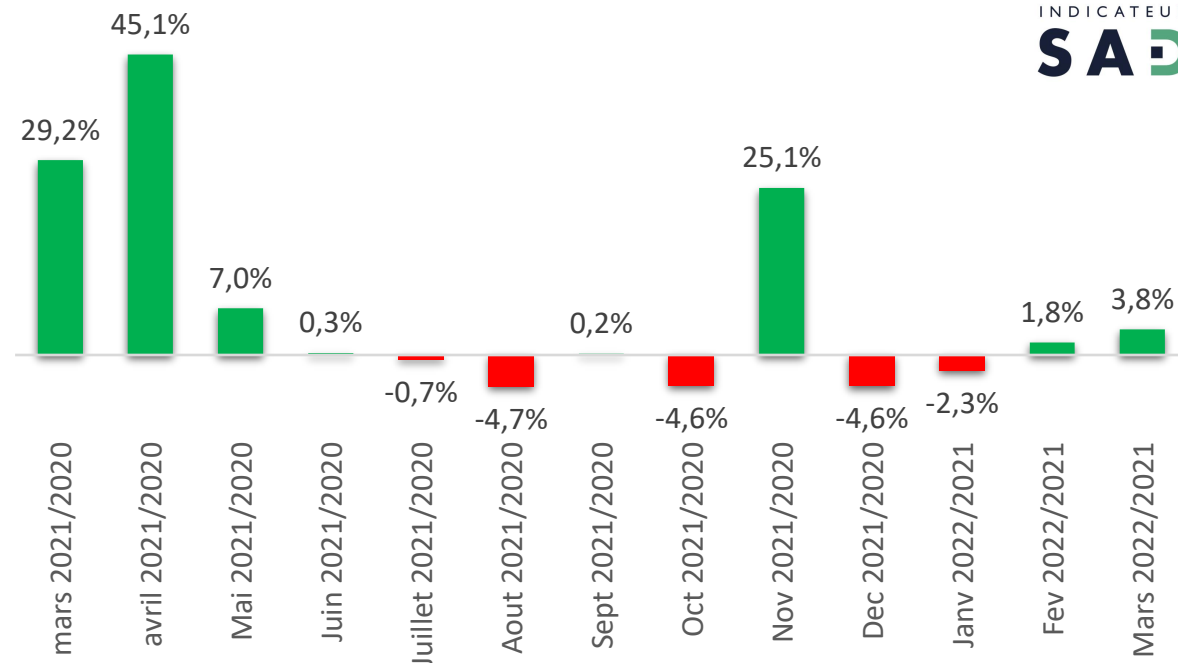
L'alimentaire, l'équipement de la maison et l'automobile sont en forte régression.

Difficile d'être optimiste: le moral des ménages est en baisse dans un contexte de forte inflation (+4,5% en mars sur 12 mois) et de guerre en Ukraine.

(1) : Hors restauration, cinéma, agences de voyages

(2): Pour les enseignes spécialisées: source Procos

(3) VAD : données de Février 2022

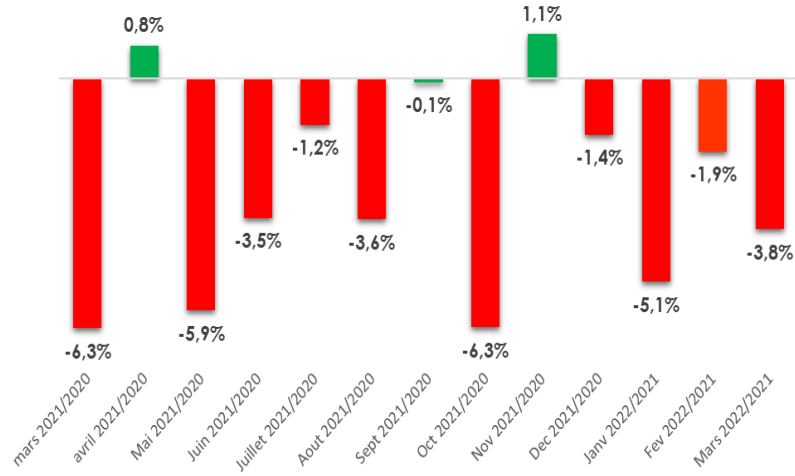


| Evolution par circuit      | Mars 2022/2021 | 12 Mois     | Depuis debut 2022 |
|----------------------------|----------------|-------------|-------------------|
| Supermarchés               | -4,1%          | -2,8%       | -3,3%             |
| Hypermarchés               | -1,5%          | -1,2%       | -1,7%             |
| Enseignes Spécialisées (2) | 29,3%          | 20,4%       | 24,0%             |
| Grands magasins            | 139,0%         | 29,3%       | 58,0%             |
| VAD (3)                    | 95,6%          | -8,5%       | -16,6%            |
| Petit commerce             | 8,3%           | 10,3%       | 4,9%              |
| <b>TOTAL</b>               | <b>3,8%</b>    | <b>3,4%</b> | <b>1,1%</b>       |

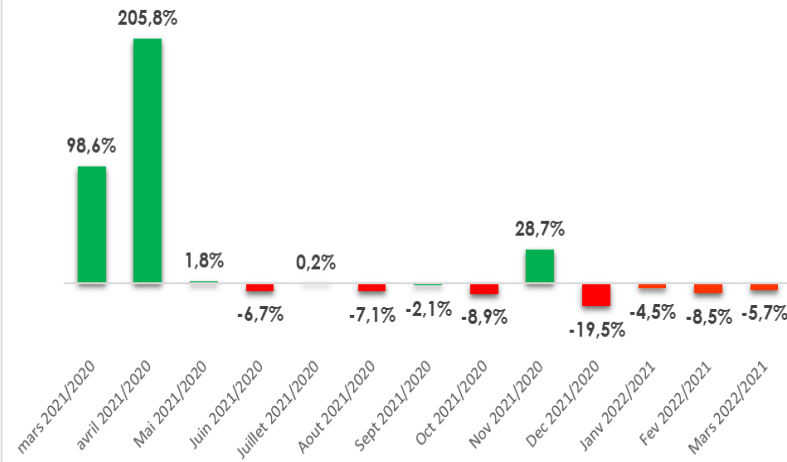


# Indicateur par secteur

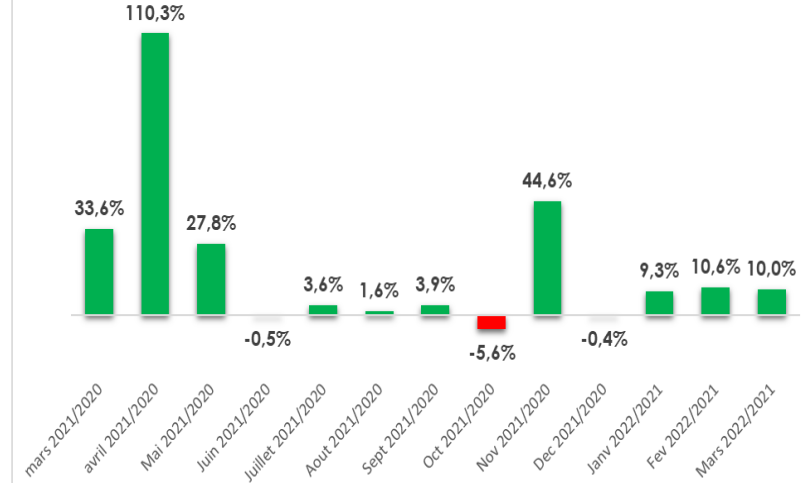
## ALIMENTAIRE



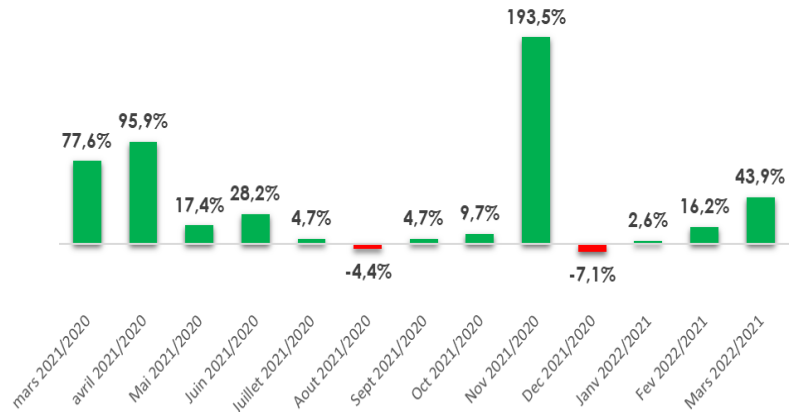
## EQUIPEMENT DE LA MAISON



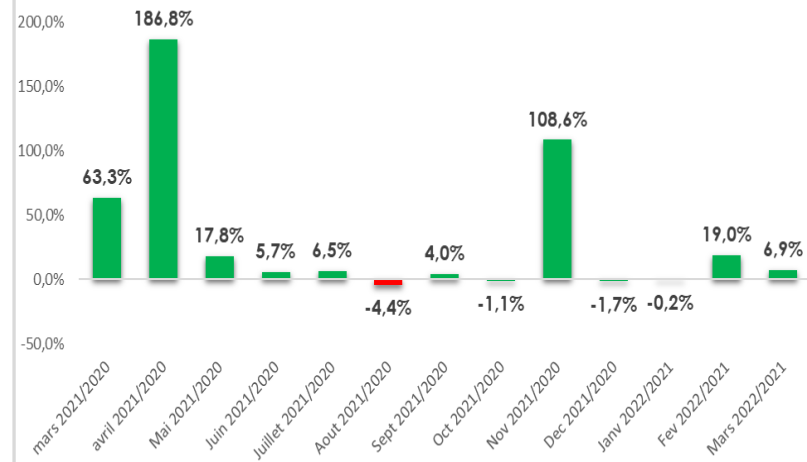
## BEAUTE SANTE



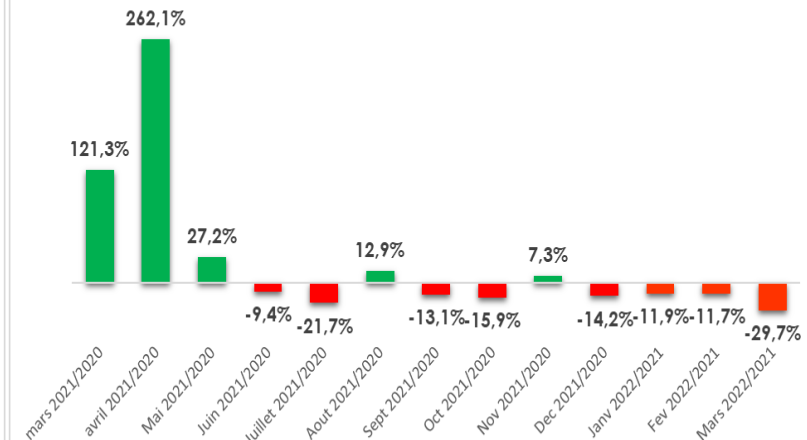
## EQUIPEMENT DE LA PERSONNE



## CULTURE LOISIRS



## AUTOMOBILE





# Alimentaire, équipement de la maison et surtout automobile en baisse

|                               | Mars 2022/2021 | 12 Mois | Depuis debut 2022 |
|-------------------------------|----------------|---------|-------------------|
| <b>Alimentaire</b>            | -3,8%          | -2,6%   | -3,7%             |
| Supermarchés (hors boucherie) | -5,0%          | -3,3%   | -4,3%             |
| Hypermarchés (hors boucherie) | -2,1%          | -1,3%   | -1,8%             |
| Petits commerces alimentaires | -8,6%          | -1,5%   | -8,1%             |

|                                  | Mars 2022/2021 | 12 Mois | Depuis debut 2022 |
|----------------------------------|----------------|---------|-------------------|
| <b>Equipement de la personne</b> | 43,9%          | 17,6%   | 17,4%             |
| Prêt à Porter                    | 48,8%          | 18,9%   | 21,3%             |
| Hm et Sm                         | 4,1%           | 2,5%    | -1,3%             |
| Indépendants                     | 34,8%          | 23,9%   | 11,1%             |
| GSS et succursales               | 44,2%          | 21,0%   | 21,2%             |
| VAD (1)                          | 93,3%          | -6,1%   | -21,3%            |
| Chaussures                       | 16,6%          | 10,9%   | -0,7%             |

|                                | Mars 2022/2021 | 12 Mois | Depuis debut 2022 |
|--------------------------------|----------------|---------|-------------------|
| <b>Equipement de la maison</b> | -5,7%          | 1,3%    | -6,1%             |
| Meubles                        | -3,0%          | 6,0%    | -5,2%             |
| Electromenager                 | -9,0%          | -2,6%   | -9,0%             |
| Electronique Grand Public      | -2,6%          | 0,0%    | -4,7%             |
| Bricolage                      | -7,2%          | 1,4%    | -6,1%             |

|                        | Mars 2022/2021 | 12 Mois | Depuis debut 2022 |
|------------------------|----------------|---------|-------------------|
| <b>Culture-Loisirs</b> | 6,9%           | 12,3%   | 7,8%              |
| Cycles et motocycles   | 0,2%           | 6,5%    | -0,7%             |
| Livres                 | 12,2%          | 18,1%   | 11,1%             |
| Jeux Jouets            | -2,7%          | 3,8%    | -1,4%             |
| Horlogerie Bijouterie  | 18,4%          | 14,2%   | 7,3%              |
| Materiel de Sport      | 18,1%          | 23,6%   | 26,8%             |
| Presse Papeterie       | -4,2%          | 5,4%    | -1,6%             |

|                     | Mars 2022/2021 | 12 Mois | Depuis debut 2022 |
|---------------------|----------------|---------|-------------------|
| <b>Beauté Santé</b> | 10,0%          | 10,6%   | 10,0%             |
| Optique             | 3,5%           | 9,4%    | 0,6%              |
| Parfumerie          | 14,4%          | 7,9%    | 6,1%              |
| Pharmacie           | 10,7%          | 13,7%   | 17,4%             |

|                       | Mars 2022/2021 | 12 Mois | Depuis debut 2022 |
|-----------------------|----------------|---------|-------------------|
| <b>Automobile</b>     | -29,7%         | -3,5%   | -18,4%            |
| Equipement Automobile | 10,8%          | 11,7%   | 7,3%              |
| Auto neuves           | -57,2%         | -18,3%  | -36,4%            |

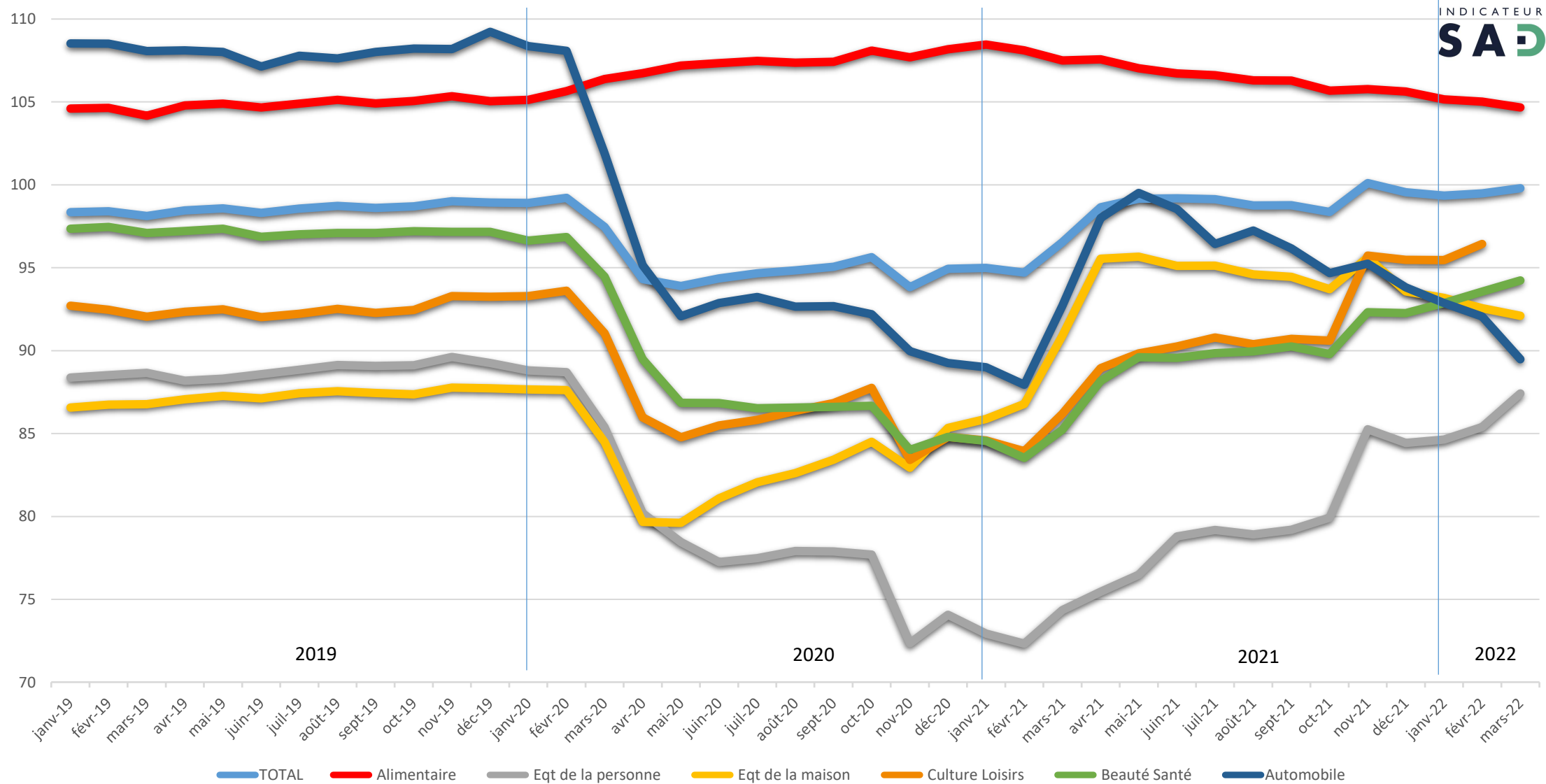
| <b>TOTAL</b> | <b>3,8%</b> | <b>3,4%</b> | <b>1,1%</b> |
|--------------|-------------|-------------|-------------|
|--------------|-------------|-------------|-------------|

9820,0%



# Evolution sur 12 mois glissants en valeur par secteur

SAD MARKETING





*Let's make  
positive  
business*

[www.sad-marketing.com](http://www.sad-marketing.com)