

**Indice des Acheteurs™ PMI®**  
**INFORMATIONS SENSIBLES RELATIVES AUX MARCHES**  
**SOUS EMBARGO JUSQU'AU 7 MAI 2018 – 10:10 (heure française)**

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

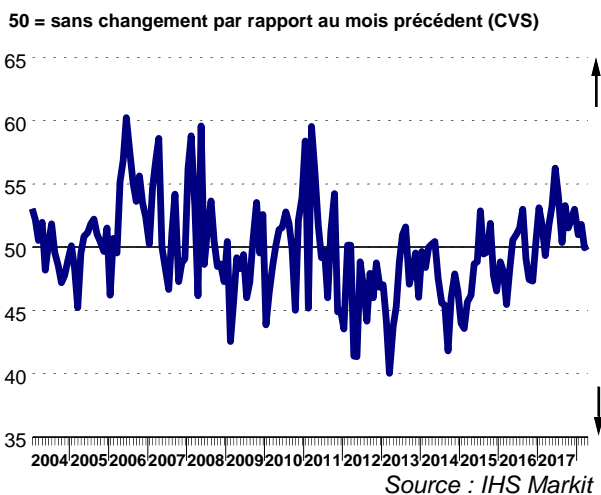
### Nouvelle stagnation des ventes en avril dans le secteur du commerce de détail français

#### Informations clés :

- Les ventes mensuelles des détaillants français enregistrent une croissance nulle en avril.
- Plus fort repli des stocks depuis septembre 2013.
- Plus faible croissance de l'emploi depuis 5 mois.

Données recueillies entre le 12 et le 26 avril.

#### Indice PMI IHS Markit sur le Secteur du Commerce de Détail français :



#### Résumé :

Le secteur du commerce de détail a de nouveau stagné en avril, les commerçants français signalant un volume de ventes quasiment identique au mois dernier. L'activité des détaillants a en revanche augmenté sur une base annuelle, les ventes ne progressant toutefois que marginalement par rapport à avril 2017. Cet affaiblissement de la demande clients par rapport au mois de mars a contribué à un nouveau ralentissement des

créations d'emplois tandis que le volume des achats s'est replié pour le 3<sup>ème</sup> mois consécutif. Les prix des achats ont toutefois continué d'augmenter, entraînant un nouveau resserrement des marges brutes.

L'Indice PMI® sur le Secteur du Commerce de Détail ne se redresse que très légèrement par rapport au niveau du sans-changement (50.0) enregistré en mars, s'inscrivant à 50.1 en avril et signalant ainsi une quasi-stagnation des ventes dans le secteur.

A l'inverse de la tendance mensuelle, les ventes ont progressé sur une base annuelle après avoir stagné en mars. Les dernières données de l'enquête ne mettent toutefois en évidence qu'une très faible hausse de l'activité des détaillants par rapport à avril 2017.

Les ventes se sont révélées inférieures aux objectifs des détaillants pour le 9<sup>ème</sup> mois consécutif en avril. Si l'écart entre prévisions et ventes réalisées se réduit très légèrement par rapport à celui enregistré en mars, il reste toutefois élevé.

Les détaillants français sont cependant restés optimistes quant à leurs perspectives de ventes à un mois, le degré de confiance se repliant toutefois par rapport au pic de près de 11 ans enregistré en mars et affichant son plus faible niveau de l'année en cours.

Interrogés sur les facteurs susceptibles de stimuler les ventes au cours des 3 prochains mois, les détaillants français mentionnent notamment la fin des grèves, la coupe du monde de football, la confiance des ménages, une bonne conjoncture économique et une baisse des impôts.

En revanche, les risques d'attentat, un recul du pouvoir d'achat des consommateurs, la poursuite des grèves et de mauvaises conditions météorologiques pourraient, selon eux, freiner l'activité.

Les prix moyens des achats ont augmenté pour le quarante-troisième mois consécutif, en avril, dans le secteur du commerce de détail français. Le taux d'inflation se replie toutefois légèrement par rapport au mois dernier, continuant ainsi d'afficher un niveau inférieur à la moyenne enregistrée depuis le début de la période d'inflation en cours.

Les détaillants français signalent un nouveau resserrement de leurs marges brutes en avril. En léger repli toutefois par rapport au mois dernier, le taux de contraction reste inférieur à sa moyenne de long terme.

La quasi-stagnation des ventes observée en avril a incité les détaillants français à réduire leur activité achats pour le 3<sup>ème</sup> mois consécutif. La contraction s'accélère en outre par rapport au mois dernier et affiche son rythme le plus marqué depuis septembre 2013.

Les commerçants français ayant fait preuve de prudence en matière de recrutement, la hausse des effectifs a ralenti pour le 4<sup>ème</sup> mois consécutif en avril. Le taux de création de postes se replie ainsi à un niveau marginal, le plus faible depuis novembre.

**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 :

*« Les ventes mensuelles des commerçants français ont stagné pour un deuxième mois consécutif en avril, un résultat décevant compte tenu de la hausse des dépenses de consommation enregistrée pendant la majeure partie de l'année 2017.*

*L'emploi a enregistré sa plus faible croissance depuis 5 mois, tandis que les stocks de marchandises destinées à la revente se sont repliés au cours du mois, le taux de contraction atteignant son plus haut niveau depuis septembre 2013. L'évolution de ces deux indicateurs témoigne d'une plus grande circonspection des détaillants français dans la gestion opérationnelle de leur activité. En effet, si les commerçants restent optimistes quant à leur volume d'activité futur, la stagnation des dépenses de consommation a entraîné un fort repli de la confiance par rapport au mois dernier. »*

-Fin-

## Pour de plus amples informations, veuillez contacter :

### IHS Markit

Alex Gill, Economiste  
Téléphone : +44-1491-461-015  
Email : [alex.gill@ihsmarkit.com](mailto:alex.gill@ihsmarkit.com)

Joanna Vickers  
Téléphone : +44-20-7260-2234  
Email : [joanna.vickers@ihsmarkit.com](mailto:joanna.vickers@ihsmarkit.com)

Séverine Laudouar  
Téléphone : +44-1491-461-094  
Email : [severine.laudouar@ihsmarkit.com](mailto: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](mailto: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](http://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 <https://ihsmarkit.com/products/pmi.html>.

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](mailto:joanna.vickers@ihsmarkit.com). Pour consulter notre politique de confidentialité, [cliquer ici](#).