



ÉTATS-UNIS

L'hiver fait mal aux ventes au détail

FAITS SAILLANTS

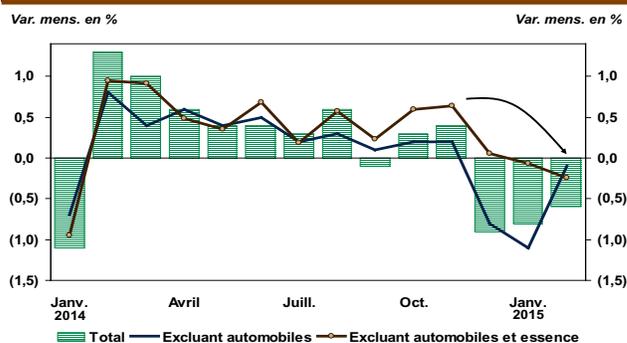
- Les ventes au détail ont diminué de 0,6 % en février après un recul de 0,8 % en janvier et une baisse de 0,9 % en décembre. Les ventes d'automobiles se sont contractées de 2,5 % après un gain de 0,5 %. Excluant les automobiles, les ventes ont reculé 0,1 %.
- Outre les automobiles, plusieurs catégories de détaillants affichent une baisse de leurs ventes. Les plus fortes diminutions proviennent des centres de rénovation, des grands magasins et des magasins de biens électroniques.
- Pour la première fois depuis mai 2014, les stations-services ont vu la valeur de leurs ventes augmenter, soit de 1,5 %. Les épicereries, les magasins associés aux loisirs et les ventes en ligne ou par catalogue (*nonstore retailers*) sont les seules autres catégories qui ont connu une hausse en février. Excluant les autos et l'essence, les ventes ont diminué de 0,2 % après une baisse de 0,1 % en janvier.

COMMENTAIRES

Alors que le consensus s'attendait à une légère croissance des ventes au détail, la chute de 0,6 % publiée ce matin est une bien mauvaise surprise. Il est de plus en plus évident que les conditions météorologiques difficiles auxquelles ont été exposées plusieurs régions des États-Unis depuis le début de l'hiver ont amené les consommateurs à demeurer à la maison. On le voit dans le recul de 0,6 % des ventes dans les services de restauration (alors que les ventes dans les épicereries ont progressé de 0,5 %). On remarque aussi une chute de 2,3 % des ventes auprès des centres de rénovation. Les ventes d'automobiles sont aussi plus faibles que prévu. Dans ce cas, outre le mauvais temps, les problèmes d'approvisionnement causés par le conflit de travail dans les ports de la côte Ouest peuvent avoir été un facteur négatif.

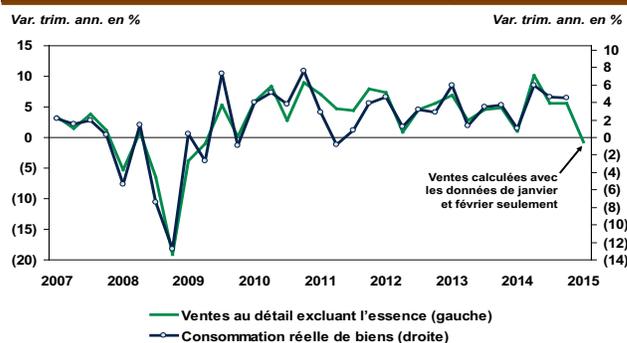
Implications : Les ventes au détail sont sur une tendance négative inquiétante. Puisque l'on croit que la météo joue un grand rôle dans ces contreperformances, on peut s'attendre à ce qu'un rebond survienne tôt ou tard. Si l'évolution de la consommation se rapproche de ce que suggèrent les indices de confiance et la croissance de l'emploi, le deuxième

Les ventes excluant les autos et l'essence sont sur une tendance décevante



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

Sans un rebond des ventes en mars, la croissance de la consommation réelle s'annonce très faible au premier trimestre



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

trimestre sera bien meilleur que ce que nous montrent jusqu'à maintenant les chiffres du début de 2015. En attendant, ces mauvais résultats ne font rien pour simplifier la tâche de la Réserve fédérale alors qu'elle semblait tentée de laisser tomber la notion de « patience » de son communiqué.

Francis Généreux
Économiste principal

François Dupuis

Vice-président et économiste en chef

Hélène Bégin

Économiste principale

Benoît P. Durocher

Économiste principal

Francis Généreux

Économiste principal

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