

Indice des Acheteurs™ PMI®
INFORMATIONS SENSIBLES RELATIVES AUX MARCHES
SOUS EMBARGO JUSQU'AU 6 JUILLET 2017 – 10:10 (heure française)

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

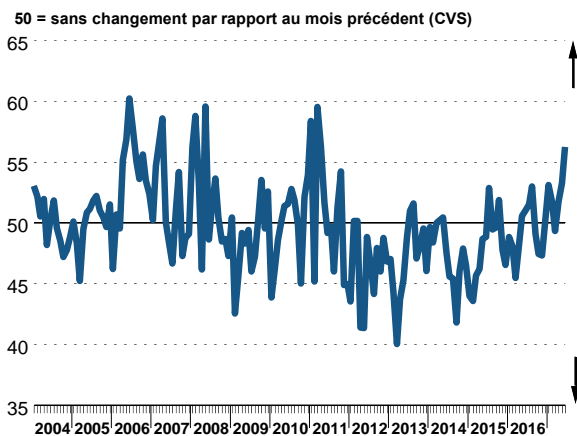
Plus forte hausse des ventes depuis plus de 6 ans dans le secteur du commerce de détail français en juin

Informations clés :

- Troisième hausse consécutive des ventes sur une base mensuelle.
- Plus forte croissance de l'emploi depuis le lancement de l'enquête il y a 13 ans et demi.
- Les ventes dépassent les objectifs des détaillants pour la première fois depuis janvier 2008.

Données recueillies entre le 12 et le 28 juin.

Graphique historique :



Résumé :

Ce communiqué de presse contient les résultats mensuels de l'enquête sur le commerce de détail en France menée en juin par IHS Markit auprès d'un panel de 300 détaillants. L'indice titre, l'Indice PMI® sur le Secteur du Commerce de Détail, mesure les variations des ventes sur une base mensuelle.

Les ventes augmentent pour le 3^{ème} mois consécutif sur une base mensuelle dans le secteur du

commerce de détail français, la hausse enregistrée en juin étant en outre la plus marquée depuis plus de 6 ans. L'activité progresse également sur une base annuelle, le taux d'expansion atteignant en outre son plus haut niveau depuis avril 2011 (à égalité avec juillet 2015). La hausse de la demande ne suffit toutefois pas à enrayer une nouvelle baisse des marges brutes au cours du mois, celle-ci reflétant notamment un maintien de l'inflation des prix de gros. Les détaillants français n'en renforcent pas moins leur activité achats ainsi que le niveau de leurs effectifs. L'emploi enregistre en effet sa plus forte croissance depuis le lancement de l'enquête, il y a 13 ans et demi.

L'Indice PMI® sur le Secteur du Commerce de Détail se redresse de 53.3 en mai à 56.3, signalant ainsi la plus forte croissance mensuelle des ventes depuis avril 2011. Les répondants faisant état d'un renforcement de leur activité au cours du mois l'attribuent notamment à une hausse du niveau de la fréquentation et à la mise en œuvre d'offres promotionnelles.

Les ventes progressent en outre sur une base annuelle, après s'être légèrement repliées le mois dernier. Cette dernière croissance annuelle des ventes est en outre l'une des deux plus marquées depuis 74 mois (à égalité avec celle observée en juillet 2015).

Pour la première fois depuis février 2008, les détaillants français signalent en juin des ventes supérieures à leurs objectifs.

Les entreprises se disent en outre confiantes quant à leurs perspectives d'activité à 1 mois, le degré d'optimisme restant en outre élevé et se renforçant légèrement par rapport à mai.

Interrogés sur les facteurs susceptibles de stimuler les ventes au cours des 3 prochains mois, les détaillants français mentionnent notamment des réformes gouvernementales, une conjoncture

économique stable et favorable, une hausse du pouvoir d'achat et les effets bénéfiques du changement de gouvernement sur la confiance des ménages.

En revanche, l'échec des nouvelles politiques gouvernementales, une baisse du pouvoir d'achat, le risque d'attentat et un climat social agité pourraient, selon eux, freiner l'activité.

Les marges brutes des détaillants diminuent pour le 6^{ème} mois consécutif en juin, les fortes pressions concurrentielles poussant les détaillants français à accorder des remises de prix afin de préserver leurs parts de marché.

Les prix moyens des achats continuent d'augmenter au cours de la dernière période d'enquête. L'inflation s'accélère en outre par rapport au mois dernier, son taux demeurant toutefois inférieur à sa moyenne historique.

L'accélération de la croissance des ventes incite les détaillants français à augmenter leur activité achats, la hausse observée en juin étant en outre la plus marquée depuis avril 2011.

Enfin, la croissance de l'emploi se poursuit en juin et affiche un niveau record. Le taux de création de postes se redresse en effet à son plus haut niveau depuis janvier 2004, date du lancement de l'enquête.

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 dernières données de l'enquête marquent la fin d'un excellent trimestre pour le secteur du commerce de détail français. A 53.8, la moyenne de l'Indice PMI sur l'ensemble du deuxième trimestre indique la plus forte croissance trimestrielle des ventes depuis le premier trimestre 2011, faisant ainsi écho aux tendances enregistrées dans l'industrie manufacturière et dans le secteur des services.

Si les ventes augmentent à un rythme soutenu sur une base mensuelle comme annuelle en juin, le resserrement des marges se poursuit, tendance reflétant une nouvelle augmentation des prix de gros, conjuguée à une stratégie de remise de prix chez de nombreux détaillants.

L'emploi enregistre en juin sa plus forte croissance depuis le début de l'enquête, tendance qui devrait contribuer à une nouvelle amélioration de la demande des ménages. La hausse du pouvoir d'achat des consommateurs figure en effet parmi les facteurs que les détaillants interrogés jugent susceptibles de favoriser la croissance des ventes dans les prochains mois. »

-Fin-

Pour de plus amples informations, veuillez contacter :

IHS Markit

Alex Gill, Economiste

Téléphone : +44-1491-461-015

Email : alex.gill@ihsmarkit.com

Séverine Laudouar

Téléphone : +44-1491-461-094

Email : severine.laudouar@ihsmarkit.com

Joanna Vickers

Téléphone : +44-20-7260-2234

Email : joanna.vickers@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 © 2017 IHS Markit Ltd. Tous droits réservés.

À propos du PMI

Aujourd'hui disponibles dans plus de 30 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](#).