

Activité du commerce de détail à fin juin 2017

Le 17 juillet 2017

Les ventes du commerce de détail augmentent légèrement au deuxième trimestre

Sur les trois derniers mois, les ventes du commerce de détail croissent de 0,3 % (données en volumes cvs-cjo). Les ventes de produits alimentaires progressent de 0,6 %, celles de produits industriels augmentent plus lentement (+0,2 %). Les ventes d'habillement-textile et d'automobile sont notamment en hausse, tandis que d'autres produits voient leurs ventes stagner (pharmacie) ou diminuer, jusqu'à -3 % (chaussure).

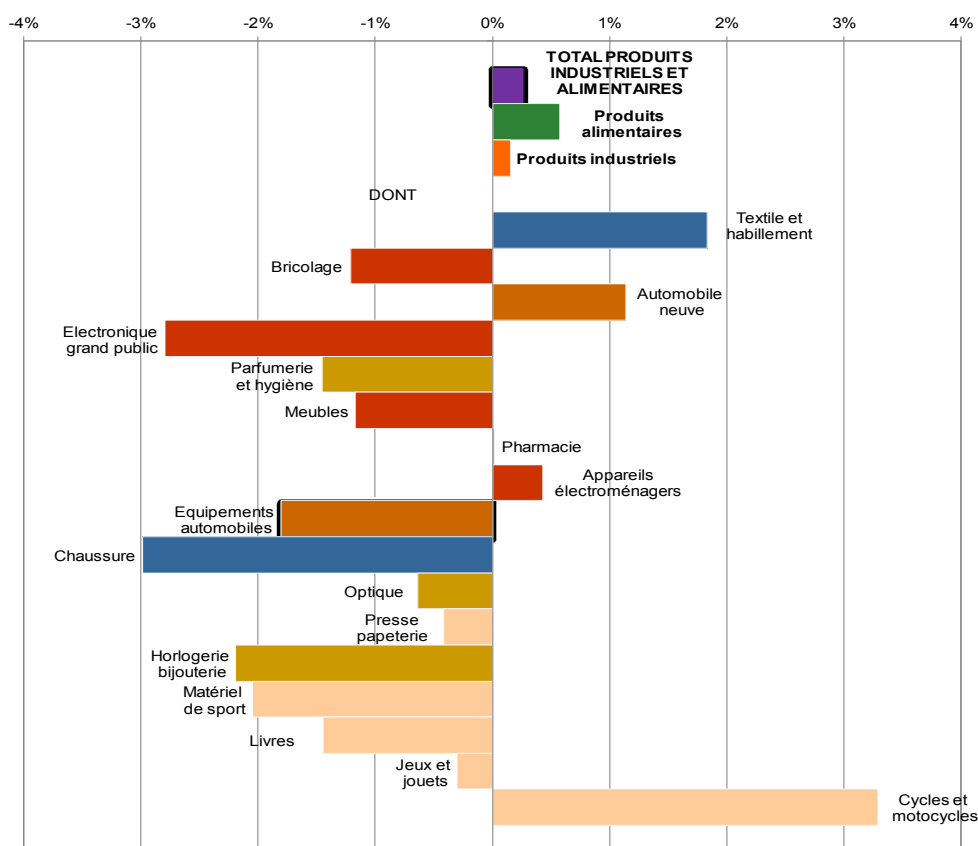
Les ventes du petit commerce reculent (-1,1 %), tandis que celles de la grande distribution progressent un peu (+0,3 %) grâce à la hausse des hypermarchés (+0,9 %). Les grands magasins baissent (-4,3 %), les supermarchés et la vente à distance sont quasiment stables.

En juin, les ventes reculent un peu (-0,2 %). Les ventes de produits alimentaires rebondissent (+0,9 %) alors que celles de produits industriels fléchissent (-1,0 %) : le démarrage plus tardif des soldes cette année explique le recul de l'habillement-textile (-4,2 %) et de la chaussure (-13 %).

Les ventes du petit commerce baissent (-1,5 %) tandis que celles de la grande distribution sont stables.

Total des ventes de produits industriels et alimentaires : variation T / T-1

Trois derniers mois rapportés aux trois mois précédents ; volume CVS-CJO



| | Poids |
|---------------------------|-------|
| Produits alimentaires | 43% |
| Produits industriels | 57% |
| dont : | |
| Textile et Habillement | 10% |
| Bricolage | 7% |
| Automobile (neuve) | 6% |
| Electronique grand public | 5% |
| Parfumerie et hygiène | 4% |
| Meubles | 4% |
| Pharmacie | 3% |
| Appareils électroménagers | 3% |
| Equipelements automobiles | 3% |
| Chaussure | 2% |
| Optique | 2% |
| Presse - Papeterie | 2% |
| Horlogerie et Bijouterie | 2% |
| Matériel de sport | 1% |
| Livres | 1% |
| Jeux et jouets | 1% |
| Cycles et motocycles | 1% |

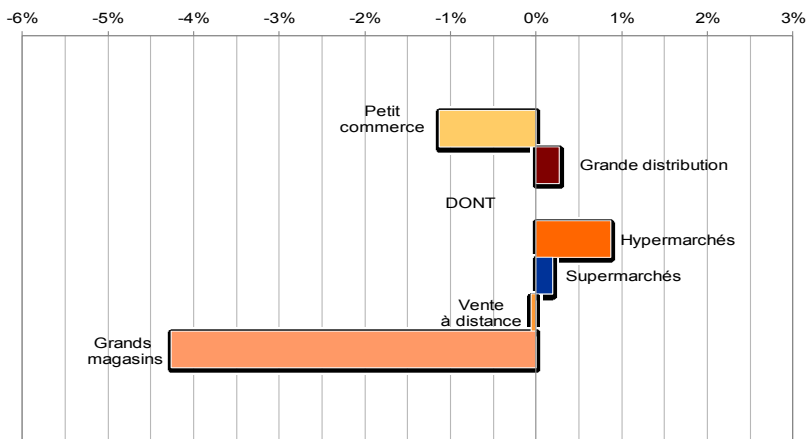
Notes de lecture :

- Les secteurs sont classés selon leur poids relatif des produits entrant dans le champ de l'agrégat total du commerce de détail (cf. méthodologie)

- Les séries agrégées et celles par sous-secteur sont désaisonnalisées indépendamment les unes des autres : les séries désaisonnalisées ne sont pas la somme des composantes désaisonnalisées.

Commerce de détail pour certains modes de distribution : variation T / T-1

Trois derniers mois rapportés aux trois mois précédents ; volume CVS-CJO



| Grande distribution | Poids |
|---------------------|-------|
| Hypermarchés | 50% |
| Supermarchés | 33% |
| Vente à distance | 11% |
| Grands magasins | 6% |

Total produits industriels et alimentaires

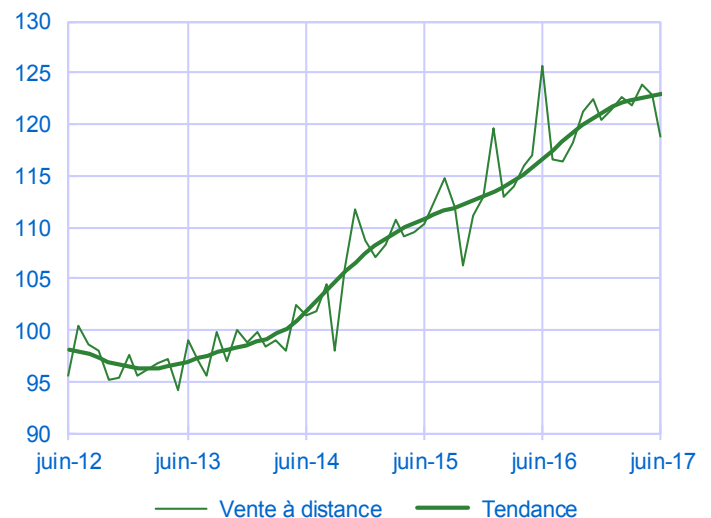
Indice en volume CVS-CJO, base 100 en 2010



Vente à distance (ventes sur internet incluses)

Source : FEVAD et Banque de France

Indice en volume CVS-CJO, base 100 en 2010



Données provisoires arrêtées le 7ème jour ouvrable suivant le mois sous revue

Notes de lecture :

- La FEVAD et la Banque de France collaborent pour une publication des ventes de produits sur internet en France (hors alimentaire).
- Les séries agrégées et celles par sous-secteur sont désaisonnalisées indépendamment les unes des autres : les séries désaisonnalisées ne sont pas la somme des composantes désaisonnalisées.
- Les secteurs sont classés selon leur poids relatif des modes de distribution entrant dans le champ des agrégats petit commerce et grande distribution (cf. méthodologie).
- L'agrégat « Grande distribution » n'est pas un sous-agrégat du « Total Produits industriels et alimentaires » ; cet indice autonome couvre l'activité globale des hypermarchés, supermarchés, grands magasins, et vente à distance. Il ne comprend pas les points de vente affiliés à des chaînes nationales.

Pour en savoir plus, voir le [détail sectoriel](#), la [méthodologie](#), le [calendrier des publications](#) et les [contacts](#)

Toutes les séries publiées par la Banque de France sont accessibles à l'adresse : [WEBSTAT Banque de France](#)

Les demandes d'abonnement aux enquêtes de conjoncture peuvent être adressées à 2503-DIFFUSION-UT@banque-france.fr