

Indice des Acheteurs™ PMI®
INFORMATIONS SENSIBLES RELATIVES AUX MARCHES
SOUS EMBARGO JUSQU'AU 5 JANVIER 2018 – 10:10 (heure française)

Indice PMI® IHS Markit sur le Secteur du Commerce de Détail Français

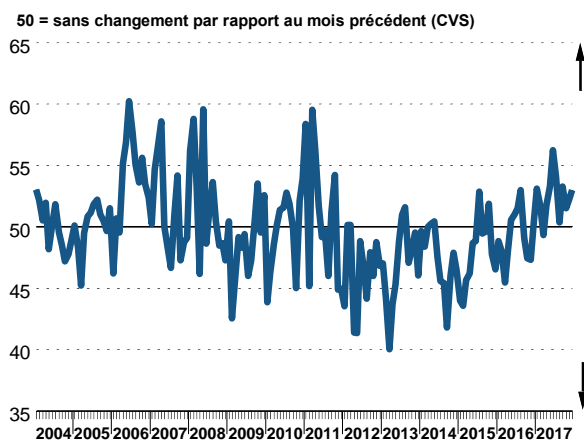
La croissance des ventes s'accélère dans le secteur du commerce de détail français en décembre

Informations clés :

- Plus forte hausse mensuelle des ventes depuis septembre dernier ...
- ... l'activité des détaillants continuant en revanche de diminuer sur une base annuelle.
- Le resserrement des marges brutes se poursuit sur fond de fortes tensions inflationnistes.

Données recueillies entre le 5 et le 19 décembre.

Graphique historique :



Source : IHS Markit

Résumé :

Le secteur du commerce de détail français enregistre des performances solides en cette fin d'année 2017, les ventes affichant en effet leur plus forte hausse mensuelle depuis septembre dernier. Le renforcement de la demande des consommateurs incite par ailleurs les détaillants français à augmenter leur activité achats ainsi que le niveau de leurs effectifs, ces deux mesures laissant espérer un maintien de la croissance dans les prochains mois. De fait, la confiance des

entreprises interrogées quant à leurs perspectives de ventes à un mois atteint un niveau élevé en décembre. D'autres variables de l'enquête s'orientent cependant de manière moins favorable : les ventes continuent en effet de reculer sur une base annuelle tandis que le resserrement des marges brutes se poursuit sous l'effet de fortes tensions inflationnistes.

L'Indice PMI® sur le Secteur du Commerce de Détail se redresse de 52.2 en novembre à 53.0, signalant une accélération de la croissance des ventes, qui atteint en effet l'un de ses plus hauts niveaux des 6 dernières années. L'activité des détaillants progresse en outre pour le 9^{ème} mois consécutif, prolongeant ainsi la plus longue période d'expansion observée depuis 2007.

Les ventes diminuent en revanche sur une base annuelle, et ce pour le 3^{ème} mois consécutif. Le taux de contraction affiche en outre un niveau conforme à sa moyenne de long terme, et le plus élevé de la phase de repli en cours.

Les ventes se révèlent inférieures aux objectifs des détaillants pour le 5^{ème} mois consécutif en décembre. Bien que l'écart entre prévisions et ventes réalisées soit le plus faible de cette période, il reste marqué.

Les entreprises se disent néanmoins confiantes quant à leurs perspectives d'activité à un mois, le degré d'optimisme relevé en décembre étant toutefois le plus faible depuis juillet dernier.

Interrogés sur les facteurs susceptibles de stimuler les ventes au cours des 3 prochains mois, les détaillants français mentionnent notamment une reprise économique, un fort degré de confiance des ménages, une hausse du pouvoir d'achat des consommateurs, et des mesures fiscales favorables.

En revanche, l'incertitude politique, une hausse des impôts, le risque d'attentats, une baisse du pouvoir

d'achat des consommateurs, des grèves et un climat social défavorable pourraient, selon eux, freiner l'activité.

Les marges brutes des détaillants diminuent de nouveau en décembre, prolongeant ainsi la tendance observée depuis janvier 2017. Toutefois, s'il demeure marqué, le taux de contraction affiche son plus bas niveau de la période de repli des marges en cours (à égalité avec juillet 2017).

Les prix moyens des achats augmentent pour le 39^{ème} mois consécutif en décembre. Bien que l'inflation ralentisse pour le 2^{ème} mois consécutif, son taux demeure l'un des plus marqués de l'année 2017.

Le raffermissement de la demande clients observé au cours du mois incite les détaillants français à augmenter leur activité achats en décembre, inversant ainsi la tendance observée les 2 mois précédents.

Les commerçants français renforcent également leurs effectifs en décembre, l'emploi progressant

ainsi pour le 8^{ème} mois consécutif. Le taux de création de postes s'établit en outre à un niveau très proche du record atteint en juillet dernier.

Alex Gill, Economiste à IHS Markit, société produisant l'enquête PMI® sur le secteur du commerce de détail français, commente ainsi les derniers résultats de l'enquête :

« L'année 2017 s'achève sur une note positive dans le secteur du commerce de détail français, les ventes, l'emploi et l'activité achats progressant par rapport au mois de novembre. L'optimisme des détaillants, qui anticipent une amélioration de la confiance des consommateurs ainsi qu'une hausse de leur pouvoir d'achat, reste en outre élevé, tendance suggérant un probable maintien de la hausse des ventes à court terme. L'activité des détaillants recule toutefois sur une base annuelle en décembre, témoignant d'un environnement commercial toujours fragile. »

-Fin-

Pour de plus amples informations, veuillez contacter :

IHS Markit

Alex Gill, Economiste
Téléphone : +44-1491-461-015
Email : alex.gill@ihsmarkit.com

Joanna Vickers
Téléphone : +44-20-7260-2234
Email : joanna.vickers@ihsmarkit.com

Séverine Laudouar
Téléphone : +44-1491-461-094
Email : severine.laudouar@ihsmarkit.com

Notes aux rédacteurs :

PMI™ est un acronyme pour Purchasing Managers' Index, un type d'enquête initialement développé pour suivre la situation des affaires dans le secteur manufacturier. Ces enquêtes étant maintenant effectuées également dans les secteurs des services, de la construction et du commerce de détail, l'acronyme est devenu un terme générique pour décrire la méthodologie utilisée par IHS Markit pour ces enquêtes.

Le succès de ces enquêtes repose sur leur capacité à fournir un guide rapide et fiable de ce qui se passe en temps réel dans l'économie d'un mois à l'autre.

Pour le PMI du Commerce de Détail français, IHS Markit a recruté un panel d'entreprises représentatif du secteur du commerce de détail. Ses participants comprennent aussi bien des chaînes de magasins de la grande distribution que des détaillants plus modestes, ceci afin d'assurer une représentation équilibrée de la véritable structure du secteur du commerce de détail français. De même, la répartition géographique et la répartition des participants à l'enquête selon le type de marchandises vendues sont contrôlées afin d'assurer une représentation exacte.

IHS Markit s'assure que la structure ne se modifie pas avec le temps et que le nombre de réponses est suffisamment élevé pour permettre de générer des informations économiques fiables.

La collecte des informations s'opère par le biais de questionnaires à remplir durant la seconde quinzaine de chaque mois.

Le pourcentage des entreprises signalant une amélioration, une détérioration ou aucun changement pour chaque variable de l'enquête, est converti en un "indice de diffusion", pour chacune des variables. Les indices de diffusion varient entre 0 et 100. Un chiffre égal à 50.0 signale qu'il n'y a aucun changement par rapport au mois précédent, un chiffre supérieur à 50.0 signale une croissance par rapport au mois précédent et un chiffre inférieur à 50.0 signale une contraction. Plus l'écart à 50.0 est important et plus le taux de variation indiqué est élevé.

La méthodologie comprend la pondération automatique de chaque réponse dans l'enquête, ceci afin de s'assurer que le poids de chacune des réponses sur la valeur finale est proportionnel à la taille de l'entreprise participante.

Chaque fois que cela est opportun, les indices sont corrigés des variations saisonnières pour tenir compte des variations normalement attendues à la période considérée. IHS Markit ne revient pas sur les données de ses enquêtes après publication. Toutefois, si nécessaire,

les facteurs de variation saisonnière peuvent être occasionnellement révisés, ce qui peut occasionnellement entraîner une modification de l'indice désaisonnalisé. Les résultats initiaux (obtenus avant ajustement des facteurs de variation saisonnière), les premiers résultats désaisonnalisés publiés ainsi que les données révisées publiées ultérieurement sont à la disposition de nos abonnés. Pour de plus amples informations, veuillez nous contacter à : economics@ihsmarkit.com.

L'utilisation de la méthodologie de l'indice de diffusion permet de pouvoir comparer directement les résultats du PMI (Purchasing Managers' Index - Indice Des Acheteurs) du Commerce de Détail avec ceux du PMI d'autres secteurs, tels que le secteur de l'industrie manufacturière, celui des services et celui de la construction.

À propos de IHS Markit (www.ihsmarkit.com)

IHS Markit (Nasdaq : INFO) est l'un des leaders mondiaux de l'information, des études et conseils destinés aux grandes industries et principaux marchés stimulant la croissance économique à travers le monde. Ces informations critiques, outils d'analyse et solutions de nouvelle génération, utilisés par les entreprises, les acteurs de la finance et les gouvernements, visent à renforcer leur efficacité opérationnelle et à leur procurer les connaissances nécessaires à la prise de décisions éclairées. IHS Markit, dont le siège social est basé à Londres, compte au nombre de ses clients plus de 50 000 entreprises clés et gouvernements, y compris 85 % des 500 plus grandes entreprises du monde (selon le classement du magazine Fortune) et les principales institutions financières mondiales. IHS Markit est engagé dans une stratégie de croissance à la fois rentable et durable.

IHS Markit est une marque commerciale de IHS Markit Ltd. Les autres dénominations d'entreprise et noms de produits peuvent constituer des marques commerciales de leurs propriétaires respectifs © 2018 IHS Markit Ltd. Tous droits réservés.

À propos du PMI

Aujourd'hui disponibles dans plus de 40 pays et régions clés dont l'Eurozone, les Indices des Acheteurs™ PMI® sont à ce jour les enquêtes de conjoncture suscitant le plus d'attention dans le monde. Indicateurs mensuels de tendances économiques précis, actualisés et souvent uniques, ils bénéficient d'une haute réputation auprès des banques centrales, des marchés financiers et des décideurs. Pour de plus amples informations, veuillez consulter www.markit.com/product/pmi.

Les droits de propriété intellectuelle attachés à l'Indice PMI® sur le secteur français du commerce de détail sont détenus en pleine propriété ou sous licence par IHS Markit. Toute utilisation non autorisée, incluant, et sans que cette liste ne soit limitative, la reproduction, la distribution, la transmission ou tout autre mode de représentation des données, sans autorisation préalable de IHS Markit, est interdite. La responsabilité de IHS Markit ne saurait être engagée en raison du contenu de ce rapport et de l'information qu'il présente ("données"), des erreurs, inexactitudes, omissions ou retards dans les données, ou de toute action entreprise sur le fondement du présent document. IHS Markit ne peut en aucun cas être tenu pour responsable des dommages, particuliers, directs ou indirects, pouvant résulter de l'utilisation des données. Purchasing Managers' Index® et PMI® sont des marques commerciales de Markit Economics Limited ou sont utilisés sous licence par Markit Economics Limited. IHS Markit est une marque commerciale de IHS Markit Ltd.

Si vous ne souhaitez plus recevoir les communiqués de presse de IHS Markit, veuillez envoyer un email à l'adresse suivante : joanna.vickers@ihsmarkit.com. Pour consulter notre politique de confidentialité, [cliquer ici](#).