

Note méthodologique

Agrégats

L'agrégat « Petit commerce » est un sous-agrégat de l'indice « Total Produits industriels et alimentaires » ; il ne concerne que les petites exploitations indépendantes non affiliées à des chaînes nationales.

En revanche 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.

La somme pondérée des variations de ces deux indices ne correspond donc pas en règle générale à la variation de l'indice d'ensemble « Total Produits industriels et alimentaires »

Indices

L'indice d'activité du mois m est calculé à partir de la variation des chiffres d'affaires TTC du mois m par rapport à celui du mois $m-12$ pour les entreprises qui ont répondu à la fois pour le mois m ($Répondu_m$) et $m-12$ ($Répondu_{m-12}$) et de l'indice du mois $m-12$, selon la formule suivante :

$$I_m = \frac{\sum_{i \in Répondu_m \cap Répondu_{m-12}} CA_m^i}{\sum_{i \in Répondu_m \cap Répondu_{m-12}} CA_{m-12}^i} \times I_{m-12}$$

L'année de base est l'année 2010.

Cet indice en valeur est ensuite déflaté du niveau des prix du secteur correspondant, à partir des séries d'indices de prix à la consommation publiées par l'INSEE, pour donner l'indice en volume.

Variation mensuelle

La variation mensuelle se réfère à chaque fois au mois observé par rapport au mois précédent de la même

année puis rapportée en pourcentage selon la formule : $\left(\frac{I_m - I_{m-1}}{I_{m-1}} \right) \times 100$

Variation trimestrielle

La variation trimestrielle est calculée en glissement avec les trois derniers mois par rapport aux trois mois précédents (M, M-1 et M-2 par rapport à M-3, M-4 et M-5).

Glissement annuel

L'évolution en glissement compare les indices séparés d'un an selon la formule : $\left(\frac{I_m - I_{m-12}}{I_{m-12}} \right) \times 100$

NB : Compte tenu de la méthodologie utilisée (chaînage d'indices annuels) les variations des indices par produits et des indices agrégés sont cohérentes en glissement annuel (la somme des variations des composantes correspond à la variation de l'agrégat) mais ne le sont pas nécessairement en glissement mensuel. En cas de fortes évolutions les variations des indices par produits peuvent ne pas correspondre à la variation des agrégats.

Désaisonnalisation

Les séries sont désaisonnalisées multiplicativement par la méthode X12-ARIMA. La série brute B est décomposée en trois composantes : trend/cycle (T), saisonnier (S) et irrégulier (I). Les séries CVS publiées correspondent à la série brute sans la composante saisonnière (B/S) qui est aussi la multiplication du trend et de l'irrégulier (TxI). Les séries agrégées et par sous-secteur sont désaisonnalisées indépendamment les unes des autres : les séries désaisonnalisées ne sont pas la somme des composantes désaisonnalisées.

Révision du commerce de détail de produits alimentaires

La série « produits alimentaires » est redressée sur la base des données issues des comptes du commerce depuis 1999 afin de prendre en compte la tendance de la consommation alimentaire sur longue période. La révision repose sur une ventilation sur chaque donnée mensuelle de la différence mensualisée entre le taux de croissance annuel du compte du commerce correspondant et celui de la série commerce de détail de produits alimentaires. La correction est issue de la dernière publication disponible des comptes du commerce de l'Insee.

Poids relatif des produits entrant dans le champ de l'agrégat « ensemble » du commerce de détail

Produits alimentaires	43	Meubles	4	Presse - papeterie	2
Textile - habillement	10	Pharmacie	3	Horlogerie - bijouterie	2
Bricolage	7	Équipements automobiles	3	Articles de sport	1
Automobile	6	Appareils électroménagers	3	Livres	1
Électronique grand public	5	Chaussure	2	Jeux et jouets	1
Parfumerie et produits de beauté	4	Optique	2	Cycles et motos	1
				Total	100

Source : dépenses de consommation des ménages 2015 (INSEE) – en %

Dans les calculs agrégés, les données sont redressées par le poids des produits dans la consommation des ménages.

Intégration des données du e-commerce

A partir de janvier 2011, les indices de l'enquête mensuelle du commerce de détail intègrent des données agrégées du e-commerce et de la vente à distance, grâce à un partenariat avec la Fédération du e-commerce et de la Vente à Distance (FEVAD). Ces informations permettent de couvrir un panel élargi des acteurs de ce secteur (plus de 70 enseignes) et de capter les tendances récentes du e-commerce de produits. Sont enrichis les indices de la vente à distance, de la grande distribution, et ceux concernant certains produits industriels hors automobile (électronique grand public, textile/habillement, meubles, appareils électroménagers et chaussures), et en conséquence l'agrégat national.