

15 novembre 2011



ÉTATS-UNIS

Les ventes au détail progressent encore

FAITS SAILLANTS

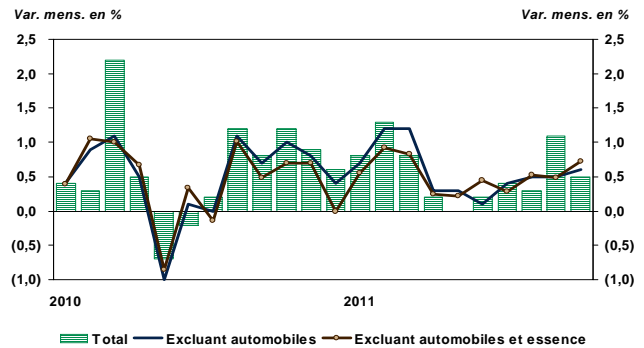
- Les ventes au détail ont augmenté de 0,5 % en octobre après une forte croissance de 1,1 % en septembre. Sur un an, les ventes sont en hausse de 7,2 %.
- Après un bond de 4,2 % en septembre, les ventes d'automobiles ont augmenté de 0,4 %. Excluant les automobiles, les ventes sont en hausse de 0,6 %.
- On observe de fortes hausses des ventes chez les magasins d'électronique, les centres de rénovation, les magasins associés aux loisirs et les épiceries.
- Les ventes des stations-services ont diminué de 0,4 %. Excluant les autos et l'essence, les ventes ont crû de 0,7 % après un gain de 0,5 % en septembre.
- Des baisses des ventes ont aussi été enregistrées du côté des magasins de meubles, des magasins de vêtements et des grands magasins.

COMMENTAIRES

Après une petite pause à la fin du printemps, les ventes au détail reprennent du mieux. Ainsi, la progression des dépenses des ménages continue d'aller de l'avant malgré les nombreux vents contraires qui affligent la conjoncture américaine. On sent d'ailleurs une divergence de plus en plus grande entre la faiblesse de la confiance des consommateurs, qui demeure près des creux obtenus pendant la récession, et la résilience des ventes au détail. Après la débâcle des indices liés à l'humeur des ménages, on aurait pu s'attendre à une contraction des ventes. Au contraire, elles ont plutôt augmenté de près de 2 % depuis juillet. Il reste maintenant à voir si les ventes des Fêtes, qui débiteront dès la semaine prochaine avec l'après-Thanksgiving, continueront sur cette lancée.

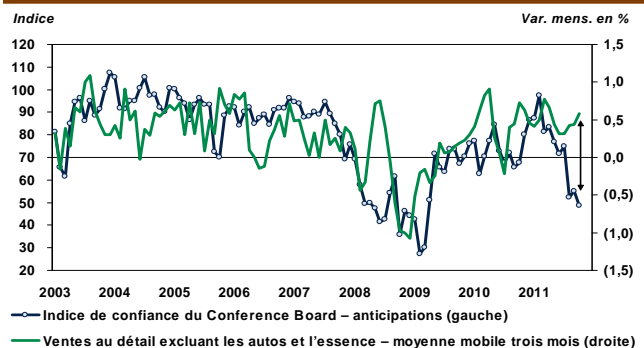
La hausse des ventes en octobre est assez généralisée parmi les types de détaillants. Même la baisse de certaines composantes, comme celle de 0,7 % dans les magasins de vêtements, peut être prise à la légère étant donné que les chiffres du mois précédent étaient généralement bons (+1,7 % pour les vêtements). La hausse de 3,7 % du côté des biens électroniques est assez étonnante; peut-être que ce bond provient

Les ventes au détail continuent de prendre du mieux



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

Les ventes divergent nettement de la confiance



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

en partie de la mise en marché de nouveaux produits, notamment chez Apple. Cet effet risque alors d'être éphémère.

Implications : Le dernier trimestre de 2011 débute bien pour les détaillants, malgré les risques posés par une faible confiance des ménages. Les dépenses de consommation devraient contribuer presque aussi fortement à la croissance du PIB réel du quatrième trimestre qu'elles l'ont fait l'été dernier.

Francis Généreux
Économiste principal

François Dupuis

Vice-président et économiste en chef

Yves St-Maurice

Directeur principal et économiste en chef adjoint

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