



ÉTATS-UNIS

Les ventes au détail progressent moins que prévu

FAITS SAILLANTS

- Les ventes au détail ont augmenté de seulement 0,1 % en avril après une hausse de 1,5 % (révisée de 1,1 %) en mars et une croissance de 0,9 % (révisée de 0,7 %) en février.
- Les ventes d'automobiles ont progressé de 0,6 % après un bond de 3,6 % en mars. Excluant les automobiles, les ventes sont demeurées stables.
- La plupart des autres catégories de détaillants affichent une hausse de leurs ventes. Les plus fortes croissances proviennent des magasins de vêtements et des grands magasins. Les ventes des stations-services ont augmenté de 0,8 %.
- Les magasins de biens électroniques ont vu leurs ventes fortement diminuer en avril. Des baisses s'observent aussi du côté des magasins en ligne ou par catalogue (*nonstore retailers*), des magasins de meubles et de la restauration. Excluant les autos et l'essence, les ventes ont diminué de 0,1 % en avril après une forte hausse de 1,4 % en mars.

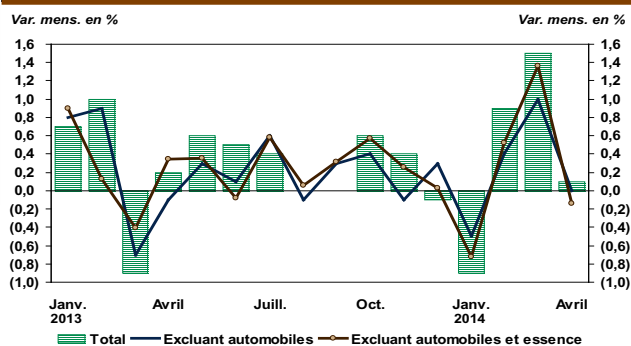
COMMENTAIRES

L'embellie de la consommation semble s'être rapidement essouffée. La stagnation des ventes au détail en avril est clairement décevante alors que le consensus s'attendait à un gain de 0,4 % (0,6 % en excluant les ventes d'automobiles).

Il faut voir dans la faiblesse des chiffres d'avril un certain ressac à la suite des bonds des deux mois précédents (qui sont encore meilleurs qu'initialement estimé grâce aux révisions positives). Les ventes ont été gonflées par le retour des consommateurs dans les magasins après qu'ils aient moins dépensé pendant les mois où l'hiver a été particulièrement rude. Le rattrapage est donc terminé et le niveau reprend sa normale. Si l'on exclut les autos et l'essence, le niveau des ventes est 1,7 % supérieur à celui du mois de janvier, ce qui constitue une très bonne hausse en trois mois.

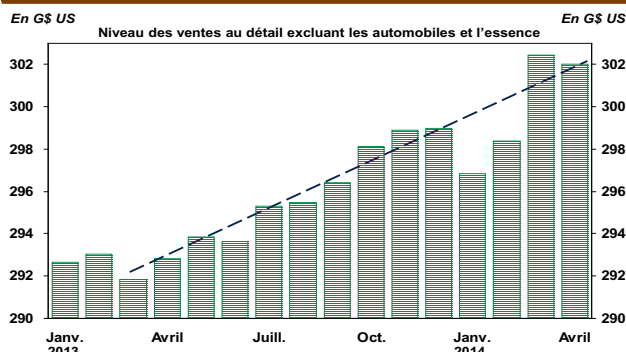
Quelques secteurs ont fait particulièrement mal à la croissance des ventes. C'est notamment le cas de l'électronique qui a connu un fort ressac de 2,3 % après trois bons mois de hausse. Le fait qu'aucun nouveau produit d'envergure n'ait

Après deux mois de fortes hausses, les ventes au détail s'essouffent



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

Après les soubresauts négatifs et positifs provoqués par l'hiver difficile, les ventes sont revenues sur une tendance plus normale



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

été commercialisé en avril (contrairement aux années précédentes) semble avoir exacerbé les ajustements saisonniers.

Implications : La faiblesse des ventes au détail est décevante, mais pas trop grave étant donné la force de la hausse au cours des deux mois précédents. La croissance de la consommation devrait quand même être bonne au second trimestre de 2014.

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