

## ÉTATS-UNIS

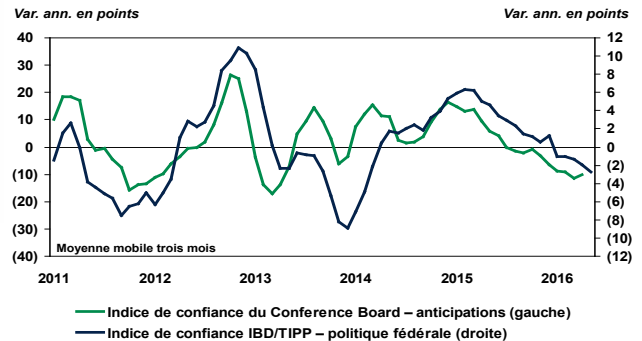
### La campagne électorale nuit-elle déjà à la confiance et l'économie?

Plusieurs facteurs militent pour une amélioration des indices de confiance des consommateurs aux États-Unis. Toutefois, celle-ci tarde à prendre un nouvel envol. On peut se demander si la longue campagne des primaires en vue des élections présidentielles du 8 novembre n'est pas un élément qui mine l'humeur des ménages.

L'indice de confiance des consommateurs américains du Conference Board a diminué en avril et le même constat s'applique pour l'autre indice phare, celui de l'Université du Michigan. Pourtant, la bonne tenue du marché du travail, incluant la baisse des demandes d'assurance-chômage jusqu'à des niveaux non observés depuis 1973, devrait faire en sorte que les ménages soient plutôt optimistes. Après les difficultés du début d'année, on remarque aussi que les principaux indices boursiers ont nettement pris du mieux. Bien qu'en remontée, les prix de l'essence demeurent très bas, aux alentours de 2 \$ US le gallon en moyenne nationale. Malgré ces éléments, la confiance demeure sur une tendance baissière depuis le début de 2015.

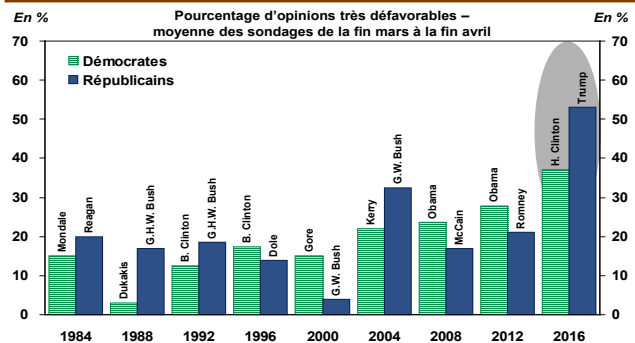
Certains facteurs peuvent aider à expliquer cette détérioration. Les inquiétudes concernant la vigueur de l'économie mondiale en sont un. Les craintes liées au terrorisme et la sécurité en sont un autre. Il semble que l'on peut aussi ajouter les préoccupations qui émergent de la campagne électorale en cours. Un autre indice de confiance, le IBD/TIPP Economic Optimism Index, sonde les ménages sur leur opinion concernant les politiques publiques fédérales. Cette composante de l'indice s'est nettement détériorée depuis le printemps de 2015. Si l'on compare la variation annuelle de cette composante avec celle de l'indice du Conference Board qui est liée aux anticipations des ménages, on remarque des mouvements baissiers nettement semblables. Une campagne électorale n'équivaut pas toujours à une détérioration de la confiance, du moins si loin de la date de l'élection. Toutefois, les candidats maintenant en avance semblent exacerber une certaine méfiance qui s'ajoute à celle envers la classe politique en général. À ce stade-ci de la campagne, Hillary Clinton chez les démocrates et Donald Trump chez les républicains affichent dans les sondages des sommets historiques d'opinions très défavorables.

#### Une partie de la détérioration récente de la confiance des ménages semble provenir des inquiétudes liées à la politique fédérale



Sources : Conference Board, TechnoMetrica Market Intelligence, Datastream et Desjardins, Études économiques

#### Les présumés candidats sont présentement très impopulaires



Sources : Harry Enten (fivethirtyeight.com) et Desjardins, Études économiques

**Implications :** La faiblesse de la confiance s'est reflétée dans une croissance modeste de la consommation au premier trimestre. Il reste maintenant à voir si le reste de la campagne électorale aura des répercussions négatives sur le climat économique. C'est un risque à surveiller.

**Francis Généreux**  
Économiste principal

**François Dupuis**  
Vice-président et économiste en chef

**Mathieu D'Anjou**  
Économiste principal

**Benoît P. Durocher**  
Économiste principal

**Francis Généreux**  
Économiste principal

**Jimmy Jean**  
Économiste principal

**Hendrix Vachon**  
Économiste senior

514-281-2336 ou 1 866 866-7000, poste 2336  
Courriel : [desjardins.economie@desjardins.com](mailto:desjardins.economie@desjardins.com)