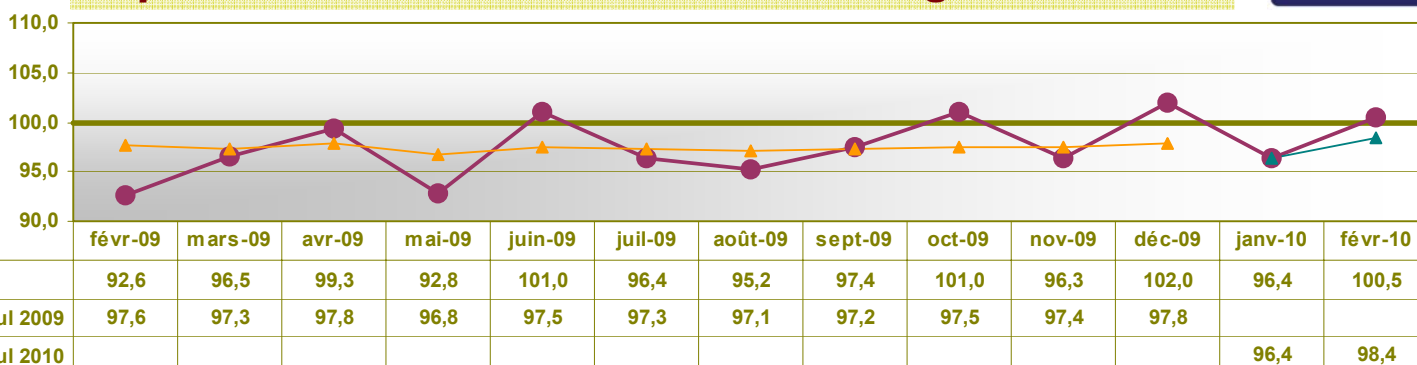
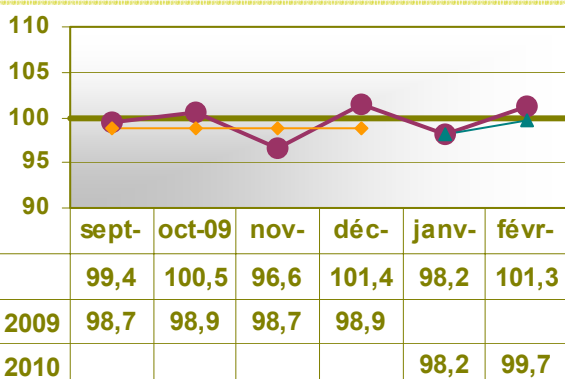


Dépenses de consommation : indice global



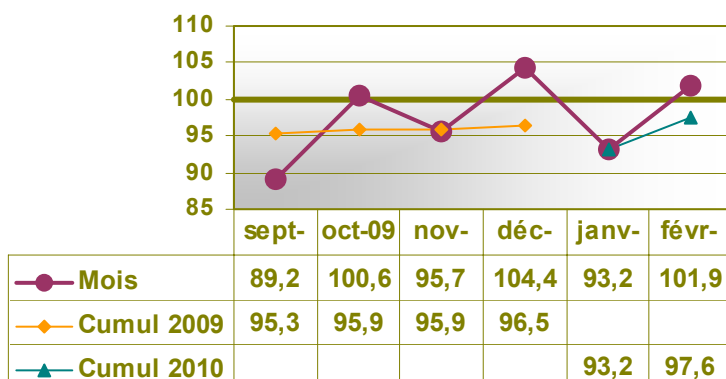
La consommation s'abstient : les dépenses de consommation du mois ont été très légèrement positives par rapport à 2009, mais la référence est très mauvaise : février 2009, avec -7% marqua le vrai début de la crise dans le commerce de détail. Les ménages sont donc restés sur leur réserve pendant un mois qui, entre soldes et Pâques, n'offre pas de grandes occasions de dépenses.

Alimentation



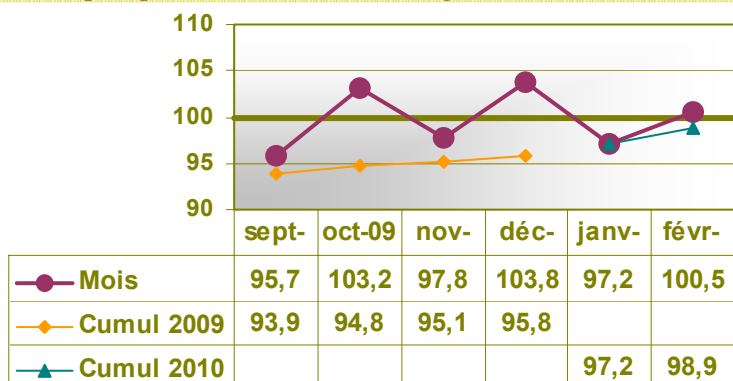
Parfait exemple de cette retenue de consommer. La proximité s'est à peu près maintenue, commerces traditionnels et supermarchés ont eu une croissance supérieure d'environ deux points à celle des hypermarchés, légèrement négative. Les consommateurs ont été particulièrement attentifs aux prix : les enseignes les moins bien placées dans ce domaine ont plus souffert.

Équipement de la personne



Dans un climat de faible croissance les tendances des mois précédents se confirment : les réseaux d'enseignes résistent beaucoup mieux que les indépendants. Les hypermarchés continuent à perdre des parts de marché alors que grands magasins et magasins populaires confortent leurs positions. En chaussures les grandes surfaces périphériques réussissent mieux que les magasins de centre-ville.

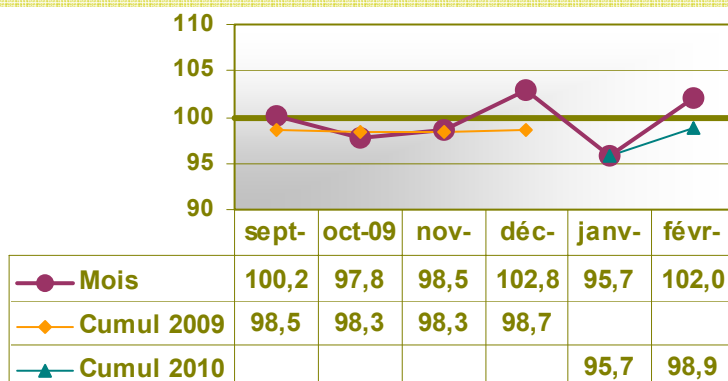
Équipement du foyer



Le redressement tant attendu de l'équipement du foyer n'a pas été au rendez-vous de février : malgré la baisse des aides les ménages ont continué à donner leur préférence à l'automobile et n'ont pas investi dans leur maison. Globalement meubles, bricolage et électro-ménager sont tout juste parvenus à maintenir leur mauvais niveau de l'année dernière (-7,1%), sans plus.

Les indicateurs retracent l'évolution en valeur (TTC) des dépenses commercialisables des ménages, appréhendées au travers des ventes au détail, par rapport au même mois de l'année précédente. Ils sont exprimés en données brutes mois par mois et en données cumulées. Toutes les formes du commerce de détail au sens strict sont représentées, sauf la VAD, le commerce ambulancier, l'automobile, la pharmacie et le tabac.

Loisirs - divers



Février reste le mois des vacances d'hiver et, la neige aidant, les Français se sont un peu lâchés, les ventes de sport ont été nettement positives, près de 5%, la meilleure performance de tous les secteurs de grande consommation. Les performances de la photo vidéo ont été bonnes également, mais les autres secteurs, librairie, papeterie et articles pour la personne sont restés dans la grisaille.