

Indice des Acheteurs™ PMI[®]
INFORMATIONS SENSIBLES RELATIVES AUX MARCHES
SOUS EMBARGO JUSQU'AU 4 AOÛT 2017 – 10:10 (heure française)

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

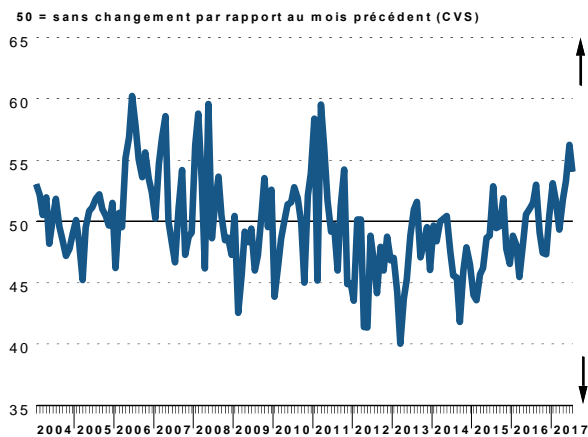
La croissance record de l'emploi enregistrée en juillet dans le secteur du commerce de détail français reflète la forte hausse des ventes

Informations clés :

- Nouvelle hausse soutenue des ventes sur une base mensuelle...
- ... contribuant à la plus forte croissance de l'emploi depuis le lancement de l'enquête en 2004.
- Les ventes dépassent les objectifs des détaillants pour le deuxième mois consécutif.

Données recueillies entre le 12 et le 27 juillet.

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 juillet 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 conjoncture reste très favorable en juillet dans le

secteur du commerce de détail français, les ventes continuant d'augmenter à un rythme soutenu sur une base mensuelle, malgré une modération du taux de croissance par rapport au mois dernier. L'activité des détaillants progresse également sur une base annuelle, ce pour le 2^{ème} mois consécutif. Le raffermissement de la demande incite les commerçants français à recruter du personnel supplémentaire, les effectifs enregistrant ainsi leur plus forte hausse depuis le début de l'enquête. Parallèlement, l'inflation des prix de gros se poursuit et contribue à un nouveau resserrement des marges brutes des détaillants sur la même période.

L'Indice PMI[®] sur le Secteur du Commerce de Détail se replie de 56.3 en juin à 54.1, signalant ainsi un léger ralentissement de la croissance mensuelle des ventes après le pic de 74 mois atteint le mois dernier. Les ventes continuent toutefois de progresser, les répondants attribuant notamment le renforcement de leur activité à des conditions météorologiques favorables et à une amélioration de la confiance des consommateurs.

Les ventes progressent également sur une base annuelle en juillet, le taux d'expansion fléchissant toutefois légèrement par rapport au mois dernier.

Les détaillants français continuent de signaler des ventes supérieures à leurs objectifs en juillet, prolongeant ainsi la tendance observée pour la première fois depuis février 2008 au cours du mois de juin. L'écart positif entre prévisions et ventes réalisées est en outre le plus marqué depuis plus de 10 ans.

Pour le 6^{ème} mois consécutif, les entreprises se disent confiantes quant à leurs perspectives d'activité à un mois. Le degré d'optimisme se replie toutefois par rapport à juin et affiche son plus bas niveau de ces 6 derniers mois.

Interrogés sur les facteurs susceptibles de stimuler

les ventes au cours des 3 prochains mois, les détaillants français mentionnent notamment des réformes gouvernementales, les baisses d'impôts, un recul du chômage, un fort degré de confiance des ménages ainsi qu'une hausse du pouvoir d'achats des consommateurs.

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

Les marges brutes des détaillants diminuent pour le 7^{ème} mois consécutif en juillet, tendance reflétant la hausse des prix des achats ainsi que les remises de prix accordées aux clients. Restant relativement stable par rapport au mois de juin, le taux de contraction n'affiche toutefois qu'un niveau modéré.

Les prix moyens des achats continuent d'augmenter au cours de la dernière période d'enquête. L'inflation ralentit cependant par rapport au mois dernier, son taux restant ainsi inférieur à sa moyenne historique.

La forte croissance des ventes incite les détaillants français à augmenter leur activité achats pour le 4^{ème} mois consécutif, à un rythme toutefois modéré. La hausse observée en juillet est en effet la plus faible depuis avril dernier.

La croissance de l'emploi se poursuit en juillet, le taux de création de postes se redressant en outre 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 :

« La reprise du secteur du commerce de détail français se poursuit en ce début de troisième trimestre, comme en témoignent les dernières données PMI qui signalent une nouvelle hausse mensuelle des ventes en juillet. Bien que le taux d'expansion de l'activité des détaillants se replie par rapport au pic de plusieurs années enregistré en juin, les indicateurs de l'enquête suggèrent un maintien de la croissance au cours des prochains mois.

Parmi les bons résultats de l'enquête, on relèvera particulièrement les données sur l'emploi, celles-ci signalant une nouvelle hausse marquée des effectifs en juillet. Cette tendance fait écho à celles enregistrées dans le secteur des services et dans l'industrie manufacturière, les enquêtes relatives à ces deux secteurs ayant également mis en évidence de fortes créations de postes au cours du mois. Cette croissance généralisée de l'emploi devrait entraîner un raffermissement de la demande sur le marché français et soutenir ainsi les ventes des détaillants dans les mois à venir. »

-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](#).