



CCI GRENOBLE

L'OBSERVATOIRE

DES CHIFFRES D'AFFAIRES DU COMMERCE DE DÉTAIL*
DE LA RÉGION GRENOBLOISE



Bilan 2025

*commerce indépendant de proximité : -300 m²

WWW.GRENOBLE.CCI.FR



Sommaire



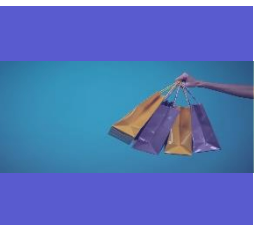
Présentation de l'observatoire



Eléments de contexte sur le commerce :
conjoncturel et structurel



Principaux résultats sur le territoire de la CCI



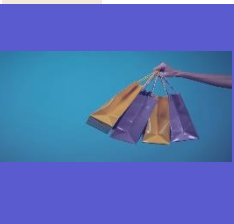
Présentation de l'observatoire



Eléments de contexte sur le commerce :
conjoncturel et structurel



Principaux résultats sur le territoire de la CCI



L'observatoire des chiffres d'affaires du commerce traditionnel (- 300 m²)

- **Principaux objectifs**

- Disposer d'une base de données sur l'activité commerciale au niveau local
- Avoir une vision factuelle et réaliste de la situation économique
- Disposer d'un outil de débat

- **Principales missions**

- Suivre mensuellement l'évolution du chiffre d'affaires des commerces traditionnels sur le territoire de la CCI de Grenoble
- Comparer aux évolutions des CA en France (source banque de France)
- Pouvoir positionner son commerce par rapport à son secteur d'activité et sa zone géographique
- Mesurer l'impact de la conjoncture, des nouvelles formes de distribution ou des travaux d'aménagement urbain sur son chiffre d'affaires



Présentation
observatoire

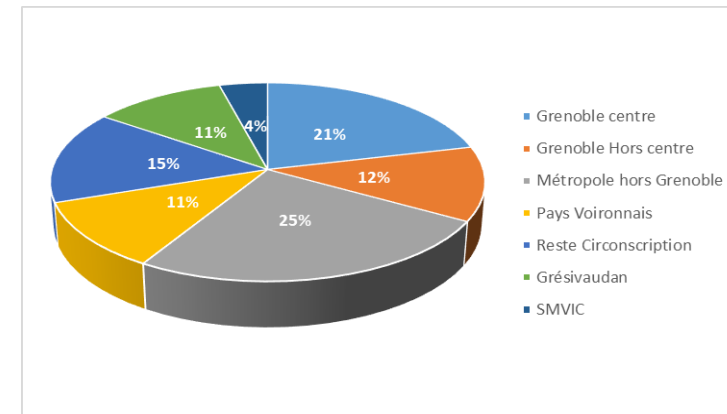
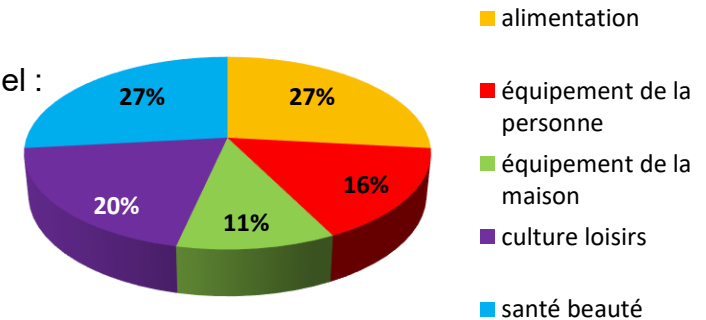


L'observatoire des chiffres d'affaires du commerce traditionnel (- 300 m²)

- **Méthodologie** : un panel de 350 commerçants interrogés chaque mois sur leur CA réalisé le mois de l'année N comparé au même mois l'année N-1.

Présentation observatoire






- Respect de la répartition du commerce traditionnel :
 - ... par secteur d'activité
 - Alimentation
 - Équipement de la personne
 - Équipement de la maison
 - Culture-loisirs
 - Santé-beauté
 - ... par territoire
 - Grenoble centre-ville
 - Grenoble
 - Métropole
 - Pays Voironnais
 - Reste de la circonscription (montagne)
 - Grésivaudan
 - SMVIC Saint Marcellin Vercors Isère
- Communauté



- Enrichissement annuel du panel pour maintien d'un panel suffisant (remplacement des défaillances, départs retraite...)

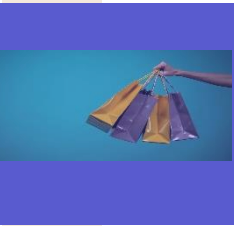
Secteurs d'activité représentés

Commerces traditionnels indépendants de moins de 300 m²

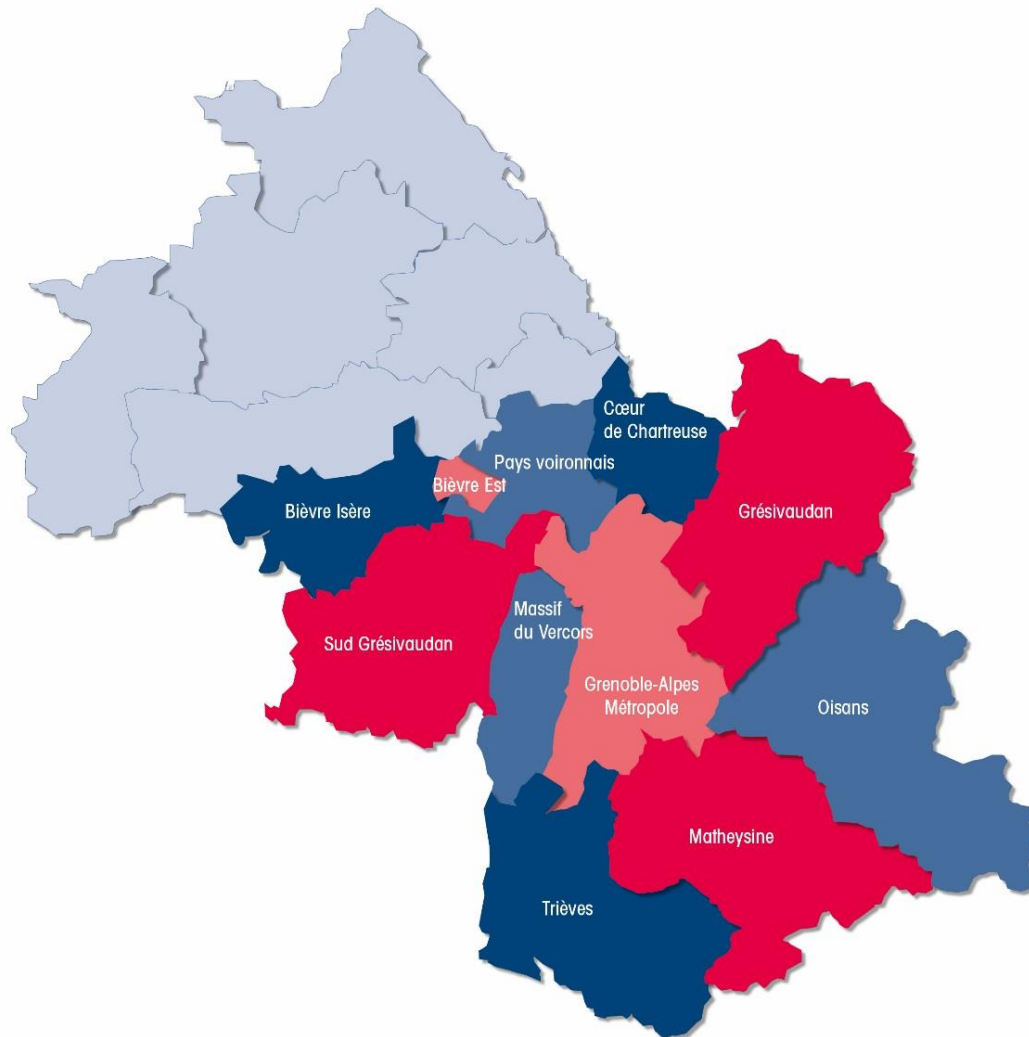
Secteurs d'activité	Activités détaillées
 Alimentation	Alimentation générale Alimentation spécialisée
 Équipement de la personne	Habillement Chaussure Maroquinerie / Accessoires Bijouterie / Horlogerie
 Équipement de la maison	Linge de maison / Déco / Arts de la table Droguerie / Quincaillerie / Bricolage Audiovisuel / Electroménager Ameublement
 Culture loisirs	Librairie / Papeterie Articles de sports Jeux / Jouets Fleurs Divers (photos, souvenirs...)
 Santé beauté	Optique Coiffure Parfumerie / (Para)pharmacie / Soins de beauté

 **Présentation observatoire**



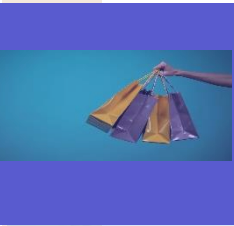


Circonscription Sud Isère

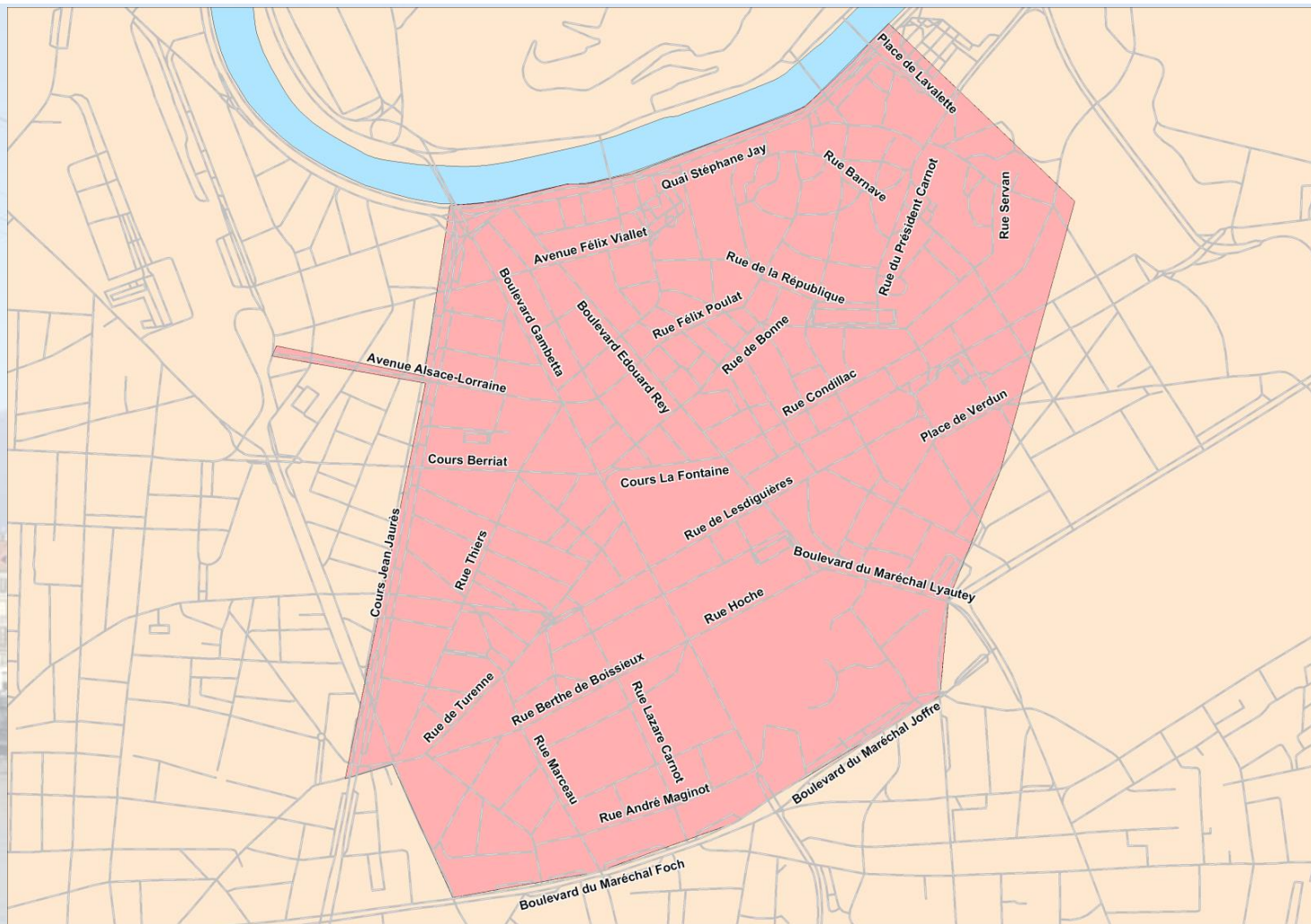


Carte
circonscription





Carte du centre-ville de GRENOBLE



Zoom sur Grenoble



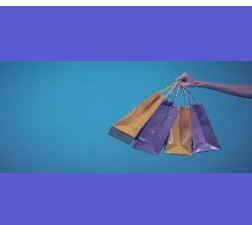


L'observatoire des chiffres d'affaires du commerce traditionnel (- 300 m²)

- Valorisation des résultats

- 4 Comités de pilotage par an : (un par trimestre)
 - Présence de membres élus du commerce de la CCI Grenoble
 - Présence de partenaires : CMA Isère, Comité local des Banques, Préfecture de l'Isère, grande distribution, zone commerciale (Grand Place, caserne de Bonne), territoires (Métropole, Pays Voironnais, Grésivaudan, SMVIC...),
 - Unions commerciales : LabelVille, possibilité d'ouverture aux autres UC du territoire
- 11 Publications par an (juillet-août traités ensemble) :
 - Dans le magazine Présences,
 - En téléchargement sur le site web de la CCI Grenoble,
 - Information auprès des panélistes,
 - Commissions et expression des élus de la CCI Grenoble.





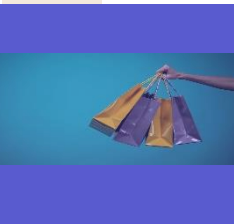
Présentation de l'observatoire



Éléments de contexte sur le commerce :
conjoncturel et structurel



Principaux résultats sur le territoire de la CCI



Tendances observées

4^e trimestre 2025

- **Baisse des CA de -0,5 % sur le territoire CCI et hausse de + 0,4 % en France**
 - Stabilité en octobre (+0,4 % en oct.25/oct.24) sur le territoire CCI, secteur jeux-jouets bien orienté.
 - Un mois de novembre en retrait (-3,8 % en nov. 25/nov.24) sur le territoire CCI et un Black Friday décevant.
 - Activité commerciale positive en décembre (+1,1 % en dec.25/déc.24) sur le territoire CCI et un jour ouvrable de plus.
- **Une croissance économique modérée au 4^e trimestre 2025**
 - **Le PIB s'est maintenu (+0,2 %)** après +0,1 % au 1^{er} trimestre, +0,3 % au 2^e trimestre et +0,5 % au 3^e trimestre.
 - **Baisse de l'inflation : +0,8 %** à fin décembre 2025.
 - **La consommation des ménages en hausse à +0,4 %** au 4^e trimestre après +0,1 % au 3^e trimestre, +0,1 % au 2^e trimestre et -0,3 % au 1^{er} trimestre 2025.
 - **Le taux d'épargne des ménages de nouveau en repli au 4^e trimestre 2025 : 17,9 %** du revenu disponible brut (RDB) mais toujours sur un niveau historiquement élevé (après 18,3 % au 3^e trimestre, 18,7% au 2^e trimestre et 18,5 % au 1^{er} trimestre 2025).
 - **Confiance des ménages fragilisée : indice 10 points en dessous** de sa moyenne de longue période (90 fin décembre 2025)
- **Faits marquants au 4^e trimestre 2025**
 - Instabilité politique et budgétaire en France
 - Des dépenses de Noël mesurées face aux arbitrages financiers et un pouvoir d'achat sous tension : évolution à la baisse des ventes de produits festifs alimentaires (le plus mauvais Noël depuis 5 ans selon Nielsen IQ).

Contexte



Évolution de l'activité du commerce de détail traditionnel

Territoire CCI et France

Bilan 2025

Territoire



France*



1^{er} trimestre 2025

-1,0%

-0,8%

2^e trimestre 2025

1,0%

0,9%

3^e trimestre 2025

-0,9%

0,8%

4^e trimestre 2025

-0,5%

0,4%

Cumul 12 mois

-0,4%

0,3%

* Source : Banque de France, petit commerce (hors automobile), indice en valeur (brut)

Contexte



Tendances observées

Bilan 2025

- **Conjoncture : une année morose selon l'Insee**

- PIB : +0,9 % en 2025
- Inflation : +0,9 % en moyenne annuelle en 2025 (résultat d'un repli des prix de l'énergie)
- Consommation des ménages : +0,4 % en 2025
- Epargne des ménages : 18,3 % en 2025

- **Bilan 2025 du E- Commerce en France : près de 200 milliards d'euros ont été dépensés sur internet en France en 2025**

- CA global en hausse de 7 % par rapport à 2024 (196,4 milliards d'euros de CA, y compris produits et services)
- Croissance portée par les usages : on achète plus souvent en ligne (même si le panier moyen n'augmente pas)
- La vente de produits a progressé de 4 % par rapport à 2024 (76 milliards d'euros)
- Le secteur des services progresse également de +9 % par rapport à 2024 (120 milliards d'euros)
- Le panier moyen est en baisse de 3 % à 62 €
- Volumes de transactions en hausse de 10 % en 2025 (après une hausse en 2024 et une baisse en 2023)
- **Sur l'ensemble de l'année écoulée, la part du e-commerce dans la vente de produits est estimée à 12 % du commerce de détail.** (source Fevad)



Contexte



Tendances observées

4^e trimestre 2025

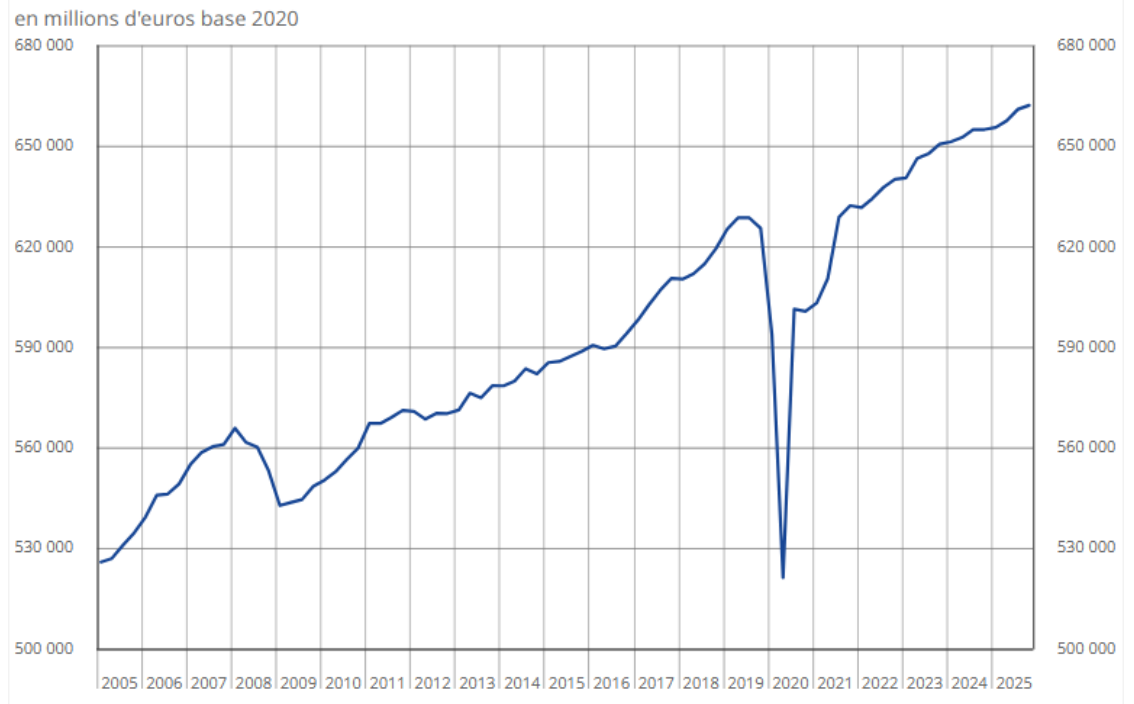
- PIB : en hausse de +0,2 % au 4^e trim. 2025

Croissance annuelle PIB :

- +0,9 % en 2025
 - +1,1 % en 2024
 - +1,1 % en 2023
 - +2,6 % en 2022
 - +6,4 % en 2021
 - 7,5 % en 2020
- (données révisées)

Contexte

Produit intérieur brut - Volume aux prix de l'année précédente chaînés - Série CVS-CJO



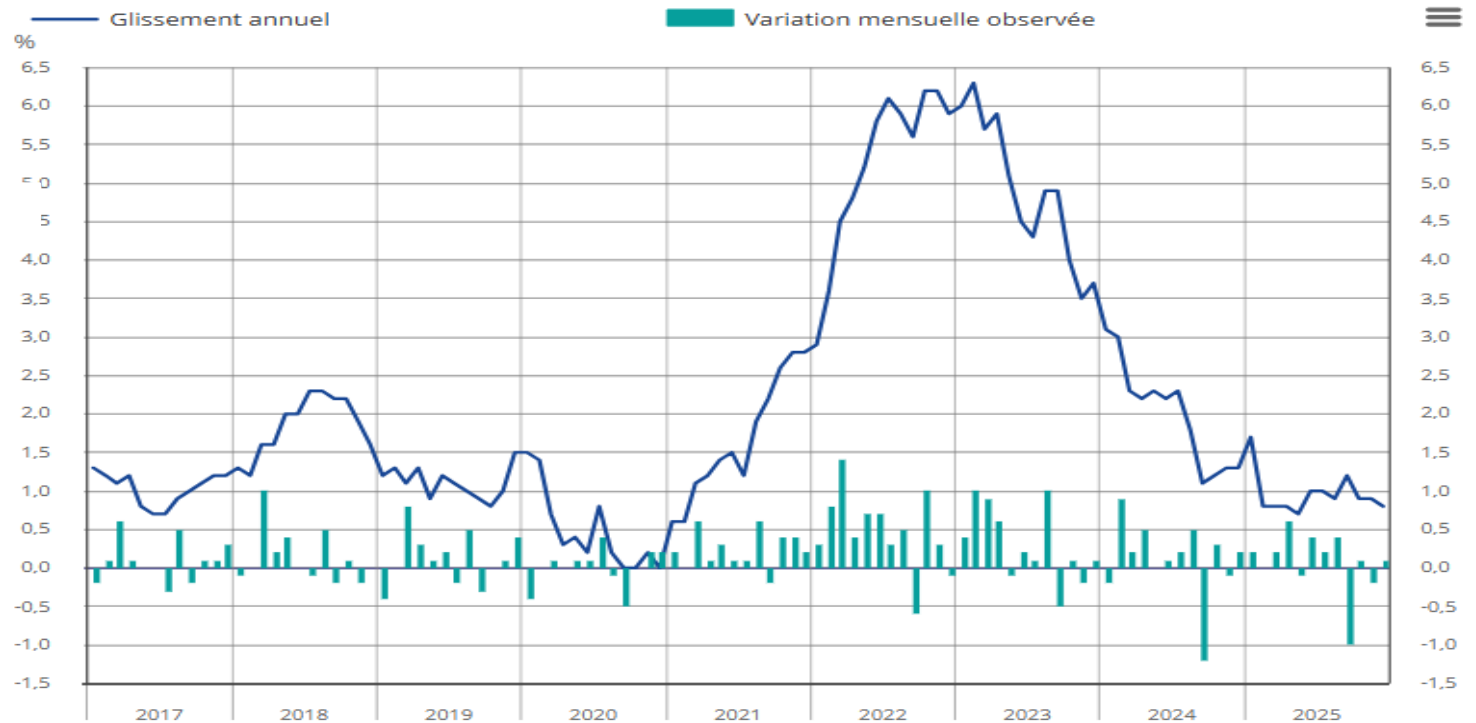
Source : Insee - Produit intérieur brut - Informations rapides n° 25 - au 30/01/2026

Tendances observées

4^e trimestre 2025

- Inflation : +0,8 % à fin décembre 2025 en glissement annuel /déc. 2024

Évolutions de l'indice des prix à la consommation



Source : Insee – Informations rapides 1 du 06/01/2026

Tendances observées

Bilan 2025

- Inflation : + 0,9 % en moyenne annuelle en 2025

+ Précision

Moyenne annuelle et glissement annuel sont des concepts différents :

- **l'évolution en moyenne annuelle** compare les prix d'une année donnée à ceux de l'année précédente ;
- **le glissement annuel** compare les prix d'un seul mois d'une année donnée à ceux du même mois de l'année précédente.

Inflation en moyenne annuelle (%) :

- +0,9 % en 2025
- +2,0 % en 2024
- +4,9 % en 2023
- +5,2 % en 2022
- +1,6 % en 2021
- +0,5 % en 2020

Contexte

Moyennes annuelles des variations des indices des prix

Base 100 : année 2015

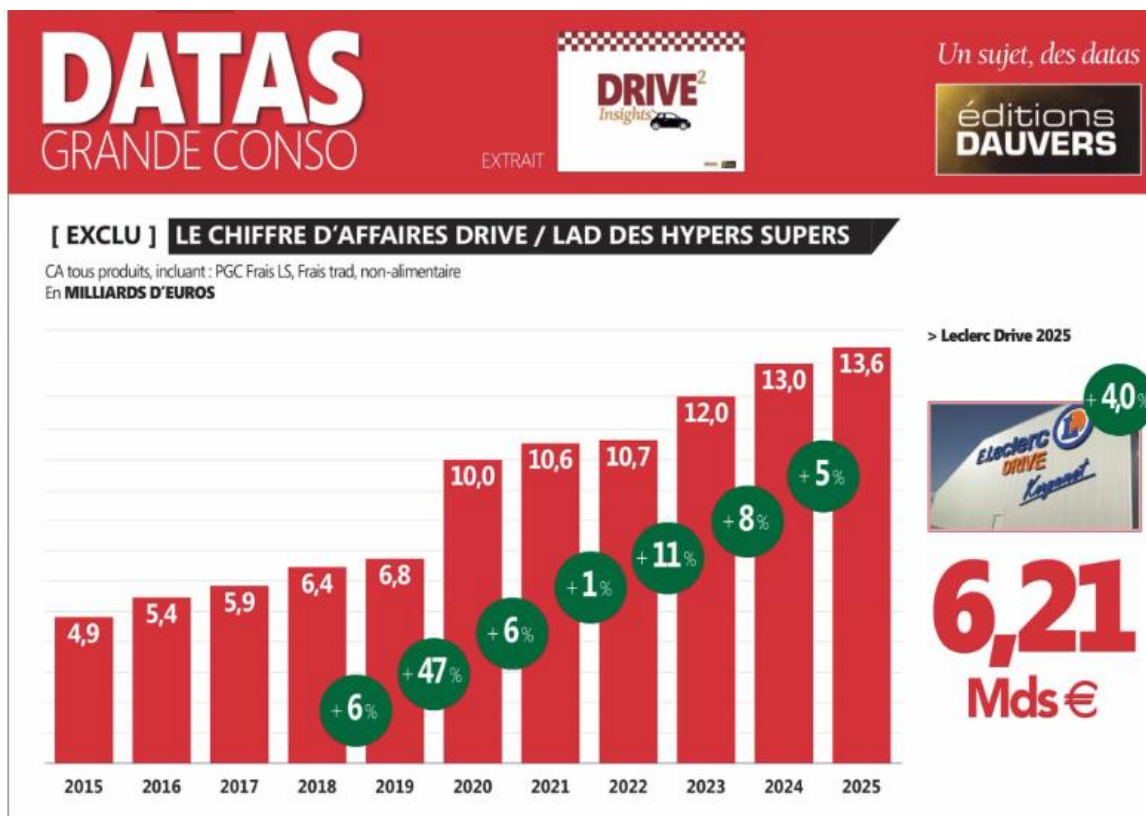
Regroupements conjoncturels	Pondérations 2025	Moyennes annuelles			Variations de 2023 à 2024 (en %)	Variations de 2024 à 2025 (en %)
		2023	2024	2025		
a) Ensemble des ménages						
Ensemble	10 000	117,47	119,82	120,95	2,0	0,9
Ensemble IPCH	10 000	120,50	123,29	124,43	2,3	0,9
Alimentation	1 464	129,90	131,66	133,22	1,4	1,2
Produits frais	172	151,57	154,49	156,05	1,9	1,0
Autre alimentation	1 292	126,51	128,10	129,65	1,3	1,2
Tabac	164	168,30	185,63	193,55	10,3	4,3
Produits manufacturés	2 284	104,70	104,69	104,42	0,0	-0,3
Habillement et chaussures	331	104,73	105,15	105,91	0,4	0,7
Produits de santé	412	85,62	84,58	83,16	-1,2	-1,7
Autres produits manufacturés	1 541	109,66	109,88	109,77	0,2	-0,1
Énergie	807	155,67	159,22	150,29	2,3	-5,6
<i>dont Produits pétroliers</i>	<i>384</i>	<i>152,76</i>	<i>145,52</i>	<i>139,16</i>	<i>-4,7</i>	<i>-4,4</i>
Services	5 281	112,90	116,00	118,67	2,7	2,3
Loyers, eau et enlèvement des ordures ménagères	803	107,99	111,01	113,87	2,8	2,6
Services de santé	638	101,89	102,47	104,17	0,6	1,7
Transports	308	122,14	125,22	125,85	2,5	0,5
Communications	181	97,16	89,27	81,54	-8,1	-8,7
Autres services	3 351	117,50	122,03	125,86	3,9	3,1

Source : Insee – Informations rapides n°8 – 15/01/2026

Tendances observées

Bilan 2025 du drive

▪ Les chiffres-clés du drive



Source : Éditions Dauvers – 21 janvier 2026

Le drive en France

8%

le poids du drive dans le CA total de la distribution alimentaire

73 €

le montant du panier moyen en drive

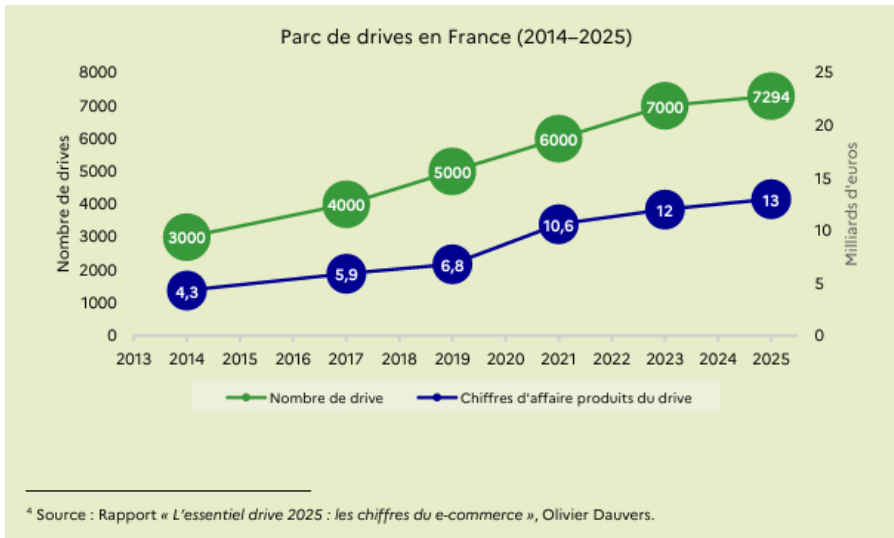
Source NielsenIQ 2025

Contexte

Tendances observées

Bilan 2025 du drive

- Les chiffres-clés du drive



Le drive en France

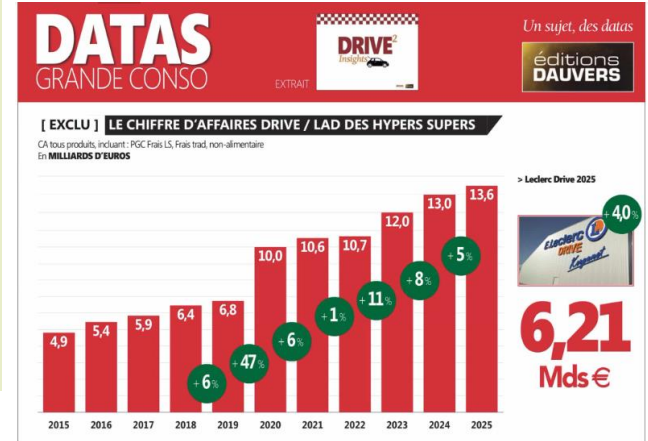
8%

le poids du drive dans le CA total de la distribution alimentaire

73 €

le montant du panier moyen en drive

Source NielsenIQ 2025



Source : Éditions Dauvers – 21 janvier 2026

Contexte

Consommation des ménages

Fin décembre 2025



Contexte



Consommation des ménages :
0,4% au 4T2025
dont 0,2 %
pour la consommation alimentaire

Bilan 2025 : +0,4%
dont -0,5 %
pour la consommation alimentaire

Bilan 2022 : +3,0%
Bilan 2023 : +0,9%
Bilan 2024 : +1,0%

Source : Insee - Informations rapides 51 du 27/02/2026

Production, consommation et FBCF : principales composantes

variations en %, données CVS-CJO

	2025T1	2025T2	2025T3	2025T4	2024	2025
Production branche	0,2	0,3	0,9	0,2	1,1	1,1
Biens	0,1	-0,4	1,7	0,0	0,0	0,4
<i>Ind. manufacturière</i>	<i>0,5</i>	<i>0,2</i>	<i>1,3</i>	<i>-0,2</i>	<i>-1,0</i>	<i>0,8</i>
Construction	-0,4	0,4	0,6	0,3	-2,0	-0,3
Services marchands	0,2	0,6	0,6	0,3	2,0	1,5
Services non marchands	0,4	0,3	0,6	0,2	1,4	1,5
Consommation des ménages	-0,3	0,0	0,1	0,4	1,0	0,4
Alimentaire	-0,8	1,1	-1,0	0,2	-1,3	-0,5
Énergie	0,7	-2,2	1,3	0,5	1,2	0,2
Biens fabriqués	-0,9	0,1	0,5	0,7	-0,1	0,0
Services	0,2	0,5	0,1	0,2	2,2	1,2
FBCF	0,2	0,4	0,8	0,3	-1,3	0,8
Produits manufacturés	0,2	0,3	0,5	-1,0	-3,1	-1,7
Construction	-0,6	0,4	0,6	0,4	-1,7	-0,6
Services marchands	1,4	0,4	1,2	0,9	0,7	4,3

Épargne des ménages

Fin décembre 2025



Contexte



Taux d'épargne des ménages :

17,9 % au 4^e T2025
soit 3 points au-dessus de sa
moyenne d'avant crise sanitaire

Bilan 2025 : 18,3 %

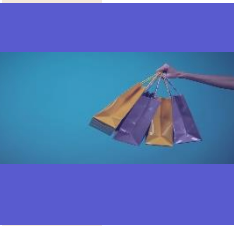
Bilan 2023 : 16,9 %
Bilan 2024 : 18,2 %

Revenu disponible brut et ratios des comptes des ménages

variations t/t-1, en %, données CVS-CJO

	2025T1	2025T2	2025T3	2025T4	2024	2025
RDB	0,4	0,2	0,1	0,0	4,8	1,1
RDB (pouvoir d'achat)	-0,2	0,3	-0,3	-0,2	2,5	0,6
RDB par uc* (pouvoir d'achat)	-0,3	0,2	-0,4	-0,3	2,1	0,1
RDB ajusté (pouvoir d'achat)	-0,1	0,3	-0,1	-0,1	2,3	0,8
Taux d'épargne (niveau)	18,5	18,7	18,3	17,9	18,2	18,3
Taux d'épargne financière (niveau)	9,3	9,6	9,1	8,6	9,0	9,1

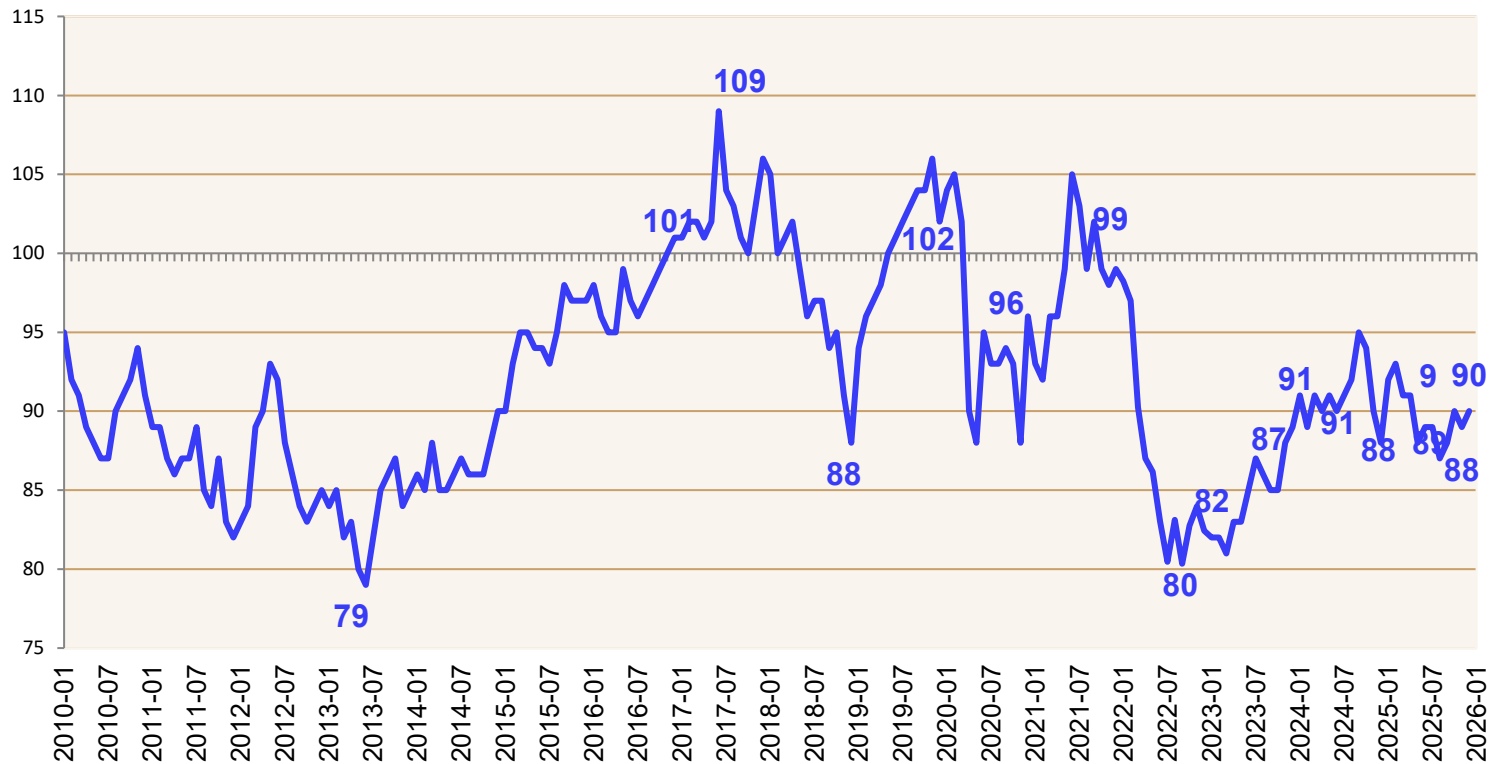
Source : Insee - Informations rapides 51 du 27/02/2026



Confiance des ménages

Fin décembre 2025

Évolution de l'indice synthétique de confiance des ménages entre janvier 2010 et décembre 2025



Source : Insee, indicateur synthétique de confiance des ménages - données CVS à fin décembre 2025



Contexte



Tendances observées

Bilan 2025 – Tendances et enjeux

- **Le bilan démographique est défavorable :**

1,56 enfants par femme en France en 2025.

La population française va commencer à reculer d'ici d'10 ans.

Moins de Français signifie moins de consommateurs.

Par ailleurs, la population vieillit et les seniors consomment moins que les familles, malgré un pouvoir d'achat plus élevé.

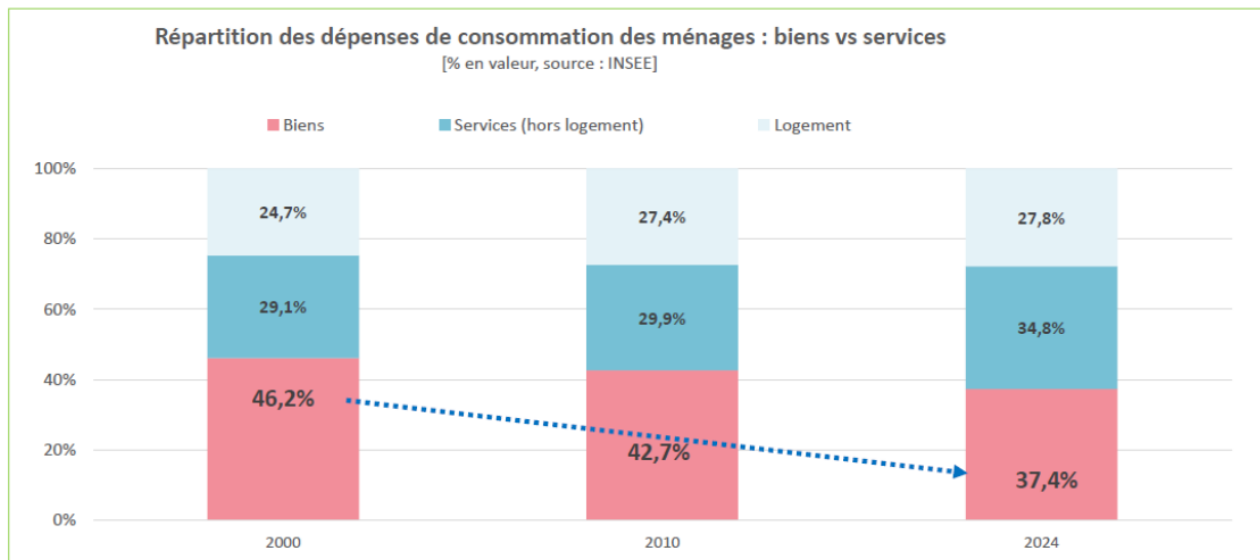
- **Évolution de la part relative des dépenses de consommation :**

- Hausse des dépenses contraintes et arbitrage des dépenses de consommation

- Ralentissement des dépenses de l'équipement de la personne

- Glissement des dépenses de consommation vers les activités de loisirs et de restauration

Contexte



Source : INSEE – traitement FCD

Tendances observées

Bilan 2025 – Tendances et enjeux

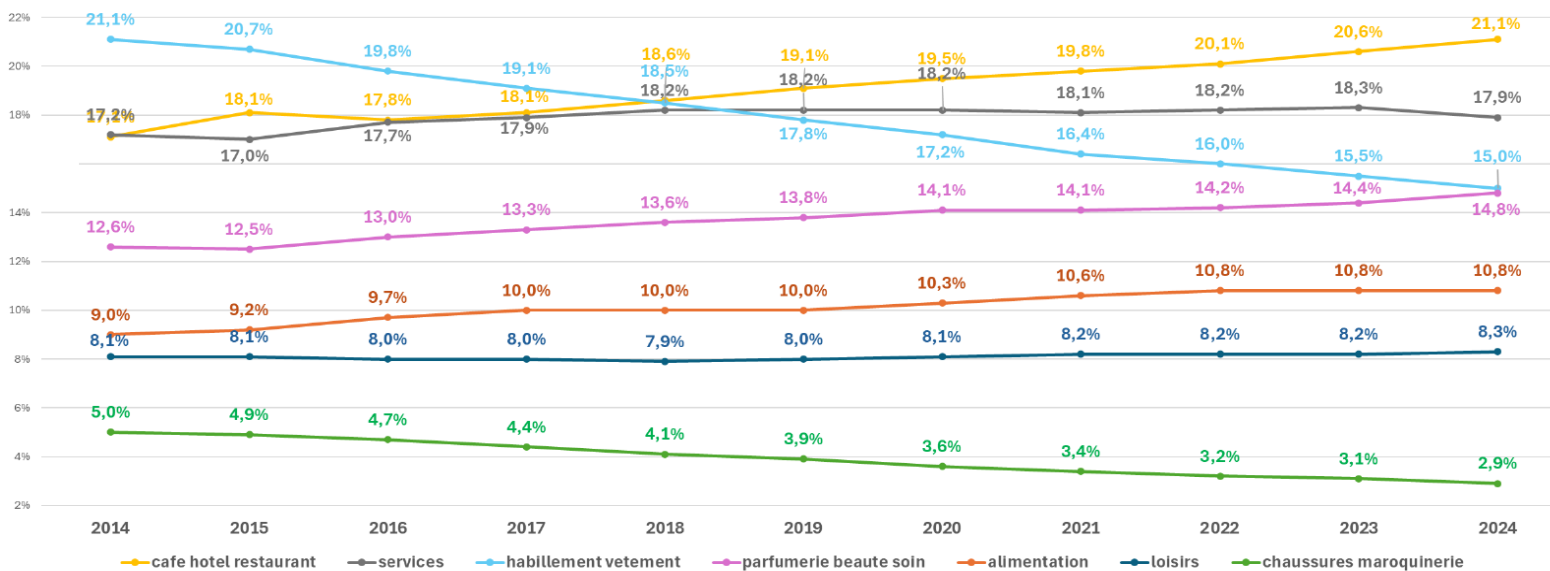
Recomposition de l'offre commerciale :

UNE LENTE MAIS PROFONDE MUTATION DE L'OFFRE DANS LES VILLES

Evolution des principaux secteurs de l'offre, en pourcentage des locaux commerciaux en pieds d'immeuble, dans les villes de l'étude. *Tableau détaillé en annexe.*



Evolution de l'offre dans les 355 villes



Etude FACT - SAD Marketing - Codata

18



Contexte

Tendances observées

Bilan 2025 – Tendances et enjeux

- **Procos : « le commerce n'est pas en crise, il change d'époque » : développement de l'omnicanalité**
 - Organiser la complémentarité : le commerce de demain ne sera pas 100 % digital, ni uniquement physique.
 - Pas de commerce sans magasin mais pas de développement de magasins sans solution digitale performante.

- **La fréquentation des points de vente en baisse en France**

de manière générale selon Procos : -1,6 % en 2025 par rapport à l'an dernier.

source : Observatoire de la fréquentation des points de vente de Stackr <https://stackr-group.com/> (observatoire qui fonctionne avec des capteurs intelligents). Cet observatoire diffère de l'observatoire du SMMAG qui s'appuie sur les comptages piétons dans les rues du CV de Grenoble (et non des points de vente).

- **Les comportements d'achat évoluent et impactent la distribution :**

- Attractivité des consommateurs pour une offre de plus en plus discount : Shein, Action
- Consommer moins : baisse des volumes vendus et hausse des marques de distributeurs => ralentissement des dépenses de consommation des ménages.
- Consommer responsable, éthique et plus sain : seconde main, proximité
- Consommer à tout moment : e-commerce
- Développement du télétravail

- **Hausse des défaillances d'entreprises et refonte** du secteur de la grande distribution



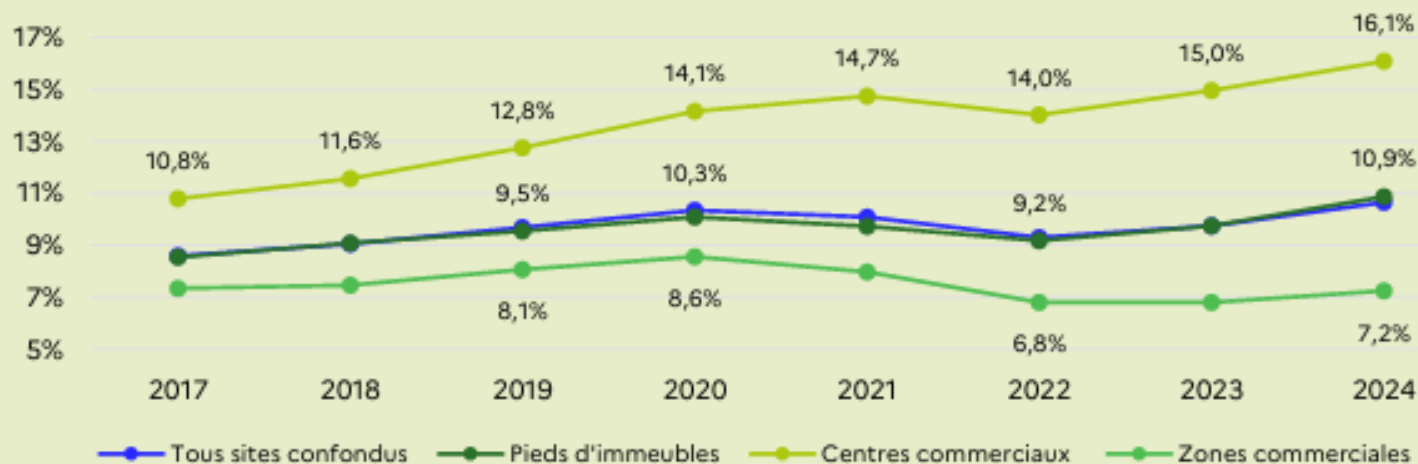
Contexte

Tendances observées

Bilan 2025 – Tendances et enjeux

- La vacance commerciale augmente partout et sur toutes les polarités

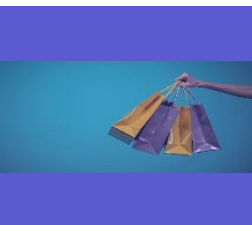
Évolution de la vacance commerciale entre 2018 et 2024



Lecture : La vacance commerciale atteint 10,9% en pied d'immeuble et en moyenne nationale en 2024.

Définitions : « Pied d'immeuble » : en zone urbaine, il correspond aux quartiers commerçants du centre-ville. « Zone commerciale » : située en zone périurbaine ou périphérique où se concentre une activité commerciale significative. « Centre commercial » : ensemble commercial développé, géré, animé et promu comme une seule et même entité. Il est généralement couvert et comprend souvent un hypermarché comme locomotive

Source : Codata – Digest 2021 - 2024 - 2025.



Présentation de l'observatoire



Eléments de contexte sur le commerce :
conjoncturel et structurel



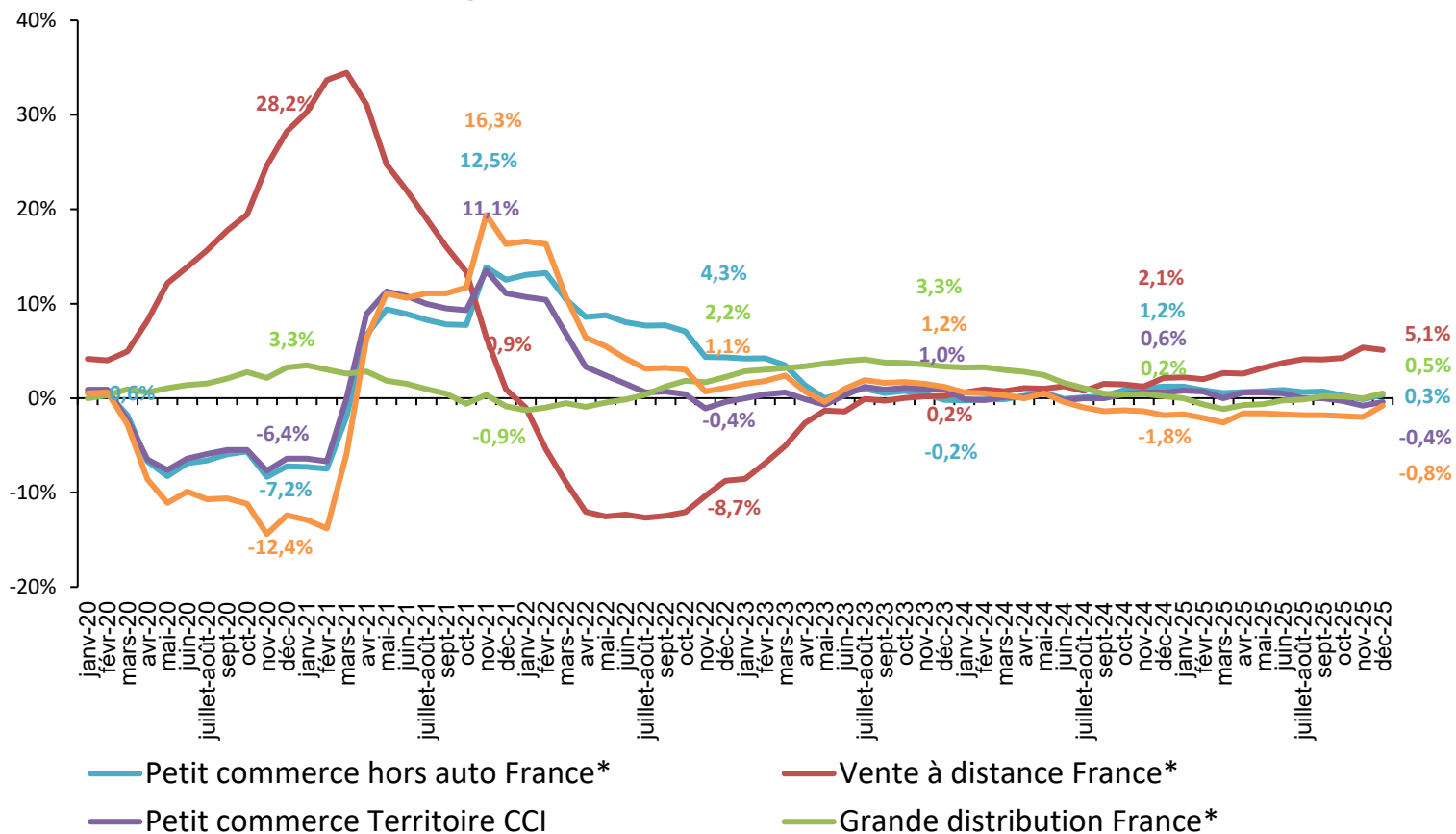
Principaux résultats sur le territoire de la CCI

Évolution des CA du commerce

Tous secteurs confondus

Janvier 2020 à décembre 2025

Évolution en glissement annuel - France - Territoire CCI



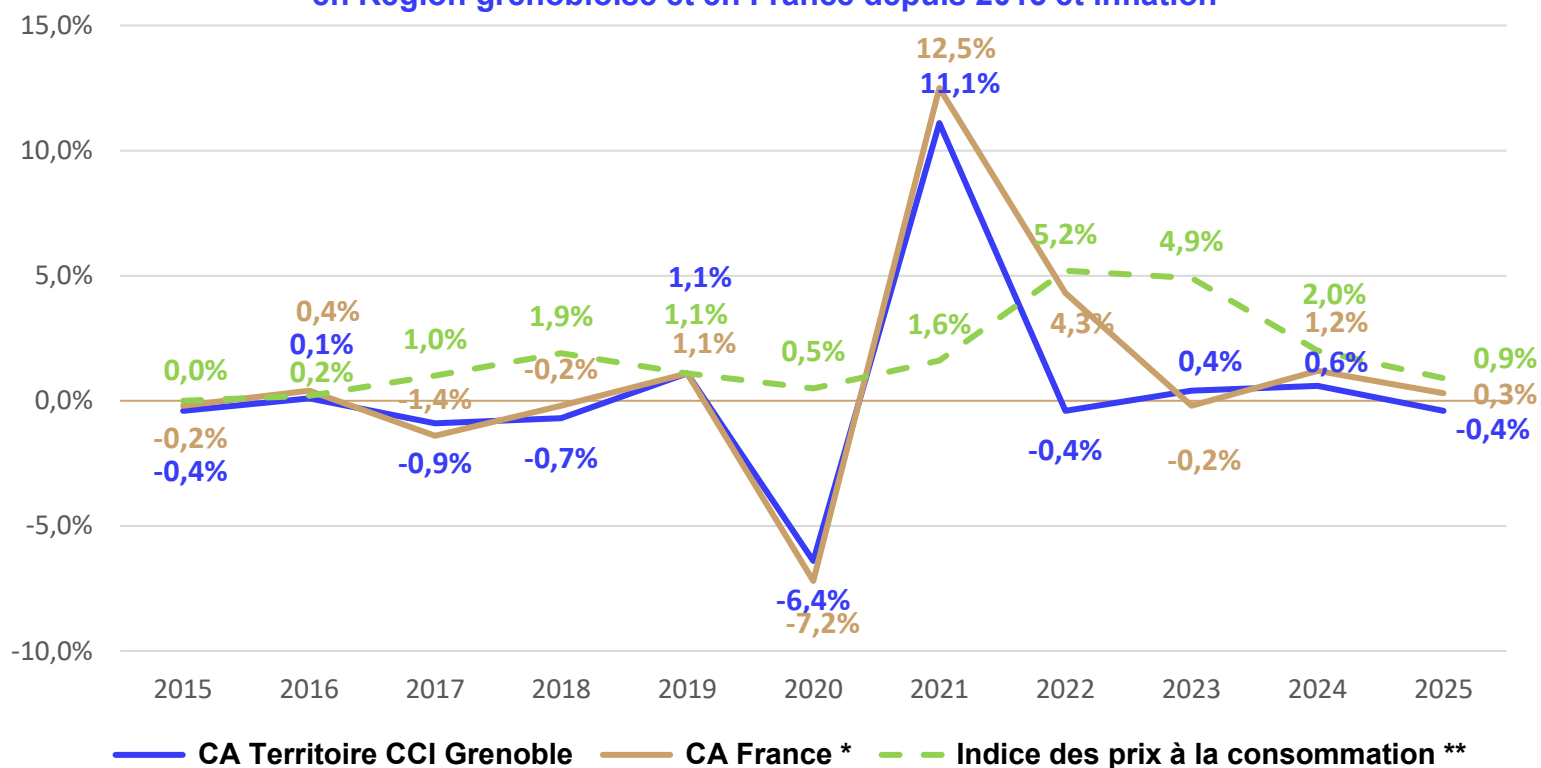
* Source : Banque de France, indices en valeur (brut)

Évolution des CA du commerce

Tous secteurs confondus

Comparaison annuelle depuis 2015

Évolution annuelle des CA du commerce de proximité en France, en Région grenobloise et en France depuis 2015 et inflation



* France : Banque de France, petit commerce hors auto (en valeur)

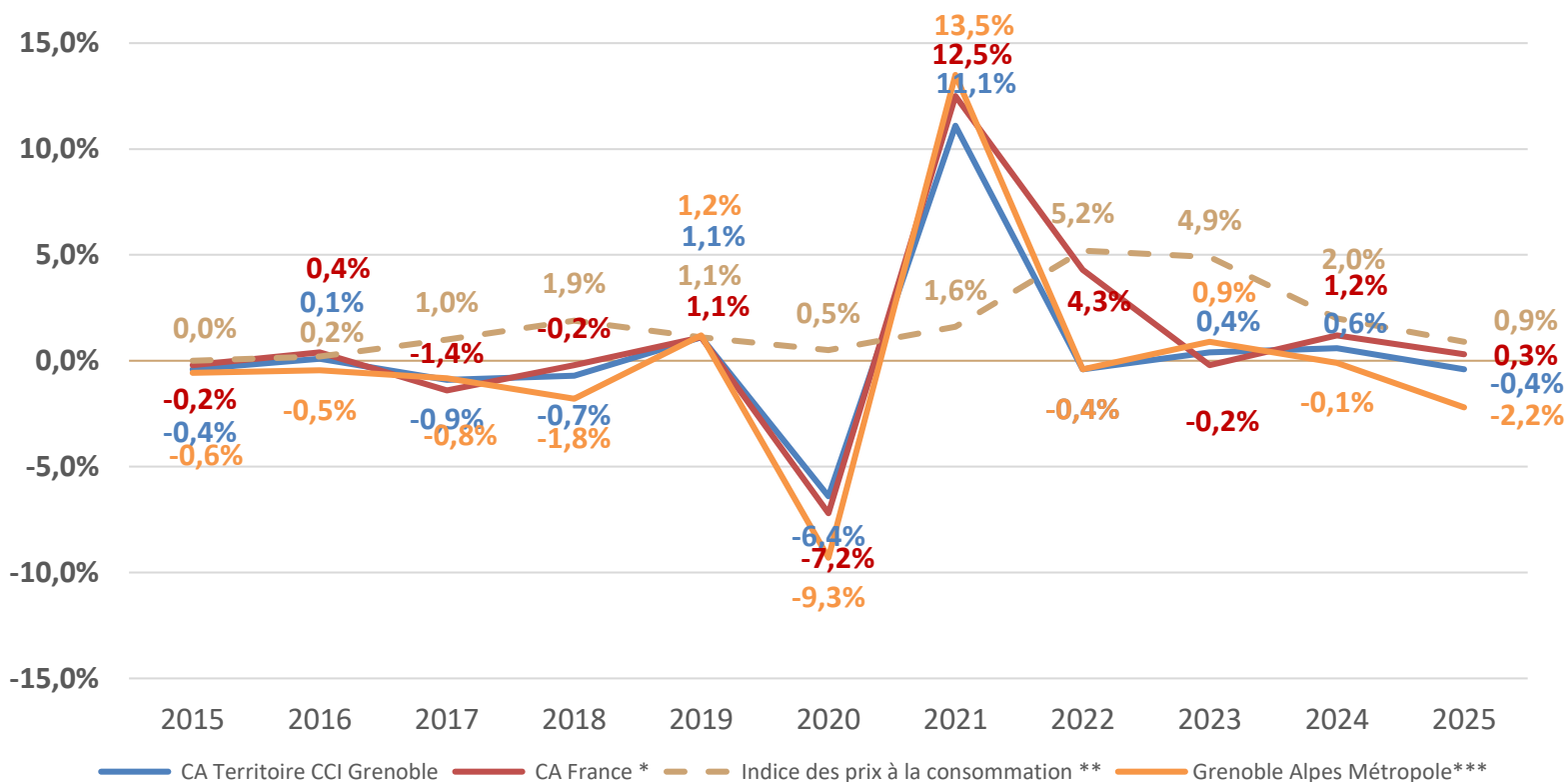
** Indice des prix à la consommation - Base 2015 - Variations annuelles - Ensemble des ménages

Évolution des CA du commerce

Territoire CCI et Métropole

Comparaison annuelle depuis 2015

Evolution annuelle des CA du commerce de proximité en France, sur le territoire de la CCI de Grenoble et de la Métropole depuis 2015 et inflation



* France : Banque de France, petit commerce hors auto (en valeur)

** Indice des prix à la consommation - Base 2015 - Variations annuelles - Ensemble des ménages

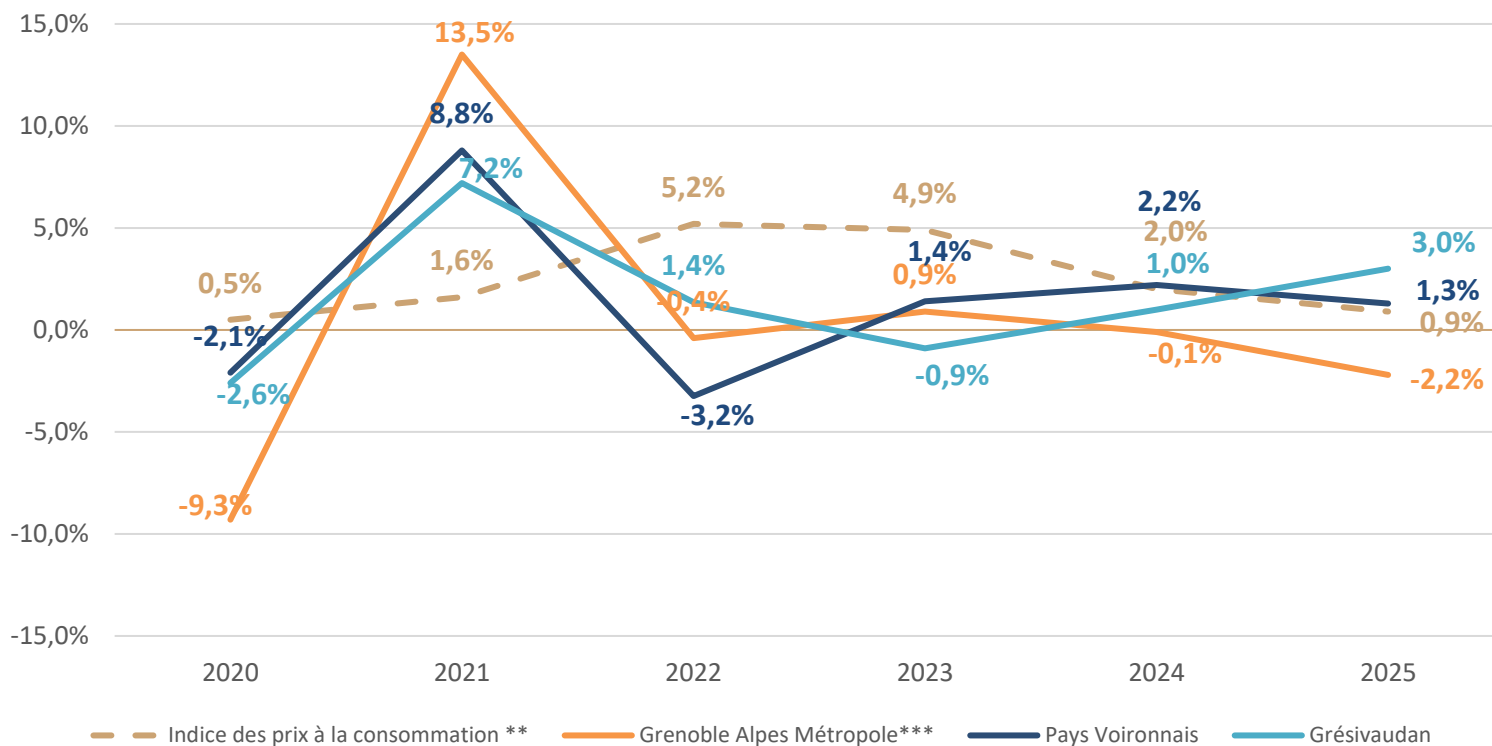
*** Grenoble Alpes Métropole : y compris Grenoble

Évolution des CA du commerce

Métropole, Grésivaudan et Voironnais

Comparaison annuelle depuis 2020

Evolution annuelle des CA du commerce de proximité par territoires depuis 2020 et inflation



** Indice des prix à la consommation - Base 2015 - Variations annuelles - Ensemble des ménages

Le Pays voironnais considéré ici inclut les 20 communes du sud du pays voironnais hors celles dépendantes de la CCI du Nord Isère

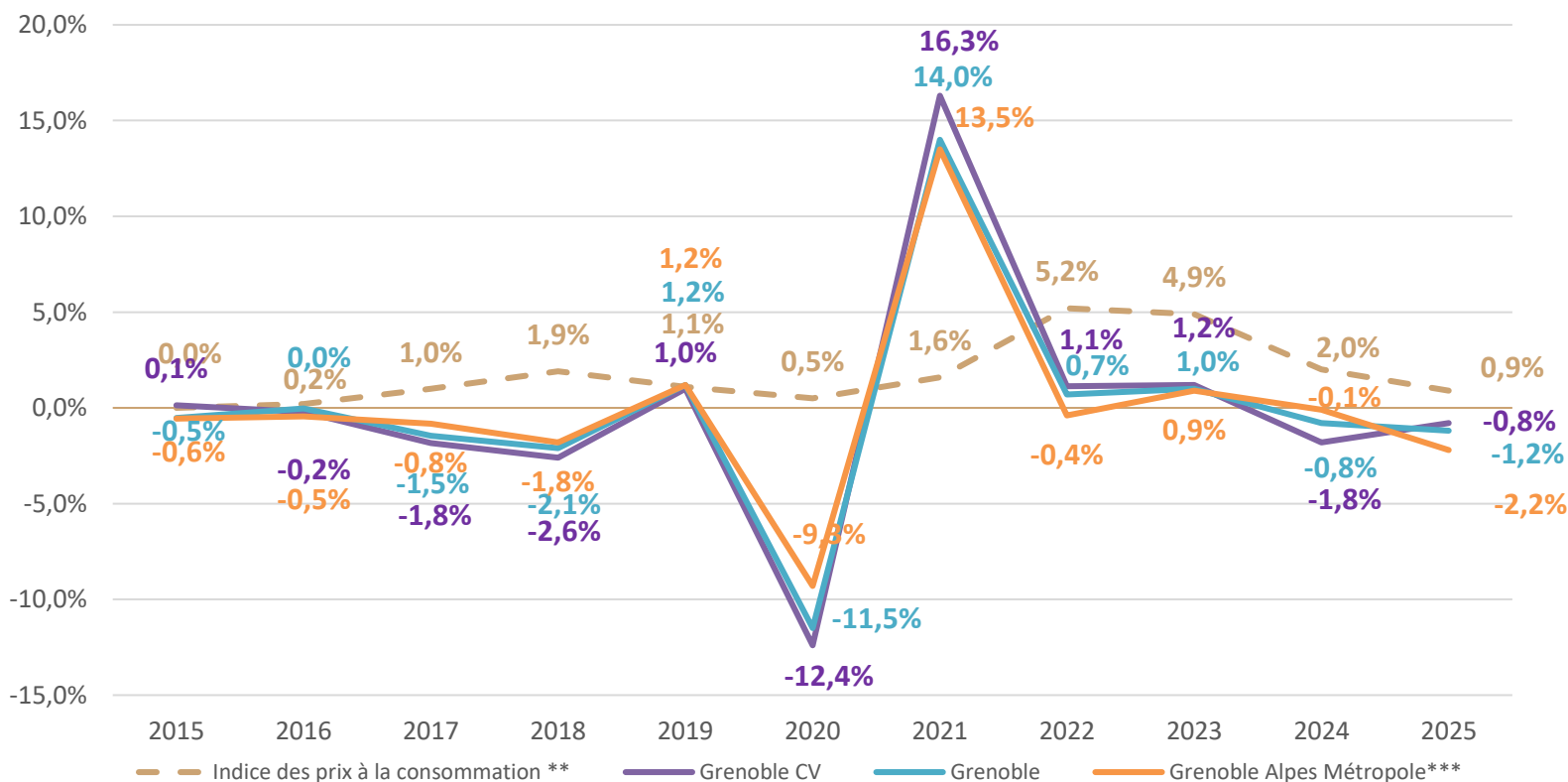
*** Grenoble Alpes Métropole : y compris Grenoble

Évolution des CA du commerce

Métropole et Grenoble

Comparaison annuelle depuis 2015

Evolution annuelle des CA du commerce de proximité de la Métropole et de Grenoble depuis 2015 et inflation



** Indice des prix à la consommation - Base 2015 - Variations annuelles - Ensemble des ménages

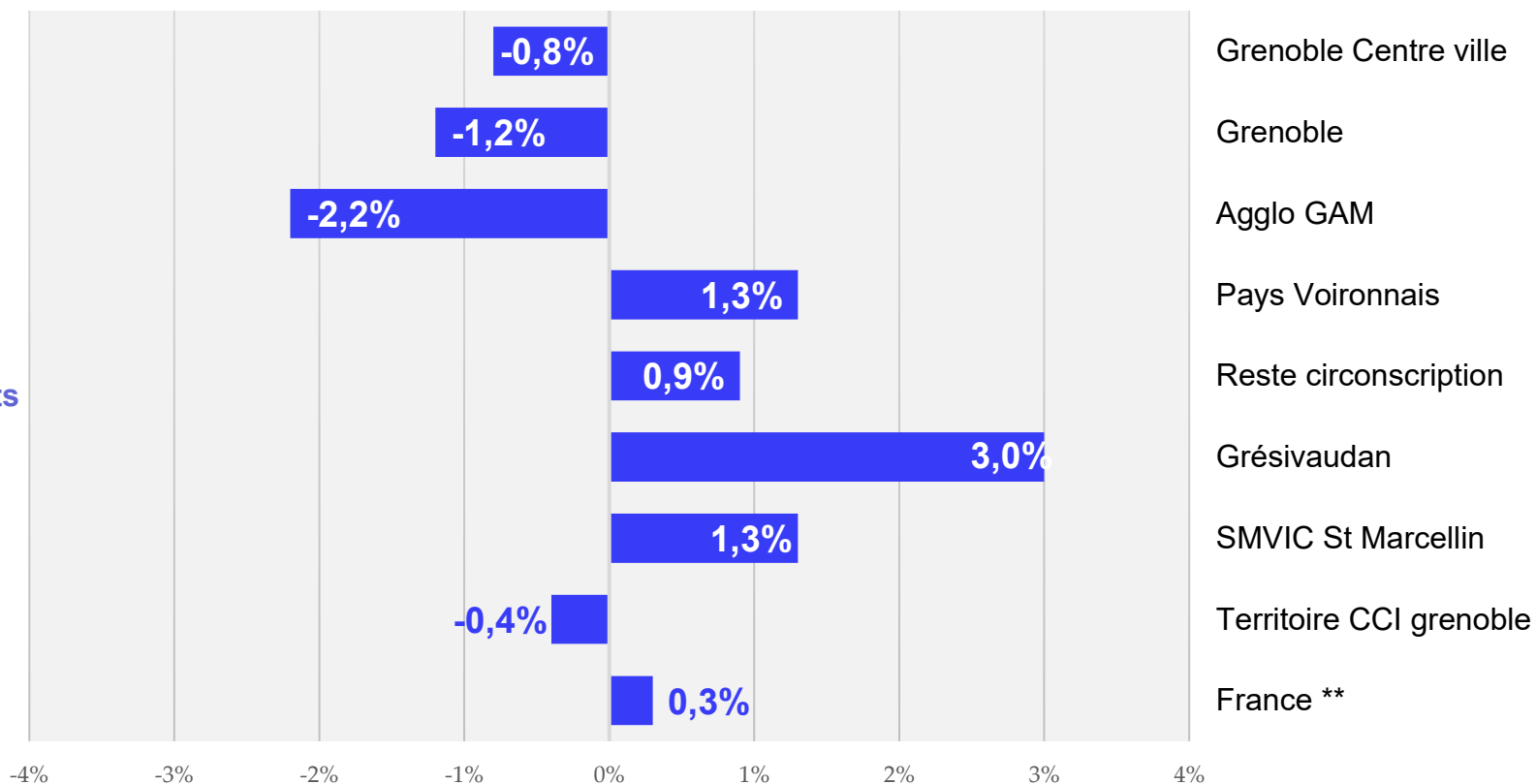
*** Grenoble Alpes Métropole : y compris Grenoble

Évolution des CA du commerce

Par territoires

Bilan 2025

Évolution 2025 /2024 des CA cumulés



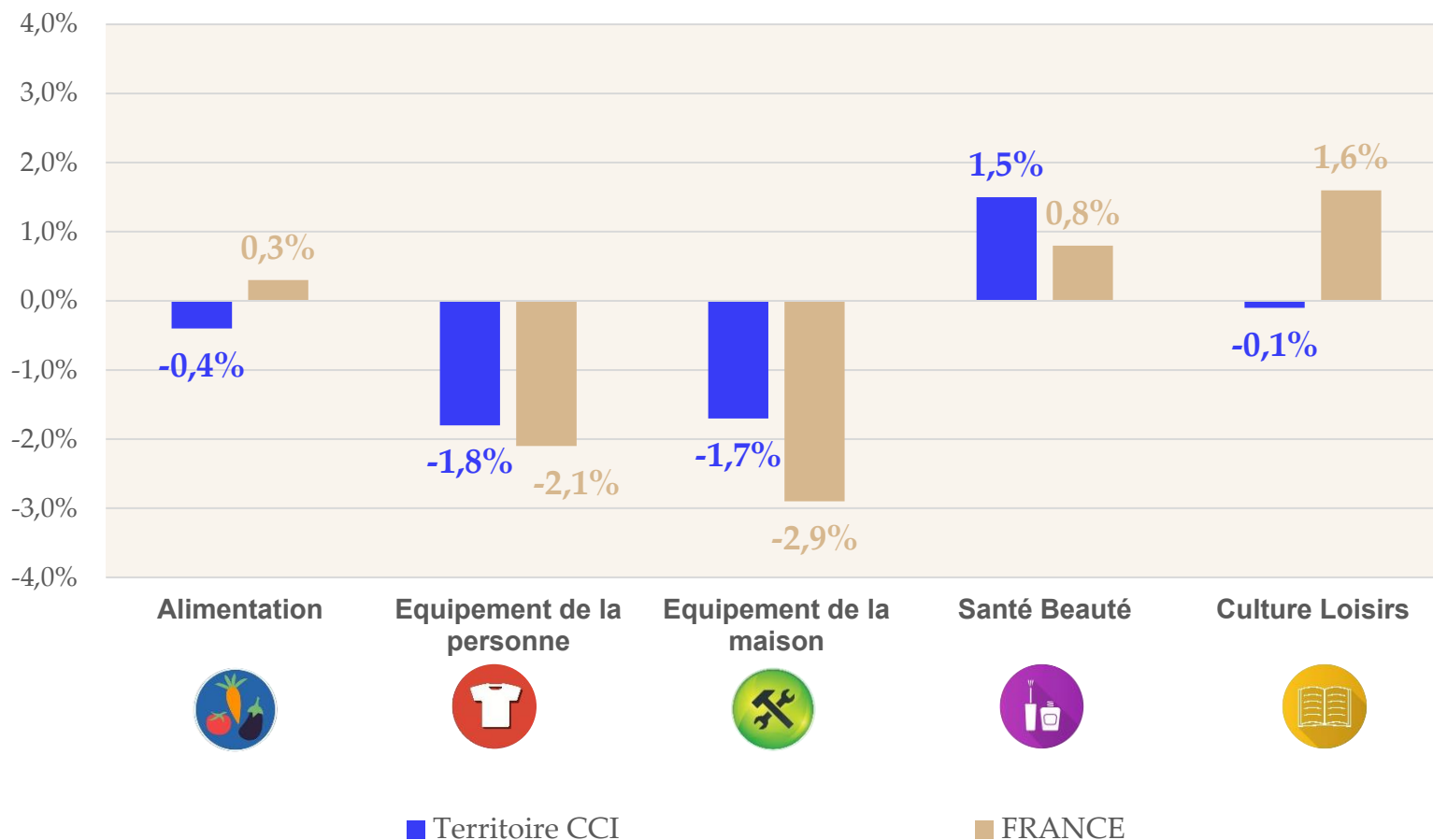
** Source : Banque de France, indices en valeur (brut) petit commerce hors auto

Évolution des CA du commerce

Par secteurs sur le territoire CCI

Bilan 2025

Evolution 2025/2024 des CA cumulés





Tendances observées

Synthèse 2025

- **Evolution annuelle des CA du commerce de détail en magasins : quasi stabilité**
 - Baisse de -0,4 % sur le territoire CCI de Grenoble (cumul annuel en valeur)
 - Hausse de +0,3 % en France (en valeur)
- **Tendances géographiques à fin décembre 2025**
 - Tendance favorable : Pays Voironnais, Grésivaudan et reste de la circonscription et SMVIC
 - Tendance moins favorable : Grenoble et GAM
 - Stabilité : Grenoble centre-ville
- **Tendances sectorielles à fin décembre 2025**
 - Secteur positif : santé-beauté
 - Secteurs stables : alimentation, culture loisirs
 - Secteurs en repli : équipement de la maison et équipement de la personne
 - Crise structurelle du logement / impact sur l'équipement de la maison (meubles, décoration, cuisine)
 - Baisse tendancielle de l'équipement de la personne (seconde main, impact du e-commerce, variable d'ajustement)
- **Fréquentation des rues de l'hypercentre de Grenoble : en baisse**
 - -3 % au 4^e trimestre 2025 (après -1 % au 1^{er} trim., -7 % au 2^e trim. et -11 % au 3^e trimestre)
 - -5 % sur l'ensemble de l'année 2025/ 2024 et -3 % sur 5 ans (depuis 2021).(source : observatoire des mobilités – SMMAG – relevés de comptages piétons)



Synthèse





CCI GRENOBLE

L'OBSERVATOIRE

DES CHIFFRES D'AFFAIRES DU COMMERCE DE DÉTAIL*
DE LA RÉGION GRENOBLOISE



Bilan 2025

*commerce indépendant de proximité : -300 m²

WWW.GRENOBLE.CCI.FR