

## Activité du commerce de détail à fin février 2022

Le 16 mars 2022

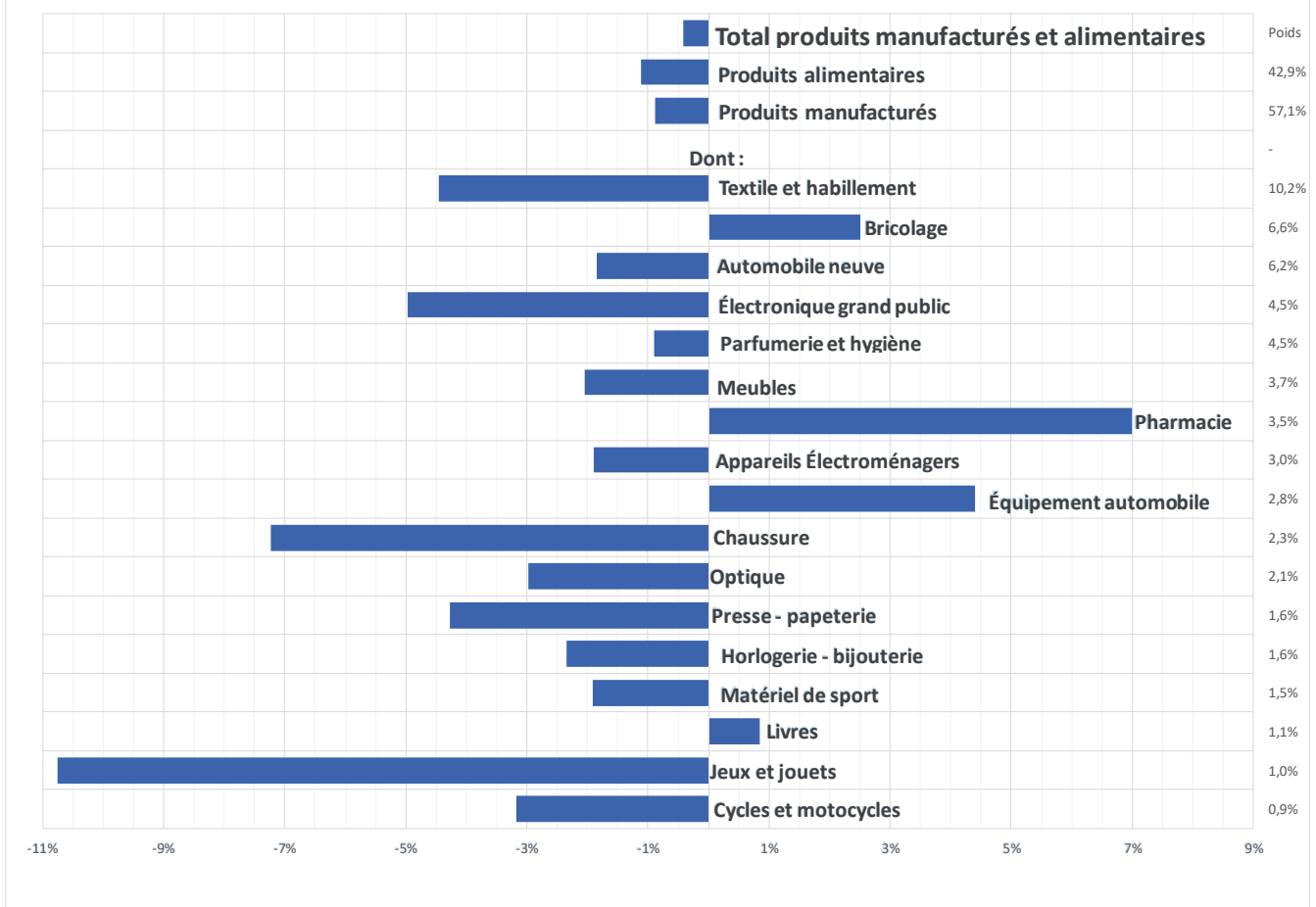
### En hausse en février, les ventes du commerce de détail sont globalement stables sur 3 mois

**Avertissement :** l'évolution des ventes du commerce de détail ne reflète pas celle de la consommation totale des ménages : celle-ci comprend aussi d'autres postes tels que la santé, l'éducation et les loyers.

En février, les ventes du commerce de détail sont en hausse, à +1,3 % par rapport à janvier (données en volume cvs-cjo), après un repli au mois précédent (-1,8 %). Cette bonne orientation se retrouve à la fois sur les ventes de produits manufacturés et celles de produits alimentaires.

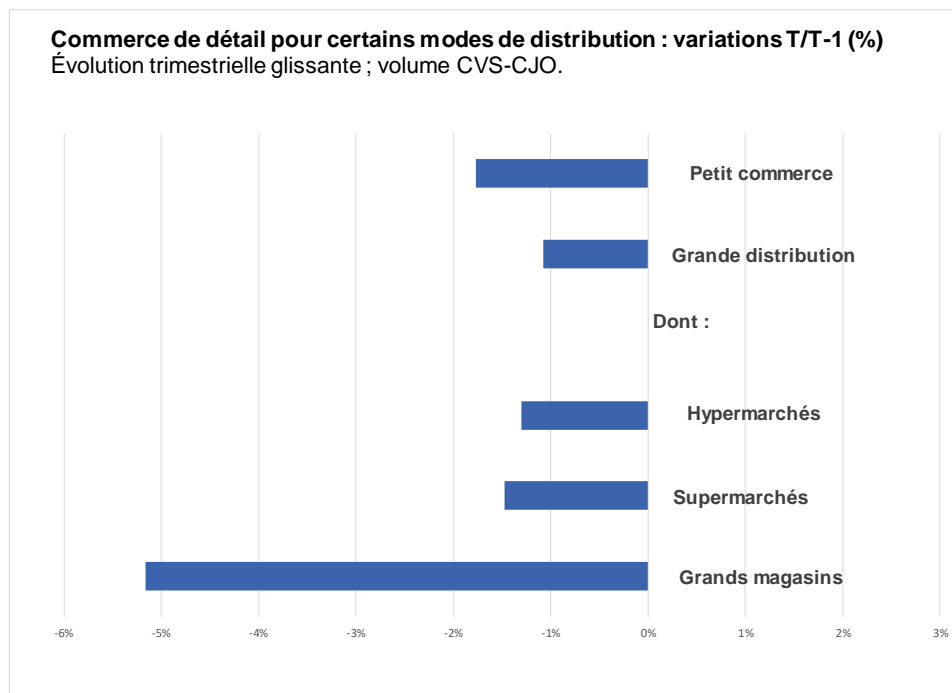
Sur les trois derniers mois par rapport aux trois précédents, un repli modéré s'observe sur l'ensemble des ventes (-0,4 %), à la fois pour les produits alimentaires (-1,1 %) et les produits manufacturés (-0,9 %) (voir note 3 ci-dessous). Un recul est notamment enregistré pour les jeux et jouets (-10,8 %), la chaussure (-7,2 %) et l'électronique (-5,0 %); à l'inverse les ventes des produits de la pharmacie (+7,0 %), de l'équipement automobile (+4,4 %) et du bricolage (+2,5 %) sont dynamiques.

#### Total des ventes de produits manufacturés et alimentaires : variations T/T-1 (%) Évolution trimestrielle glissante ; volume CVS-CJO.



**Notes de lecture :**

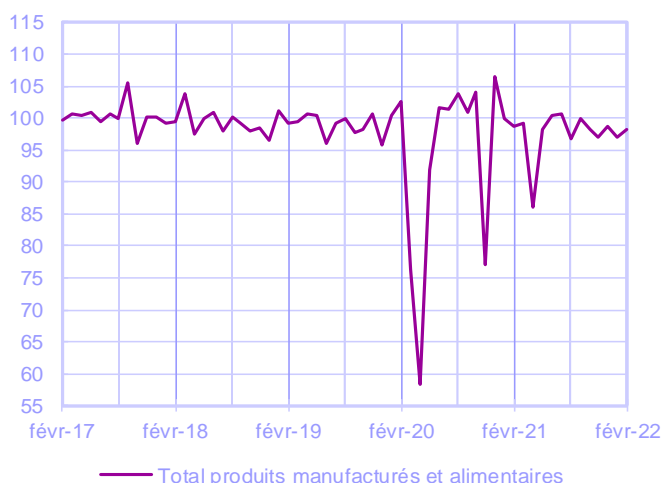
- 1) L'évolution trimestrielle glissante rapporte la moyenne des indices du trimestre glissant en cours (décembre-janvier-février) à celle du trimestre précédent (septembre-octobre-novembre)
- 2) Les secteurs sont classés selon leur poids relatif des produits entrant dans le champ de l'agrégat total du commerce de détail (la pondération est mentionnée à droite du graphique).
- 3) 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.
- 4) CVS-CJO : Corrigé des Variations Saisonnières – Corrigé des Jours Ouvrables.



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

### Total produits manufacturés et alimentaires

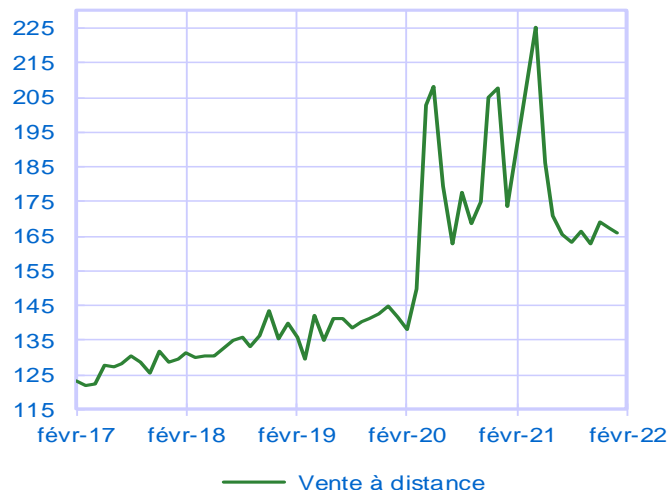
Indice en volume CVS-CJO, base 100 en 2010



### 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 7<sup>e</sup> jour ouvrable suivant le mois sous revue

Notes de lecture :

- 1) L'évolution trimestrielle glissante rapporte la moyenne des indices du trimestre glissant en cours (décembre-janvier-février) à celle du trimestre précédent (septembre-octobre-novembre).
- 2) La Fevad et la Banque de France collaborent pour une publication des ventes de produits sur Internet en France (hors alimentaire). La série publiée ce jour s'arrête à la donnée du mois de janvier 2022. Celle du mois de février 2022 sera publiée dès que disponible.
- 3) 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.
- 4) L'agrégat « Grande distribution » n'est pas un sous-agrégat du « Total produits manufacturés 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 formulées sur le site [www.banque-france.fr](http://www.banque-france.fr)

