

14 janvier 2014



ÉTATS-UNIS

Les ventes au détail finissent bien l'année 2013

FAITS SAILLANTS

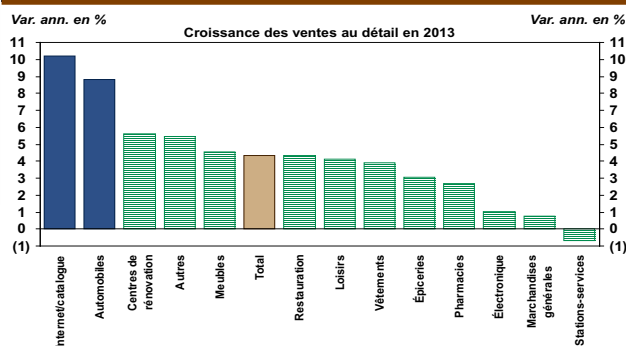
- Les ventes au détail ont augmenté de 0,2 % en décembre après une hausse de 0,4 % (révisée de 0,7 %) en novembre.
- Les ventes d'automobiles ont chuté de 1,8 % après un bond de 1,9 % en novembre. Excluant les automobiles, les ventes ont augmenté de 0,7 %, la plus forte croissance depuis février 2013.
- Outre les automobiles, plusieurs autres catégories de détaillants affichent des baisses de ventes. C'est le cas des magasins de biens électroniques, des magasins de meubles, des centres de rénovation, des magasins associés aux loisirs et des grands magasins.
- Les boutiques de vêtements, les épicerie et les magasins en ligne ou par catalogue (*nonstore retailers*) ont enregistré de bonnes croissances des ventes en décembre. La hausse des prix de l'essence a gonflé la valeur des ventes des stations-services. Excluant les autos et l'essence, les ventes ont augmenté de 0,6 % en décembre après une hausse de 0,3 % en novembre (révisée de 0,6 %).
- Sur l'ensemble de 2013, les ventes au détail ont augmenté de 4,3 %. Si l'on exclut les automobiles et l'essence, la hausse annuelle est de 4,0 %. Dans les deux cas, c'est un léger ralentissement par rapport aux croissances observées en 2012 et en 2011.

COMMENTAIRES

À première vue, la croissance des ventes au détail en décembre constitue une bonne surprise dans la mesure où le ressac des ventes d'automobiles était largement prévu. Dans ce cas, l'attention se porte donc sur le reste des ventes où le gain mensuel est pratiquement deux fois plus rapide qu'anticipé. Il semble donc que le regain de confiance des consommateurs a été favorable à de bons achats des Fêtes. Il faut toutefois remarquer les révisions à la baisse des résultats de novembre où la croissance excluant les autos et l'essence a été coupée de moitié. Ainsi, sur l'ensemble des deux mois, le gain se montre un peu plus modeste.

En dehors des magasins de biens électroniques qui ont connu en décembre un deuxième mois consécutif de baisse de plus de 2 %, les mouvements de ventes en décembre ressemblent à un effet miroir des données de novembre. Ainsi,

En 2013, la croissance des ventes est surtout venue des ventes en ligne et des ventes d'automobiles



Sources : U.S. Census Bureau et Desjardins, Études économiques

les secteurs forts en décembre (vêtements, épicerie...) étaient en baisse au cours du mois précédent et vice-versa pour la plupart des secteurs plus faibles.

On note la forte tendance haussière des magasins en ligne (et par catalogue) qui se substituent de plus en plus aux autres types de détaillants. Il est d'ailleurs clair que la meilleure performance en 2013 est provenue du commerce électronique avec un gain annuel de 10,2 % suivi par le secteur automobile (+8,8 %). À l'opposé, les grands magasins ont vu leurs ventes se contracter de 4,4 % en 2013, leur pire performance depuis la récession de 2009.

Implications : La croissance des ventes au détail sur l'ensemble du quatrième trimestre est assez semblable à celle des deux trimestres précédents, autour de 4 % à rythme annualisé. Jumelée à une meilleure progression des dépenses en services, la hausse des ventes au détail suggère une bonne croissance de la consommation réelle au cours du dernier trimestre de 2013. Le meilleur niveau des indices de confiance des consommateurs laisse espérer que l'embellie de la consommation se poursuivra en 2014, bien que la météo puisse causer des problèmes en janvier.

Francis Généreux
Économiste principal

François Dupuis
Vice-président et économiste en chef

Yves St-Maurice
Directeur principal et économiste en chef adjoint

514-281-2336 ou 1 866 866-7000, poste 2336
Courriel : desjardins.economie@desjardins.com

Hélène Bégin
Économiste principale

Benoît P. Durocher
Économiste principal

Francis Généreux
Économiste principal