

# Activité du commerce de détail à fin février 2014

Le 14 mars 2014

DGS  
Direction des Enquêtes et des  
Statistiques Sectorielles

## Au cours des trois derniers mois, les ventes du commerce de détail sont stables en volume

En février, les achats auprès du commerce de détail progressent (+1,0 %, données cvs-cjo) ; ils sont stables sur trois mois.

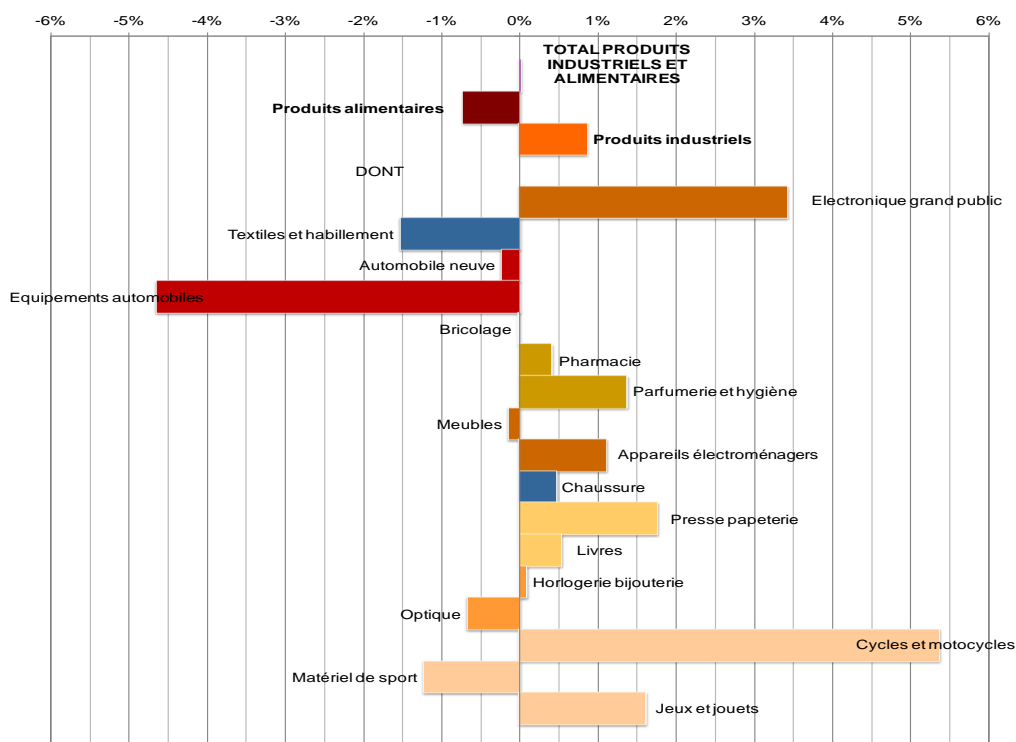
Les ventes de **produits alimentaires** se replient sur le mois (-0,6 %) comme en glissement trimestriel (-0,7 %).

**Celles des produits industriels** se redressent par rapport à janvier (+1,0 %). Sur les trois derniers mois, les ventes progressent (+0,9 %) notamment grâce à la hausse de l'électronique grand public, de la presse papeterie et des cycles.

Les ventes du **petit commerce** progressent sur le mois (+2,7 %) ainsi que sur les trois derniers mois (+0,4 %). Les ventes de la **grande distribution** augmentent en février (+0,5 %) ; en glissement trimestriel, elles se replient (-0,4 %) en particulier dans la vente par correspondance et les grands magasins.

### Total produits industriels et alimentaires : variation T / T-1 (Trois derniers mois rapportés aux trois mois précédents)

Indice en volume CVS-CJO, base 100 en 2007

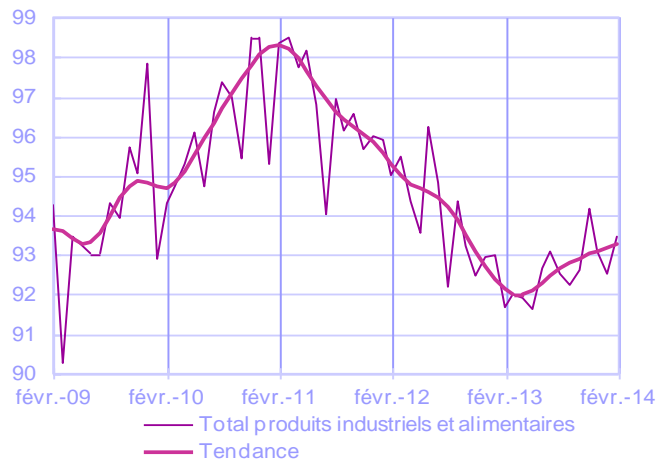


	Poids
Electronique Grand Public	10%
Textile et Habillement	9%
Automobile (neuve)	7%
Equipements automobiles	6%
Bricolage	6%
Pharmacie	4%
Parfumerie et hygiène	4%
Meubles	3%
Appareils Electroménagers	3%
Chaussure	2%
Presse - Papeterie	2%
Livres	1%
Horlogerie et Bijouterie	1%
Optique	1%
Cycles et motocycles	1%
Matériel de sport	1%
Jeux et jouets	1%

Note 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)

### Total produits industriels et alimentaires

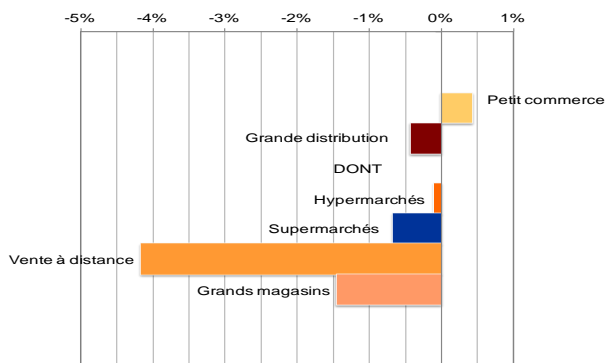
Indice en volume CVS-CJO, base 100 en 2007



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

### Commerce de détail pour certains modes de distribution : variation T / T-1 (Trois derniers mois rapportés aux trois mois précédents)

Indice en volume CVS-CJO, base 100 en 2007



Grande distribution	Poids
Hypermarchés	53%
Supermarchés	36%
Vente à distance	6%
Grands magasins	5%

**Note de lecture :**

- 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 par correspondance. 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](#)

Retrouvez les séries sur le site Internet de la Banque de France dans la base de données Webstat.

<http://webstat.banque-france.fr/fr/browse.do?node=5384360>