

Activité du commerce de détail à fin janvier 2025

Ventilation par produit manufacturé et par mode de distribution

Évolution par produit

janvier Indices et variations CVS-CJO Base 100 en 2010	Indice M	Indice M-1	Indice M-12	Variation(*) trimestrielle en %
Ensemble	98,9	98,8	99,6	-0,5
Alimentation (43%)	98,9	99,8	101,4	-0,7
Produits manufacturés (57%) dont :	98,9	98,1	98,3	-0,4
Textile et habillement (10%)	83,0	84,6	87,6	-3,2
Bricolage (7%)	92,1	91,2	96,1	-1,6
Automobile (neuve) (6%)	88,3	88,3	83,8	5,3
Électronique grand public (5%)	161,4	158,0	157,3	0,0
Parfumerie et hygiène (4%)	82,5	81,5	82,5	0,5
Meubles (4%)	69,6	63,3	68,9	-0,5
Pharmacie (3%)	189,6	184,7	177,1	0,7
Appareils électroménagers (3%)	107,3	107,4	101,3	0,2
Équipement automobile (3%)	88,8	89,2	89,4	-1,7
Chaussure (2%)	75,7	75,3	76,4	-2,5
Optique (2%)	97,6	96,9	95,7	-0,5
Presse et Papeterie (2%)	51,9	52,1	54,1	0,3
Horlogerie et Bijouterie (2%)	63,7	62,9	67,1	-0,2
Matériel de sport (1%)	125,7	124,2	126,5	-5,2
Livres (1%)	74,3	74,3	74,8	1,1
Jeux et Jouets (1%)	125,8	125,7	115,3	5,2
Cycles et motocycles (1%)	128,8	137,0	129,4	-2,7

Note : % = Poids relatif des produits entrant dans le champ de l'agrégat "ensemble" du commerce de détail
Sources : Banque de France , Insee (dépenses de consommation des ménages 2015)

Évolution par mode de distribution (**)

janvier Indices et variations CVS-CJO Base 100 en 2010	Indice M	Indice M-1	Indice M-12	Variation(*) trimestrielle en %
Petit commerce	99,7	99,7	99	-0,4
Grands magasins	87,8	86,5	92,3	1,3
Supermarchés	90,8	92	93,1	0,5
Hypermarchés	92,3	90	93,3	-1,7
Ventes à distance	ND	166,2	159,2	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)

(**) La grande distribution et le petit commerce 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 à distance en France (hors alimentaire). La série publiée ce jour s'arrête à la donnée du mois de décembre 2024. Celle du mois de janvier 2025 sera publiée dès que possible.



Ensemble du commerce

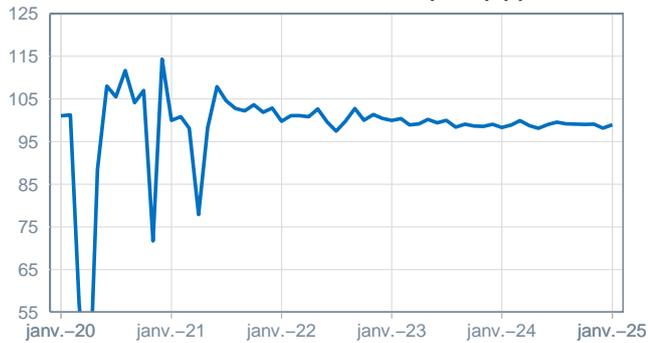
Indices en volume CVS-CJO, base 100 en 2010

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)

(*) Dans ce graphique et les suivants, les valeurs extrêmes liées à la pandémie de COVID-19 sont disponibles sous WEBSTAT

Produits manufacturés (57%) (*)



Produits alimentaires (43%)



Produits manufacturés

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

ÉQUIPEMENT DU LOGEMENT

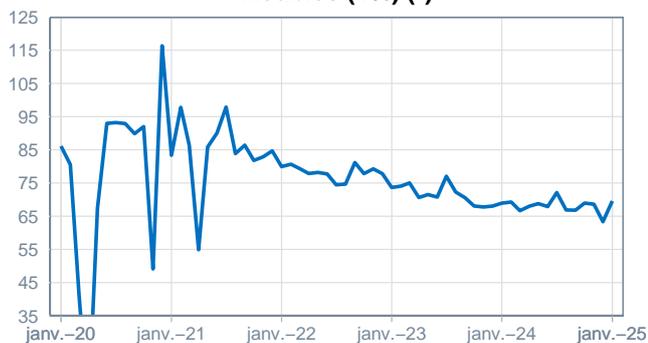
Electronique grand public (5%) (*)



Bricolage (7%)



Meubles (4%) (*)



Appareils électroménagers (3%)

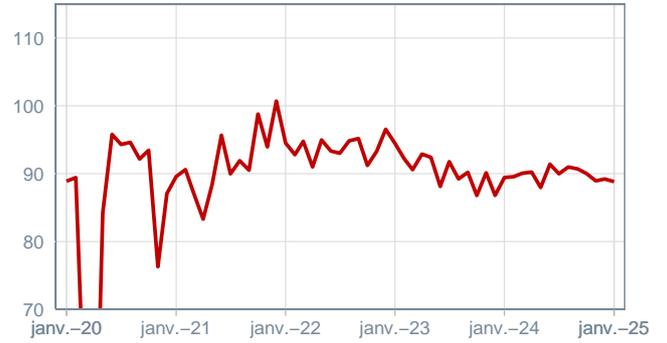


AUTOMOBILE

Automobiles neuves (6%) (*)

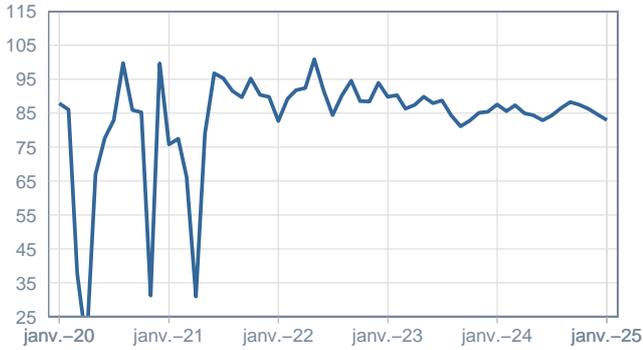


Equipements automobiles (3%)

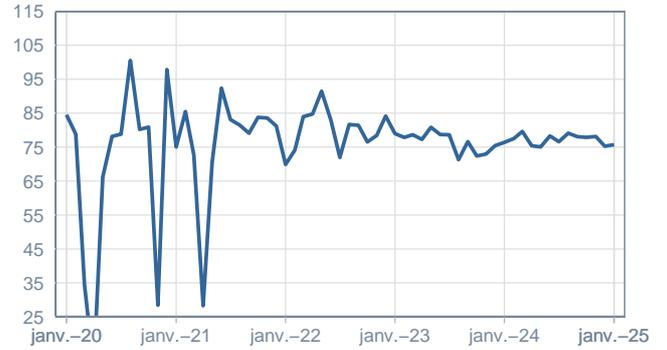


ÉQUIPEMENT DE LA PERSONNE

Textile (10%) (*)

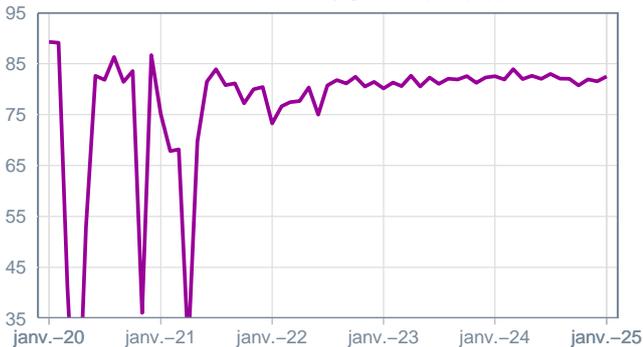


Chaussure (2%) (*)



AUTRES PRODUITS

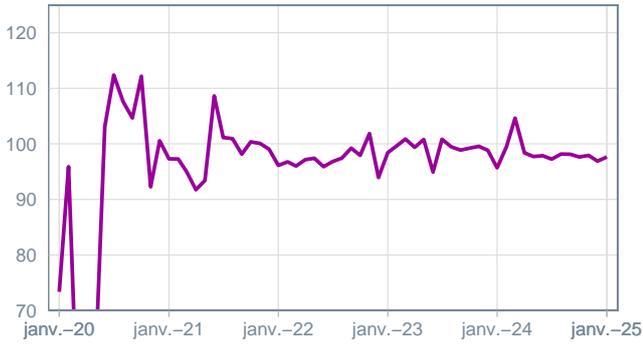
Parfumerie et hygiène (4%) (*)



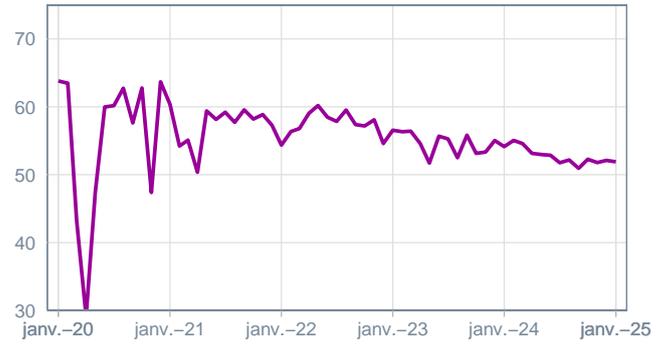
Pharmacie (3%) (*)



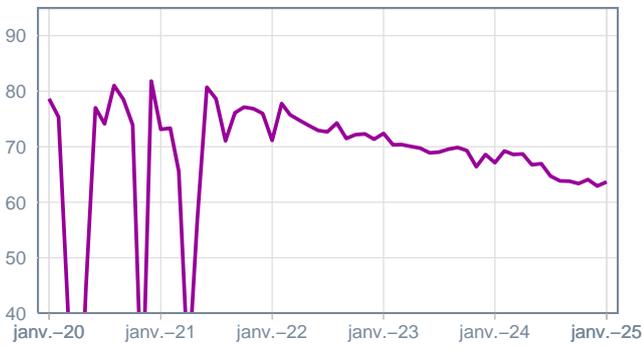
Optique (2%)



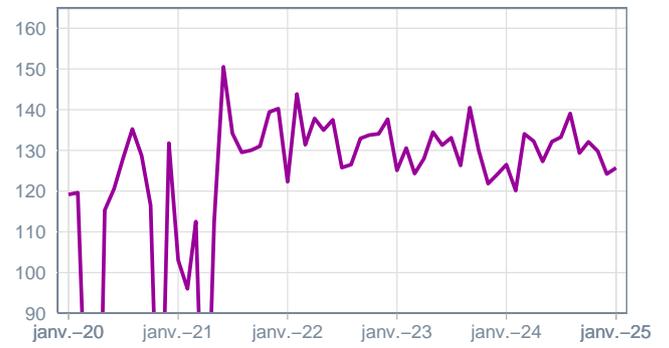
Presse/Papeterie (2%)



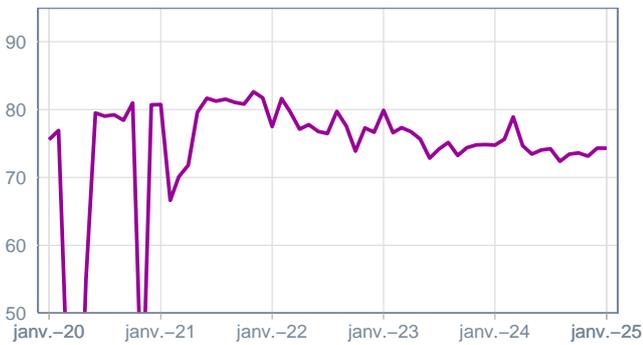
Horlogerie/Bijouterie (2%)



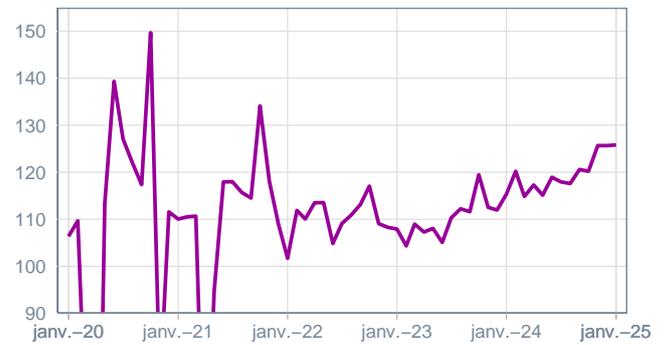
Matériel de sport (1%) (*)



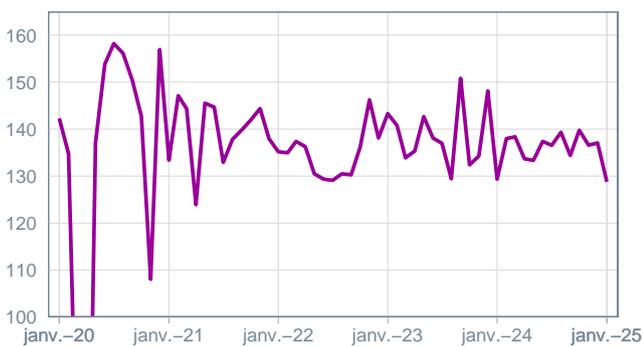
Livres (1%)



Jeux et jouets (1%)



Cycles et motocycles (1%) (*)



Mode de distribution

Supermarchés



Hypermarchés



Petit commerce (*)



Ventes à distance (ventes sur Internet incluses)



Sources : FEVAD et Banque de France

Données provisoires arrêtées le 8e jour ouvrable suivant le mois sous revue.

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

