

14 avril 2015



ÉTATS-UNIS

Enfin une meilleure croissance des ventes au détail

FAITS SAILLANTS

- Les ventes au détail ont augmenté de 0,9 % en mars après un recul de 0,5 % en février. Les ventes d'automobiles ont bondi de 2,7 % après une chute de 2,1 %. Excluant les automobiles, les ventes ont progressé de 0,4 %.
- Outre les automobiles, plusieurs catégories de détaillants affichent une hausse de leurs ventes. Les plus fortes croissances proviennent des centres de rénovation, des magasins de meubles, des magasins de vêtements et des grands magasins.
- Les stations-services ont vu la valeur de leurs ventes diminuer de 0,6 % alors qu'une hausse était attendue. Excluant les autos et l'essence, les ventes ont augmenté de 0,5 % après avoir fléchi de 0,3 % en février.
- On observe des baisses des ventes dans les épicerie et les magasins de biens électroniques.

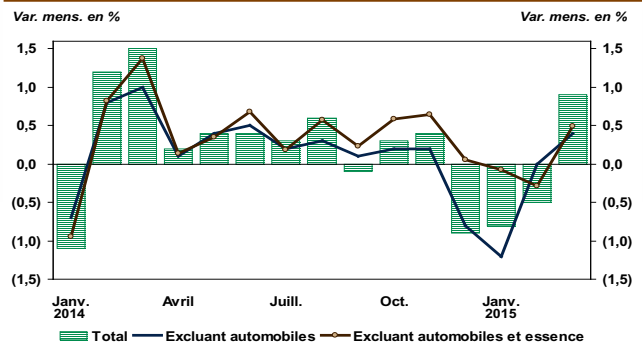
COMMENTAIRES

Un rebond des ventes était espéré après les résultats décevants publiés depuis la période des Fêtes. Ainsi, après trois mois consécutifs de reculs, les ventes ont enregistré une variation mensuelle positive en mars. Une grande partie du gain provient du secteur automobile. Depuis la forte croissance de novembre, les ventes d'autos étaient sur une tendance négative exacerbée par les conditions météorologiques défavorables et les problèmes d'approvisionnement issus du conflit de travail dans les ports de la côte Ouest. Les autos ont ainsi contribué de 0,5 point de pourcentage à la hausse des ventes au détail.

Les meilleures conditions météorologiques ont aussi fait en sorte que les ventes excluant les autos et l'essence ont rebondi. Cela se perçoit surtout dans les centres de rénovation, les magasins de vêtements et la restauration. On peut toutefois être déçu par la faiblesse des ventes des épicerie et de celle des magasins en ligne (-0,1 %). Les magasins de biens électroniques ont enregistré une cinquième baisse en six mois.

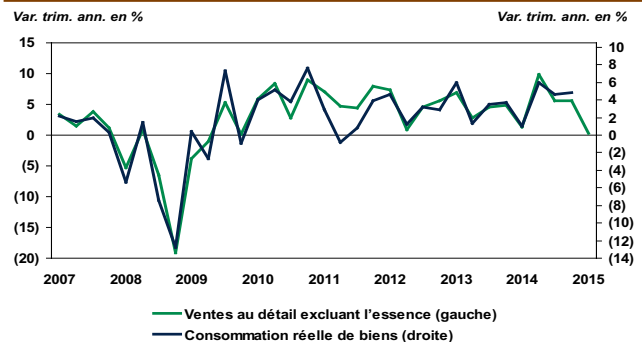
Implications : La consommation réelle se montrera faible sur l'ensemble du premier trimestre, mais les espoirs d'un

Une première croissance des ventes au détail depuis novembre



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

Malgré le rebond des ventes en mars, la croissance de la consommation réelle devait se montrer faible au premier trimestre



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

rebond au deuxième trimestre sont consolidés par la bonne performance des ventes en mars. De plus, on peut s'attendre à ce que l'accélération des ventes continue de se manifester au printemps alors que les consommateurs profiteront encore de la faiblesse des prix de l'essence et d'une bonne progression des revenus.

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