

Indice des Acheteurs™ PMI®
INFORMATIONS SENSIBLES RELATIVES AUX MARCHES
SOUS EMBARGO JUSQU'AU 7 NOVEMBRE 2017 – 10:10 (heure française)

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

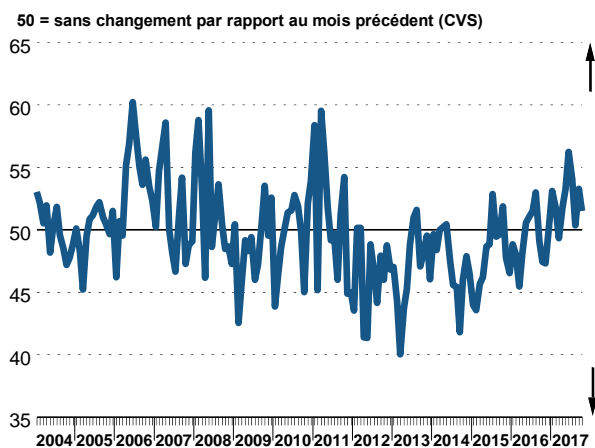
La croissance des ventes ralentit dans le secteur du commerce de détail français en octobre

Informations clés :

- La croissance mensuelle des ventes ralentit par rapport au mois dernier.
- L'activité des détaillants diminue sur une base annuelle.
- Plus forte inflation des prix des achats depuis plus de 4 ans.

Données recueillies entre le 12 et le 27 octobre.

Graphique historique :



Source : IHS Markit

Résumé :

Ce communiqué de presse contient les résultats mensuels de l'enquête sur le commerce de détail en France menée en octobre 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.

La croissance mensuelle des ventes du secteur du commerce de détail français perd de la vigueur en

ce début de 4^{ème} trimestre 2017. L'activité des détaillants repart en outre à la baisse sur une base annuelle après la brève progression observée le mois dernier. Parallèlement, les prix de gros enregistrent leur plus forte hausse depuis août 2013, tendance contribuant à une nouvelle diminution des marges brutes au cours du mois. Le ralentissement de la demande clients entraîne en outre une modération du rythme des créations d'emplois dans le secteur tandis que le degré d'optimisme des détaillants quant à leurs perspectives de ventes à 1 mois affiche son plus bas niveau depuis 3 mois.

L'Indice PMI® sur le Secteur du Commerce de Détail se replie de 53.3 en septembre à 51.5, signalant ainsi un ralentissement de la croissance mensuelle des ventes. Les répondants faisant état d'une progression de leur activité en octobre l'attribuent notamment à des conditions météorologiques favorables et aux opérations promotionnelles.

Après avoir augmenté par rapport à septembre 2016 le mois dernier, les ventes repartent en revanche à la baisse sur une base annuelle. Le taux de contraction affiche en outre un niveau relativement élevé, restant toutefois inférieur à sa moyenne de long terme.

Les ventes se révèlent inférieures aux objectifs des détaillants pour le 3^{ème} mois consécutif en octobre. L'écart entre prévisions et ventes réalisées se creuse par rapport à celui enregistré le mois dernier et affiche un niveau élevé.

Parallèlement, si les entreprises se disent de nouveau confiantes quant à leurs perspectives d'activité à 1 mois, le degré d'optimisme se replie par rapport à septembre et affiche son plus bas niveau depuis juillet.

Interrogés sur les facteurs susceptibles de stimuler les ventes au cours des 3 prochains mois, les

détaillants français mentionnent notamment un fort degré de confiance des consommateurs et une hausse de leur pouvoir d'achat, la solidité de la conjoncture économique et des mesures fiscales favorables.

En revanche, un climat social agité, le risque d'attentats, des mesures fiscales défavorables et une baisse du pouvoir d'achat pourraient, selon eux, freiner l'activité.

Les marges brutes des détaillants diminuent pour le 10^{ème} mois consécutif en octobre, le taux de contraction se renforçant en outre par rapport au mois dernier. Selon les entreprises interrogées, ce dernier resserrement des marges résulte de fortes pressions concurrentielles, conjuguées à une hausse des prix des achats.

Les prix moyens des achats continuent d'augmenter au cours de la dernière période d'enquête, portant l'actuelle période d'inflation à 37 mois. La hausse des prix de gros observée en octobre est en outre la plus marquée depuis août 2013, le taux d'inflation se redressant ainsi au-dessus de sa moyenne historique.

Le ralentissement de la croissance des ventes incite les détaillants français à réduire leur activité achats en octobre, le taux de contraction n'étant

cependant que marginal. Cette mesure marque néanmoins la fin de 6 mois consécutifs de hausse de la valeur des marchandises destinées à la revente.

Les effectifs continuent d'augmenter en octobre dans le secteur du commerce de détail français, le taux de création de postes se repliant toutefois à son plus bas niveau de l'actuelle période de croissance de l'emploi, entamée il y a 6 mois.

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 :

« La croissance mensuelle des ventes ralentit en ce début de quatrième trimestre dans le secteur du commerce de détail français. La modération de la demande des consommateurs incite les commerçants à limiter les embauches, la création d'emploi ralentissant ainsi au cours du mois. Les détaillants réduisent en outre leur activité achats pour la première fois depuis mars dernier, mesure s'expliquant en partie par une forte accélération de l'inflation des prix de gros. Parallèlement, le climat restant très compétitif dans le secteur, le resserrement des marges se poursuit. »

-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 © 2017 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](#).