

Activité du commerce de détail à fin novembre 2022

Ventilation par produit manufacturé et par mode de distribution

Évolution par produit

novembre Indices en volume CVS-CJO Base 100 en 2010	Indice M	Indice M-1	Indice M-12	Variation(*) trimestrielle en %
Ensemble	94,7	93,7	97,7	0,2%
Alimentation (43%)	86,4	86,6	92,4	-1,6%
Produits manufacturés (57%) dont :	100,9	99,5	101,6	1,3%
Textile et Habillement (10%)	90,5	89,3	90,8	1,2%
Chaussure (2%)	80,7	75,2	81,3	-0,5%
Bricolage (7%)	105,1	103,9	106,4	3,0%
Electronique Grand Public (5%)	174,2	163,1	156,9	5,9%
Meubles (4%)	80,1	78,4	84,0	4,3%
Appareils Electroménagers (3%)	113,9	108,7	122,4	-0,2%
Automobile (neuve) (6%)	75,8	75,2	81,7	4,5%
Equipements automobiles (3%)	91,3	85,7	94,0	-3,1%
Parfumerie et hygiène (4%)	80,2	81,5	77,1	4,3%
Pharmacie (3%)	168,1	164,7	159,4	0,2%
Optique (2%)	101,8	96,9	100,0	3,1%
Presse - Papeterie (2%)	56,3	56,5	58,5	-2,8%
Horlogerie et Bijouterie (2%)	73,0	72,2	75,8	-0,2%
Matériel de sport (1%)	131,2	137,6	137,0	0,6%
Livres (1%)	75,9	73,8	82,8	-1,9%
Jeux et jouets (1%)	106,3	111,6	118,6	1,6%
Cycles et motocycles (1%)	144,6	133,3	139,3	3,6%

Note : % = Poids relatif des produits entrant dans le champ de l'agrégat « ensemble » du commerce de détail
Source : dépenses de consommation des ménages 2015 (Insee)

Évolution par mode de distribution (**)

novembre Indices en volume CVS-CJO Base 100 en 2010	Indice M	Indice M-1	Indice M-12	Variation(*) trimestrielle en %
Petit Commerce (Hors Automobile)	101,5	97,2	102,3	0,8%
Grande distribution dont :	101,4	99,7	106,4	-1,4%
Grands magasins	95,7	100,3	99,7	0,9%
Supermarchés	94,1	95,1	99,5	-2,4%
Hypermarchés	94,7	94,2	98,4	-0,8%
Vente à distance	ND	165,5	170,5	ND

(*) 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)

(**) Les modes de distribution présentés ici ne couvrent pas le champ complet de l'agrégat « Total par produits » qui comprend d'autres formes de distribution comme les grandes surfaces spécialisées et les chaînes (qui ne font pas l'objet d'un calcul d'indice spécifique)

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 août 2022. Celle du mois de novembre 2022 sera publiée dès que disponible.

Ensemble du commerce

Indices en volume CVS-CJO, base 100 en 2010

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

Source : dépenses de consommation des ménages 2015 (Insee)

Total produits manufacturés et alimentaires



Produits alimentaires (43%)



Produits manufacturés

(57 % de l'ensemble alimentation et produits manufacturés du commerce de détail)

EQUIPEMENT DU LOGEMENT

Electronique grand public (5%)



Bricolage (7%)



Meubles(4%)



Appareils électroménagers (3%)



AUTOMOBILE

Automobile neuve (6%)



Equipements automobiles (3%)



EQUIPEMENT DE LA PERSONNE

Textile (10%)



Chaussure (2%)



AUTRES PRODUITS

Parfumerie et hygiène (4%)



Pharmacie (3%)



Optique (2%)



Presse/Papeterie (2%)



Horlogerie/Bijouterie (2%)



Matériel de sport (1%)



Livres (1%)



Jeux et jouets (1%)



Cycles et motos (1%)



Mode de distribution

Supermarchés



Hypermarchés



Petit commerce



Vente à distance (ventes sur Internet incluses)



Source : FEVAD et Banque de France

Pour en savoir plus, voir 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

