

12 février 2016



ÉTATS-UNIS

Les ventes au détail tiennent bon, mais la confiance se détériore légèrement

FAITS SAILLANTS

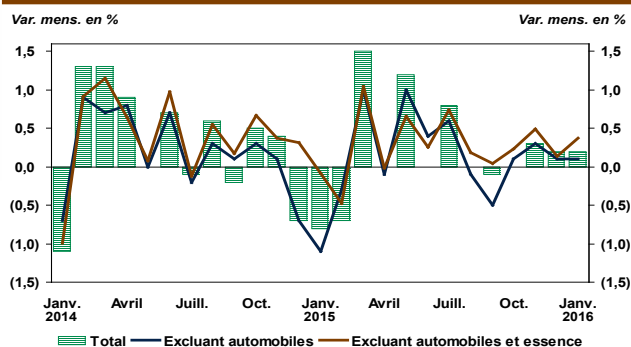
- Les ventes au détail ont augmenté de 0,2 % en janvier après un gain similaire en décembre (révisé de -0,1 %).
- Les ventes d'automobiles ont progressé de 0,6 %. Excluant les automobiles, les ventes sont en hausse de 0,1 %.
- Outre les automobiles, les ventes ont augmenté du côté des magasins de marchandises générales, des magasins en ligne ou par catalogue (*nonstore retailers*), des épiceries et des centres de rénovation.
- On observe de nouveau une forte baisse de la valeur des ventes auprès des stations-services. On remarque aussi des reculs du côté des grands magasins, des magasins associés aux loisirs, des centres de rénovation, des meubles et de la restauration. Excluant les autos et l'essence, les ventes ont augmenté de 0,4 %.
- La confiance des consommateurs a diminué selon la version préliminaire de février de l'indice de l'Université du Michigan. L'indice est passé de 92,0 en janvier à 90,7.

COMMENTAIRES

La croissance de 0,2 % des ventes au détail totales s'avère un peu plus forte que la prévision consensuelle qui s'établissait à 0,1 %. Le même constat se fait du côté des ventes excluant les automobiles et l'essence. La croissance n'est certes pas très forte, mais jumelée avec les révisions haussières des données de décembre, le constat est somme toute assez positif.

On remarque aussi que les principaux points de faiblesse des ventes en janvier proviennent de secteurs qui ont généralement bien progressé en décembre. Après un gain mensuel de 1,9 % en décembre, les ventes de magasins associées aux loisirs ont chuté de 2,1 %. La baisse de 0,5 % du côté de la restauration (le premier recul depuis janvier 2014) survient après un bond de 1,3 % en décembre qui était appuyé par une température très clémente. À l'inverse, les magasins en ligne, les grands magasins et les épiceries, qui ont tous diminué en décembre, ont mieux fait en janvier. On peut donc conclure que, sans être effarante, la tendance des ventes au détail demeure relativement bonne. D'ailleurs, la variation

Sans être extraordinaire, 2016 commence du bon pied pour les ventes au détail



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

annuelle des ventes excluant les autos et l'essence a atteint 3,8 % en janvier, le meilleur résultat depuis septembre.

La baisse de la confiance en février est plus décevante. L'indice du Michigan a ainsi perdu les gains effectués à la fin de l'automne pour revenir à son plus bas niveau depuis octobre. De plus, le recul provient davantage de la composante liée aux anticipations des ménages, qui laissent entrevoir l'évolution des dépenses de consommation. La baisse des prix de l'essence ne parvient donc pas à contrebalancer complètement le sentiment négatif qui s'est installé sur les marchés financiers.

Implications : La consommation des ménages tient bon. Toutefois, comme pour la confiance, elle ne semble pas beaucoup profiter de l'effet stimulant que devrait occasionner la baisse des prix de l'essence. Conjuguée aux problèmes que connaissent les marchés financiers depuis le début de l'année, la fragilité de l'humeur des ménages fera en sorte que la Réserve fédérale ne haussera pas à nouveau ses taux directeurs avant juin, au plus tôt.

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