

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

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

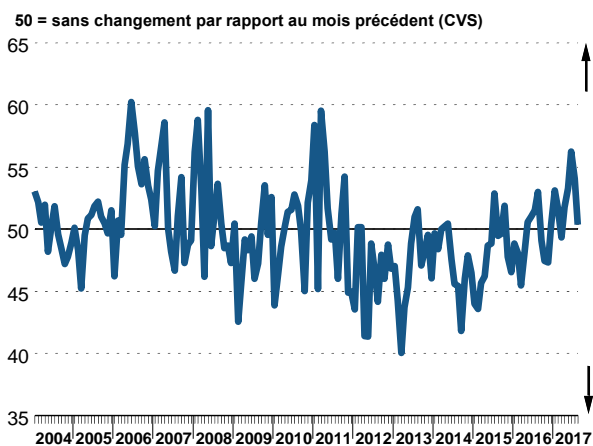
Ralentissement de la croissance des ventes dans le secteur du commerce de détail français en août

Informations clés :

- La croissance des ventes ralentit fortement sur une base mensuelle.
- Forte baisse de l'activité des détaillants sur une base annuelle.
- Les effectifs continuent d'augmenter au cours du mois.

Données recueillies entre le 11 et le 29 août.

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 août 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 des ventes ralentit en ce milieu de 3^{ème} trimestre dans le secteur du commerce de

détail français, la hausse des ventes observée en août étant nettement moins marquée que celle du mois dernier. L'activité des détaillants recule en outre fortement sur une base annuelle, inversant ainsi la tendance enregistrée les 2 mois précédents. Malgré le ralentissement des ventes, les commerçants continuent d'augmenter leurs effectifs à un rythme soutenu. Reflétant les fortes pressions concurrentielles s'exerçant dans le secteur ainsi qu'une hausse des prix de gros, la contraction des marges s'accélère par rapport au mois de juillet.

L'Indice PMI® sur le Secteur du Commerce de Détail se replie de 54.1 en juillet à 50.4, signalant ainsi un très net ralentissement de la croissance mensuelle des ventes. Les répondants faisant état d'une progression de leurs ventes en août l'attribuent notamment à une hausse de la fréquentation de leurs établissements, tandis que ceux signalant une baisse mentionnent des conditions météorologiques défavorables.

Parallèlement, les ventes diminuent par rapport à celles réalisées en août 2016. Le taux de contraction annuel est en outre marqué, atteignant en effet son plus haut niveau depuis octobre dernier.

Après avoir, à contre-courant de la tendance de long terme, dépassé les prévisions en juin et en juillet, les ventes se révèlent de nouveau inférieures aux objectifs des détaillants en août. L'écart entre prévisions et ventes réalisées est en outre marqué.

Parallèlement, les entreprises se disent de nouveau confiantes quant à leurs perspectives d'activité à 1 mois. Le degré d'optimisme se redresse en outre par rapport à juillet et atteint un niveau élevé.

Interrogés sur les facteurs susceptibles de stimuler les ventes au cours des 3 prochains mois, les détaillants français mentionnent notamment des conditions météorologiques favorables, des

réformes gouvernementales, un climat social apaisé, une hausse du pouvoir d'achat des consommateurs ainsi qu'une forte affluence touristique pendant l'arrière-saison.

En revanche, le risque d'attentat, l'absence de réformes gouvernementales, un climat social agité, des conditions météorologiques défavorables et une baisse du pouvoir d'achat pourraient, selon eux, freiner l'activité.

Les marges brutes des détaillants diminuent pour le 8^{ème} mois consécutif en août, tendance reflétant la hausse des prix des achats ainsi que de fortes pressions concurrentielles. Se renforçant par rapport au mois de juillet, le taux de contraction affiche en outre un niveau élevé.

Les prix moyens des achats continuent d'augmenter au cours de la dernière période d'enquête. Le taux d'inflation reste quasiment stable par rapport au mois dernier, restant ainsi inférieur à sa moyenne historique.

Le ralentissement de la croissance des ventes des détaillants français se traduit en août par une moindre augmentation de la valeur des marchandises achetées. Le taux d'expansion se replie en effet à son plus bas niveau de l'actuelle période de hausse de l'activité achats, entamée il y a 5 mois.

L'emploi progresse pour le 4^{ème} mois consécutif en août dans le secteur du commerce de détail français. Le taux de création de postes reste en outre proche du niveau record atteint le mois 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 :

« La croissance ralentit fortement en ce milieu de troisième trimestre dans le secteur du commerce de détail français, les ventes n'enregistrant qu'une hausse marginale par rapport au mois dernier. Ces dernières données PMI sont particulièrement décevantes après les très bons résultats observés depuis le mois de mai. »

Les données relatives à l'emploi restent néanmoins encourageantes. Les effectifs des détaillants continuent en effet d'augmenter à un rythme soutenu, le taux de création de postes ne fléchissant que très légèrement par rapport au niveau record atteint en juillet. Toutefois, en l'absence d'un raffermissement prochain de la demande des consommateurs, une modération de la croissance de l'emploi apparaît très probable à court terme. »

-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](#).