

Indices d'activité des centres commerciaux
MOIS DE MAI 2012

| | Indices mensuels | | | | | | | |
|--|--|---------------------|--------------------------------|---------------------|------------------------|---------------------|-------------------------------------|---------------------|
| | Industrie des centres commerciaux | | Centres à attraction régionale | | Centres intercommunaux | | Centres de cœur de ville historique | |
| | Périmètre Comparable | Commerces Constants | Périmètre Comparable | Commerces Constants | Périmètre Comparable | Commerces Constants | Périmètre Comparable | Commerces Constants |
| INDICES GLOBAUX | | | | | | | | |
| indice boutiques | 96,5 | 95,6 | | | | | | |
| indice GSS | 99,2 | 98,0 | | | | | | |
| indice boutiques & GSS | 97,1 | 96,1 | | | | | | ACCES ABONNES |
| indice centres | 97,2 | 96,2 | | | | | | |
| INDICES SECTORIELS | | | | | | | | |
| indice alimentation et restauration | | 99,4 | | | | | | |
| indice magasins d'alimentation | ACCES ABONNES | ACCES ABONNES | | | | | | ACCES ABONNES |
| indice restauration | | | | | | | | |
| indice équipement de la personne | | 95,8 | | | | | | |
| indice P à P mixte | | | | | | | | |
| indice lingerie | | | | | | | | |
| indice P à P homme | | | | | | | | |
| indice P à P femme | ACCES ABONNES | ACCES ABONNES | | | | | | ACCES ABONNES |
| indice enfant - maternité | | | | | | | | |
| indice chaussures | | | | | | | | |
| indice maroquinerie - bagages | | | | | | | | |
| indice accessoires | | | | | | | | |
| indice équipement du ménage | | 93,3 | | | | | | |
| indice équipement de la maison | ACCES ABONNES | ACCES ABONNES | | | | | | ACCES ABONNES |
| indice bricolage et jardinage (fleuriste, animalerie, ...) | | | | | | | | |
| indice culture, cadeaux, loisirs | | 93,9 | | | | | | |
| indice articles de sport | | | | | | | | |
| indice produits culturels | | | | | | | | |
| indice jouets et cadeaux | ACCES ABONNES | ACCES ABONNES | | | | | | ACCES ABONNES |
| indice horlogerie et bijouterie | | | | | | | | |
| indice tabac | | | | | | | | |
| indice téléphonie | | | | | | | | |
| indice beauté & santé | | 94,5 | | | | | | |
| indice optique | ACCES ABONNES | ACCES ABONNES | | | | | | ACCES ABONNES |
| indice parfumerie | | | | | | | | |
| indice pharmacie et parapharmacie | | | | | | | | |
| indice services liés à l'hygiène | | | | | | | | |
| indice services | | 96,8 | | | | | | |
| indice divertissements | | 108,4 | | | | | | ACCES ABONNES |
| indice GSS | | 98,0 | | | | | | |
| indice GSS-équipement de la personne | ACCES ABONNES | ACCES ABONNES | | | | | | ACCES ABONNES |
| indice GSS-équipement du ménage | | | | | | | | |
| indice GSS-culture, cadeaux, loisirs | | | | | | | | |

| | Indices cumulés | | | | | | | |
|--|--|---------------------|--------------------------------|---------------------|------------------------|---------------------|-------------------------------------|---------------------|
| | Industrie des centres commerciaux | | Centres à attraction régionale | | Centres intercommunaux | | Centres de cœur de ville historique | |
| | Périmètre comparable | Commerces Constants | Périmètre comparable | Commerces Constants | Périmètre comparable | Commerces Constants | Périmètre comparable | Commerces Constants |
| INDICES GLOBAUX | | | | | | | | |
| indice boutiques | | | | | | | | |
| indice GSS | | | | | | | | |
| indice boutiques & GSS | | | | | | | | |
| indice centres | | | | | | | | |
| INDICES SECTORIELS | | | | | | | | |
| indice alimentation et restauration | | | | | | | | |
| indice magasins d'alimentation | | | | | | | | |
| indice restauration | | | | | | | | |
| indice équipement de la personne | | | | | | | | |
| indice P à P mixte | | | | | | | | |
| indice lingerie | | | | | | | | |
| indice P à P homme | | | | | | | | |
| indice P à P femme | | | | | | | | |
| indice enfant - maternité | | | | | | | | |
| indice chaussures | | | | | | | | |
| indice maroquinerie - bagages | | | | | | | | |
| indice accessoires | | | | | | | | |
| indice équipement du ménage | | | | | | | | ACCES ABONNES |
| indice équipement de la maison | | | | | | | | |
| indice bricolage et jardinage (fleuriste, animalerie, ...) | | | | | | | | |
| indice culture, cadeaux, loisirs | | | | | | | | |
| indice articles de sport | | | | | | | | |
| indice produits culturels | | | | | | | | |
| indice jouets et cadeaux | | | | | | | | |
| indice horlogerie et bijouterie | | | | | | | | |
| indice tabac | | | | | | | | |
| indice téléphonie | | | | | | | | |
| indice beauté & santé | | | | | | | | |
| indice optique | | | | | | | | |
| indice parfumerie | | | | | | | | |
| indice pharmacie et parapharmacie | | | | | | | | |
| indice services liés à l'hygiène | | | | | | | | |
| indice services | | | | | | | | |
| indice divertissements | | | | | | | | |
| indice GSS | | | | | | | | |
| indice GSS-équipement de la personne | | | | | | | | |
| indice GSS-équipement du ménage | | | | | | | | |
| indice GSS-culture, cadeaux, loisirs | | | | | | | | |

| | Indices 12 mois glissants | | | | | | | |
|--|-----------------------------------|---------------------|--------------------------------|---------------------|------------------------|---------------------|-------------------------------------|---------------------|
| | Industrie des centres commerciaux | | Centres à attraction régionale | | Centres intercommunaux | | Centres de cœur de ville historique | |
| | Périmètre comparable | Commerces Constants | Périmètre comparable | Commerces Constants | Périmètre comparable | Commerces Constants | Périmètre comparable | Commerces Constants |
| INDICES GLOBAUX | | | | | | | | |
| indice boutiques | | | | | | | | |
| indice GSS | | | | | | | | |
| indice boutiques & GSS | | | | | | | | |
| indice centres | | | | | | | | |
| INDICES SECTORIELS | | | | | | | | |
| indice alimentation et restauration | | | | | | | | |
| indice magasins d'alimentation | | | | | | | | |
| indice restauration | | | | | | | | |
| indice équipement de la personne | | | | | | | | |
| indice P à P mixte | | | | | | | | |
| indice lingerie | | | | | | | | |
| indice P à P homme | | | | | | | | |
| indice P à P femme | | | | | | | | |
| indice enfant - maternité | | | | | | | | |
| indice chaussures | | | | | | | | |
| indice maroquinerie - bagages | | | | | | | | |
| indice accessoires | | | | | | | | |
| indice équipement du ménage | | | | | | | | |
| indice équipement de la maison | | | | | | | | |
| indice bricolage et jardinage (fleuriste, animalerie, ...) | | | | | | | | |
| indice culture, cadeaux, loisirs | | | | | | | | |
| indice articles de sport | | | | | | | | |
| indice produits culturels | | | | | | | | |
| indice jouets et cadeaux | | | | | | | | |
| indice horlogerie et bijouterie | | | | | | | | |
| indice tabac | | | | | | | | |
| indice téléphonie | | | | | | | | |
| indice beauté & santé | | | | | | | | |
| indice optique | | | | | | | | |
| indice parfumerie | | | | | | | | |
| indice pharmacie et parapharmacie | | | | | | | | |
| indice services liés à l'hygiène | | | | | | | | |
| indice services | | | | | | | | |
| indice divertissements | | | | | | | | |
| indice GSS | | | | | | | | |
| indice GSS-équipement de la personne | | | | | | | | |
| indice GSS-équipement du ménage | | | | | | | | |
| indice GSS-culture, cadeaux, loisirs | | | | | | | | |

ACCES ABONNES

Périmètre comparable : prend en compte l'ensemble des commerces à surface identique (hors extension), avec effet de recommercialisation.

Commerces constants : prend en compte uniquement les commerces à surface et enseigne identiques (sans effet de recommercialisation).

NS : Non-significatif (moins de 5 boutiques)

Données issues d'un panel de 172 centres commerciaux.

Redressement utilisé pour les indices globaux :

Ancienne nomenclature : CCR (poids : 38%), GCC (poids : 29%), PCC (poids : 33%)