


# 10 Observateur

2008



Une société de BNP PARIBAS 



Les marchés  
européens

La consommation  
des ménages sur les  
grands marchés européens

# Les marchés européens

## Sommaire

### La consommation des ménages sur les grands marchés européens

Le marché du meuble .....	p. 2
Le marché de l'électroménager .....	p. 4
Le marché du brun (TV/hi-fi/vidéo...) .....	p. 6
Le marché de la micro-informatique grand public .....	p. 8
Le marché du sport .....	p. 10
Le marché du bricolage .....	p. 12
Le marché de l'automobile .....	p. 14
Le marché de la moto et du scooter .....	p. 17
Le marché du crédit à la consommation .....	p. 18

La consommation des ménages en France sur les grands marchés .....	p. 21
--	-------

# Editorial



Après la Russie en 2007, c'est au tour de la Serbie d'intégrer la liste des pays passés chaque année au peigne fin par L'Observateur Cetelem. Désormais, l'évolution des grands marchés, les budgets des ménages, les intentions d'achat... concernent donc 12 nations majeures du périmètre européen ainsi que la Russie, où la consommation progresse à 2 chiffres sur la quasi-totalité des secteurs étudiés ! Au total, 13 pays – l'Espagne, le Portugal, l'Italie, la France, le Royaume-Uni, l'Allemagne, la Belgique, la Pologne, la Hongrie, la République tchèque, la Slovaquie, la Serbie et la Russie – et 9 marchés – le meuble, l'électroménager, la TV/hi-fi/vidéo, la micro-informatique, le sport, le bricolage, l'automobile, la moto et le crédit à la consommation... Comme en 2006, les marchés de l'équipement de la maison ont progressé dans la grande majorité des pays étudiés, et plus particulièrement le secteur de la TV/hi-fi/vidéo, fortement tiré par le dynamisme des écrans plats. Ils sont plébiscités par une grande partie des Européens qui, après la Coupe du monde de football en 2006, se sont pris de passion pour le « monde de l'ovale » à l'automne 2007. En revanche, le marché de l'automobile aligne à nouveau un exercice bien triste, le seuil annuel des 15 millions d'immatriculations de véhicules particuliers neufs observé chaque année étant tout juste dépassé. Mais il faut noter que deux grands pays, la Pologne

et la Russie, se distinguent avec des progressions significatives, le marché russe étant d'ailleurs maintenant supérieur au marché français avec 2 300 000 unités en 2007.

Quant au crédit à la consommation qui accompagne tous les marchés étudiés, il est très bien orienté en Europe du Sud avec des progressions à 2 chiffres en Espagne, au Portugal et en Italie, et se développe fort rapidement en Europe centrale et en Russie, où globalement il double chaque année.

Au Royaume-Uni et en Allemagne, pays matures, l'heure est plutôt à la stabilité. Le paradoxe français, évoqué depuis plusieurs années par Cetelem, est plus que jamais d'actualité : les Français présentent un niveau d'endettement relativement faible comparé à celui des ménages du Royaume-Uni, de l'Allemagne et maintenant de l'Espagne, et pourtant le marché ne rattrape pas son retard, la hausse enregistrée en 2007 étant de l'ordre de 3 à 4 % sur 2006 ! Et comme chaque année, L'Observateur Cetelem propose son focus France sur les grands marchés avec l'évolution des familles de produits, les circuits de distribution et les dépenses des ménages dans chaque département de la métropole.

**Pascal Roussarie**  
Responsable de L'Observateur Cetelem

## Le marché du meuble

### Le marché<sup>(1)</sup>

En milliards d'euros

	FR	IT	ES	PT	BE	R-U <sup>(2)</sup>	AL	POL	RÉP. TCH	SLOVAQ	HONGR	RUSS	SERB	Total 13 pays
2005	8,78	13,26	6,24	0,96	2,06	16,30	27,00	1,00	0,60	0,13	0,55	3,73	0,18	80,79
2006	9,01	13,42	6,40	1,02	2,15	17,00	27,80	1,00	0,74	0,16	0,62	4,28	0,21	83,81
2007 (estimation Cetelem)	9,60	13,88	6,43	1,03	2,33	17,55	27,00	1,06	1,01	0,18	0,68	4,97	0,25	85,97
Variation 2007/2006	+ 6,5 %	+ 3,4 %	+ 0,5 %	+ 1,0 %	+ 8,4 %	+ 3,2 %	- 2,9 %	+ 6,0 %	+ 36,5 %	+ 12,5 %	+ 9,7 %	+ 16,1 %	+ 19,0 %	+ 2,6 %

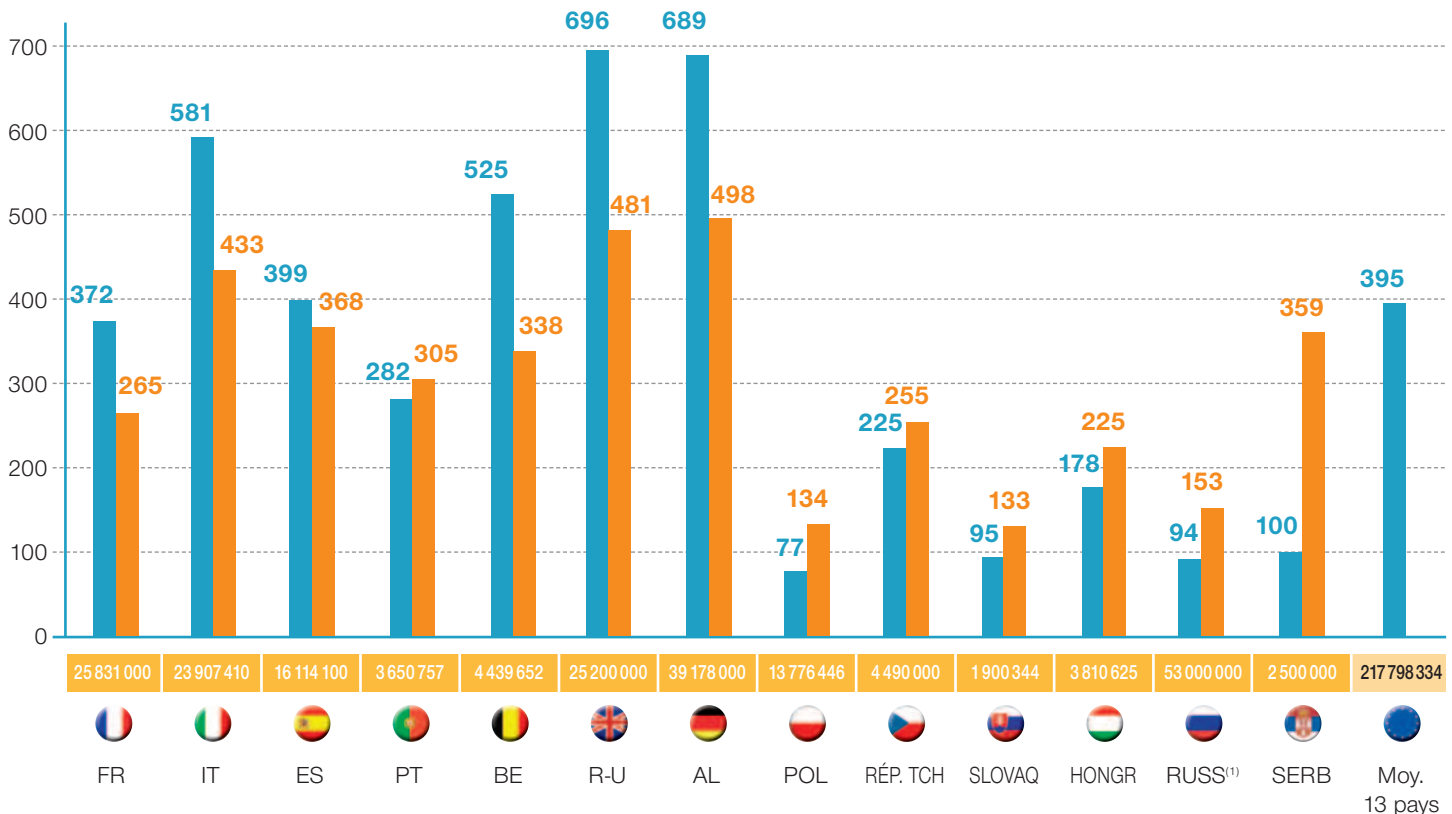
Sources : IPEA, DBK, Prometeia, Aidima, Meubihome, Czech Statistical Office, Statistic Bureau SR, Mintel, Központi Statisztikai Hivatal, TNS OBOP, OIGPM, BVDM, Rosstat, Datastream, Cetelem.

(1) Ces évaluations correspondent aux achats de meubles neufs réalisés par les ménages.

(2) Estimation Observateur Cetelem sur base IPEA 2003 et tendances observées depuis.

### Le budget moyen par ménage en 2007

En euros



■ Budget moyen par ménage ■ Budget moyen par ménage à revenus équivalents<sup>(2)</sup> ■ Nombre de ménages

Sources : IPEA, DBK, Prometeia, Aidima, Meubihome, Czech Statistical Office, Statistic Bureau SR, Mintel, Központi Statisztikai Hivatal, TNS OBOP, OIGPM, Rosstat, Datastream, Cetelem.

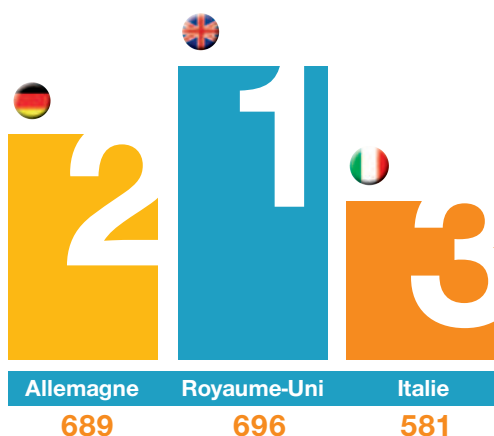
(1) Sur recensement 2002 / base Observateur 2007 corrigée.

(2) Calcul à partir du PIB (produit intérieur brut) en parité de pouvoir d'achat : source Cetelem-BIPE.



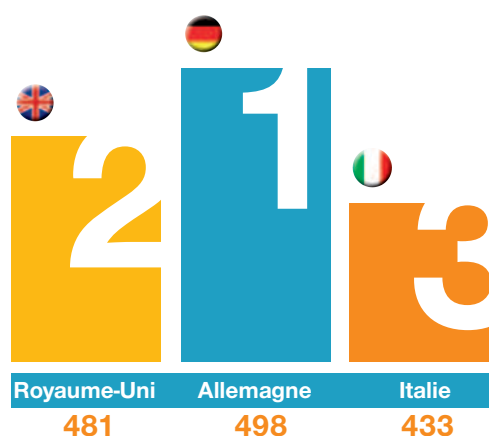
## Le Top 3 des budgets des ménages

En euros par an

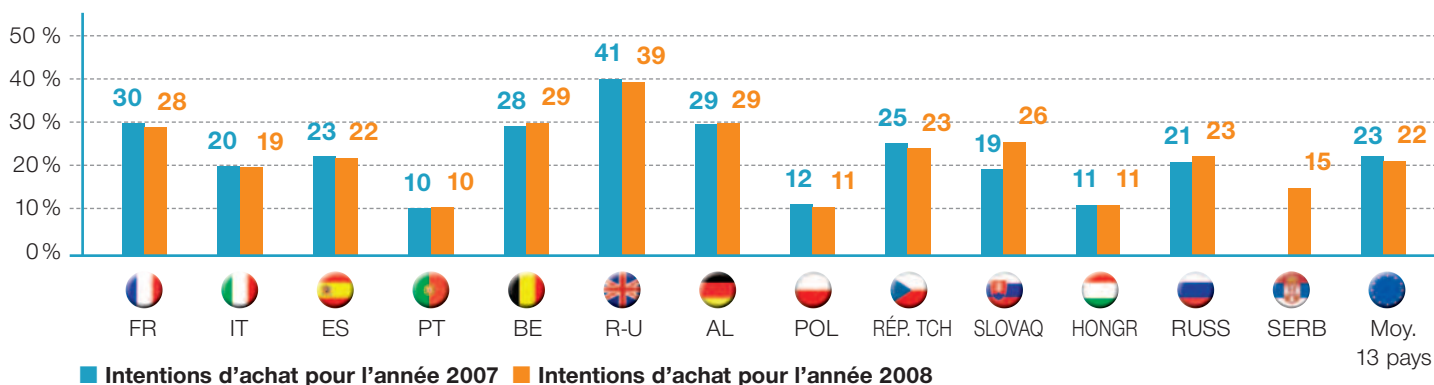


## Le Top 3 des budgets à revenus équivalents

En euros par an



## Les intentions d'achat



■ Intentions d'achat pour l'année 2007 ■ Intentions d'achat pour l'année 2008

Source : études Cetelem réalisées fin 2006 et fin 2007.

- Année après année, le trio de tête reste composé des mêmes pays avec, dans l'ordre : le Royaume-Uni, l'Allemagne et l'Italie. Mais l'écart entre les 3 se resserre.
- Dans la quasi-totalité des pays d'Europe centrale, le marché du meuble progresse à 2 chiffres, la plus forte dynamique se trouvant en République tchèque avec une hausse de plus de 35 % en 2007. En France, après des années de stagnation, ce secteur repart en croissance grâce essentiellement aux bonnes performances du « jeune habitat ».
- Quant aux intentions d'achat pour 2009, elles stagnent à 22 %. Les ménages slovaques semblent les plus volontaires avec une hausse de 7 points sur 2007.

## Le marché de l'électroménager

### Le marché<sup>(1)</sup>

En milliards d'euros

	FR	IT	ES	PT	BE	R-U <sup>(2)</sup>	AL	POL	RÉP. TCH	SLOVAQ	HONGR	RUSS	SERB	Total 13 pays
2005	6,48	3,48	4,17	0,65	1,15	5,39	9,14	1,19	0,43	0,10	0,70	2,48	0,20	35,56
2006	6,79	3,76	4,12	0,68	1,21	5,50	9,83	1,32	0,49	0,07	0,69	6,17	0,23	40,86
2007 (estimation Cetelem)	7,00	4,11	4,33	0,73	1,29	5,50	9,83	1,64	0,57	0,10	0,68	6,42	0,27	42,47
Variation 2007/2006	+ 3,2 %	+ 9,3 %	+ 5,0 %	+ 7,4 %	+ 6,6 %	=	=	+ 24,2 %	+ 16,3 %	+ 42,8 %	- 1,5 %	+ 4,1 %	+ 17,4 %	+ 3,9 %

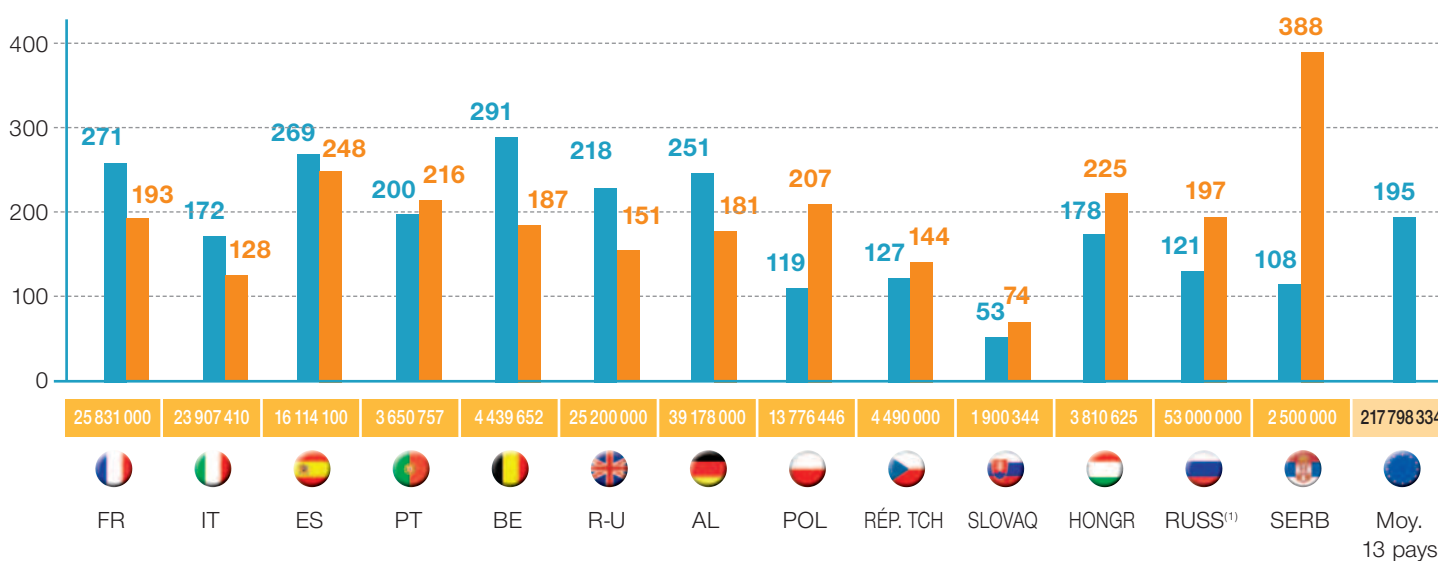
Sources : GFK, GIFAM, Mintel, Prometeia, Statistic Bureau SR, Czech Statistical Office, Központi Statisztikai Hivatal, TNS OBOP, Rosstat, Datastream, ZVEI, Cetelem.

(1) Gros + petit électroménager.

(2) Périmètre harmonisé sur les autres pays/source GFK.

### Le budget moyen par ménage en 2007

En euros



■ Budget moyen par ménage ■ Budget moyen par ménage à revenus équivalents<sup>(2)</sup> ■ Nombre de ménages

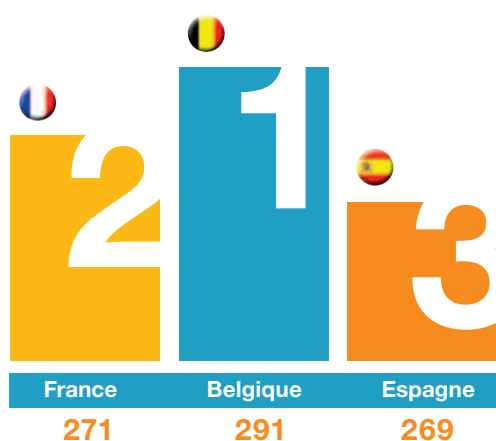
Sources : GFK, GIFAM, Mintel, Prometeia, Statistic Bureau SR, Czech Statistical Office, Központi Statisztikai Hivatal, TNS OBOP, Rosstat, Datastream, ZVEI, Cetelem.

(1) Sur recensement 2002 / base Observateur 2007 corrigée.

(2) Calcul à partir du PIB (produit intérieur brut) en parité de pouvoir d'achat : source Cetelem-BIPE.

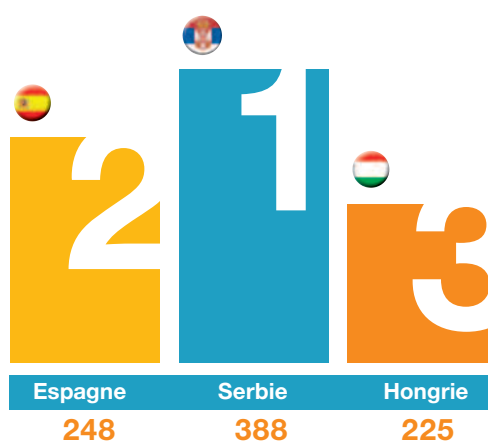
## Le Top 3 des budgets des ménages

En euros par an

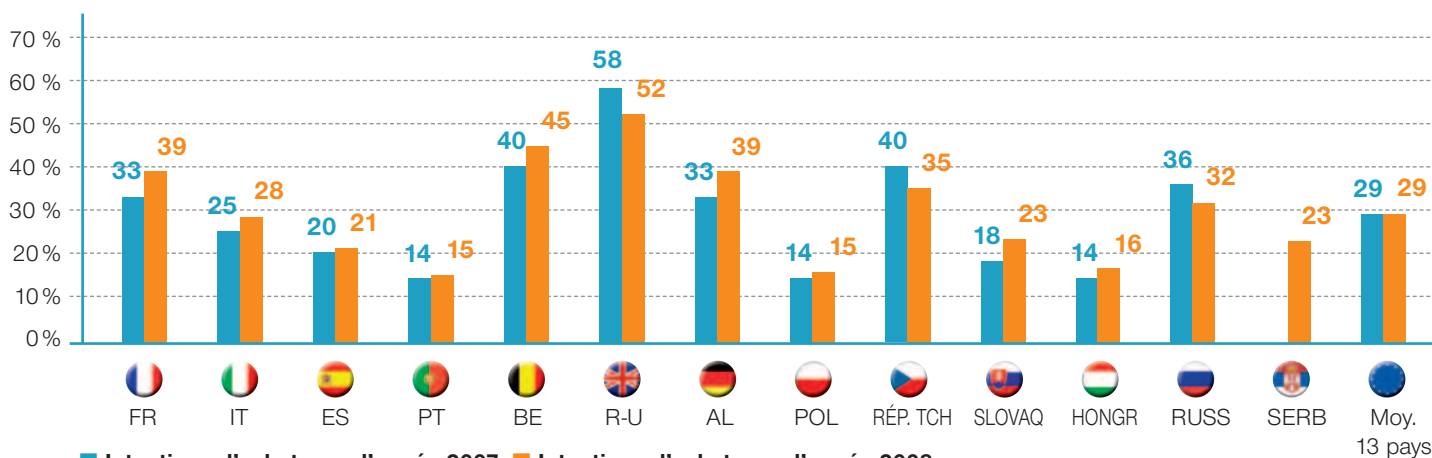


## Le Top 3 des budgets à revenus équivalents

En euros par an



## Les intentions d'achat



■ Intentions d'achat pour l'année 2007 ■ Intentions d'achat pour l'année 2008

Source : études Cetelem réalisées fin 2007.

• Il est intéressant de comparer les budgets des ménages à revenus équivalents (hypothèse : les revenus des ménages sont les mêmes dans tous les pays étudiés !). En effet, on constate les efforts importants réalisés par les ménages d'Europe centrale pour s'équiper en électroménager, notamment en Serbie et en Hongrie. Et le marché continue sa forte progression dans cette partie

de l'Europe : + 24 % en Pologne, + 16 % en République tchèque, + 17 % en Serbie.

• Ce secteur, pourtant essentiellement de renouvellement dans la majeure partie des pays étudiés, est partout en progression, sauf en Hongrie où l'on attend une légère baisse en 2007. La dynamique est bonne en Italie avec un budget des ménages, certes toujours relativement faible, mais qui se

rapproche maintenant de la moyenne européenne.

• La Belgique et la France devraient rester dans le Top 3 en 2008, les intentions d'achat des ménages étant en hausse de 5 points pour la Belgique, et de 6 pour la France. En revanche, l'Espagne est menacée par l'Allemagne qui enregistre également des intentions d'achat en progression significative de 6 points.

## Le marché du brun (TV/hi-fi/vidéo...)

### Le marché\*

En milliards d'euros

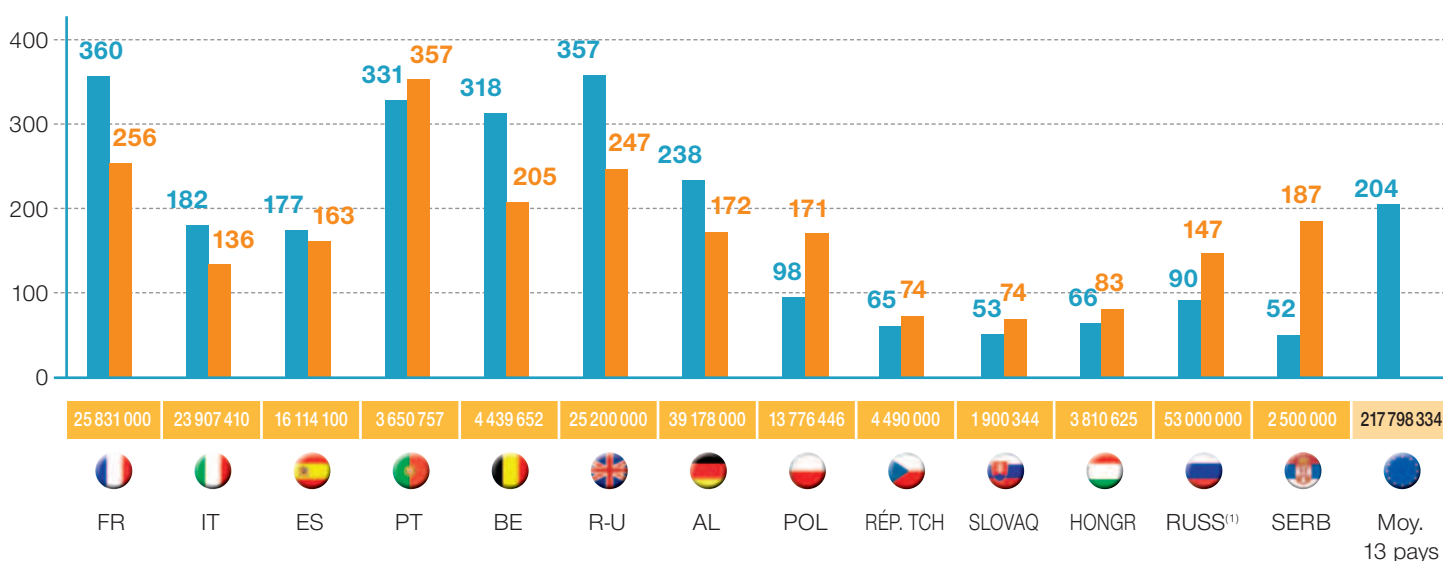
	FR	IT	ES	PT	BE	R-U	AL	POL	RÉP. TCH	SLOVAQ	HONGR	RUSS	SERB	Total 13 pays
2005	7,23	4,16	2,41	1,08	1,17	6,99	8,70	0,82	0,30	0,05	0,34	2,69	0,05	35,99
2006	8,46	4,39	2,70	1,14	1,31	8,20	9,00	1,08	0,28	0,10	0,35	4,63	0,10	41,74
2007 (estimation Cetelem)	9,30	4,35	2,86	1,21	1,41	9,00	9,33	1,35	0,29	0,10	0,25	4,77	0,13	44,35
Variation 2007/2006	+ 9,9 %	- 0,1 %	+ 5,9 %	+ 6,1 %	+ 7,6 %	+ 9,7 %	+ 3,7 %	+ 25,0 %	+ 3,6 %	=	- 28,6 %	+ 3,0 %	+ 30,0 %	+ 6,2 %

Sources : GFK, Mintel, Prometeia, Statistic Bureau SR, Czech Statistical Office, Központi Statisztikai Hivatal, TNS OBOP, Rosstat, Datastream, Cetelem.

\* TV/vidéo + audio/hi-fi, y compris accessoires (supports audio/vidéo...).

### Le budget moyen par ménage en 2007

En euros



■ Budget moyen par ménage ■ Budget moyen par ménage à revenus équivalents<sup>(2)</sup> ■ Nombre de ménages

Sources : GFK, Mintel, Prometeia, Statistic Bureau SR, Czech Statistical Office, Központi Statisztikai Hivatal, TNS OBOP, Datastream, Cetelem.

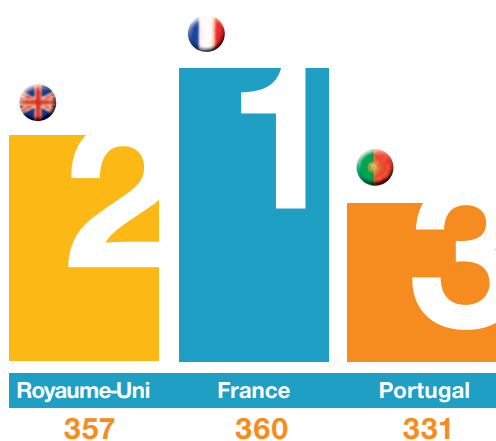
(1) Sur recensement 2002 / base Observateur 2007 corrigée.

(2) Calcul à partir du PIB (produit intérieur brut) en parité de pouvoir d'achat : source Cetelem-BIPE.



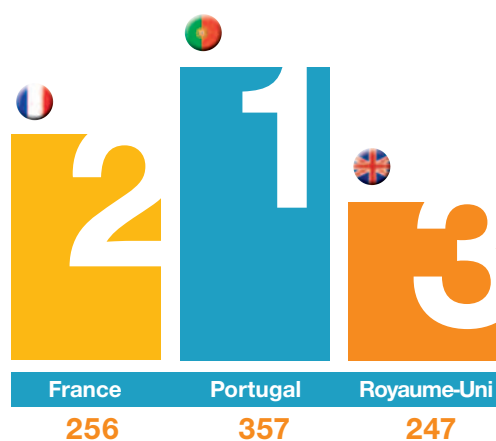
### Le Top 3 des budgets des ménages

En euros par an

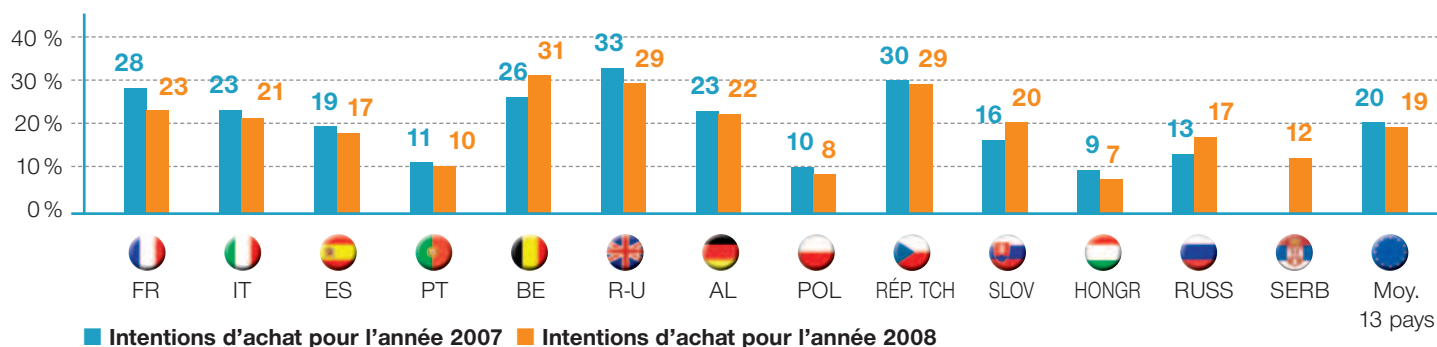


### Le Top 3 des budgets à revenus équivalents

En euros par an



### Les intentions d'achat



■ Intentions d'achat pour l'année 2007 ■ Intentions d'achat pour l'année 2008

Source : études Cetelem réalisées fin 2006 et fin 2007.

- Le marché de la TV/hi-fi/vidéo marque le pas en Italie et baisse fortement en Hongrie où la crise de fin d'année 2006 a fortement perturbé la consommation des ménages sur bien des secteurs d'activité. En revanche, il progresse partout ailleurs en valeur, ce qui est une performance au regard de la chute sensible des paniers

moyens. Les ventes d'écrans plats, « boostées » par les événements sportifs majeurs qui se sont déroulés en Europe, assurent une grande partie de la dynamique.

- Du côté des budgets : la France, sur un marché en croissance de l'ordre de 10 % cette année, garde sa position de n° 1 en Europe

avec 360 euros par ménage et par an, devant le Royaume-Uni et le Portugal.

- Les intentions d'achat stagnent en Europe. Les Belges sont de leur côté les plus volontaires avec 31 % de ménages souhaitant s'équiper en 2008 contre 26 % en 2007.



# Le marché de la micro-informatique grand public

## Le marché<sup>(1)</sup>

En milliards d'euros

	FR	IT	ES	PT	BE	R-U	AL	POL	RÉP. TCH	SLOVAQ	HONGR	RUSS	SERB	Total 13 pays
2005	5,23	3,88	2,80	0,54	1,45	5,57	7,10	0,85	0,18	0,057	0,58	1,03	0,024	27,69
2006	5,53	3,87	3,05	0,52	1,45	5,70	7,10	1,02	0,24	0,07	0,51	3,20	0,035	32,29
2007 (estimation Cetelem)	5,80	4,08	3,33	0,57	1,41	5,70	7,43	1,25	0,26	0,09	0,74	3,52	0,05	34,23
Variation 2007/2006	+ 4,9 %	+ 5,4 %	+ 9,2 %	+ 9,6 %	- 2,8 %	=	+ 4,6 %	+ 22,5 %	+ 10,3 % <sup>(2)</sup>	+ 28,6 %	+ 45,1 %	+ 10,0 %	+ 42,8 %	+ 6,0 %

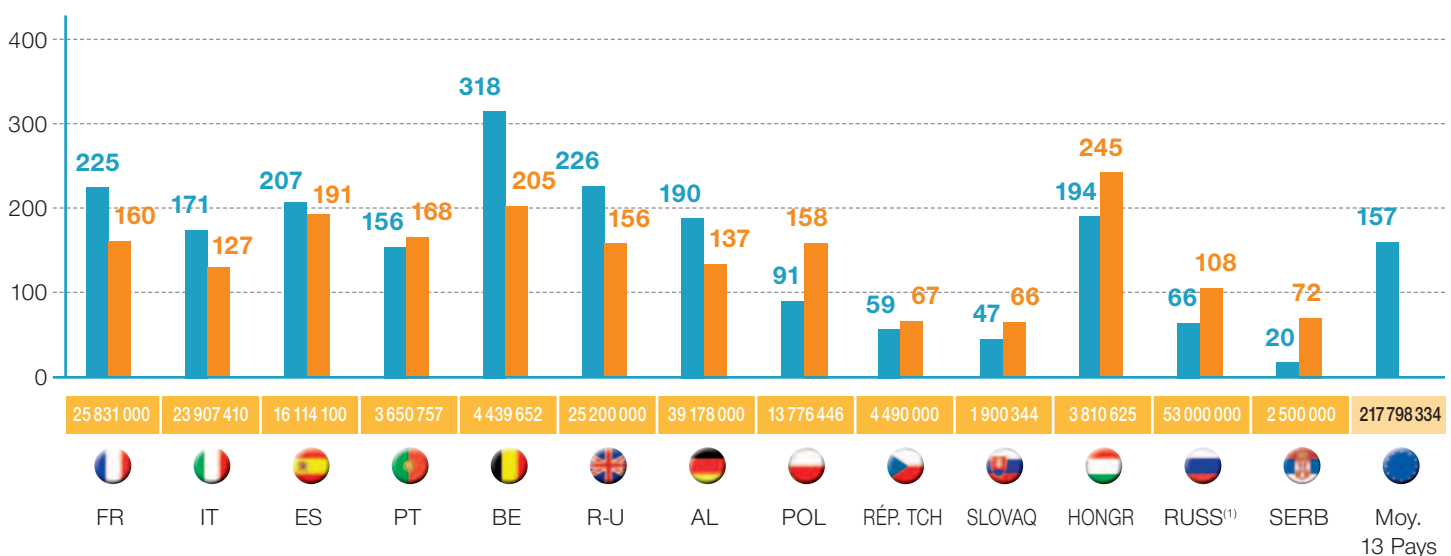
Sources : GFK, Mintel, Prometeia, Statistic Bureau SR, Czech Statistical Office, Központi Statisztikai Hivatal, TNS OBOP, Rosstat, Datastream, Cetelem.

(1) Micro-ordinateurs, moniteurs, imprimantes, scanners, graveurs, modems, souris, claviers, joysticks, logiciels, cartes...

(2) Progression sur chiffres non arrondis.

## Le budget moyen par ménage en 2007

En euros



■ Budget moyen par ménage ■ Budget moyen par ménage à revenus équivalents<sup>(2)</sup> ■ Nombre de ménages

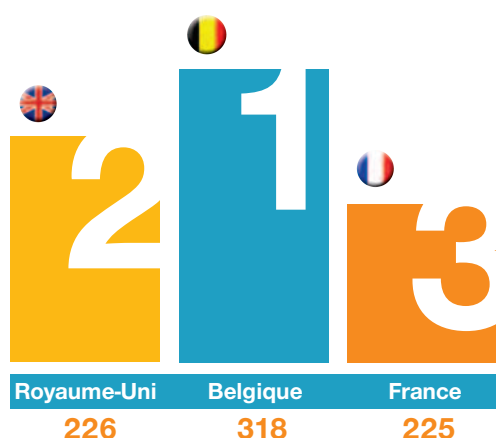
Sources : GFK, Mintel, Prometeia, Statistic Bureau SR, Czech Statistical Office, Központi Statisztikai Hivatal, TNS OBOP, Rosstat, Datastream, Cetelem.

(1) Sur recensement 2002 / base Observateur 2007 corrigée.

(2) Calcul à partir du PIB (produit intérieur brut) en parité de pouvoir d'achat : source Cetelem-BIPE.

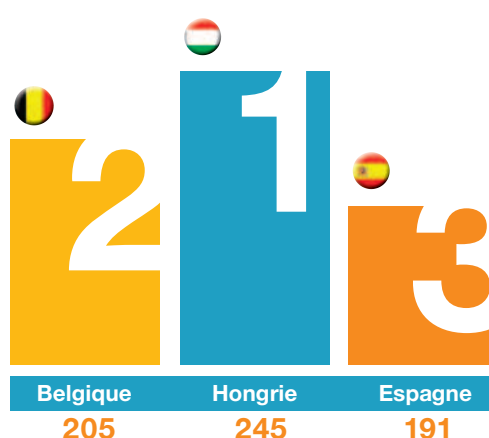
### Le Top 3 des budgets des ménages

En euros par an

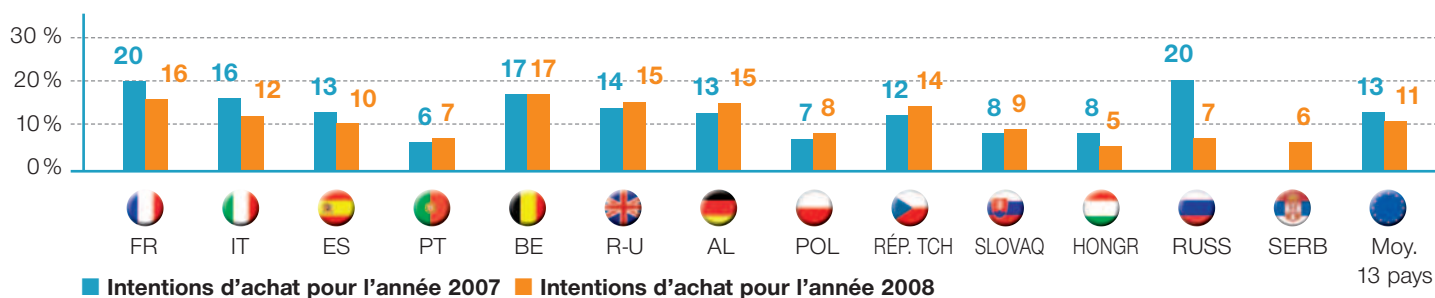


### Le Top 3 des budgets à revenus équivalents

En euros par an



### Les intentions d'achat



■ Intentions d'achat pour l'année 2007 ■ Intentions d'achat pour l'année 2008

Source: études Cetelem réalisées fin 2007.

- L'Europe du Sud comble son retard sur l'Europe du Nord avec notamment en 2007, une très bonne dynamique des 2 pays de la péninsule Ibérique et de l'Italie. Quant à la France, elle voit désormais son marché flirter avec les 6 milliards d'euros annuels et fait maintenant jeu égal avec le Royaume-Uni.

- En Europe centrale il est à noter un marché de la micro-informatique très développé en Hongrie, où le budget des ménages consacré à ce secteur est du même ordre que celui constaté en Europe de l'Ouest. En Slovaquie, en Pologne, en Serbie et en Hongrie, le secteur fait un véritable bond en 2007.
- Le niveau des intentions d'achat

peut laisser penser que les ménages européens, dans leur ensemble, sont déjà passés à l'équipement micro-informatique ces dernières années. En effet elles ne progressent que dans la moitié des pays étudiés et très faiblement: les hausses les plus sensibles sont en Allemagne et en République tchèque avec + 2 points sur 2007!

## Le marché du sport

### Le marché<sup>(1)</sup>

En milliards d'euros

	FR	IT	ES	PT	R-U <sup>(2)</sup>	AL <sup>(2)</sup>	POL	RÉP. TCH	SLOVAQ	HONGR	SERB	Total 13 pays
2005	8,89	5,78	3,40	0,45	7,38	7,00	0,28	0,17	0,02	0,23	0,06	33,66
2006	8,92	5,94	3,65	0,61	7,50	7,13	0,38	0,17	0,02	0,23	0,10	34,65
2007 (estimation Cetelem)	9,10	6,18	3,98	0,84	7,50	7,09	0,43	0,18	0,02	0,30	0,13	35,75
Variation 2007/2006	+ 2,0 %	+ 4,0 %	+ 9,0 %	+37,7 %	=	- 0,5 %	+ 13,1 %	+ 6,0 %	=	+ 30,4 %	+ 30,0 %	+ 3,2 %

Sources : FPS (Fédération professionnelle des entreprises du sport et des loisirs), Statistic Bureau SR, Mintel, Czech Statistical Office, INE, Központi Statisztikai Hivatal, TNS OBOP, VDS, Cetelem.

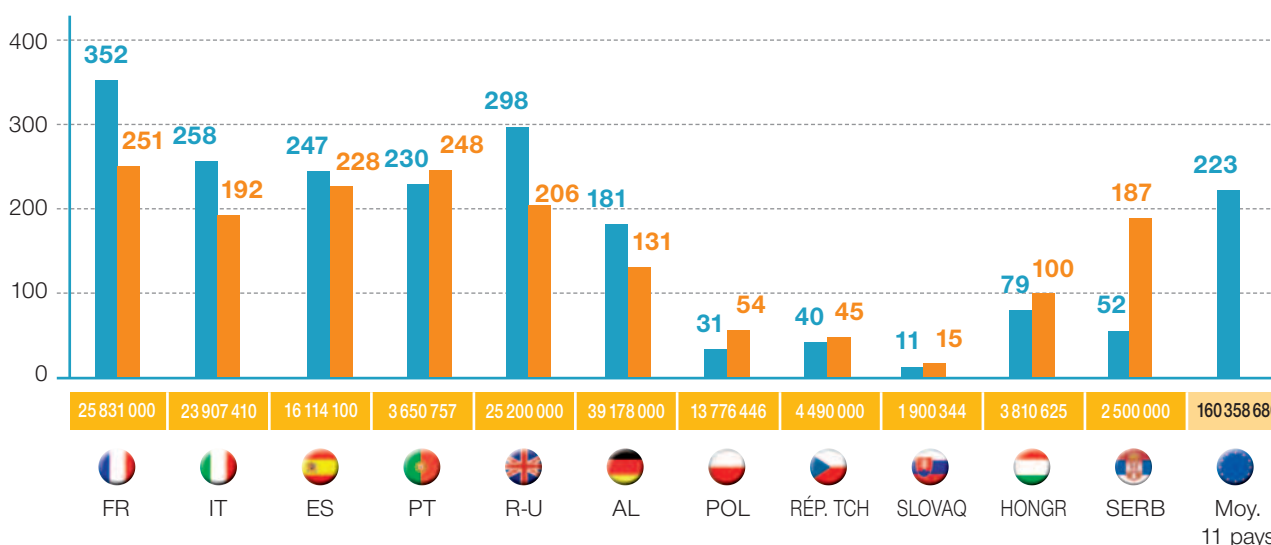
(1) Sont inclus dans cette approche les domaines de la pêche et de la chasse.

(2) Estimation du marché par FPS, étude marché des articles de sport édition 2006.

(Données non disponibles pour la Belgique et la Russie à périmètre équivalent).

### Le budget moyen par ménage en 2007

En euros



■ Budget moyen par ménage ■ Budget moyen par ménage à revenus équivalents\* ■ Nombre de ménages

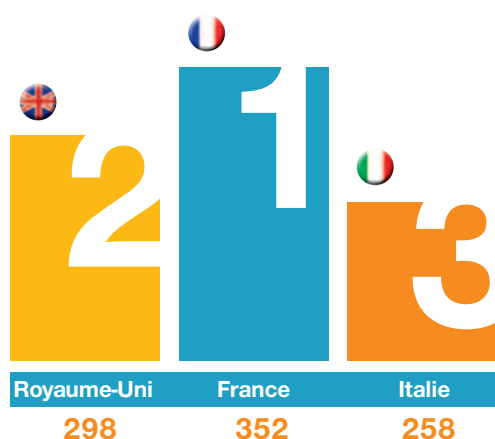
Sources : FPS (Fédération professionnelle des entreprises du sport et des loisirs), Statistic Bureau SR, Mintel, Czech Statistical Office, INE, Központi Statisztikai Hivatal, TNS OBOP, VDS, Cetelem.

\*Calcul à partir du PIB (produit intérieur brut) en parité de pouvoir d'achat : source Cetelem-BIPE.



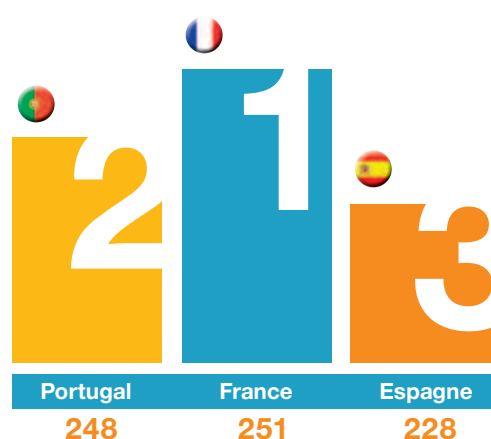
## Le Top 3 des budgets des ménages

En euros par an

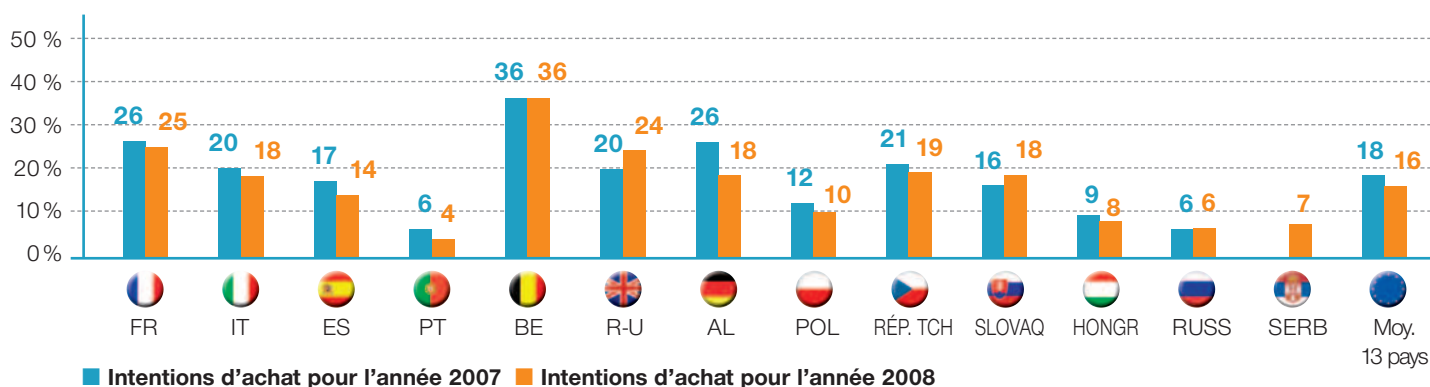


## Le Top 3 des budgets à revenus équivalents

En euros par an



## Les intentions d'achat



Source : études Cetelem réalisées fin 2006 et fin 2007.

- Les Français restent les plus gros consommateurs d'articles de sport avec un budget annuel moyen par ménage de plus de 350 euros. Viennent ensuite les Britanniques et les Italiens, mais avec respectivement 50 et 100 euros de moins par ménage et par an !

- 3 pays affichent des progressions significatives en 2007, supérieures à 30 % ; le Portugal, la Hongrie et la Serbie. À noter également une bonne dynamique en Pologne, où le secteur devrait enregistrer une hausse de plus de 10 % par rapport à 2006. De son côté, l'Allemagne marque le pas

depuis plusieurs années avec un marché qui ne décolle pas des 7 milliards d'euros annuels.

- Côté intentions d'achat, c'est globalement le statu quo. Avec 36 %, les Belges sont les plus nombreux à envisager des dépenses sur ce secteur en 2008.

## Le marché du bricolage

### Le marché<sup>(1)</sup>

En milliards d'euros

	FR	IT	ES	PT <sup>(2)</sup>	BE	R-U	AL	POL <sup>(2)</sup>	REP. TCH <sup>(2)</sup>	SLOVAQ	HONGR	RUSS <sup>(2)</sup>	SERB	Total 13 pays
2005	19,15	9,90	3,80	0,92	3,64	23,70	37,10	1,35	0,18	0,11	0,29	8,00	0,034	108,17
2006	20,14	10,38	4,30	0,91	3,71	24,00	39,03	1,50	0,22	0,10	0,35	10,50	0,074	115,21
2007 (estimation Cetelem)	20,85	10,89	4,90	0,91	4,22	23,80	38,25	1,74	0,30	0,10	0,26	13,00	0,10	119,32
Variation 2007/2006	+ 3,5 %	+ 4,9 %	+ 14,0 %	=	+ 13,7 %	- 1,0 %	- 2,0 %	+ 16,0 %	+ 36,4 %	=	- 25,7 %	+ 23,8 %	+ 35,1 %	+ 3,6 %

Sources : Unibal, INE Portugal, Központi Statisztikai Hivatal, TNS OBOP, GFK, Cetelem, BHB, Czech Statistical Office.

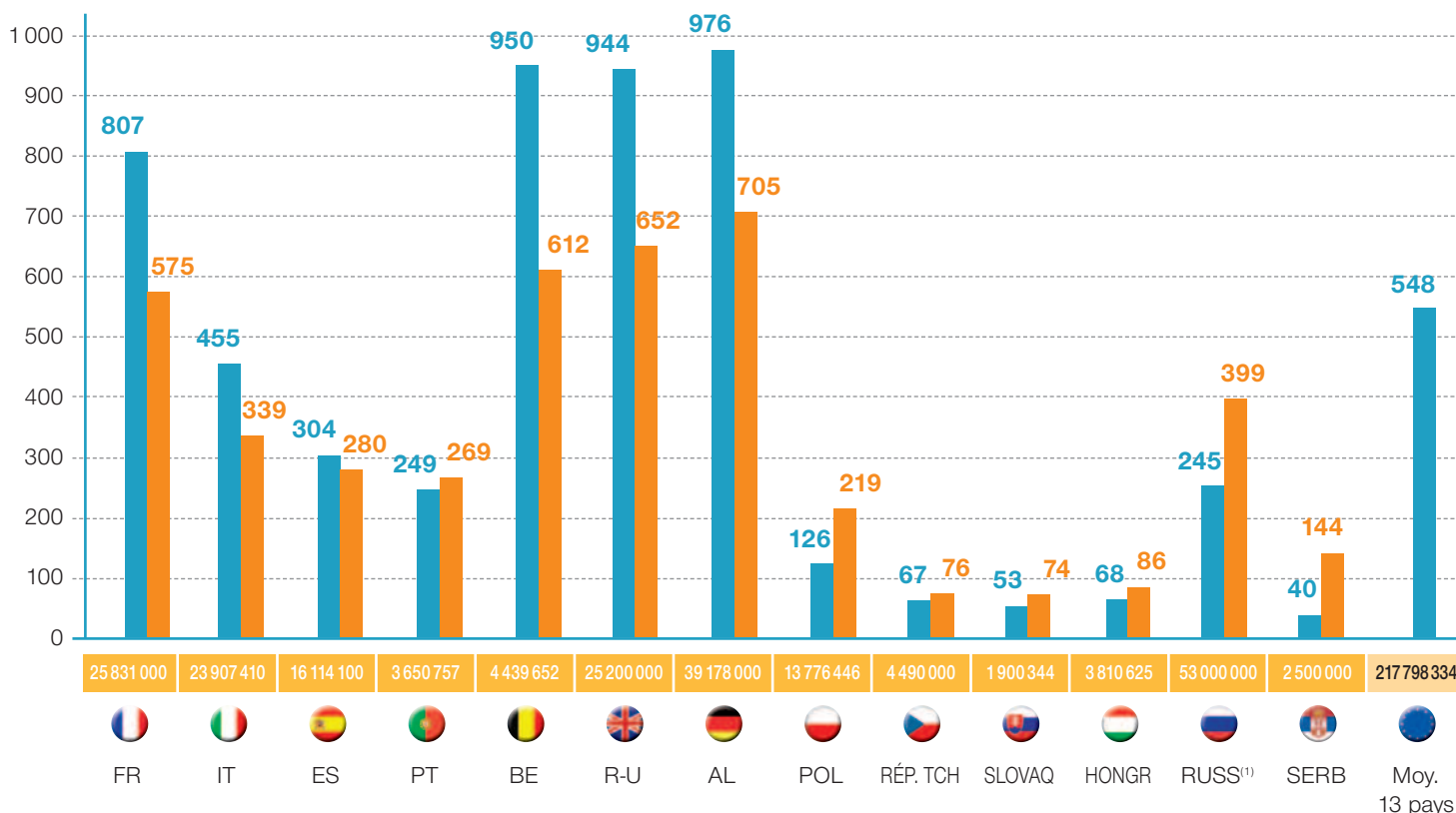
(1) Approche incluant les rayons jardinage des grandes surfaces de bricolage ainsi que le négoce hors achats professionnels.

(2) Pour le Portugal, la Pologne et la République tchèque, le périmètre a été revu et ne tient compte désormais que des achats concernant les particuliers (hors professionnels).

(3) Estimation Cetelem avec activité négoce de matériaux.

### Le budget moyen par ménage en 2007

En euros



■ Budget moyen par ménage ■ Budget moyen par ménage à revenus équivalents<sup>(2)</sup> ■ Nombre de ménages

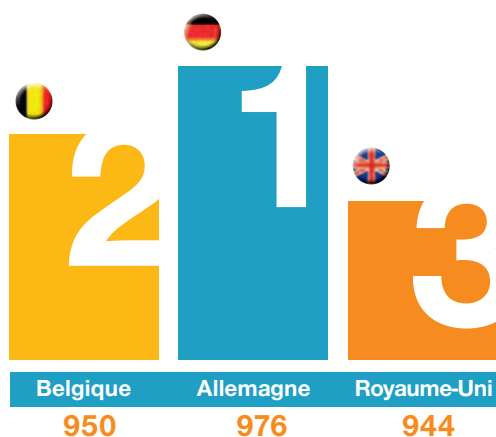
Sources : Unibal, INE Portugal, Központi Statisztikai Hivatal, TNS OBOP, GFK, Czech Statistical Office, Cetelem.

(1) Sur recensement 2002 / base Observateur 2007 corrigée.

(2) Calcul à partir du PIB (produit intérieur brut) en parité de pouvoir d'achat : source Cetelem-BIPE.

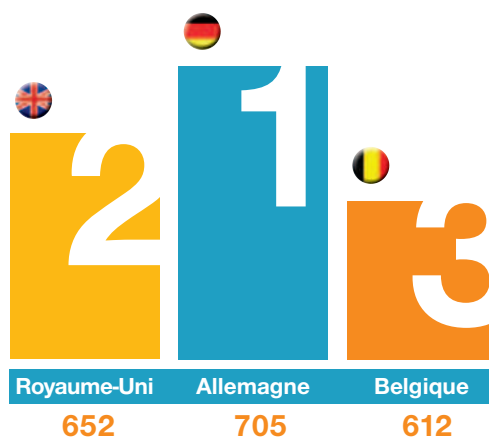
### Le Top 3 des budgets des ménages

En euros par an

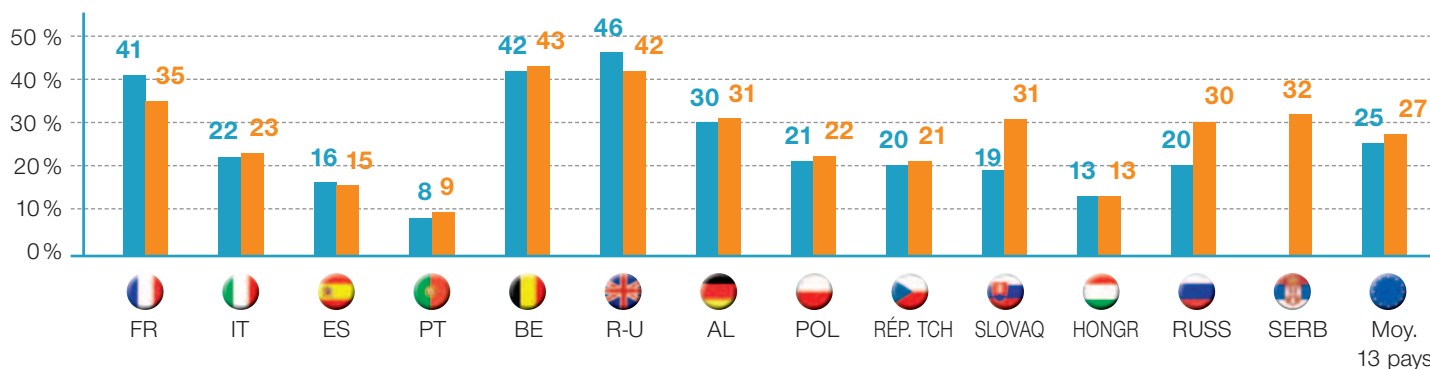


### Le Top 3 des budgets à revenus équivalents

En euros par an



### Les intentions d'achat



■ Intentions d'achat pour l'année 2007\* ■ Intentions d'achat pour l'année 2008\*

Source : études Cetelem réalisées fin 2006 et fin 2007.

\* Bricolage, jardinage et travaux d'aménagement.

• Ces dernières années, l'Allemagne et le Royaume-Uni, très en avance sur ce secteur, ont vu la Belgique et dans une moindre mesure la France se rapprocher avec des budgets par ménage et par an en forte progression. La dynamique est d'ailleurs clairement du côté de la Belgique avec un marché qui enregistre une hausse à 2 chiffres tandis que l'Allemagne et le Royaume-Uni marquent le pas en 2007.

En Italie, en Espagne et au Portugal, le secteur du bricolage reste sous-dimensionné au regard des autres grands pays d'Europe de l'Ouest.

• Le marché le plus avancé en Europe centrale est la Pologne où les grands acteurs du secteur – les grandes surfaces de bricolage, notamment françaises – se sont installés depuis maintenant plusieurs années. Malgré la dynamique constatée

depuis 3 ou 4 exercices dans cette région de l'Europe, le marché reste très concentré : en effet l'Allemagne, le Royaume-Uni et la France représentent près de 80 % du total européen.

• En ce qui concerne les intentions d'achat, les années se suivent et se ressemblent : les Britanniques et les Allemands sont toujours les plus enclins à s'équiper.

## Le marché de l'automobile

### Le marché\*

En nombre d'immatriculations de véhicules particuliers neufs

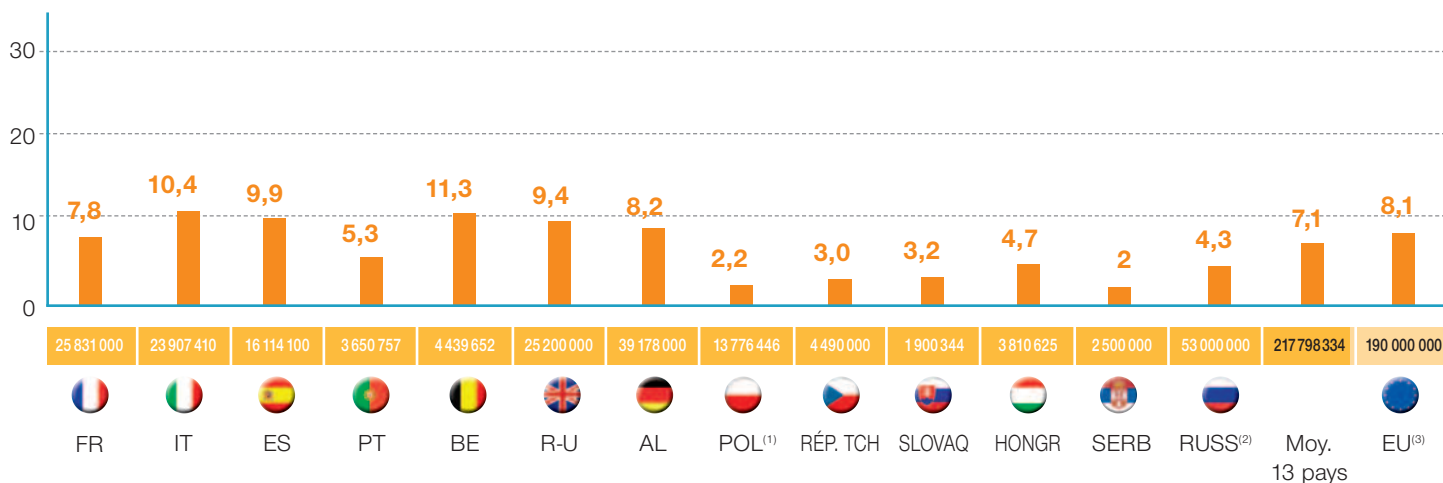
	FR	IT	ES	PT	BE	R-U	AL	POL	RÉP. TCH	SLOVAQ	HONGR	SERB	RUSS	Total 13 pays	Europe*
2004	2 013 712	2 258 861	1 517 518	197 521	484 757	2 567 269	3 266 826	318 111	132 973	57 430	203 726	36 800	1 300 000	14 355 504	15 329 282
2005	2 067 789	2 237 444	1 648 000	206 488	480 088	2 439 717	3 342 122	235 504	127 376	56 916	198 982	43 000	1 500 000	14 583 426	15 254 593
2006	2 000 549	2 321 099	1 635 000	194 684	526 141	2 344 864	3 467 961	239 038	123 987	59 084	193 462	46 105	1 717 000	14 868 974	15 364 997
2007 (estimation Cetelem)	2 005 000	2 490 000	1 600 000	195 000	500 000	2 370 000	3 225 000	300 000	133 000	60 000	178 000	51 000	2 300 000	15 407 000	15 500 000
Variation 2007/2006	+ 0,2 %	+ 7,3 %	- 2,1 %	+ 0,2 %	- 5,0 %	+ 1,1 %	- 7,0 %	+ 25,5 %	+ 7,3 %	+ 1,6 %	- 8,0 %	+ 10,6 %	+ 34,0 %	+ 3,6 %	+ 0,9 %

Sources : ACEA - Observatoire de l'Automobile Cetelem, SDA, KBA.

\* Europe élargie (sauf Chypre et Malte) + Suisse + Norvège + Islande et hors Russie.

### Les immatriculations de véhicules particuliers neufs par ménage en 2007

En %



■ Taux d'équipement des ménages en 2007 ■ Nombre de ménages

Source : Observatoire de l'automobile Cetelem.

(1) En Pologne, les véhicules d'occasion en provenance des pays d'Europe occidentale ont envahi massivement le marché, d'où la faiblesse de ce pourcentage.

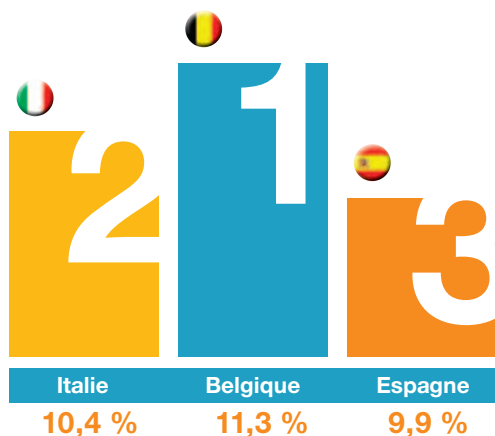
(2) Sur recensement 2002 / base Observateur 2007 corrigée.

(3) Europe élargie (sauf Chypre et Malte) + Suisse + Norvège + Islande et hors Russie.



## Le Top 3 du taux d'équipement des ménages en 2007

% des ménages ayant fait l'acquisition d'un véhicule neuf en 2007



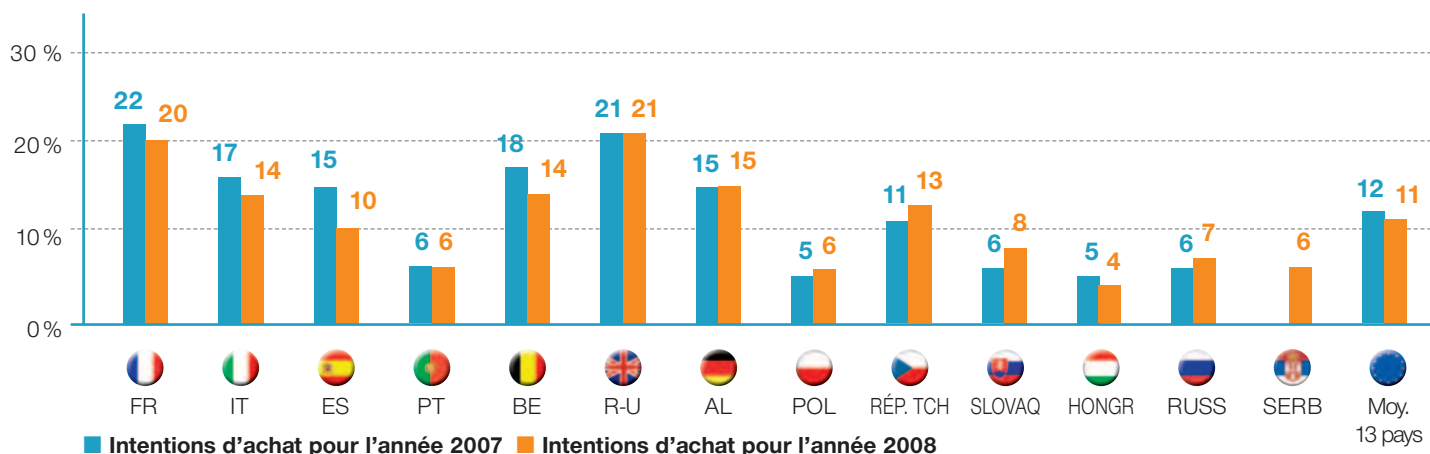
## Les principales marques en Europe

Marques	Parts de marché en Europe* janvier-juin 2006 en %	Parts de marché en Europe* janvier-juin 2007 en %
Volkswagen	10,3	10,0
Opel	8,6	8,6
Ford	8,2	8,3
Renault	8,7	7,7
Peugeot	7,2	7,2
Fiat	5,8	6,3
Citroën	5,9	6,0
Toyota/Lexus	5,7	6,0
BMW/Mini	4,9	5,0
Mercedes/Smart	5,2	4,9
Audi	3,9	4,2
Škoda	2,7	2,9
Seat	2,4	2,4
Honda	1,7	2,0
Hyundai	2,0	1,9
Nissan	2,1	1,8
Suzuki	1,7	1,7
Volvo	1,5	1,7
Mazda	1,7	1,5
KIA	1,5	1,4
Chevrolet	1,2	1,2
Dacia	0,9	1,0
Alfa Roméo	0,9	1,0
Mitsubishi	0,9	0,9
Lancia	0,8	0,8
Chrysler	0,6	0,7
Land Rover	0,6	0,6
Saab	0,6	0,5
Jaguar	0,3	0,2

Source : ACEA.

\* Europe élargie 25 pays (sauf Chypre et Malte) + Suisse + Norvège + Islande et hors Russie.

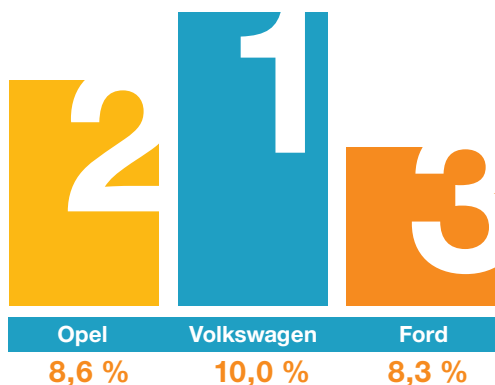
## Les intentions d'achat



Source : études Cetelem réalisées fin 2006 et fin 2007.

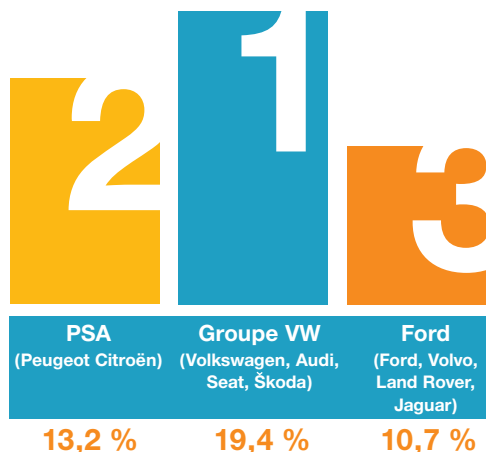
### Le Top 3 des marques en 2007

Parts de marché sur les six premiers  
mois en 2007



### Le Top 3 des groupes en 2007

Parts de marché sur les six premiers  
mois en 2007



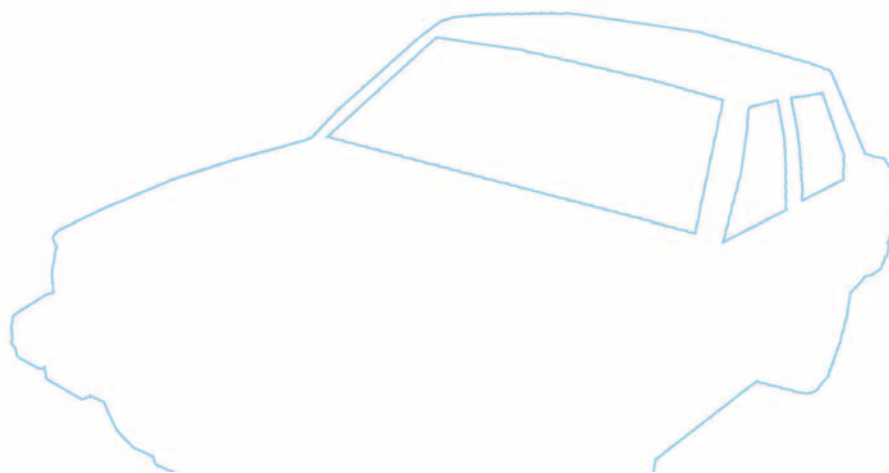
Ford prend la 3<sup>e</sup> place à Renault/Dacia/Nissan.

- Depuis plusieurs années, le marché du véhicule particulier neuf reste stable en Europe avec un peu plus de 15 millions d'immatriculations. L'Italie et l'Espagne, grâce notamment à des aides gouvernementales octroyées afin de renouveler les parcs automobiles vieillissants, ont connu des exercices de bon niveau. En revanche c'est beaucoup plus tendu en Allemagne suite à la hausse de la TVA et en France où les mesures annoncées lors du Grenelle de l'environnement pourraient engendrer 100 000 unités de véhicules particu-

liers neufs supplémentaires dès 2008.

- En Pologne, le marché du neuf repart en conquête après plusieurs années de fortes baisses dues à l'arrivée massive de véhicules d'occasion en provenance des autres pays d'Europe. En Russie, le marché du neuf dépasse désormais la France avec 2 300 000 ventes en 2007 et une progression de 34 % par rapport à 2006.
- Côté marques, Volkswagen est solidement attachée à la première place européenne avec une part de marché de 10 % sur les six premiers

mois de l'année 2007. Côté groupe, c'est encore Volkswagen qui, avec les marques Volkswagen, Audi, Seat et Škoda, devance Peugeot Citroën de près de 6 points (en termes de parts de marché) puis Ford qui a pris la troisième place à Renault/Dacia/Nissan. Les marques asiatiques confirment leur dynamisme en Europe, notamment Toyota. Avec 6 % de part de marché en Europe, la marque japonaise est maintenant au coude à coude avec Fiat et Citroën. (Pour plus de renseignements, voir : [www.observatoire.com](http://www.observatoire.com))



## Le marché de la moto et du scooter

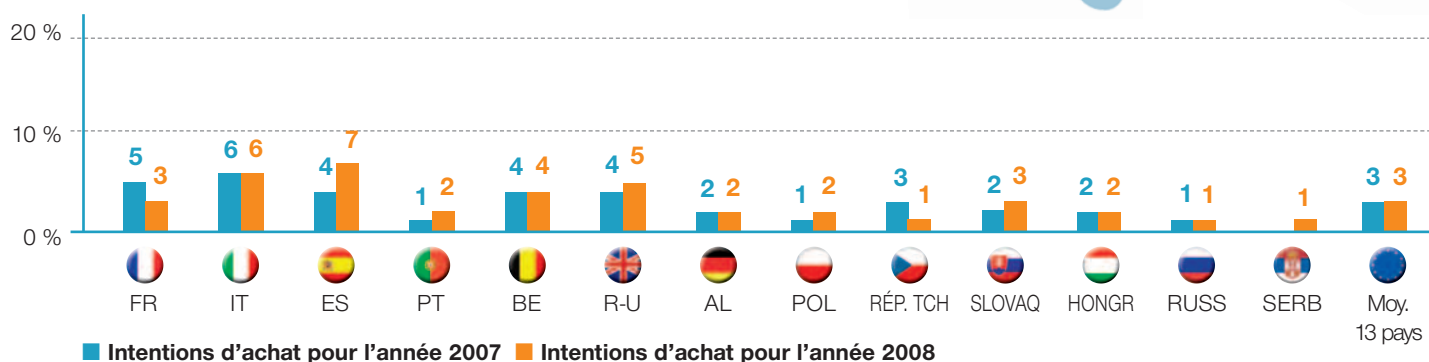
### Le marché

En nombre d'immatriculations

Motos sup. à 50 cm <sup>3</sup>	FR	IT	ES	PT	BE	R-U	AL	RÉP. TCH	HONGR	Total 9 pays
2004	183 811	418 123	116 699	11 562	25 055	106 391	173 524	7 579	17 774	1 060 518
2005	196 618	421 213	205 264	11 232	25 800	108 000	168 652	9 034	19 500	1 165 313
2006	229 354	441 737	257 560	11 435	25 800	135 000	184 617	12 773	20 500	1 318 776
2007 (estimation Cetelem)	238 000	435 000	283 316	12 300	25 800	145 000	184 617	19 000	21 000	1 364 033
Variation 2007/2006	+ 3,8 %	- 1,5 %	+ 10,0 %	+ 7,6 %	=	+ 7,4 %	=	+ 48,8 %	+ 2,4 %	+ 3,4 %

Sources : Officiel du cycle et de la moto, Cetelem, KBA – motos au-dessus de 50 cm<sup>3</sup>.  
Données non disponibles pour la Slovaquie, la Pologne, la Serbie et la Russie à périmètre équivalent.

### Les intentions d'achat



Source : études Cetelem réalisées fin 2006 et fin 2007.

- L'Italie domine nettement en Europe avec plus de 400 000 motos commercialisées par an (à partir de 50 cm<sup>3</sup>), mais le marché connaît une baisse en 2007 de l'ordre de 1,5 %.
- Dans les trois autres pays d'Europe du Sud – Portugal, Espagne, France –, il est à constater une bonne dynamique et notamment en Espagne avec une progression à 2 chiffres sur 2006.
- De son côté, la République tchèque aligne une deuxième année de forte croissance, les ventes s'envolant de près de 50 % !

## Le marché du crédit à la consommation

### Le marché

Encours en milliards d'euros

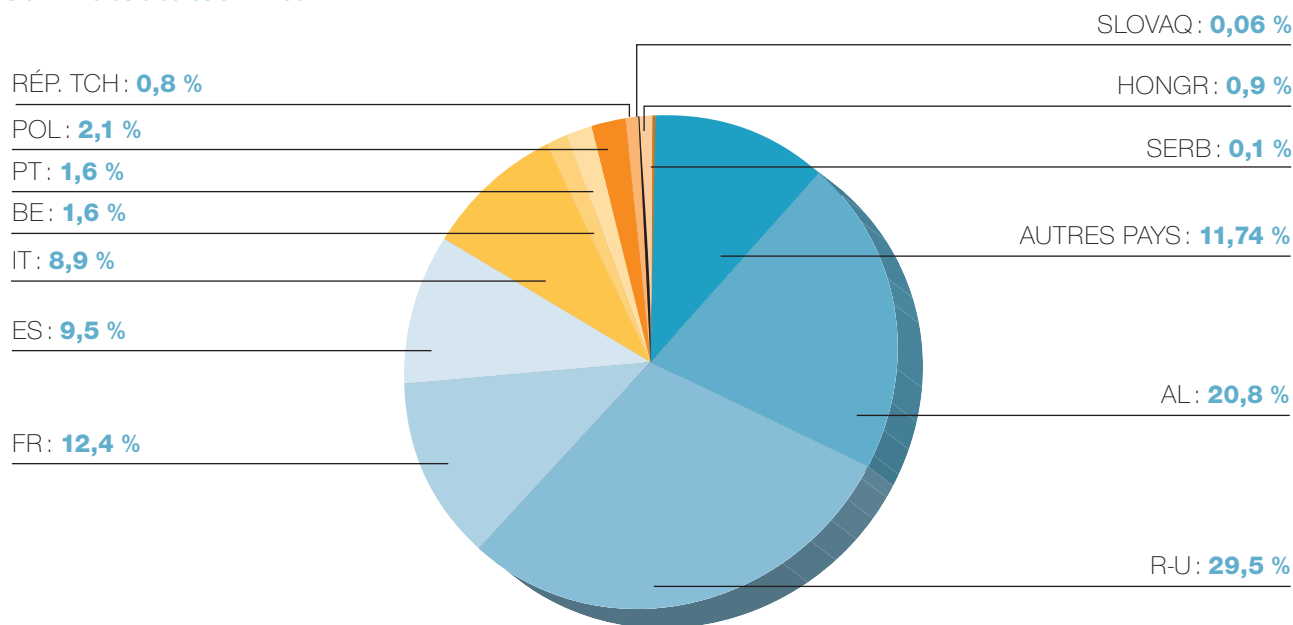
	FR	IT	ES	PT	BE	R-U	AL	POL	RÉP. TCH*	SLOVAQ	HONGR	RUSS	SERB	Total 13 pays
2004	115,83	60,98	62,26	14,18	13,52	259,30	236,96	9,70	2,90	0,41	2,89	7,88	0,29	787,10
2005	124,76	72,66	77,13	14,58	14,20	280,30	233,99	11,00	6,10	0,56	4,85	17,37	0,34	857,84
2006	131,30	85,65	92,0	15,75	15,60	317,00	228,40	15,00	7,43	0,62	6,92	32,00	0,89	948,56
2007 (estimation Cetelem)	136,00	98,07	105,00	17,48	17,50	324,00	229,00	23,30	8,91	0,70	9,52	58,00	1,33	1028,81
Variation 2007/2006	+ 3,6 %	+ 14,5 %	+ 14,1 %	+ 11,0 %	+ 12,2 %	+ 2,2 %	=	+ 55,3 %	+ 19,9 %	+ 12,9 %	+ 37,6 %	+ 81,3 %	+ 50,0 %	+ 8,5 %

Sources : Ecri, banques nationales, UPC, Cetelem.

\* Intégration depuis 2005 de tous les encours : banques + sociétés de crédit.

### La structure du marché européen

Encours en milliards d'euros à fin 2007



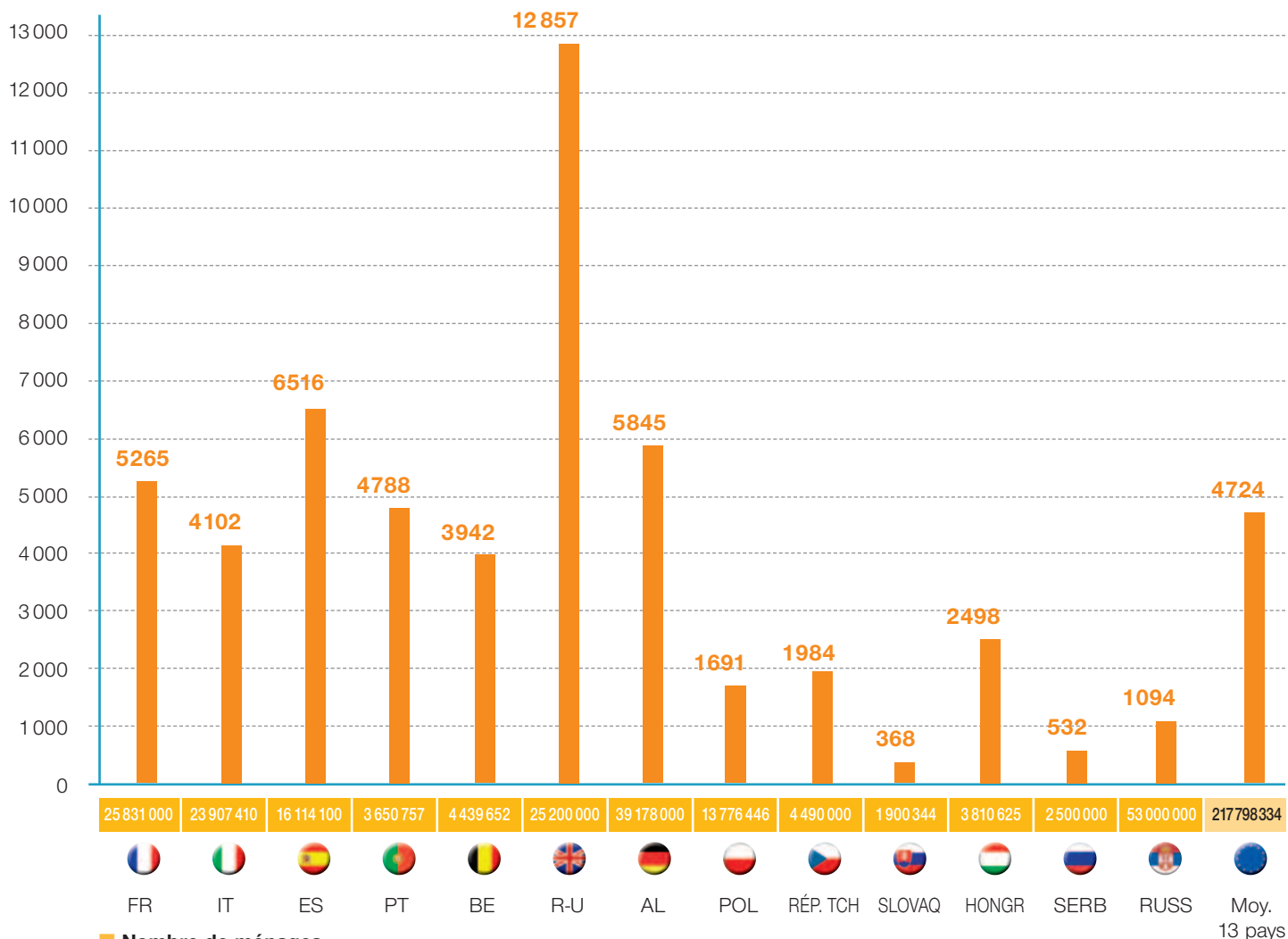
Marché européen estimé à 1 100 milliards d'euros

Sources : Ecri, banques nationales, UPC, Cetelem.



## Les encours moyens par ménage en 2007

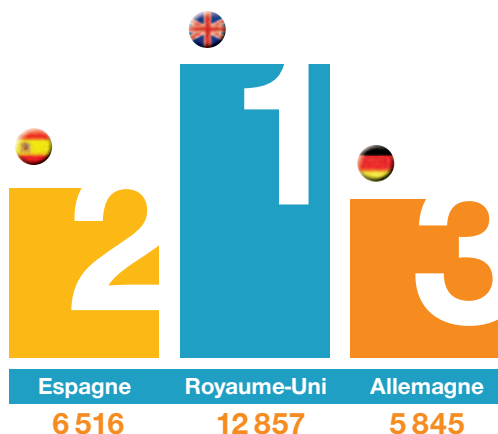
En euros



Sources: Ecri, banques nationales, Cetelem.

## Le Top 3 des encours par ménage en 2007

En euros



- Le Royaume-Uni et l'Allemagne dominent l'Europe. Ils représentent environ 50 % du marché européen, Union européenne + Suisse + Norvège + Islande et hors Russie.
- En Europe de l'Ouest, le marché est toujours très dynamique en Espagne et en Italie, 2 grands pays qui rattrapent leur retard sur l'Europe du Nord fort rapidement. De son côté, la France enregistre à nouveau une hausse limitée sur ce secteur en 2007. Le paradoxe français évoqué lors des précédentes éditions de L'Observateur Cetelem est toujours d'actualité : un niveau d'endettement des ménages relativement faible et un marché du crédit à la consommation qui se comporte comme un marché mature, avec des progressions très mesurées chaque année.
- Quant aux pays d'Europe centrale + Russie, ils connaissent une très forte dynamique avec des progressions spectaculaires, notamment en Pologne, Hongrie, Serbie et Russie. Les performances tchèques et slovaques restent également de très bon niveau, mais sont plus contenues. Les niveaux d'endettement des ménages constatés dans cette région de l'Europe sont toujours relativement faibles et devraient engendrer encore de nombreux exercices vigoureux en termes de croissance pour combler le retard sur les pays d'Europe de l'Ouest.

# Le marché français





# Sommaire

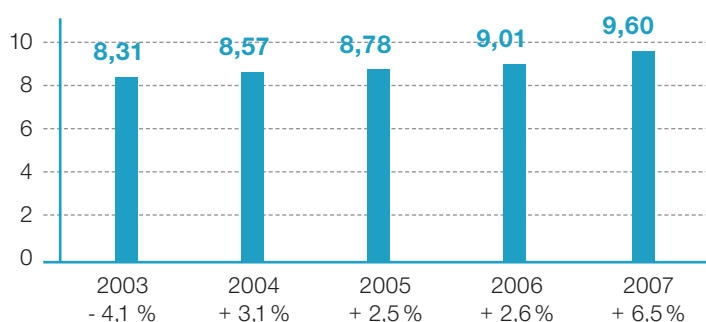
## La consommation des ménages en France sur les grands marchés

Le marché du meuble .....	p. 22
Le marché de l'électroménager .....	p. 26
Le marché du brun (TV/hi-fi/vidéo/photo...) .....	p. 30
Le marché de la micro-informatique grand public .....	p. 34
Le marché du jardinage .....	p. 38
Le marché du bricolage grand public (hors jardinage) .....	p. 40
Le marché du sport .....	p. 44
Le marché de l'automobile .....	p. 48
Le marché du crédit à la consommation .....	p. 52

## Le marché du meuble

### L'évolution du marché

En milliards d'euros



### Le marché en 2007

Estimation

Évolution en valeur	+ 6,5 %
Marché 2007	9,6 milliards d'euros
Budget moyen par ménage en 2006	372 euros



### Les familles de produits\*

En millions d'euros

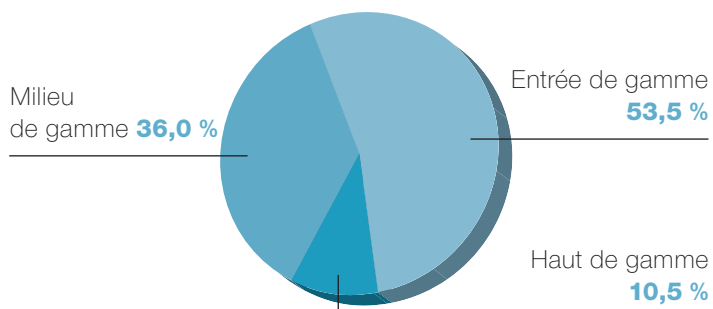
	2005	2006	%	Évolution 2006/2005
Meubles meublants	3 230	3 263	36,2 %	1,0 %
Sièges	2 303	2 342	26,0 %	1,7 %
Meubles de cuisine	1 856	1 956	21,7 %	5,4 %
Sommiers et matelas	930	981	10,9 %	5,5 %
Meubles de salle de bains	294	299	3,3 %	1,7 %
Meubles de jardin	169	172	1,9 %	1,8 %
<b>Total</b>	<b>8 782</b>	<b>9 013</b>	<b>100,0 %</b>	<b>2,6 %</b>

Source : IPEA.

\* Ces évaluations correspondent aux achats de meubles neufs réalisés par les ménages. Elles reposent sur une définition stricte du meuble : les accessoires de literie, de jardin, de salle de bains, les agencements mobiliers réalisés par le second œuvre de bâtiment, les acquisitions d'occasion... ne sont pas pris en compte.

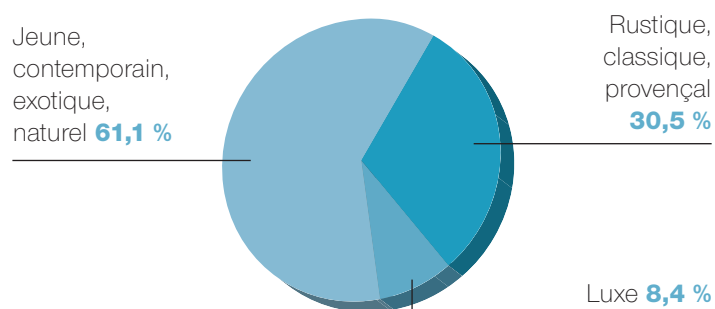
## Les niveaux de gamme en 2005

% en valeur



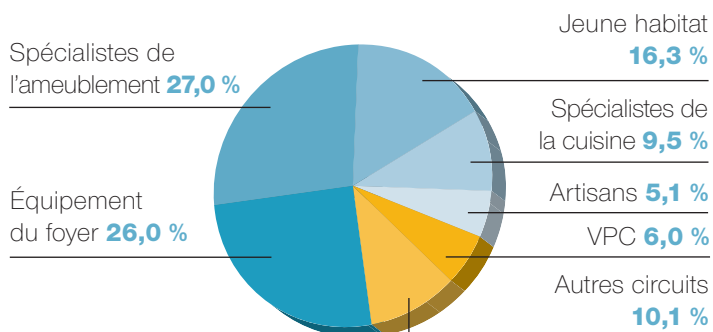
Source : IPEA.

## Les styles de produits achetés en 2005



## Les circuits de distribution en 2006

% en valeur



Source : IPEA.

Depuis 1993, Cetelem et l'IPEA coopèrent pour offrir les principales données de cadrage des marchés de l'ameublement. Ces informations sont issues de différentes enquêtes réalisées soit auprès de ménages acheteurs de meubles, soit auprès de distributeurs.

L'intégralité de ces résultats est présentée dans un ouvrage de synthèse, Le Meubloscope, permettant de disposer de repères à la fois sur les produits, les circuits de distribution et les profils de clientèle ameublement. Il est disponible auprès de l'IPEA, 37, avenue Daumesnil 75012 Paris - Tél. : 01 46 28 21 21.

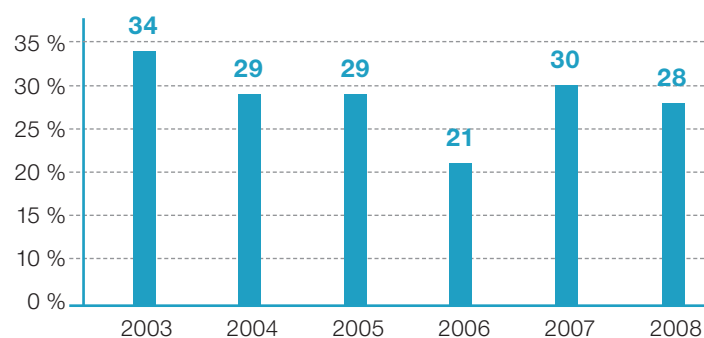
## Le Top 10 des enseignes en France en 2006

Conforama
IKEA
But
Fly
Schmidt
Mobalpa
Atlas*
Monsieur Meuble*
Mobilier de France*
Lapeyre la maison

Source : IPEA.

\*Ex aequo.

## Les intentions d'achat



Source : Cetelem.

## Le marché du meuble en 2007

Consommation par département et par région

Département		Nombre de ménages en 2007 <sup>(1)</sup>	Budget par ménage en euros	Consommation <sup>(2)</sup> en euros
09	ARIÈGE	61 505	296	18 212
12	AVEYRON	113 169	294	33 300
16	CHARENTE	146 126	359	52 511
17	CHARENTE-MARITIME	265 852	352	93 655
19	CORRÈZE	102 709	298	30 643
24	DORDOGNE	173 576	302	52 496
31	HAUTE-GARONNE	536 899	323	173 163
32	GERS	74 683	301	22 476
33	GIRONDE	615 744	324	199 509
40	LANDES	150 792	317	47 737
46	LOT	73 957	291	21 542
47	LOT-ET-GARONNE	135 660	315	42 795
64	PYRÉNÉES-ATLANTIQUES	273 735	303	82 889
65	HAUTES-PYRÉNÉES	96 540	302	29 161
81	TARN	148 869	323	48 069
82	TARN-ET-GARONNE	91 525	318	29 076
<b>SUD-OUEST</b>		<b>3 061 342</b>	<b>319</b>	<b>977 233</b>
14	CALVADOS	283 788	344	97 546
22	CÔTES-D'ARMOR	245 793	353	86 863
29	FINISTÈRE	383 196	363	139 128
35	ILLE-ET-VILAINE	403 169	370	149 229
44	LOIRE-ATLANTIQUE	523 932	381	199 386
49	MAINE-ET-LOIRE	315 968	373	117 775
50	MANCHE	204 739	332	68 014
53	MAYENNE	122 819	362	44 501
56	MORBIHAN	299 766	355	106 383
61	ORNE	121 672	326	39 604
72	SARTHE	229 434	367	84 155
79	DEUX-SÈVRES	146 142	372	54 365
85	VENDÉE	247 208	367	90 674
<b>OUEST</b>		<b>3 527 625</b>	<b>362</b>	<b>1 277 621</b>
02	AISNE	211 898	350	74 175
27	EURE	229 035	364	83 326
59	NORD	1 006 165	352	354 082
60	OISE	307 168	379	116 552
62	PAS-DE-CALAIS	562 622	347	195 482
76	SEINE-MARITIME	517 020	351	181 369
80	SOMME	225 473	354	79 766
<b>NORD</b>		<b>3 059 381</b>	<b>355</b>	<b>1 084 752</b>
04	ALPES-DE-HAUTE-PROVENCE	66 189	275	18 171
05	HAUTES-ALPES	57 353	252	14 444
06	ALPES-MARITIMES	500 677	274	137 081
11	AUDE	146 219	282	41 230
13	BOUCHES-DU-RHÔNE	802 790	303	243 091
2A et 2B	CORSE	115 719	270	31 296
30	GARD	293 846	296	87 011
34	HÉRAULT	464 060	293	136 033
48	LOZÈRE	31 785	270	8 584
66	PYRÉNÉES-ORIENTALES	197 115	278	54 702
83	VAR	444 933	287	127 612
84	VAUCLUSE	223 490	307	68 672
<b>SUD-EST</b>		<b>3 344 175</b>	<b>289</b>	<b>967 928</b>



## Le marché du meuble en 2007

Consommation par département et par région

Département		Nombre de ménages en 2007 <sup>(1)</sup>	Budget par ménage en euros	Consommation <sup>(2)</sup> en euros
08	ARDENNES	113 777	340	38 685
10	AUBE	123 307	334	41 237
25	DOUBS	214 421	431	92 447
39	JURA	108 977	404	43 985
51	MARNE	236 431	346	81 884
52	HAUTE-MARNE	76 567	330	25 236
54	MEURTHE-ET-MOSELLE	302 171	447	135 114
55	MEUSE	77 590	420	32 587
57	MOSELLE	407 084	453	184 297
67	BAS-RHIN	447 448	454	203 070
68	HAUT-RHIN	300 389	458	137 446
70	HAUTE-SAÔNE	95 061	418	39 712
88	VOSGES	156 290	437	68 256
90	TERRITOIRE DE BELFORT	59 532	450	26 774
<b>EST</b>		<b>2 719 043</b>	<b>423</b>	<b>1 150 730</b>
18	CHER	133 510	340	45 394
28	EURE-ET-LOIR	170 682	363	61 970
36	INDRE	100 391	330	33 126
37	INDRE-ET-LOIRE	250 212	352	87 960
41	LOIR-ET-CHER	139 275	340	47 406
45	LOIRET	275 344	367	101 096
21	CÔTE-D'OR	222 637	341	75 947
58	NIÈVRE	97 659	317	30 989
71	SAÔNE-ET-LOIRE	230 102	330	75 840
89	YONNE	144 454	330	47 665
86	VIENNE	182 039	359	65 348
23	CREUSE	52 844	272	14 370
87	HAUTE-VIENNE	160 389	293	47 016
<b>CENTRE</b>		<b>2 159 538</b>	<b>340</b>	<b>734 126</b>
01	AIN	232 821	389	90 594
03	ALLIER	151 472	353	53 530
07	ARDÈCHE	127 804	360	46 022
15	CANTAL	62 959	341	21 500
26	DRÔME	197 321	373	73 697
38	ISÈRE	486 247	393	191 013
42	LOIRE	303 149	365	110 742
43	HAUTE-LOIRE	91 061	360	32 791
69	RHÔNE	710 368	380	270 070
63	PUY-DE-DÔME	271 629	369	100 339
73	SAVOIE	175 465	361	63 380
74	HAUTE-SAVOIE	302 708	382	115 535
<b>CENTRE-EST</b>		<b>3 113 002</b>	<b>376</b>	<b>1 169 212</b>
75	VILLE DE PARIS	1 130 295	346	391 457
77	SEINE-ET-MARNE	516 170	485	250 196
78	YVELINES	546 923	528	288 703
91	ESSONNE	463 405	534	247 547
92	HAUTS-DE-SEINE	669 890	465	311 748
93	SEINE-SAINT-DENIS	554 219	478	264 722
94	VAL-DE-MARNE	525 718	485	255 020
95	VAL-D'OISE	440 273	527	232 243
<b>ILE-DE-FRANCE</b>		<b>4 846 893</b>	<b>462</b>	<b>2 241 635</b>
<b>TOTAL MÉTROPOLE</b>		<b>25 831 000</b>	<b>372</b>	<b>9 603 237</b>

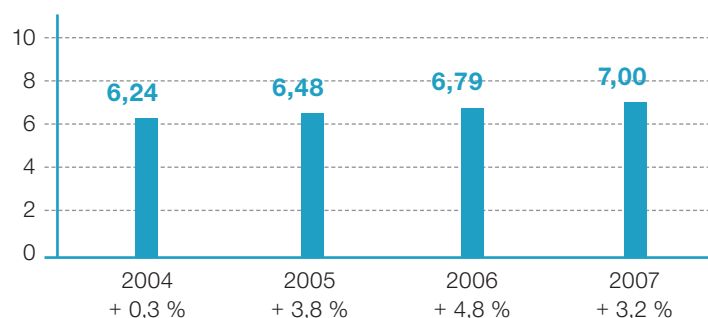
(1) Estimation établie à partir des informations fournies par les chambres de commerce et d'industrie 2005.

(2) Consommation par département et par région, méthode de calcul: budget local par ménage en euros = budget national par ménage en euros (source Cetelem) x indice de disparité de consommation locale (source ACFCI). Consommation en milliers d'euros = budget local par ménage en euros x population des ménages.

# Le marché de l'électroménager

## L'évolution du marché

En milliards d'euros



## Le marché en 2007

Estimation

Évolution en valeur	+ 3,2 %
Marché 2007 (estimation)	7,0 milliards d'euros
Budget moyen par ménage en 2007	271 euros

## Les familles de produits

En millions d'euros

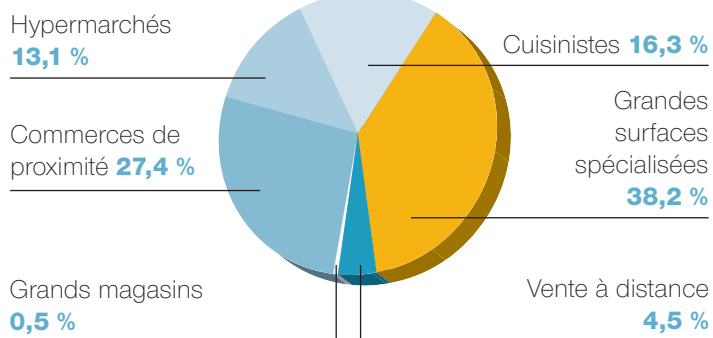
	2004*	2005*	2006	%	Évolution 2006/2005
Froid	1 243	1 304	1 378	20,3 %	5,7 %
Lavage	1 754	1 781	1 830	27,0 %	2,8 %
Cuisson	1 520	1 548	1 618	23,8 %	4,5 %
Total gros électroménager	4 517	4 633	4 826	71,1 %	4,2 %
Total petit électroménager	1 721	1 842	1 959	28,9 %	6,4 %
<b>Total</b>	<b>6 238</b>	<b>6 475</b>	<b>6 785</b>	<b>100,0 %</b>	<b>4,8 %</b>

Sources : GFK (pour les valeurs) et Cetelem.  
\*Chiffres 2004 et 2005 retraités, source GFK.

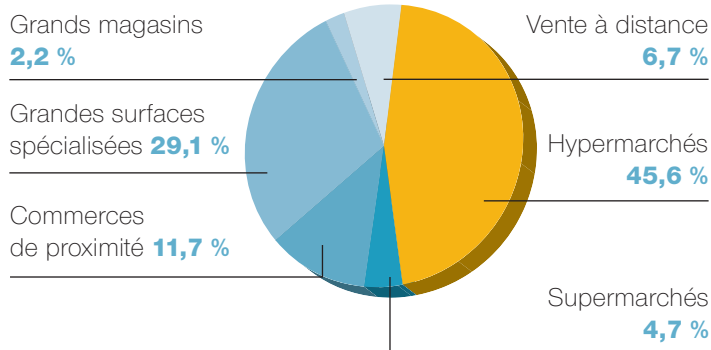
## Les circuits de distribution en 2006

% en valeur

Gros électroménager



Petit électroménager



Source : GFK.

## Le petit électroménager

En milliers d'appareils

	2004	2005	2006	%	Évolution 2006/2005
Entretien maison (aspirateurs, fers...)	6 300	6 225	6 505	26,9 %	4,5 %
Préparation alimentaire (cuiseurs, friteuses...)	2 278	2 315	2 510	10,3 %	8,4 %
Cafetières, bouilloires, grille-pain	7 470	8 380	8 105	33,5 %	- 3,3 %
Coiffure, rasage, épilation	5 770	6 355	7 095	29,3 %	11,6 %
<b>Total</b>	<b>21 818</b>	<b>23 275</b>	<b>24 215</b>	<b>100,0 %</b>	<b>4,0 %</b>

Source: GIFAM.

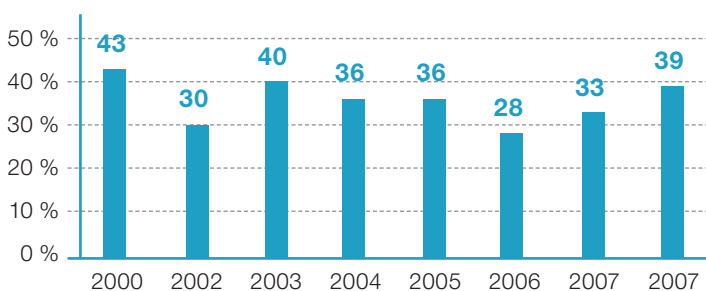
## Le gros électroménager

En milliers d'appareils

	2004	2005	2006	%	Évolution 2006/2005
<b>FROID</b>	<b>3 095</b>	<b>3 100</b>	<b>3 203</b>	<b>23,7 %</b>	<b>3,3 %</b>
. Réfrigérateurs	2 310	2 330	2 428	18,0 %	4,2 %
. Congélateurs	785	770	775	5,7 %	0,6 %
<b>LAVAGE</b>	<b>3 970</b>	<b>4 101</b>	<b>4 314</b>	<b>32,0 %</b>	<b>5,2 %</b>
. Lave-vaisselle	1 110	1 166	1 237	9,2 %	6,1 %
. Lave-linge	2 290	2 350	2 446	18,1 %	4,1 %
. Sèche-linge	570	585	631	4,7 %	7,9 %
<b>CUISSON</b>	<b>5 755</b>	<b>5 787</b>	<b>5 988</b>	<b>44,3 %</b>	<b>3,5 %</b>
. Cuisinières	780	757	757	5,6 %	0,0 %
. Tables de cuisson	1 280	1 305	1 384	10,2 %	6,1 %
. Hottes	1 000	1 000	1 000	7,4 %	0,0 %
. Fours	730	800	840	6,2 %	5,0 %
. Fours à micro-ondes	1 965	1 925	2 007	14,9 %	4,3 %
<b>Total</b>	<b>12 820</b>	<b>12 988</b>	<b>13 505</b>	<b>100,0 %</b>	<b>4,0 %</b>

Source: GIFAM.

## Les intentions d'achat



Source: Cetelem

## Taux d'équipement des ménages à fin 2006

Réfrigérateurs	99 %
Congélateurs	62 %
Lave-linge	95 %
Sèche-linge	30 %
Lave-vaisselle	51 %
Fours à micro-ondes	82 %
Robots multifonction	55 %
Centrales vapeur	25 %

Source: GIFAM.

## Le marché de l'électroménager en 2007

Consommation par département et par région

Département	Nombre de ménages en 2007 <sup>(1)</sup>	Budget par ménage en euros	Consommation <sup>(2)</sup> en euros	
09	ARIÈGE	61 505	260	15 969
12	AVEYRON	113 169	249	28 124
16	CHARENTE	146 126	262	38 336
17	CHARENTE-MARITIME	265 852	259	68 736
19	CORRÈZE	102 709	250	25 664
24	DORDOGNE	173 576	253	43 842
31	HAUTE-GARONNE	536 899	255	137 067
32	GERS	74 683	254	18 945
33	GIRONDE	615 744	261	160 704
40	LANDES	150 792	263	39 642
46	LOT	73 957	249	18 379
47	LOT-ET-GARONNE	135 660	257	34 891
64	PYRÉNÉES-ATLANTIQUES	273 735	254	69 586
65	HAUTES-PYRÉNÉES	96 540	250	24 148
81	TARN	148 869	263	39 136
82	TARN-ET-GARONNE	91 525	263	24 036
<b>SUD-OUEST</b>		<b>3 061 342</b>	<b>257</b>	<b>787 202</b>
14	CALVADOS	283 788	279	79 301
22	CÔTES-D'ARMOR	245 793	258	63 483
29	FINISTÈRE	383 196	261	100 114
35	ILLE-ET-VILAINE	403 169	263	105 879
44	LOIRE-ATLANTIQUE	523 932	271	142 001
49	MAINE-ET-LOIRE	315 968	268	84 608
50	MANCHE	204 739	275	56 323
53	MAYENNE	122 819	263	32 255
56	MORBIHAN	299 766	260	77 911
61	ORNE	121 672	271	32 976
72	SARTHE	229 434	267	61 187
79	DEUX-SÈVRES	146 142	267	38 974
85	VENDÉE	247 208	266	65 860
<b>OUEST</b>		<b>3 527 625</b>	<b>267</b>	<b>940 874</b>
02	AISNE	211 898	283	59 902
27	EURE	229 035	291	66 611
59	NORD	1 006 165	286	287 440
60	OISE	307 168	298	91 585
62	PAS-DE-CALAIS	562 622	286	161 187
76	SEINE-MARITIME	517 020	279	144 335
80	SOMME	225 473	287	64 780
<b>NORD</b>		<b>3 059 381</b>	<b>286</b>	<b>875 841</b>
04	ALPES-DE-HAUTE-PROVENCE	66 189	221	14 617
05	HAUTES-ALPES	57 353	206	11 841
06	ALPES-MARITIMES	500 677	209	104 864
11	AUDE	146 219	223	32 568
13	BOUCHES-DU-RHÔNE	802 790	226	181 425
2 A et 2 B	CORSE	115 719	212	24 488
30	GARD	293 846	230	67 603
34	HÉRAULT	464 060	223	103 615
48	LOZÈRE	31 785	220	7 002
66	PYRÉNÉES-ORIENTALES	197 115	225	44 279
83	VAR	444 933	224	99 465
84	VAUCLUSE	223 490	233	52 023
<b>SUD-EST</b>		<b>3 344 175</b>	<b>222</b>	<b>743 790</b>

## Le marché de l'électroménager en 2007

Consommation par département et par région

Département	Nombre de ménages en 2007 <sup>(1)</sup>	Budget par ménage en euros	Consommation <sup>(2)</sup> en euros	
08	ARDENNES	113 777	279	31 732
10	AUBE	123 307	274	33 821
25	DOUBS	214 421	295	63 233
39	JURA	108 977	286	31 221
51	MARNE	236 431	274	64 849
52	HAUTE-MARNE	76 567	270	20 690
54	MEURTHE-ET-MOSELLE	302 171	300	90 751
55	MEUSE	77 590	294	22 839
57	MOSELLE	407 084	307	125 131
67	BAS-RHIN	447 448	307	137 538
68	HAUT-RHIN	300 389	307	92 253
70	HAUTE-SAÔNE	95 061	298	28 369
88	VOSGES	156 290	308	48 083
90	TERRITOIRE DE BELFORT	59 532	298	17 750
<b>EST</b>	<b>2 719 043</b>	<b>297</b>	<b>808 260</b>	
18	CHER	133 510	273	36 511
28	EURE-ET-LOIR	170 682	291	49 733
36	INDRE	100 391	273	27 400
37	INDRE-ET-LOIRE	250 212	282	70 598
41	LOIR-ET-CHER	139 275	279	38 843
45	LOIRET	275 344	291	80 154
21	CÔTE-D'OR	222 637	273	60 764
58	NIÈVRE	97 659	266	26 018
71	SAÔNE-ET-LOIRE	230 102	271	62 364
89	YONNE	144 454	272	39 347
86	VIENNE	182 039	258	46 918
23	CREUSE	52 844	241	12 745
87	HAUTE-VIENNE	160 389	246	39 467
<b>CENTRE</b>	<b>2 159 538</b>	<b>274</b>	<b>590 861</b>	
01	AIN	232 821	276	64 238
03	ALLIER	151 472	253	38 382
07	ARDÈCHE	127 804	263	33 668
15	CANTAL	62 959	251	15 800
26	DRÔME	197 321	270	53 212
38	ISÈRE	486 247	274	133 106
42	LOIRE	303 149	260	78 955
43	HAUTE-LOIRE	91 061	266	24 235
69	RHÔNE	710 368	264	187 327
63	PUY-DE-DÔME	271 629	264	71 777
73	SAVOIE	175 465	258	45 271
74	HAUTE-SAVOIE	302 708	265	80 318
<b>CENTRE-EST</b>	<b>3 113 002</b>	<b>265</b>	<b>826 288</b>	
75	VILLE DE PARIS	1 130 295	231	260 958
77	SEINE-ET-MARNE	516 170	289	149 139
78	YVELINES	546 923	327	178 798
91	ESSONNE	463 405	331	153 381
92	HAUTS-DE-SEINE	669 890	300	201 187
93	SEINE-SAINT-DENIS	554 219	314	174 116
94	VAL-DE-MARNE	525 718	313	164 449
95	VAL-D'OISE	440 273	329	144 888
<b>ILE-DE-FRANCE</b>	<b>4 846 893</b>	<b>294</b>	<b>1 426 918</b>	
<b>TOTAL MÉTROPOLE</b>	<b>25 831 000</b>	<b>271</b>	<b>7 000 034</b>	

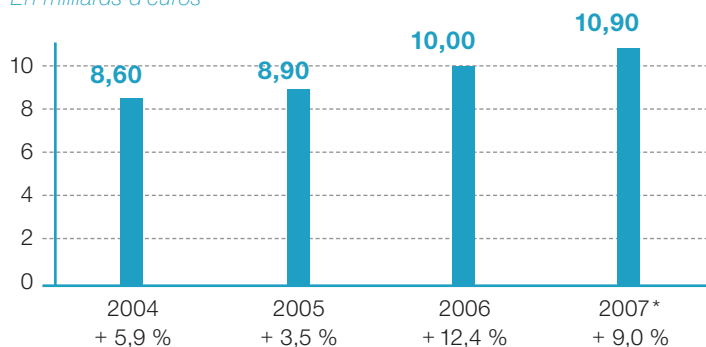
(1) Estimation établie à partir des informations fournies par les chambres de commerce et d'industrie 2005.

(2) Consommation par département et par région, méthode de calcul : budget local par ménage en euros = budget national par ménage en euros (source Cetelem) x indice de disparité de consommation locale (source ACFCI). Consommation en milliers d'euros = budget local par ménage en euros x population des ménages.

## Le marché du brun (TV/hi-fi/vidéo/photo...)

### L'évolution du marché

En milliards d'euros



\* Estimation de L'Observateur Cetelem.

### Le marché en 2007

Estimation

Évolution en valeur	+ 9,0 %
Marché 2007	10,89 milliards d'euros
Budget moyen par ménage en 2007	421 euros
Budget moyen par ménage en 2007 hors photo	360 euros

### Les familles de produits

En millions d'euros

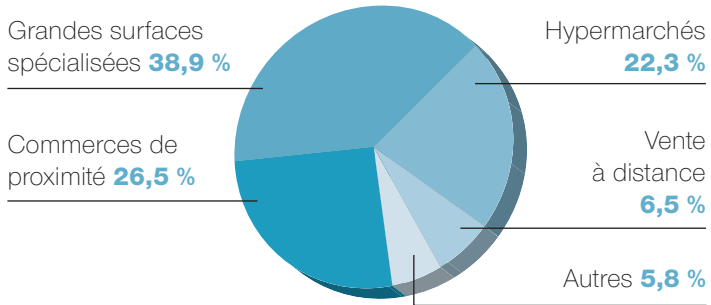
	2004	2005	2006	%	Évolution 2006/2005
Image	3 735	4 006	4 643	46,5 %	15,9 %
Son (portable et statique)	1 105	1 147	1 120	11,2 %	- 2,4 %
Électronique embarquée	311	390	601	6,0 %	54,1 %
Téléphonie (hors cartes prépayées)	1 510	1 513	1 887	18,9 %	24,7 %
Accessoires	154	173	206	2,1 %	19,1 %
Photo	1 783	1 655	1 531	15,3 %	- 7,5 %
<b>Total</b>	<b>8 598</b>	<b>8 884</b>	<b>9 988</b>	<b>100,0 %</b>	<b>12,4 %</b>

Sources : GFK et Cetelem.



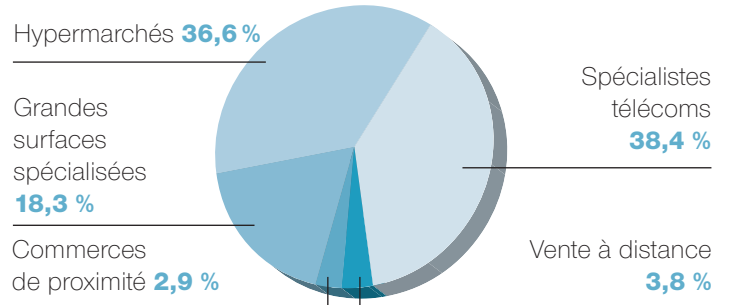
## Les circuits de distribution en 2006

% en valeur  
Image et son

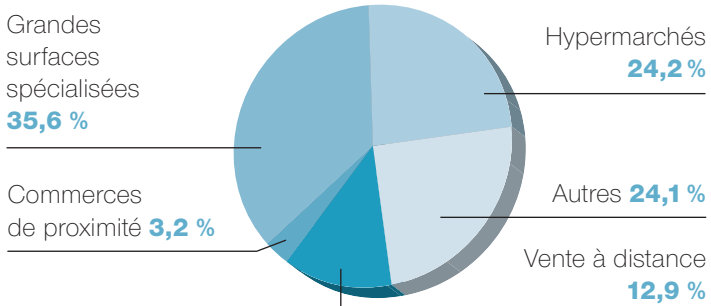


Source: GFK.

Téléphonie

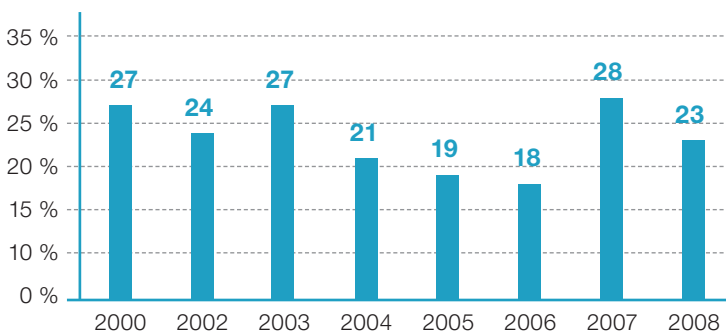


Photo



Source: IPEA.

## Les intentions d'achat



Source: Cetelem.



## Le marché de la TV/hi-fi/téléphonie/photo en 2007

Consommation par département et par région

Département	Nombre de ménages en 2007 <sup>(1)</sup>	Budget par ménage en euros	Consommation <sup>(2)</sup> en euros	
09	ARIÈGE	61 505	388	23 874
12	AVEYRON	113 169	385	43 546
16	CHARENTE	146 126	371	54 195
17	CHARENTE-MARITIME	265 852	365	96 917
19	CORRÈZE	102 709	378	38 785
24	DORDOGNE	173 576	376	65 180
31	HAUTE-GARONNE	536 899	397	213 378
32	GERS	74 683	391	29 209
33	GIRONDE	615 744	388	239 005
40	LANDES	150 792	391	58 976
46	LOT	73 957	384	28 364
47	LOT-ET-GARONNE	135 660	372	50 485
64	PYRÉNÉES-ATLANTIQUES	273 735	380	104 060
65	HAUTES-PYRÉNÉES	96 540	381	36 781
81	TARN	148 869	378	56 341
82	TARN-ET-GARONNE	91 525	390	35 719
<b>SUD-OUEST</b>		<b>3 061 342</b>	<b>384</b>	<b>1 174 813</b>
14	CALVADOS	283 788	392	111 350
22	CÔTES-D'ARMOR	245 793	354	87 119
29	FINISTÈRE	383 196	387	148 255
35	ILLE-ET-VILAINE	403 169	408	164 308
44	LOIRE-ATLANTIQUE	523 932	424	222 357
49	MAINE-ET-LOIRE	315 968	402	127 172
50	MANCHE	204 739	375	76 796
53	MAYENNE	122 819	370	45 395
56	MORBIHAN	299 766	376	112 566
61	ORNE	121 672	373	45 330
72	SARTHE	229 434	393	90 216
79	DEUX-SÈVRES	146 142	369	53 893
85	VENDÉE	247 208	368	90 850
<b>OUEST</b>		<b>3 527 625</b>	<b>390</b>	<b>1 375 607</b>
02	AISNE	211 898	388	82 160
27	EURE	229 035	399	91 314
59	NORD	1 006 165	502	504 617
60	OISE	307 168	412	126 608
62	PAS-DE-CALAIS	562 622	478	269 128
76	SEINE-MARITIME	517 020	401	207 221
80	SOMME	225 473	392	88 279
<b>NORD</b>		<b>3 059 381</b>	<b>448</b>	<b>1 369 328</b>
04	ALPES-DE-HAUTE-PROVENCE	66 189	323	21 368
05	HAUTES-ALPES	57 353	319	18 322
06	ALPES-MARITIMES	500 677	366	183 368
11	AUDE	146 219	334	48 806
13	BOUCHES-DU-RHÔNE	802 790	382	306 871
2 A et 2 B	CORSE	115 719	351	40 625
30	GARD	293 846	348	102 169
34	HÉRAULT	464 060	360	167 219
48	LOZÈRE	31 785	311	9 873
66	PYRÉNÉES-ORIENTALES	197 115	321	63 302
83	VAR	444 933	351	156 202
84	VAUCLUSE	223 490	364	81 286
<b>SUD-EST</b>		<b>3 344 175</b>	<b>359</b>	<b>1 199 411</b>

## Le marché de la TV/hi-fi/téléphonie/photo en 2007

Consommation par département et par région

Département	Nombre de ménages en 2007 <sup>(1)</sup>	Budget par ménage en euros	Consommation <sup>(2)</sup> en euros	
08	ARDENNES	113 777	381	43 348
10	AUBE	123 307	385	47 498
25	DOUBS	214 421	468	100 308
39	JURA	108 977	417	45 469
51	MARNE	236 431	403	95 259
52	HAUTE-MARNE	76 567	378	28 946
54	MEURTHE-ET-MOSELLE	302 171	477	144 033
55	MEUSE	77 590	421	32 667
57	MOSELLE	407 084	477	194 041
67	BAS-RHIN	447 448	491	219 504
68	HAUT-RHIN	300 389	481	144 576
70	HAUTE-SAÔNE	95 061	419	39 823
88	VOSGES	156 290	444	69 359
90	TERRITOIRE-DE-BELFORT	59 532	473	28 176
<b>EST</b>	<b>2 719 043</b>	<b>453</b>	<b>1 233 007</b>	
18	CHER	133 510	378	50 528
28	EURE-ET-LOIR	170 682	396	67 546
36	INDRE	100 391	365	36 598
37	INDRE-ET-LOIRE	250 212	392	98 176
41	LOIR-ET-CHER	139 275	376	52 358
45	LOIRET	275 344	400	110 241
21	CÔTE-D'OR	222 637	400	89 045
58	NIÈVRE	97 659	357	34 902
71	SAÔNE-ET-LOIRE	230 102	373	85 727
89	YONNE	144 454	375	54 183
86	VIENNE	182 039	386	70 199
23	CREUSE	52 844	380	20 066
87	HAUTE-VIENNE	160 389	378	60 566
<b>CENTRE</b>	<b>2 159 538</b>	<b>384</b>	<b>830 137</b>	
01	AIN	232 821	426	99 202
03	ALLIER	151 472	391	59 178
07	ARDÈCHE	127 804	390	49 877
15	CANTAL	62 959	373	23 456
26	DRÔME	197 321	413	81 581
38	ISÈRE	486 247	440	214 150
42	LOIRE	303 149	416	126 229
43	HAUTE-LOIRE	91 061	394	35 922
69	RHÔNE	710 368	440	312 857
63	PUY-DE-DÔME	271 629	405	109 899
73	SAVOIE	175 465	417	73 210
74	HAUTE-SAVOIE	302 708	438	132 552
<b>CENTRE-EST</b>	<b>3 113 002</b>	<b>423</b>	<b>1 318 112</b>	
75	VILLE DE PARIS	1 130 295	438	494 941
77	SEINE-ET-MARNE	516 170	551	284 542
78	YVELINES	546 923	525	287 204
91	ESSONNE	463 405	521	241 393
92	HAUTS-DE-SEINE	669 890	489	327 780
93	SEINE-SAINT-DENIS	554 219	484	268 378
94	VAL-DE-MARNE	525 718	488	256 571
95	VAL-D'OISE	440 273	520	229 158
<b>ILE-DE-FRANCE</b>	<b>4 846 893</b>	<b>493</b>	<b>2 389 967</b>	
<b>TOTAL MÉTROPOLE</b>	<b>25 831 000</b>	<b>421</b>	<b>10 890 381</b>	

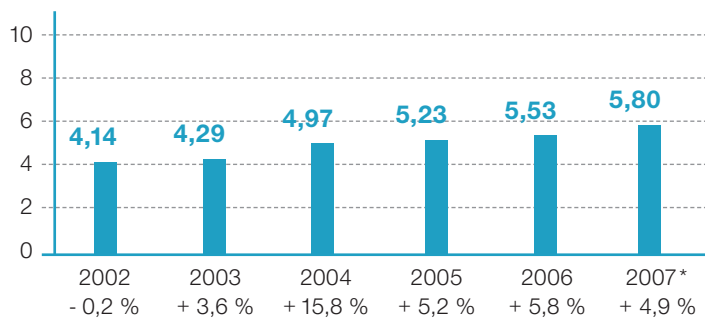
(1) Estimation établie à partir des informations fournies par les chambres de commerce et d'industrie 2005.

(2) Consommation par département et par région, méthode de calcul: budget local par ménage en euros = budget national par ménage en euros (source Cetelem) x indice de disparité de consommation locale (source ACFCI). Consommation en milliers d'euros = budget local par ménage en euros x population des ménages.

# Le marché de la micro-informatique grand public

## L'évolution du marché

En milliards d'euros



\*Estimation de L'Observateur Cetelem.

## Le marché en 2007

Estimation

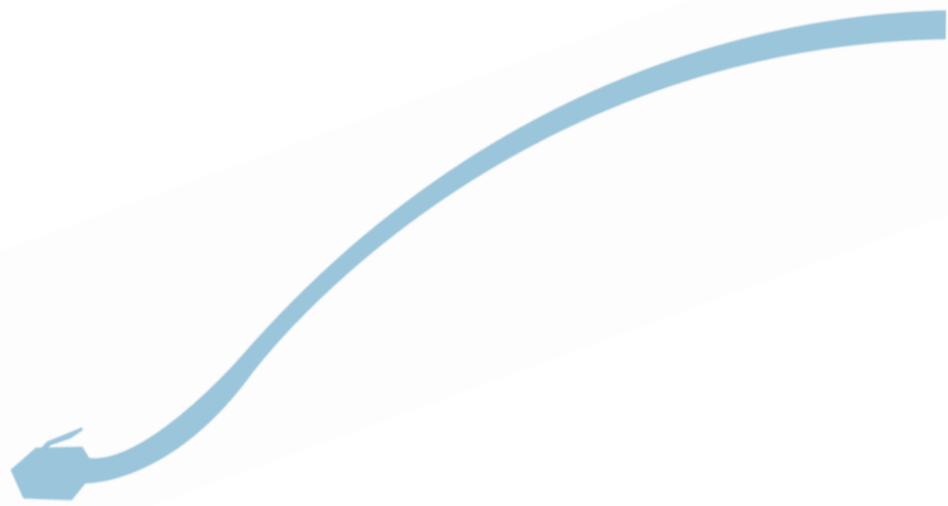
Évolution en valeur	+ 4,9 %
Marché 2007	5,80 milliards d'euros
Budget moyen par ménage en 2007	225 euros

## Les familles de produits

En millions d'euros

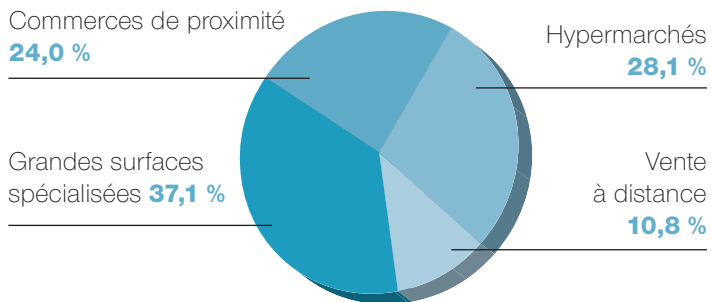
	2005	2006	%	Évolution 2006/2005
Micro-ordinateurs (dont moniteurs)	3 382	3 537	63,9 %	4,6 %
Imprimantes + cartouches d'encre	702	725	13,1 %	3,3 %
Clés USB	85	93	1,7 %	9,4 %
Disques durs	164	245	4,4 %	49,4 %
Autres (graveurs, modems, souris, claviers...)	899	935	16,9 %	4,0 %
<b>Total</b>	<b>5 232</b>	<b>5 535</b>	<b>100,0 %</b>	<b>5,8 %</b>

Sources: GFK et Cetelem.



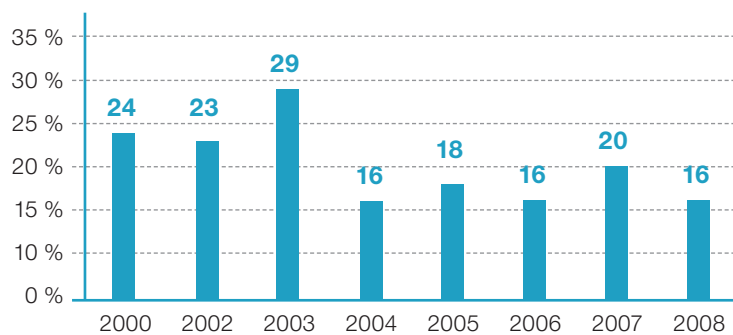
## Les circuits de distribution en 2006

% en valeur



Source : GFK.

## Les intentions d'achat



Source : Cetelem.



## Le marché de la micro-informatique grand public en 2007

Consommation par département et par région

Département	Nombre de ménages en 2007 <sup>(1)</sup>	Budget par ménage en euros	Consommation <sup>(2)</sup> en euros	
09	ARIÈGE	61 505	220	13 513
12	AVEYRON	113 169	222	25 099
16	CHARENTE	146 126	143	20 898
17	CHARENTE-MARITIME	265 852	134	35 756
19	CORRÈZE	102 709	214	21 974
24	DORDOGNE	173 576	213	36 976
31	HAUTE-GARONNE	536 899	286	153 447
32	GERS	74 683	223	16 684
33	GIRONDE	615 744	269	165 488
40	LANDES	150 792	235	35 387
46	LOT	73 957	214	15 840
47	LOT-ET-GARONNE	135 660	218	29 587
64	PYRÉNÉES-ATLANTIQUES	273 735	258	70 669
65	HAUTES-PYRÉNÉES	96 540	224	21 588
81	TARN	148 869	228	33 942
82	TARN-ET-GARONNE	91 525	234	21 394
<b>SUD-OUEST</b>		<b>3 061 342</b>	<b>235</b>	<b>718 242</b>
14	CALVADOS	283 788	210	59 474
22	CÔTES-D'ARMOR	245 793	128	31 530
29	FINISTÈRE	383 196	143	54 891
35	ILLE-ET-VILAINE	403 169	159	64 159
44	LOIRE-ATLANTIQUE	523 932	169	88 566
49	MAINE-ET-LOIRE	315 968	158	49 846
50	MANCHE	204 739	181	36 967
53	MAYENNE	122 819	141	17 282
56	MORBIHAN	299 766	141	42 388
61	ORNE	121 672	177	21 548
72	SARTHE	229 434	154	35 296
79	DEUX-SÈVRES	146 142	139	20 329
85	VENDÉE	247 208	140	34 501
<b>OUEST</b>		<b>3 527 625</b>	<b>158</b>	<b>556 777</b>
02	AISNE	211 898	188	39 821
27	EURE	229 035	202	46 259
59	NORD	1 006 165	151	151 776
60	OISE	307 168	214	65 718
62	PAS-DE-CALAIS	562 622	138	77 743
76	SEINE-MARITIME	517 020	217	112 402
80	SOMME	225 473	210	47 305
<b>NORD</b>		<b>3 059 381</b>	<b>177</b>	<b>541 024</b>
04	ALPES-DE-HAUTE-PROVENCE	66 189	157	10 411
05	HAUTES-ALPES	57 353	167	9 563
06	ALPES-MARITIMES	500 677	189	94 551
11	AUDE	146 219	155	22 663
13	BOUCHES-DU-RHÔNE	802 790	208	166 764
2 A et 2 B	CORSE	115 719	159	18 389
30	GARD	293 846	178	52 243
34	HÉRAULT	464 060	180	83 361
48	LOZÈRE	31 785	163	5 190
66	PYRÉNÉES-ORIENTALES	197 115	169	33 366
83	VAR	444 933	181	80 540
84	VAUCLUSE	223 490	187	41 896
<b>SUD-EST</b>		<b>3 344 175</b>	<b>185</b>	<b>618 936</b>

## Le marché de la micro-informatique grand public en 2007

Consommation par département et par région

Département	Nombre de ménages en 2007 <sup>(1)</sup>	Budget par ménage en euros	Consommation <sup>(2)</sup> en euros	
08	ARDENNES	113 777	185	21 093
10	AUBE	123 307	205	25 245
25	DOUBS	214 421	261	55 899
39	JURA	108 977	213	23 215
51	MARNE	236 431	213	50 312
52	HAUTE-MARNE	76 567	178	13 595
54	MEURTHE-ET-MOSELLE	302 171	260	78 706
55	MEUSE	77 590	217	16 868
57	MOSELLE	407 084	266	108 283
67	BAS-RHIN	447 448	278	124 172
68	HAUT-RHIN	300 389	261	78 450
70	HAUTE-SAÔNE	95 061	220	20 929
88	VOSGES	156 290	222	34 770
90	TERRITOIRE DE BELFORT	59 532	232	13 806
<b>EST</b>	<b>2 719 043</b>	<b>245</b>	<b>665 345</b>	
18	CHER	133 510	174	23 214
28	EURE-ET-LOIR	170 682	199	34 041
36	INDRE	100 391	168	16 855
37	INDRE-ET-LOIRE	250 212	216	53 994
41	LOIR-ET-CHER	139 275	179	24 954
45	LOIRET	275 344	221	60 748
21	CÔTE-D'OR	222 637	216	47 992
58	NIÈVRE	97 659	162	15 856
71	SAÔNE-ET-LOIRE	230 102	173	39 744
89	YONNE	144 454	178	25 716
86	VIENNE	182 039	147	26 705
23	CREUSE	52 844	202	10 661
87	HAUTE-VIENNE	160 389	240	38 563
<b>CENTRE</b>	<b>2 159 538</b>	<b>194</b>	<b>419 043</b>	
01	AIN	232 821	249	57 908
03	ALLIER	151 472	192	29 128
07	ARDÈCHE	127 804	215	27 520
15	CANTAL	62 959	203	12 774
26	DRÔME	197 321	232	45 852
38	ISÈRE	486 247	266	129 116
42	LOIRE	303 149	236	71 491
43	HAUTE-LOIRE	91 061	215	19 545
69	RHÔNE	710 368	281	199 426
63	PUY-DE-DÔME	271 629	239	64 871
73	SAVOIE	175 465	239	41 945
74	HAUTE-SAVOIE	302 708	257	77 800
<b>CENTRE-EST</b>	<b>3 113 002</b>	<b>250</b>	<b>777 376</b>	
75	VILLE DE PARIS	1 130 295	257	290 503
77	SEINE-ET-MARNE	516 170	308	159 053
78	YVELINES	546 923	343	187 549
91	ESSONNE	463 405	340	157 735
92	HAUTS-DE-SEINE	669 890	316	211 975
93	SEINE-SAINT-DENIS	554 219	322	178 436
94	VAL-DE-MARNE	525 718	321	168 897
95	VAL-D'OISE	440 273	342	150 369
<b>ILE-DE-FRANCE</b>	<b>4 846 893</b>	<b>310</b>	<b>1 504 516</b>	
<b>TOTAL MÉTROPOLE</b>	<b>25 831 000</b>	<b>225</b>	<b>5 801 260</b>	

(1) Estimation établie à partir des informations fournies par les chambres de commerce et d'industrie 2005.

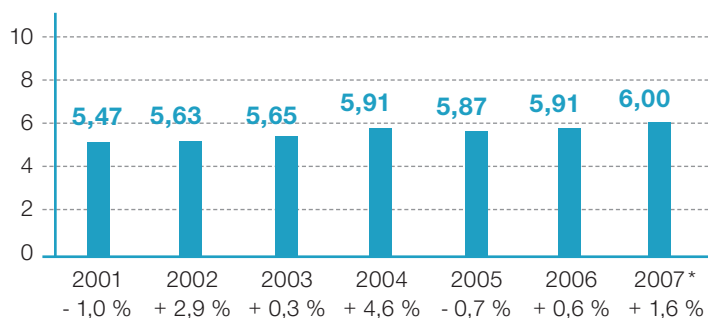
(2) Consommation par département et par région, méthode de calcul: budget local par ménage en euros = budget national par ménage en euros (source Cetelem) x indice de disparité de consommation locale (source ACFCI). Consommation en milliers d'euros = budget local par ménage en euros x population des ménages.



## Le marché du jardinage

### L'évolution du marché

En milliards d'euros



\* Estimation Cetelem.

### Le marché en 2007

Estimation

Évolution en valeur	+ 1,6 %
Marché 2007 (estimation Cetelem)	6,0 milliards d'euros
Budget moyen par ménage en 2007	232 euros

### Les familles de produits\*

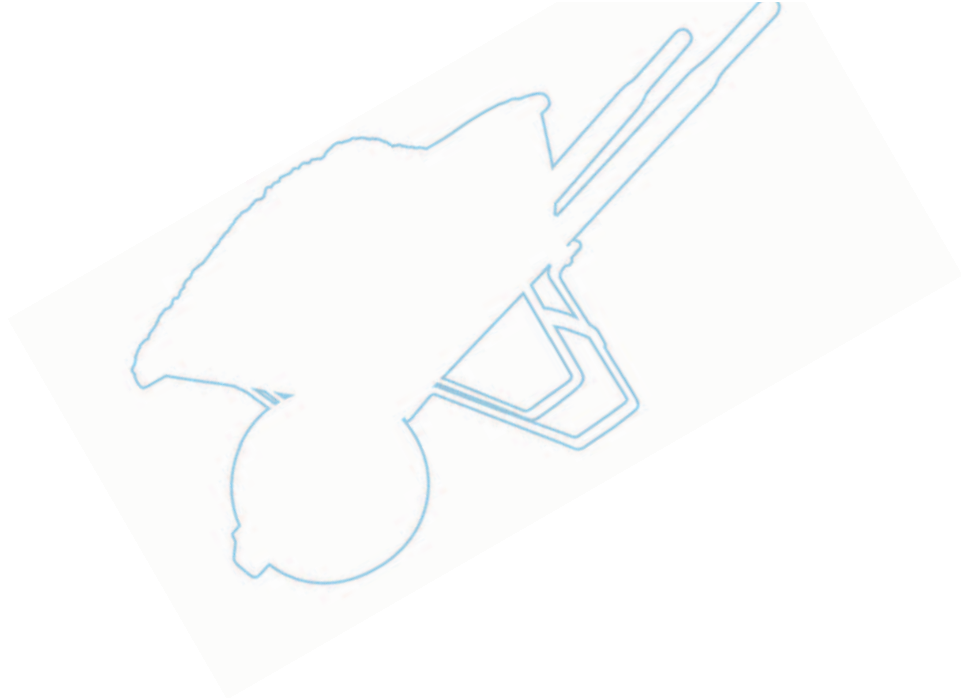
En millions d'euros

	2004	2005	2006	%	Évolution 2006/2005
Végétaux (extérieurs et intérieurs)	1 635	1 590	1 591	26,9 %	0,1 %
Outillage (motoculture, outils portatifs, outils à main)	1 255	1 273	1 257	21,3 %	- 1,3 %
Clôtures et aménagements	821	796	809	13,7 %	1,6 %
Mobilier de jardin	575	593	624	10,6 %	5,2 %
Divers (contenants, consommables, produits de jardin)	1 626	1 619	1 626	27,5 %	0,4 %
<b>Total</b>	<b>5 912</b>	<b>5 871</b>	<b>5 907</b>	<b>100,0 %</b>	<b>0,6 %</b>

Source : étude PROMO/JARDIN 2007.

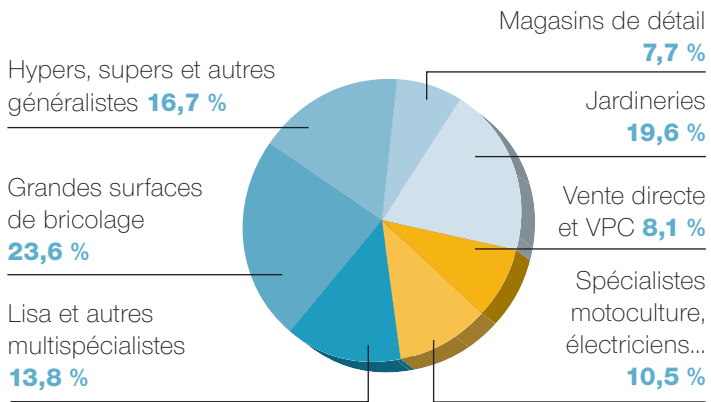
\* Seuls sont concernés les produits et les articles vendus aux particuliers pour le jardinage amateur et hors marché de la piscine.

Les fleurs coupées, les compositions florales, les services, les achats pour fleurissements mortuaires, les plantes et fleurs artificielles ne sont pas inclus.



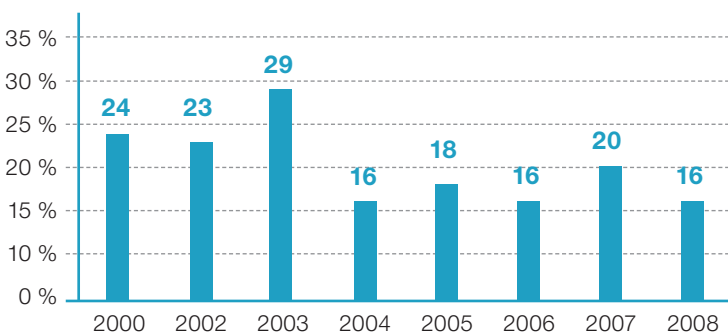
## Les circuits de distribution en 2006

% en valeur



Les grandes surfaces de bricolage représentent près d'un quart du marché et devancent, dans l'ordre, les jardineries et les hypers et supers.

## Les intentions d'achat



Source : Cetelem.

## Le Top 5 des groupes en 2006

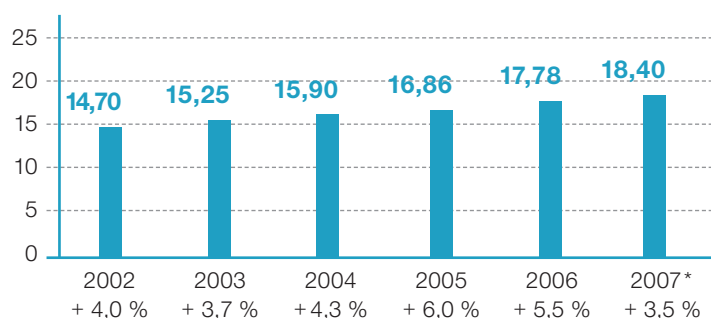
Tripode Semaphore (Jardiland/Vive le Jardin)
Union In Vivo (Gamm Vert)
Apex (Point Vert/Point Jardin/Magasin Vert)
Truffaut
Botanic

Source : Unibal.

# Le marché du bricolage grand public (hors jardinage)

## L'évolution du marché

En milliards d'euros



\* Estimation de L'Observateur Cetelem.

## Le marché en 2007

Estimation

Évolution en valeur	+ 3,5 %
Marché 2007	18,4 milliards d'euros
Budget moyen par ménage en 2007	712 euros

## Les familles de produits<sup>(1)</sup>

En millions d'euros

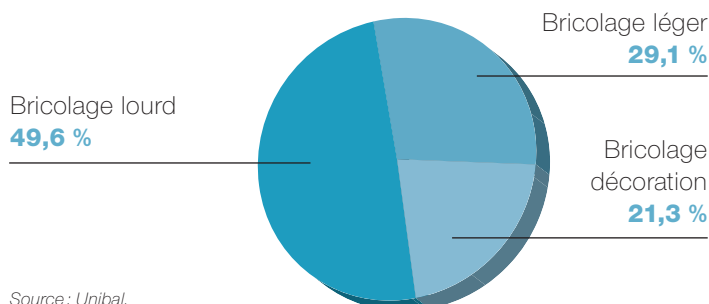
	2005	2006	%	Évolution 2006/2005
Bricolage léger (outillage, quincaillerie, électricité...)	4 894	5 166	29,1 %	5,6 %
Bricolage décoration (revêtements murs et sols)	3 632	3 796	21,3 %	4,5 %
Bricolage lourd (sanitaires, plomberie, matériaux)	8 333	8 821	49,6 %	5,9 %
<b>Total</b>	<b>16 859</b>	<b>17 783</b>	<b>100,0 %</b>	<b>5,5 %</b>

Source : Unibal.

<sup>(1)</sup> Marché grand public hors professionnels et hors jardinage.

## Les familles de produits en 2006

% en valeur

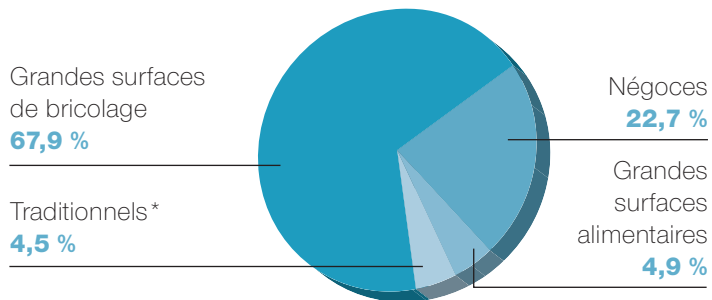


Source : Unibal.



## Les circuits de distribution en 2006

% en valeur



Source : Unibal.

\* Dont ventes à distance, foires et marchés.

## L'évolution de la structure du marché

	1992	2005	2006
GSB	45,00 %	65,00 %	67,90 %
Négoce	20,00 %	24,20 %	22,70 %
GSA	20,00 %	5,40 %	4,90 %
Traditionnels	15,00 %	5,40 %	4,50 %

Source : Unibal.

## Le Top 10 des groupes

Kingfisher*
Leroy Merlin*
Bricomarché
Mr. Bricolage
Domaxel
BHV
Bricorama
Le Club Briconautes
Leclerc
La Boîte à Outils

Source : Unibal.

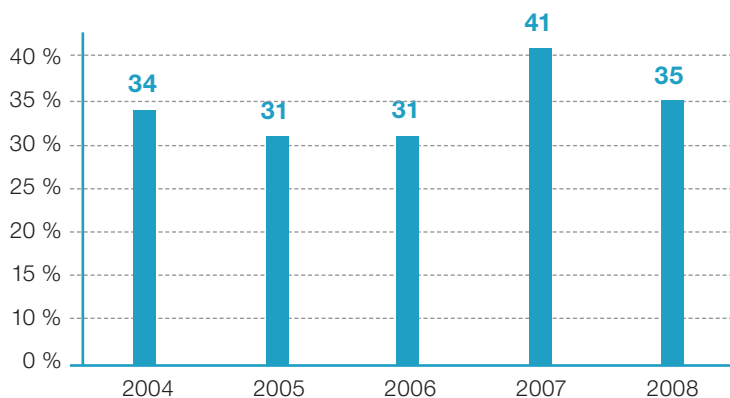
\* Castorama + Brico Dépôt devançant Leroy Merlin + Bricoman + OBI d'environ 1 milliard d'euros (en CA TTC).

## Le Top 10 des enseignes

Leroy Merlin
Castorama
Brico Dépôt
Bricomarché
Mr. Bricolage
BHV
Weldom
Bricorama
Briconautes
Leclerc

Source : Unibal.

## Les intentions d'achat



Source Cetelem : articles de bricolage + travaux d'aménagement.



## Le marché du bricolage grand public (hors jardinerie) en 2007

Consommation par département et par région

Département	Nombre de ménages en 2007 <sup>(1)</sup>	Budget par ménage en euros	Consommation <sup>(2)</sup> en euros	
09	ARIÈGE	61 505	705	43 379
12	AVEYRON	113 169	633	71 683
16	CHARENTE	146 126	720	105 142
17	CHARENTE-MARITIME	265 852	676	179 746
19	CORRÈZE	102 709	645	66 227
24	DORDOGNE	173 576	687	119 210
31	HAUTE-GARONNE	536 899	626	336 258
32	GERS	74 683	706	52 727
33	GIRONDE	615 744	683	420 258
40	LANDES	150 792	715	107 748
46	LOT	73 957	678	50 161
47	LOT-ET-GARONNE	135 660	680	92 205
64	PYRÉNÉES-ATLANTIQUES	273 735	632	172 998
65	HAUTES-PYRÉNÉES	96 540	597	57 646
81	TARN	148 869	688	102 348
82	TARN-ET-GARONNE	91 525	702	64 292
<b>SUD-OUEST</b>		<b>3 061 342</b>	<b>667</b>	<b>2 042 026</b>
14	CALVADOS	283 788	716	203 184
22	CÔTES-D'ARMOR	245 793	663	163 035
29	FINISTÈRE	383 196	652	249 812
35	ILLE-ET-VILAINE	403 169	629	253 651
44	LOIRE-ATLANTIQUE	523 932	688	360 205
49	MAINE-ET-LOIRE	315 968	679	214 530
50	MANCHE	204 739	729	149 356
53	MAYENNE	122 819	681	83 652
56	MORBIHAN	299 766	665	199 476
61	ORNE	121 672	719	87 460
72	SARTHE	229 434	705	161 655
79	DEUX-SÈVRES	146 142	722	105 569
85	VENDÉE	247 208	722	178 401
<b>OUEST</b>		<b>3 527 625</b>	<b>683</b>	<b>2 409 985</b>
02	AISNE	211 898	738	156 387
27	EURE	229 035	773	177 022
59	NORD	1 006 165	703	707 495
60	OISE	307 168	756	232 166
62	PAS-DE-CALAIS	562 622	735	413 632
76	SEINE-MARITIME	517 020	700	361 708
80	SOMME	225 473	776	175 072
<b>NORD</b>		<b>3 059 381</b>	<b>727</b>	<b>2 223 482</b>
04	ALPES-DE-HAUTE-PROVENCE	66 189	712	47 107
05	HAUTES-ALPES	57 353	628	36 002
06	ALPES-MARITIMES	500 677	562	281 502
11	AUDE	146 219	746	109 059
13	BOUCHES-DU-RHÔNE	802 790	663	532 494
2 A et 2 B	CORSE	115 719	610	70 580
30	GARD	293 846	742	217 913
34	HÉRAULT	464 060	682	316 400
48	LOZÈRE	31 785	754	23 956
66	PYRÉNÉES-ORIENTALES	197 115	722	142 391
83	VAR	444 933	672	298 926
84	VAUCLUSE	223 490	782	174 805
<b>SUD-EST</b>		<b>3 344 175</b>	<b>673</b>	<b>2 251 135</b>

## Le marché du bricolage grand public (hors jardinerie) en 2007

Consommation par département et par région

Département	Nombre de ménages en 2007 <sup>(1)</sup>	Budget par ménage en euros	Consommation <sup>(2)</sup> en euros	
08	ARDENNES	113 777	706	80 327
10	AUBE	123 307	715	88 108
25	DOUBS	214 421	771	165 269
39	JURA	108 977	769	83 763
51	MARNE	236 431	675	159 686
52	HAUTE-MARNE	76 567	694	53 131
54	MEURTHE-ET-MOSELLE	302 171	764	230 754
55	MEUSE	77 590	799	61 957
57	MOSELLE	407 084	797	324 489
67	BAS-RHIN	447 448	793	354 752
68	HAUT-RHIN	300 389	779	234 097
70	HAUTE-SAÔNE	95 061	828	78 682
88	VOSGES	156 290	795	124 246
90	TERRITOIRE DE BELFORT	59 532	713	42 453
<b>EST</b>	<b>2 719 043</b>	<b>766</b>	<b>2 081 715</b>	
18	CHER	133 510	702	93 784
28	EURE-ET-LOIR	170 682	752	128 399
36	INDRE	100 391	711	71 377
37	INDRE-ET-LOIRE	250 212	730	182 706
41	LOIR-ET-CHER	139 275	734	102 195
45	LOIRET	275 344	759	208 896
21	CÔTE-D'OR	222 637	678	150 845
58	NIÈVRE	97 659	682	66 585
71	SAÔNE-ET-LOIRE	230 102	679	156 231
89	YONNE	144 454	717	103 527
86	VIENNE	182 039	665	121 006
23	CREUSE	52 844	662	34 976
87	HAUTE-VIENNE	160 389	626	100 337
<b>CENTRE</b>	<b>2 159 538</b>	<b>704</b>	<b>1 520 863</b>	
01	AIN	232 821	884	205 798
03	ALLIER	151 472	767	116 103
07	ARDÈCHE	127 804	850	108 695
15	CANTAL	62 959	813	51 215
26	DRÔME	197 321	843	166 273
38	ISÈRE	486 247	828	402 470
42	LOIRE	303 149	762	231 070
43	HAUTE-LOIRE	91 061	858	78 159
69	RHÔNE	710 368	753	534 892
63	PUY-DE-DÔME	271 629	839	227 922
73	SAVOIE	175 465	763	133 870
74	HAUTE-SAVOIE	302 708	781	236 334
<b>CENTRE-EST</b>	<b>3 113 002</b>	<b>801</b>	<b>2 492 800</b>	
75	VILLE DE PARIS	1 130 295	468	528 511
77	SEINE-ET-MARNE	516 170	855	441 197
78	YVELINES	546 923	844	461 644
91	ESSONNE	463 405	880	407 639
92	HAUTS-DE-SEINE	669 890	600	401 909
93	SEINE-SAINT-DENIS	554 219	708	392 466
94	VAL-DE-MARNE	525 718	690	362 929
95	VAL-D'OISE	440 273	869	382 591
<b>ILE-DE-FRANCE</b>	<b>4 846 893</b>	<b>697</b>	<b>3 378 887</b>	
<b>TOTAL MÉTROPOLE</b>	<b>25 831 000</b>	<b>712</b>	<b>18 400 893</b>	

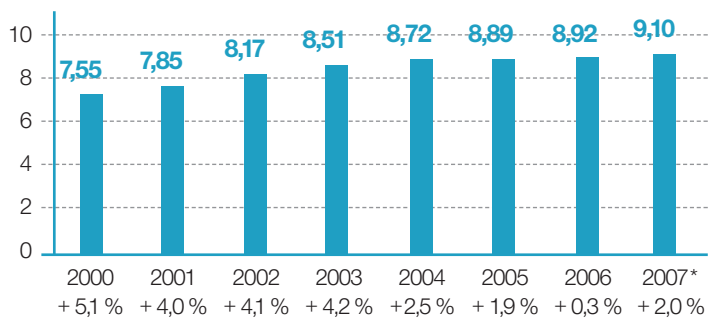
(1) Estimation établie à partir des informations fournies par les chambres de commerce et d'industrie 2005.

(2) Consommation par département et par région, méthode de calcul: budget local par ménage en euros = budget national par ménage en euros (source Cetelem) x indice de disparité de consommation locale (source ACFCI). Consommation en milliers d'euros = budget local par ménage en euros x population des ménages.

## Le marché du sport

### L'évolution du marché

En milliards d'euros



\* Estimation 2007.

### Le marché en 2007

Estimation

Évolution en valeur	+ 2,0 %
Marché 2007	9,1 milliards d'euros
Budget moyen par ménage en 2007	352 euros



### Les familles de produits

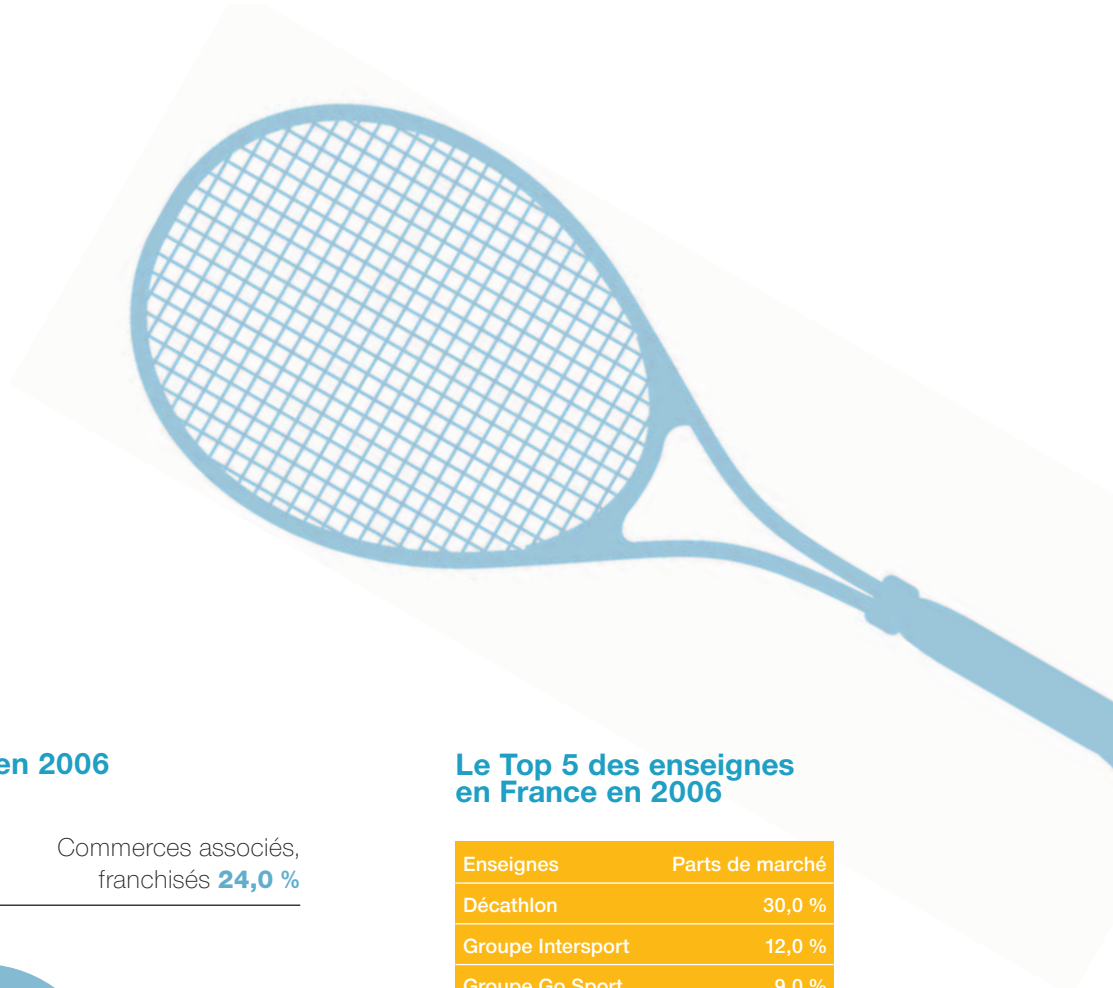
En millions d'euros

	2004*	2005*	2006	%	Évolution 2006/2005
<b>COMMERCE SPÉCIALISÉ</b>	<b>6 125</b>	<b>6 550</b>	<b>6 690</b>	<b>75,0 %</b>	<b>+ 2,1 %</b>
Équipement des personnes (vêtements, chaussures)	3 982	4 258	4 348	48,7 %	
Matériel + services	2 143	2 292	2 342	26,3 %	
<b>COMMERCE NON SPÉCIALISÉ</b>	<b>2 600</b>	<b>2 340</b>	<b>2 230</b>	<b>25,0 %</b>	<b>- 4,7 %</b>
Équipement des personnes (vêtements, chaussures)	1 080	890	885	9,9 %	
Matériel + services	1 520	1 450	1 345	15,1 %	
<b>Total</b>	<b>8 725</b>	<b>8 890</b>	<b>8 920</b>	<b>0,3 %</b>	<b>+ 0,3 %</b>

Sources : Fédération professionnelle des entreprises du sport et des loisirs Cetelem.

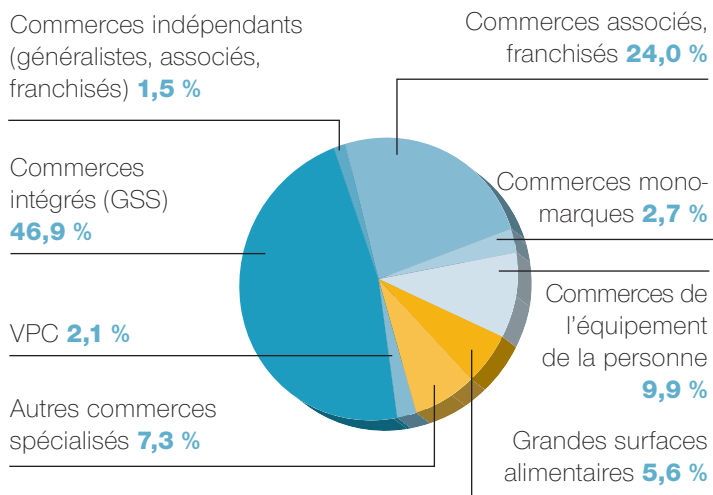
\* Sont inclus dans cette approche les domaines de la chasse et de la pêche.





## Les circuits de distribution en 2006

% en valeur



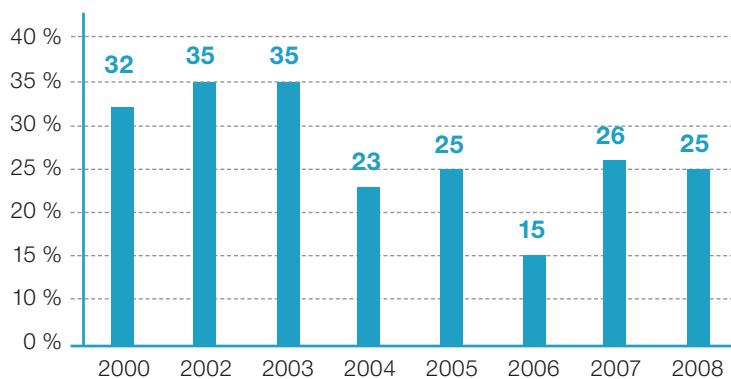
Source : Fédération professionnelle des entreprises du sport et des loisirs.

## Le Top 5 des enseignes en France en 2006

Enseignes	Parts de marché
Décathlon	30,0 %
Groupe Intersport	12,0 %
Groupe Go Sport	9,0 %
Sport 2000	6,0 %
Foot Locker	3,0 %
<b>Total Top 5</b>	<b>60,0 %</b>

Source : Fédération professionnelle des entreprises du sport et des loisirs.

## Les intentions d'achat



Source : Cetelem.



## Le marché du sport en 2007

Consommation par département et par région

Département		Nombre de ménages en 2007 <sup>(1)</sup>	Budget par ménage en euros	Consommation <sup>(2)</sup> en euros
09	ARIÈGE	61 505	257	15 808
12	AVEYRON	113 169	281	31 783
16	CHARENTE	146 126	323	47 169
17	CHARENTE-MARITIME	265 852	303	80 617
19	CORRÈZE	102 709	278	28 590
24	DORDOGNE	173 576	276	47 822
31	HAUTE-GARONNE	536 899	449	241 066
32	GERS	74 683	277	20 656
33	GIRONDE	615 744	396	243 851
40	LANDES	150 792	292	44 011
46	LOT	73 957	270	19 955
47	LOT-ET-GARONNE	135 660	290	39 353
64	PYRÉNÉES-ATLANTIQUES	273 735	364	99 551
65	HAUTES-PYRÉNÉES	96 540	294	28 383
81	TARN	148 869	295	43 979
82	TARN-ET-GARONNE	91 525	290	26 583
<b>SUD-OUEST</b>		<b>3 061 342</b>	<b>346</b>	<b>1 059 178</b>
14	CALVADOS	283 788	343	97 456
22	CÔTES-D'ARMOR	245 793	276	67 806
29	FINISTÈRE	383 196	324	124 102
35	ILLE-ET-VILAINE	403 169	370	149 059
44	LOIRE-ATLANTIQUE	523 932	400	209 354
49	MAINE-ET-LOIRE	315 968	352	111 091
50	MANCHE	204 739	274	56 044
53	MAYENNE	122 819	289	35 541
56	MORBIHAN	299 766	301	90 156
61	ORNE	121 672	268	32 657
72	SARTHE	229 434	338	77 649
79	DEUX-SÈVRES	146 142	285	41 719
85	VENDÉE	247 208	276	68 197
<b>OUEST</b>		<b>3 527 625</b>	<b>329</b>	<b>1 160 831</b>
02	AISNE	211 898	289	61 168
27	EURE	229 035	302	69 209
59	NORD	1 006 165	421	423 865
60	OISE	307 168	322	99 043
62	PAS-DE-CALAIS	562 622	360	202 812
76	SEINE-MARITIME	517 020	376	194 461
80	SOMME	225 473	335	75 427
<b>NORD</b>		<b>3 059 381</b>	<b>368</b>	<b>1 125 984</b>
04	ALPES-DE-HAUTE-PROVENCE	66 189	273	18 071
05	HAUTES-ALPES	57 353	277	15 883
06	ALPES-MARITIMES	500 677	430	215 191
11	AUDE	146 219	278	40 701
13	BOUCHES-DU-RHÔNE	802 790	446	357 882
2 A et 2 B	CORSE	115 719	299	34 597
30	GARD	293 846	336	98 612
34	HÉRAULT	464 060	372	172 562
48	LOZÈRE	31 785	267	8 486
66	PYRÉNÉES-ORIENTALES	197 115	324	63 768
83	VAR	444 933	367	163 393
84	VAUCLUSE	223 490	368	82 231
<b>SUD-EST</b>		<b>3 344 175</b>	<b>380</b>	<b>1 271 377</b>

## Le marché du sport en 2007

Consommation par département et par région

Département		Nombre de ménages en 2007 <sup>(1)</sup>	Budget par ménage en euros	Consommation <sup>(2)</sup> en euros
08	ARDENNES	113 777	282	32 034
10	AUBE	123 307	343	42 345
25	DOUBS	214 421	368	78 895
39	JURA	108 977	268	29 211
51	MARNE	236 431	371	87 833
52	HAUTE-MARNE	76 567	278	21 259
54	MEURTHE-ET-MOSELLE	302 171	380	114 726
55	MEUSE	77 590	273	21 156
57	MOSELLE	407 084	358	145 876
67	BAS-RHIN	447 448	384	171 952
68	HAUT-RHIN	300 389	353	106 148
70	HAUTE-SAÔNE	95 061	264	25 075
88	VOSGES	156 290	273	42 726
90	TERRITOIRE DE BELFORT	59 532	324	19 259
<b>EST</b>		<b>2 719 043</b>	<b>345</b>	<b>938 496</b>
18	CHER	133 510	284	37 970
28	EURE-ET-LOIR	170 682	303	51 697
36	INDRE	100 391	266	26 695
37	INDRE-ET-LOIRE	250 212	376	94 110
41	LOIR-ET-CHER	139 275	278	38 768
45	LOIRET	275 344	374	102 975
21	CÔTE-D'OR	222 637	379	84 371
58	NIÈVRE	97 659	260	25 344
71	SAÔNE-ET-LOIRE	230 102	273	62 823
89	YONNE	144 454	275	39 747
86	VIENNE	182 039	346	62 903
23	CREUSE	52 844	246	13 019
87	HAUTE-VIENNE	160 389	349	55 935
<b>CENTRE</b>		<b>2 159 538</b>	<b>322</b>	<b>696 358</b>
01	AIN	232 821	325	75 650
03	ALLIER	151 472	273	41 409
07	ARDÈCHE	127 804	279	35 711
15	CANTAL	62 959	270	17 010
26	DRÔME	197 321	315	62 221
38	ISÈRE	486 247	383	186 344
42	LOIRE	303 149	341	103 459
43	HAUTE-LOIRE	91 061	270	24 570
69	RHÔNE	710 368	448	318 195
63	PUY-DE-DÔME	271 629	350	95 116
73	SAVOIE	175 465	341	59 820
74	HAUTE-SAVOIE	302 708	370	112 025
<b>CENTRE-EST</b>		<b>3 113 002</b>	<b>363</b>	<b>1 131 530</b>
75	VILLE DE PARIS	1 130 295	370	418 294
77	SEINE-ET-MARNE	516 170	318	164 231
78	YVELINES	546 923	358	195 792
91	ESSONNE	463 405	349	161 610
92	HAUTS-DE-SEINE	669 890	380	254 340
93	SEINE-SAINT-DENIS	554 219	337	186 977
94	VAL-DE-MARNE	525 718	353	185 398
95	VAL-D'OISE	440 273	344	151 352
<b>ILE-DE-FRANCE</b>		<b>4 846 893</b>	<b>354</b>	<b>1 717 994</b>
<b>TOTAL MÉTROPOLE</b>		<b>25 831 000</b>	<b>352</b>	<b>9 101 748</b>

(1) Estimation établie à partir des informations fournies par les chambres de commerce et d'industrie 2005.

(2) Consommation par département et par région, méthode de calcul : budget local par ménage en euros = budget national par ménage en euros (source Cetelem) x indice de disparité de consommation locale (source ACFCI). Consommation en milliers d'euros = budget local par ménage en euros x population des ménages.

## Le marché de l'automobile

### Le marché du véhicule neuf en France

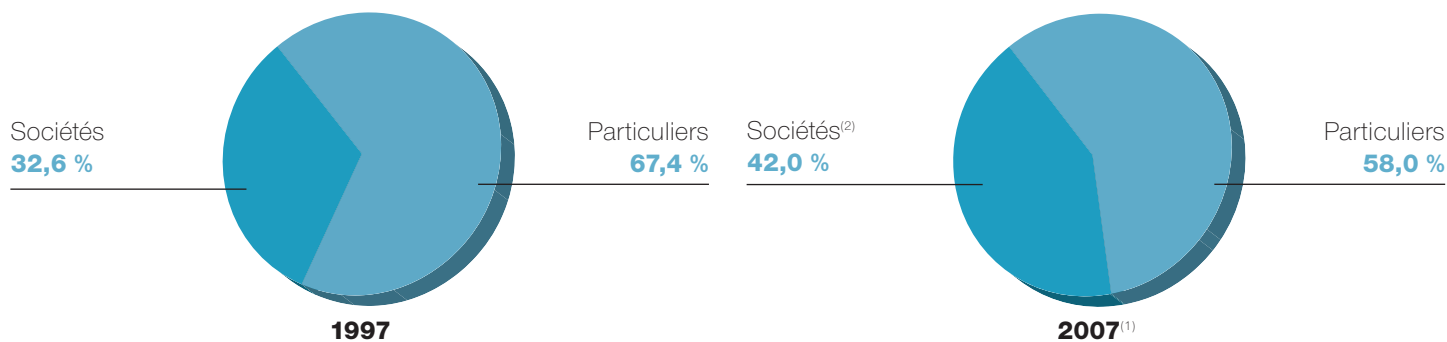
En nombre d'immatriculations

	2004	2005	2006	2007 estimation	2007/2006
Véhicules particuliers neufs	2 013 712	2 067 789	2 000 549	2 005 000	+ 0,2 %
Véhicules utilitaires légers	408 450	420 125	440 000	460 000	+ 4,5 %

Source: Observatoire de l'Automobile Cetelem.

### La structure du marché du véhicule particulier neuf en France

En %

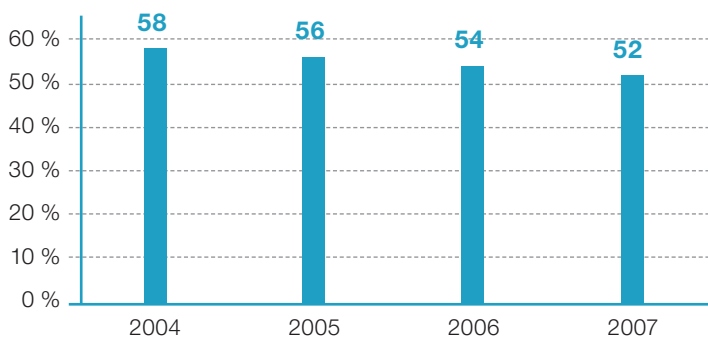


(1) Estimations de L'Observatoire de l'Automobile Cetelem.

(2) Dont 11 % LCD, 10 % LLD, 21 % flottes et professionnels de l'automobile.

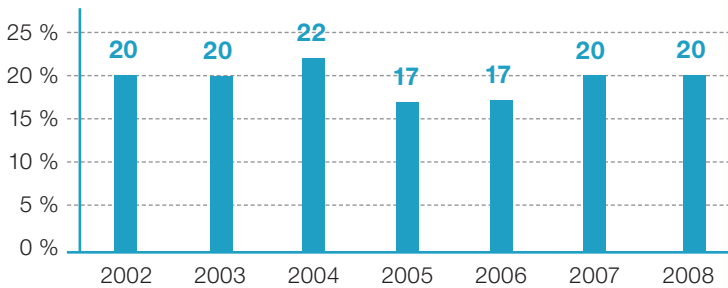
En 1990, la part des particuliers était de l'ordre de 75 %.

### La part de marché des marques françaises dans l'Hexagone

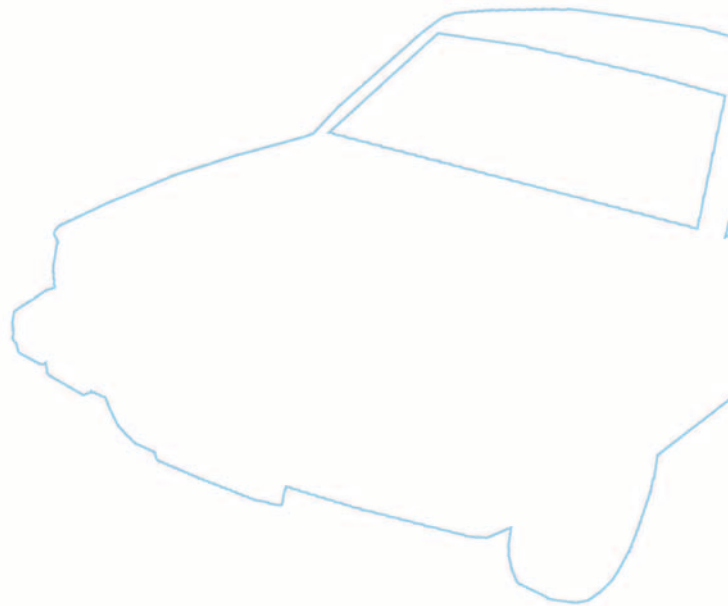


Chaque année, la part de marché des marques françaises recule d'environ 2 points.

## Les intentions d'achat d'un véhicule neuf



Source: Cetelem.



## Le marché du véhicule d'occasion (VO) en France

En nombre d'immatriculations

	1 <sup>er</sup> semestre 2007	2007/2006 en %	2007* (estimation)
VO de moins d'un an	245 483	- 5,8 %	477 000
VO d'un à cinq ans	848 435	- 2,9 %	1 665 000
VO de plus de cinq ans	1 738 264	+ 3,9 %	3 408 000
<b>Total VO</b>	<b>2 832 182</b>	<b>+ 0,9 %</b>	<b>5 550 000</b>

\* Estimation de L'Observatoire de l'Automobile Cetelem.

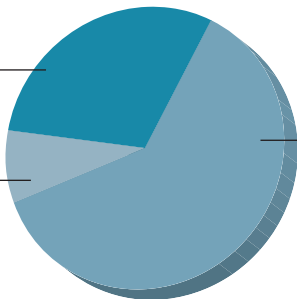
## La structure du marché du véhicule d'occasion en France en 2007\*

% en valeur

VO d'un à cinq ans **30,0 %**

VO de moins de cinq ans **8,6 %**

VO de plus de cinq ans **61,4 %**



\* Estimation de L'Observatoire de l'Automobile Cetelem.



## Le marché de l'automobile en 2007

Consommation par département et par région

Département		Nombre de ménages en 2007 <sup>(1)</sup>	Nombre d'immatriculations estimation 2007 <sup>(2)</sup>	Immatriculations VPN par ménage en 2007 en % <sup>(3)</sup>	Budget global par ménage en euros <sup>(4)</sup>
09	ARIÈGE	61 505	3 614	5,88	5 672
12	AVEYRON	113 169	6 409	5,66	5 682
16	CHARENTE	146 126	8 638	5,91	5 154
17	CHARENTE-MARITIME	265 852	17 713	6,66	5 073
19	CORRÈZE	102 709	7 358	7,16	5 591
24	DORDOGNE	173 576	9 758	5,62	5 591
31	HAUTE-GARONNE	536 899	35 905	6,69	5 425
32	GERS	74 683	4 582	6,14	5 747
33	GIRONDE	615 744	40 409	6,56	5 450
40	LANDES	150 792	11 457	7,60	5 827
46	LOT	73 957	4 141	5,60	5 611
47	LOT-ET-GARONNE	135 660	8 685	6,40	5 611
64	PYRÉNÉES-ATLANTIQUES	273 735	19 305	7,05	5 350
65	HAUTES-PYRÉNÉES	96 540	6 144	6,36	5 687
81	TARN	148 869	9 474	6,36	5 752
82	TARN-ET-GARONNE	91 525	5 116	5,59	5 848
<b>SUD-OUEST</b>		<b>3 061 342</b>	<b>198 710</b>	<b>6,49</b>	<b>5 450</b>
14	CALVADOS	283 788	17 710	6,24	5 219
22	CÔTES-D'ARMOR	245 793	14 718	5,99	5 144
29	FINISTÈRE	383 196	22 839	5,96	5 078
35	ILLE-ET-VILAINE	403 169	24 307	6,03	5 300
44	LOIRE-ATLANTIQUE	523 932	35 388	6,75	5 149
49	MAINE-ET-LOIRE	315 968	15 261	4,83	5 320
50	MANCHE	204 739	10 223	4,99	5 214
53	MAYENNE	122 819	5 352	4,36	5 435
56	MORBIHAN	299 766	18 044	6,02	5 159
61	ORNE	121 672	6 450	5,30	5 164
72	SARTHE	229 434	12 919	5,63	5 224
79	DEUX-SÈVRES	146 142	7 194	4,92	5 455
85	VENDÉE	247 208	13 890	5,62	5 425
<b>OUEST</b>		<b>3 527 625</b>	<b>204 295</b>	<b>5,79</b>	<b>5 214</b>
02	AISNE	211 898	19 166	9,05	5 320
27	EURE	229 035	15 552	6,79	5 591
59	NORD	1 006 165	72 987	7,25	4 601
60	OISE*	307 168	166 958	54,35	5 757
62	PAS-DE-CALAIS	562 622	38 878	6,91	4 611
76	SEINE-MARITIME*	517 020	114 147	22,08	5 073
80	SOMME	225 473	14 551	6,45	5 284
<b>NORD</b>		<b>3 059 381</b>	<b>442 240</b>	<b>14,46</b>	<b>4 968</b>
04	ALPES-DE-HAUTE-PROVENCE	66 189	4 294	6,49	4 661
05	HAUTES-ALPES	57 353	4 116	7,18	4 832
06	ALPES-MARITIMES	500 677	35 459	7,08	4 098
11	AUDE	146 219	9 407	6,43	4 626
13	BOUCHES-DU-RHÔNE	802 790	54 945	6,84	4 440
2 A et 2 B	CORSE	115 719	26 695	23,07	4 626
30	GARD	293 846	18 542	6,31	4 631
34	HÉRAULT	464 060	28 949	6,24	4 525
48	LOZÈRE	31 785	1 748	5,50	4 762
66	PYRÉNÉES-ORIENTALES	197 115	13 937	7,07	4 349
83	VAR	444 933	29 712	6,68	4 364
84	VAUCLUSE	223 490	16 006	7,16	4 581
<b>SUD-EST</b>		<b>3 344 175</b>	<b>243 811</b>	<b>7,29</b>	<b>4 435</b>

Département		Nombre de ménages en 2007 <sup>(1)</sup>	Nombre d'immatriculations estimation 2007 <sup>(2)</sup>	Immatriculations VPN par ménage en 2007 en % <sup>(3)</sup>	Budget global par ménage en euros <sup>(4)</sup>
08	ARDENNES	113 777	7 893	6,94	5 264
10	AUBE	123 307	7 807	6,33	5 038
25	DOUBS	214 421	25 792	12,03	5 571
39	JURA	108 977	7 299	6,70	5 657
51	MARNE	236 431	18 732	7,92	5 164
52	HAUTE-MARNE	76 567	4 451	5,81	5 159
54	MEURTHE-ET-MOSELLE	302 171	23 262	7,70	5 521
55	MEUSE	77 590	4 647	5,99	5 697
57	MOSELLE	407 084	31 774	7,81	5 757
67	BAS-RHIN	447 448	31 546	7,05	5 913
68	HAUT-RHIN	300 389	26 477	8,81	5 858
70	HAUTE-SAÔNE	95 061	6 742	7,09	5 777
88	VOSGES	156 290	10 610	6,79	5 777
90	TERRITOIRE DE BELFORT	59 532	5 100	8,57	5 853
<b>EST</b>		<b>2 719 043</b>	<b>212 130</b>	<b>7,80</b>	<b>5 626</b>
18	CHER	133 510	7 749	5,80	5 124
28	EURE-ET-LOIR	170 682	12 476	7,31	5 541
36	INDRE	100 391	5 256	5,24	5 053
37	INDRE-ET-LOIRE	250 212	13 797	5,51	5 043
41	LOIR-ET-CHER	139 275	8 065	5,79	5 239
45	LOIRET	275 344	19 024	6,91	5 259
21	CÔTE-D'OR	222 637	15 153	6,81	5 103
58	NIÈVRE	97 659	6 075	6,22	4 932
71	SAÔNE-ET-LOIRE	230 102	14 160	6,15	5 103
89	YONNE	144 454	9 451	6,54	5 194
86	VIENNE	182 039	9 150	5,03	5 139
23	CREUSE	52 844	2 878	5,45	5 430
87	HAUTE-VIENNE	160 389	11 346	7,07	5 274
<b>CENTRE</b>		<b>2 159 538</b>	<b>134 579</b>	<b>6,23</b>	<b>5 189</b>
01	AIN	232 821	16 160	6,94	5 496
03	ALLIER	151 472	8 297	5,48	4 907
07	ARDÈCHE	127 804	6 717	5,26	5 159
15	CANTAL	62 959	3 925	6,23	5 098
26	DRÔME	197 321	12 525	6,35	5 164
38	ISÈRE	486 247	32 170	6,62	5 320
42	LOIRE	303 149	18 761	6,19	4 958
43	HAUTE-LOIRE	91 061	4 862	5,34	5 214
69	RHÔNE	710 368	51 265	7,22	4 922
63	PUY-DE-DÔME	271 629	16 023	5,90	4 993
73	SAVOIE	175 465	14 432	8,23	5 124
74	HAUTE-SAVOIE	302 708	25 668	8,48	5 294
<b>CENTRE-EST</b>		<b>3 113 002</b>	<b>210 807</b>	<b>6,77</b>	<b>5 108</b>
75	VILLE DE PARIS	1 130 295	54 011	4,78	2 620
77	SEINE-ET-MARNE	516 170	37 642	7,29	5 626
78	YVELINES	546 923	73 663	13,47	5 310
91	ESSONNE	463 405	35 640	7,69	5 274
92	HAUTS-DE-SEINE	669 890	75 310	11,24	4 671
93	SEINE-SAINT-DENIS	554 219	23 777	4,29	4 777
94	VAL-DE-MARNE	525 718	28 307	5,38	4 787
95	VAL-D'OISE	440 273	30 079	6,83	5 274
<b>ILE-DE-FRANCE</b>		<b>4 846 893</b>	<b>358 428</b>	<b>7,39</b>	<b>4 460</b>
<b>TOTAL MÉTROPOLE</b>		<b>25 831 000</b>	<b>2 005 000</b>	<b>7,76</b>	<b>5 028</b>

\*Particularité des départements 60 et 76 avec les flottes des loueurs.

(1) Estimation à partir des chiffres des chambres de commerce et d'industrie à fin 2005.

(2) Estimation de L'Observatoire de l'Automobile Cetelem.

(3) Immatriculations de véhicules particuliers neufs par le nombre de ménages en 2007 (estimation).

(4) Source CCFA 2006 : achat VN/VO – frais financiers/entretien/réparation/équipement/essence/parking/péages et assurances.





## Le marché du crédit à la consommation

### L'évolution du marché

Encours en milliards d'euros

	Marché	Évolution par rapport à 2000	Évolution par rapport à l'année précédente
2000	97,80		+ 8,1 %
2001	103,20	+ 5,5 %	+ 5,5 %
2002	105,70	+ 8,1 %	+ 2,4 %
2003	110,70	+ 13,2 %	+ 4,7 %
2004	115,83	+ 18,4 %	+ 4,6 %
2005	124,76	+ 27,6 %	+ 7,7 %
2006	131,30	+ 34,2 %	+ 5,2 %
2007*	136,00	+ 39 %	+ 3,6 %

\* Estimation de L'Observateur Cetelem.



### Le marché en 2007

Estimation

Évolution en valeur	+ 3,6 %
Marché 2007	136 milliards d'euros
Encours moyen par ménage en 2007	5 265 euros



### Les familles de produits

En millions d'euros

	2004	2005	2006	%	Évolution 2006/2005
Prêts personnels	54 721	58 957	63 485	48,4 %	7,7 %
Comptes permanents	26 748	27 910	28 501	21,7 %	2,1 %
Vente à tempérament	21 802	23 193	23 251	17,7 %	0,3 %
Autres	12 557	14 702	16 050	12,2 %	9,2 %
<b>Total</b>	<b>115 828</b>	<b>124 762</b>	<b>131 287</b>	<b>100,0 %</b>	<b>5,2 %</b>

Source : Banque de France.



## Les circuits de distribution

Encours des crédits de trésorerie aux particuliers en millions d'euros

	2004	2005	2006	%	Évolution 2006/2005
Banques mutualistes	34 213	35 882	37 237	28,4 %	+ 3,8 %
Banques FBF	52 207	54 957	58 874	44,8 %	+ 3 7,1 %
Sociétés financières	28 578	31 526	33 151	25,3 %	+ 5,2 %
Autres	830	2 397	2 025	1,5 %	- 15,5 %
<b>Total</b>	<b>115 828</b>	<b>124 762</b>	<b>131 287</b>	<b>100,0 %</b>	<b>+ 5,2 %</b>

Source : Banque de France.

## L'endettement des ménages

En millions d'euros

	% de ménages endettés	dont au moins un crédit immobilier	dont au moins un crédit de trésorerie
1992	50,9 %	32,8 %	29,3 %
1993	50,3 %	32,5 %	29,2 %
1994	50,0 %	32,1 %	29,0 %
1995	49,1 %	31,9 %	27,3 %
1996	49,8 %	31,8 %	29,0 %
1997	50,2 %	29,8 %	31,8 %
1998	50,7 %	29,3 %	32,6 %
1999	50,4 %	29,0 %	32,1 %
2000	51,8 %	28,6 %	34,5 %
2001	52,9 %	29,1 %	35,4 %
2002	51,3 %	29,2 %	34,1 %
2003	49,7 %	28,5 %	33,2 %
2004	50,2 %	29,1 %	33,0 %
2005	52,6 %	30,5 %	34,5 %
2006	50,9 %	30,2 %	32,6 %

Source : Observatoire de l'endettement des ménages.

