

SEMAINE TERMINÉE LE 5 DÉCEMBRE 2025

Carol Schleif, CFA, SASB-FSA
Stratège en chef du marché

Magasinage des Fêtes : bon présage ou signe avant-coureur de déception?

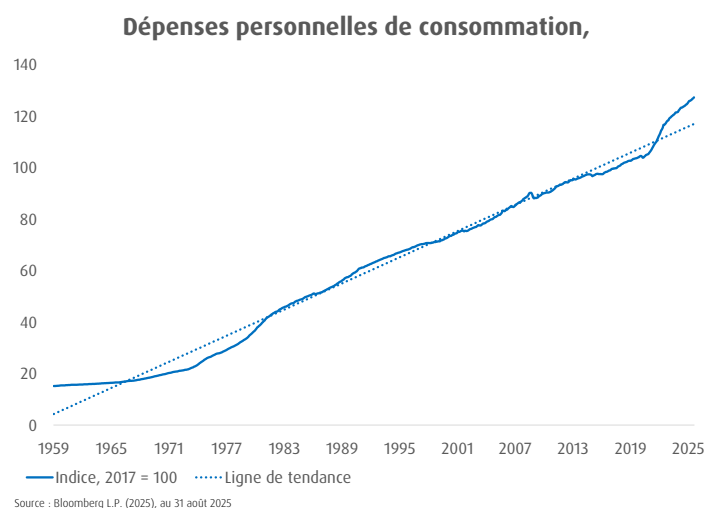
« Les consommateurs ont vidé leur portefeuille pour les Fêtes, mais pas leur entrain. »

– Mark Mathews, économiste en chef, National Retail Federation

Le fil conducteur : La déterminante période de magasinage des Fêtes bat son plein et les consommateurs sont à l'affût des aubaines. De leur côté, les investisseurs s'efforcent de discerner les thèmes susceptibles de les aider à prédire la trajectoire pour 2026, la consommation jouant un rôle prédominant dans l'économie et dans les affaires des entreprises.

Noël s'en vient

À titre d'observateurs de longue date du secteur de la vente au détail et des biens de consommation, nous pouvons affirmer en toute confiance que, comme chaque année à cette période, les experts commencent à se tordre les mains et suggèrent qu'on ferait aussi bien d'annuler les Fêtes parce que les consommateurs ne dépenseront pas. « Noël n'arrivera pas parce que X, Y ou Z se serrent la ceinture », disent-ils ABSOLUMENT TOUS LES ANS. Pourtant, comme par magie, les Fêtes arrivent toujours et les consommateurs dépensent toujours. Parfois de façon extravagante. Parfois avec extrême prudence. Parfois, les gens se ruent sur LE jouet que tout le monde s'arrache (poupée Cabbage Patch, Elmo Chatouille-moi, Nintendo Switch, ça vous rappelle quelque chose?). Parfois, la tendance est aux services, aux cartes-cadeaux et aux chandails tricotés main. Mais en fin de compte, on peut toujours compter sur la consommation dans l'ensemble; elle est juste plus ou moins vigoureuse.



Un Vendredi fou qui dure cinq jours

Tout porte à croire que les consommateurs feront très attention cette année : polarisation politique croissante, confiance en berne, va-et-vient des tarifs douaniers et insécurité grandissante de l'emploi, autant de facteurs exacerbés par le tourbillon des tribunes sur les réseaux sociaux.

Or, selon les résultats préliminaires du sondage SpendingPulse de Mastercard, les ventes totales de cette première fin de semaine (veille de l'Action de grâce, Vendredi fou, samedi PME et Cyberlundi) ont augmenté de plus de 4 % sur 12 moisⁱ. Il est important de noter que la hausse globale de 4 % n'est que modérément supérieure au taux d'inflation actuel d'environ 3 %. La National Retail Federation estime que plus de 200 millions de personnes se sont rendues dans des magasins physiques pendant la longue fin de semaine et que le total pour l'ensemble de la saison dépassera légèrement 1 000 milliards de dollars, soit environ 4 % de plus que l'an dernierⁱⁱ.

Selon Adobe Inc., les ventes en ligne ont enregistré une hausse encore plus marquée (d'environ 9 %) au cours de ces cinq jours pour atteindre un peu plus de 44 milliards de dollarsⁱⁱⁱ. Pour mettre les choses en perspective, la journée des célibataires en Chine, qui a lieu en novembre, a généré le triple des ventes des États-Unis, en totalisant plus de 150 milliards de dollars^{iv}. (La Journée des célibataires, qui a lieu chaque année le 11 novembre, vise à célébrer les personnes seules et à encourager la consommation.)

Observations préliminaires

Le Vendredi fou marque le début officiel de la période de magasinage des Fêtes. Pour de nombreux détaillants, c'est également à cette date que le compte de pertes et profits passe du rouge au vert. Comme les dépenses de consommation génèrent 70 % du PIB, la vigueur relative de cette période est importante non seulement pour les détaillants, mais aussi pour l'économie en général. Selon les premières indications, les consommateurs dépensent bel et bien, mais en se montrant plus prudents, stratégiques et méthodiques que lors des années passées. Nous notons également de légères différences selon les groupes d'âge qui méritent d'être analysées.

D'une part :

- De plus en plus de consommateurs affirment avoir un plan (quand et où magasiner pour profiter au maximum des réductions et des promotions éclaircies) et/ou un budget, et s'y tenir scrupuleusement.
- Les données préliminaires montrent que l'importance des réductions offertes (qui sont largement similaires à celles de l'an dernier, en s'élevant à environ 30 % en moyenne) n'était pas particulièrement alléchante^v. De plus, contrairement aux habitudes, il n'y a pas eu de réductions plus importantes lors du Cyberlundi (en particulier sur les anciens modèles d'appareils électroniques et de consoles de jeux), ce qui a frustré bon nombre de personnes.

- La liste de magasinage des consommateurs ne comporte que peu de produits vedettes, voire aucun, bien que certains soient prêts à mettre le prix pour les obtenir, en raison de leur exclusivité perçue, de leur qualité ou de leur exécution attrayante. Il s'agit par exemple de vêtements en cachemire, de parfums, de nouveaux styles de jeans, de montres de luxe (la photo de fiançailles de Taylor Swift a propulsé les petites montres Cartier au sommet de la liste de souhaits de nombreux membres de la génération Z) et du rouge à lèvres LVMH à 160 \$.
- Les jeunes, c'est-à-dire la génération Y (nés entre 1981 et 1996) et Z (1997-2012), sont de plus en plus susceptibles d'utiliser l'IA pour trouver des idées et organiser leurs achats. Sur les réseaux sociaux, les influenceurs orientent de plus en plus les décisions d'achat.
- **Fait à signaler, les membres de la génération Z et leurs jeunes frères et sœurs plus (génération Alpha, qui commence à peu près à partir de 2013) préfèrent faire leurs achats en personne**, quoiqu'en gardant leur appareil en main. Il est donc peut-être prématuré d'annoncer la mort des centres commerciaux et des magasins, surtout si ceux-ci s'attachent à offrir de nombreuses activités et expériences connexes attrayantes (restaurants, cinémas, parcs d'attractions, murs d'escalade, courts de tennis léger). Ces jeunes lanceurs de tendances sont enclins à rechercher des vêtements d'occasion et autres articles rétro. Ils sont également prêts à payer cher pour des sacs à main de designers connus pour conserver leur valeur à la revente, tout en aimant la mode rapide.

D'autre part :

- Cette année, l'écart entre l'Action de grâce aux États-Unis et Noël est l'un des plus courts possibles (27 jours contre 33), de sorte qu'il y a une fin de semaine de moins pour magasiner et que l'activité est donc comprimée. Cela exerce des pressions sur les consommateurs, qui sont déjà épuisés par une année émotionnellement éprouvante, et qui sont souvent débordés entre leurs exigences professionnelles et familiales. Les consommateurs veulent des opérations qui se fassent facilement et une proposition de valeur attrayante pour effectuer des achats.
- **Les détaillants doivent accorder plus d'attention que jamais à la gestion des stocks, à la logistique de la chaîne d'approvisionnement et à l'exécution**, étant donné les rebondissements incessants de la guerre commerciale et l'évolution et du comportement des consommateurs. De nombreux détaillants ont constitué leurs stocks tôt ou entre les hausses et les renversements des tarifs douaniers. Si les goûts changent rapidement pendant la saison et que les consommateurs délaissent un produit ou au contraire s'enthousiasment pour un autre, les commerçants risquent de ne pas pouvoir réagir assez vite.
- Cependant, le secteur a l'habitude de ces aléas, après avoir surmonté les défis des cinq dernières années.

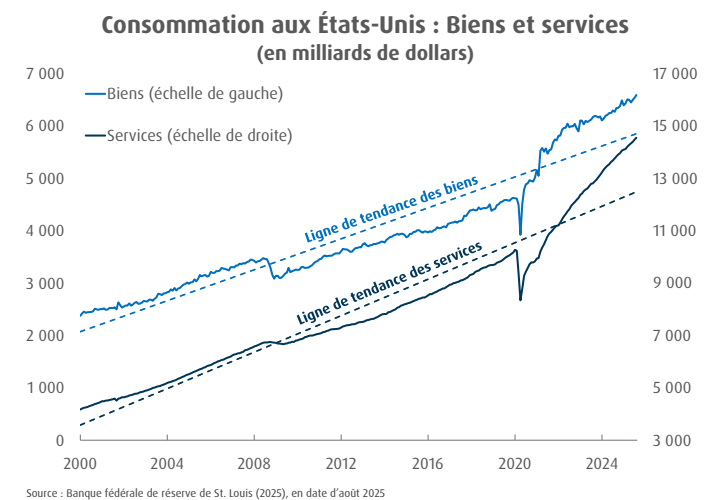
Volonté et capacité des consommateurs à dépenser

La propension des consommateurs à dépenser est influencée par leur confiance à l'égard de leur situation d'emploi. La faiblesse du taux de chômage a du mal à convaincre lorsque les réductions d'effectifs ciblées se multiplient, en particulier parmi les emplois de bureau les mieux rémunérés. Pour ne rien arranger, les manchettes ne cessent de clamer que l'IA va détruire les emplois. L'inquiétude grandit, comme en témoigne la détérioration des indices de confiance. Sur le plan économique, les consommateurs sont

- **lassés du niveau des prix** qui demeure nettement plus élevé qu'avant la pandémie. Remarque : *La Réserve fédérale américaine aura beau abaisser ses taux, les prix ne reviendront jamais aux niveaux d'avant la pandémie.*
- **inquiets à l'idée que les prix puissent encore monter** en raison des tarifs douaniers, du regroupement au sein de l'industrie ou des perturbations de la chaîne d'approvisionnement.
- **habités à dépenser plus** en biens et services comme avant la pandémie (graphique). Les différentes mesures d'aide financière durant la pandémie COVID-19, la réduction des frais d'emploi et d'autres programmes, comme l'annulation du remboursement des prêts étudiants, ont globalement

stimulé les fonds discrétionnaires. **Il est extrêmement difficile de réduire des dépenses qui sont devenues habituelles, ce qui donne lieu à une sorte de dissonance cognitive qui se manifeste dans les sondages sur la confiance mentionnés ci-dessus.** Le recours accru aux mécanismes d'achat à crédit et l'accroissement des soldes des comptes de cartes de crédit sont peut-être symptomatiques d'une tentative de maintenir un style de vie nouvellement acquis.

Les changements apportés aux lois fiscales par la loi OBBB devraient donner lieu à des remboursements d'impôt plus élevés pour beaucoup de gens l'an prochain. Bon nombre de personnes profiteront de l'exonération d'impôt sur les pourboires, les heures supplémentaires et les prestations de sécurité sociale, ainsi que du retrait des plafonds relatifs aux impôts locaux et d'État (déductions). On ne sait cependant pas si ces allègements compenseront la hausse des coûts liée à la reprise du remboursement des prêts étudiants depuis l'été dernier.



Exécution nécessaire de la part des commerçants

Les consommateurs font des recherches avant de visiter un centre commercial ou de mettre un article dans le panier d'un site de commerce électronique. Ils exigent une qualité et une valeur élevées, des caractéristiques dont la perception est sans contredit très personnelle (et très influençable). Le commerce de détail a toujours été un secteur difficile et à forte intensité capitalistique. L'activité est désormais confrontée à des défis croissants en raison de l'imprévisibilité des échanges commerciaux, des politiques, de la réglementation et de l'immigration. Les marges sont comprimées par l'augmentation des coûts et la capacité limitée de répercuter ces hausses. Les magasins doivent rester au fait des tendances générales et de celles dictées par les influenceurs. Ils doivent surveiller les ventes et les coûts ainsi que les flux des réseaux sociaux (demandez à Disney, Target ou Anheuser-Busch). Néanmoins, **les entreprises qui peuvent s'adapter et changer de cap rapidement prospèrent. Les investisseurs de Wall Street font preuve d'une grande capacité à repérer et à récompenser les entreprises qui sont en mesure de surprendre et de ravir constamment les clients.**

Répercussions pour les investisseurs

Lorsque les marchés financiers oscillent, certains investisseurs ont tendance à se réfugier dans les titres de la consommation – en particulier les biens de consommation de base – parce qu'ils croient que ces sociétés peuvent prospérer dans toutes les conjonctures économiques. Les valorisations sont toutefois élevées et les résultats des entreprises sont tout aussi divergents que ceux de l'économie. Faire preuve d'agilité dans l'exécution est plus difficile dans le contexte actuel. Ces entreprises ont besoin de capital humain, physique et financier pour rester à la fine pointe. Nous croyons que les consommateurs continueront de dépenser, comme ils le font depuis des décennies, tant durant les périodes fastes que durant les déclinés. Toutefois, servir un segment de clientèle bien informé, exigeant et à pressé exige une exécution astucieuse et de la détermination.

Sous les projecteurs en Amérique du Nord

Jon Borchardt, *analyste principal*

George Trapkov, *CFA, vice-président et gestionnaire de portefeuille*

Cette semaine

Les consommateurs américains se sentent festifs – Les ventes des Fêtes commencent du bon pied, selon le chef de la direction de la National Retail Federation (NRF), Matthew Shay. Durant la semaine du Cyberlundi, un nombre record de 202,9 millions d'acheteurs ont visité des sites de commerce électronique et des magasins traditionnels, ce qui est largement supérieur aux prévisions de 186,9 millions de la NRF et au-dessus des 197 millions de l'an dernier. Les dépenses en ligne ont augmenté de 9 % sur 12 mois, tandis que les détaillants physiques ont enregistré une hausse de 3 % par rapport à 2024. Salesforce a fait état d'une hausse moyenne de 7 % des prix de vente en ligne par rapport aux niveaux du Vendredi fou de 2024. Même si les chiffres de ventes ayant fait les manchettes pour la semaine du Cyberlundi ont été solides, il convient de noter qu'une part importante de la hausse globale peut être attribuable à la combinaison d'un plus grand nombre d'acheteurs et de prix de vente moyens plus élevés.

Le PIB du Canada montre une vigueur inattendue – Au troisième trimestre, il a été beaucoup plus élevé que prévu, rebondissant à un taux annuel de 2,6 %, soit deux points complets de plus que l'estimation initiale de Statistique Canada et le consensus. Cette hausse a été en partie compensée par une baisse encore plus importante au deuxième trimestre, soit de -1,8 % (contre -1,6 %), et par une première estimation pessimiste pour octobre de -0,3 % (non annualisée). Enfin, même la croissance globale spectaculaire au troisième trimestre s'accompagne d'une mise en garde, car elle est en grande partie attribuable à la vigueur des exportations nettes (surtout des faibles importations) et non à la vigueur sous-jacente des dépenses. Compte tenu des nombreuses variables de ce rapport, le fort rebond de la croissance globale au troisième trimestre est probablement le facteur le plus important et devrait faire taire les rumeurs de récession pour le moment. L'équipe Études économiques de BMO s'attend à un taux de croissance du PIB réel de 1,4 % pour 2026 (l'hypothèse du budget fédéral était de 1,2 %). Pour la Banque du Canada, il y a de nombreux messages contradictoires, mais les perspectives globales sont meilleures que prévu, ce qui l'incitera fortement à rester sur la touche pour la réunion du mois prochain.

Le déficit canadien s'améliore – Le déficit du compte courant du Canada s'est amélioré pour s'établir à 9,7 milliards de dollars canadiens au troisième trimestre, après un déficit record de 21,6 milliards de dollars canadiens au deuxième trimestre. Cette amélioration découle du rétrécissement du déficit du commerce des biens, après que l'incertitude liée aux tarifs douaniers s'est dissipée par rapport à son sommet au deuxième trimestre. Les exportations ont donc augmenté, tirées par l'énergie et les biens de consommation. La balance commerciale des services s'est améliorée pour atteindre un excédent de 0,5 milliard de dollars canadiens par rapport au déficit de 0,7 milliard de dollars canadiens au deuxième trimestre, principalement en raison de l'excédent plus important dans les services commerciaux. L'excédent des services de voyage a peu varié, les Canadiens ayant dépensé moins d'argent à l'étranger (tant aux États-Unis qu'ailleurs dans le monde), alors que les voyageurs internationaux (y compris les étudiants) ont dépensé moins d'argent au Canada. Le compte courant s'est amélioré par rapport à un deuxième trimestre difficile, mais la mesure la plus large du commerce restera sous pression, tandis que l'incertitude commerciale demeure élevée, d'autant plus que les négociations entre le Canada et les États-Unis demeurent en suspens.

Le marché de l'emploi américain continue de montrer des signes de ralentissement – Selon le rapport sur l'emploi publié en novembre par l'entreprise de traitement de la paie ADP, le secteur privé a supprimé 31 700 emplois en novembre. Cela fait suite à un gain révisé à la hausse de 47 000 emplois en octobre et se compare à un gain prévu d'environ 10 000 emplois pour novembre. Sur le plan sectoriel, les pertes d'emplois ont été généralisées. Le secteur manufacturier, les services professionnels et aux entreprises ainsi que l'information ont été les trois secteurs les plus durement touchés, puisqu'ils ont perdu environ 64 000 emplois au total. Ce résultat alimente les préoccupations quant à l'incidence potentielle des tarifs douaniers et de l'intelligence artificielle sur le marché du travail. Les suppressions d'emplois étaient disproportionnellement concentrées dans le segment des petites entreprises : 118 600 employés ont perdu leur poste auprès d'entreprises employant moins de 50 personnes. Par contre, les entreprises de taille moyenne à grande ont ajouté 86 900 emplois nets. L'économiste en chef d'ADP, la D^{re} Nela Richardson, a fait remarquer que « l'embauche a été houleuse ces derniers temps, les employeurs étant confrontés à des consommateurs prudents et à un contexte macroéconomique incertain ». La bonne nouvelle pour ceux qui conservent leur emploi, c'est que la croissance moyenne des salaires a dépassé le taux d'inflation, avec une hausse de 4,4 %, tandis que les personnes qui changent d'emploi ont vu leur salaire augmenter en moyenne de 6,3 %. Les probabilités d'une réduction des taux lors de la réunion de la Réserve fédérale américaine en décembre ont augmenté après que le rapport d'ADP a fait pencher la balance dans le débat sur le double mandat qui implique le marché de l'emploi et l'inflation.

Le secteur manufacturier américain continue d'éprouver des difficultés – L'indice des directeurs d'achats du secteur manufacturier de novembre de l'Institute for Supply Management (ISM) s'est établi à 48,2. Il s'agit du neuvième mois consécutif au cours duquel l'indice se situe sous la barre des 50, signe d'une contraction de l'ensemble des données fondamentales du secteur. Les nouvelles commandes et les carnets de commandes ont chuté à un rythme accéléré, et les prix payés ont augmenté plus rapidement. La hausse des taux de production a contribué à une accumulation non intentionnelle des stocks, ce qui indique que la demande ne suit pas le rythme de la production. Ces données fondamentales négatives ont entraîné un 10^e mois consécutif de baisse de l'emploi dans le secteur. Les répondants au sondage de l'ISM ont souligné les obstacles liés aux tarifs douaniers et à l'incertitude économique.

En revanche, l'indice des directeurs d'achats du secteur manufacturier américain de S&P Global s'est établi à 52,2 en novembre, ce qui est supérieur à la prévision consensuelle médiane de Bloomberg, qui s'établissait à 51,9. La confiance des entreprises s'est améliorée, ce qui a entraîné une augmentation de l'embauche et de la production, ainsi que des plans d'investissements futurs. Malgré l'annonce positive, l'économiste en chef à S&P Global Market Intelligence Chris Williamson a déclaré : « plus on gratte la surface, plus la santé du secteur manufacturier américain devient préoccupante. » Les stocks de produits finis augmentent, les tarifs douaniers continuent d'être un obstacle parce que les prix ne sont pas en mesure de compenser les pressions sur les coûts, et les commandes à l'exportation continuent de se contracter.

La semaine prochaine

Les principaux événements de la semaine seront les décisions des banques centrales des deux pays en matière de taux d'intérêt, ainsi que les données sur l'emploi aux États-Unis, qui avaient été mises de côté.

Lundi 8 décembre – Rien de prévu

Mardi 9 décembre – Indice d'optimisme de la NFIB et postes vacants pour octobre aux États-Unis

Mercredi 10 décembre – Décision sur les taux et conférence de presse du FOMC, indice des coûts d'emploi et budget fédéral aux États-Unis | Décision sur les taux et conférence de presse de la Banque du Canada

Jedi 11 décembre – Demandes initiales de prestations d'assurance-emploi aux États-Unis | Balance commerciale au Canada

Vendredi 12 décembre – Permis de construire, utilisation de la capacité et ventes du secteur manufacturier au Canada

Fiche des données au 3 décembre 2025

Rendements totaux du marché boursier						
	Niveau au 3 décembre 2025	Cumul hebdo à ce jour	Cumul annuel à ce jour	2024	2023	2022
S&P 500	6 850	0,0 %	17,8 %	25,0 %	26,3 %	-18,1 %
NASDAQ	23 454	0,4 %	22,2 %	29,6 %	44,7 %	-32,5 %
DOW	47 883	0,4 %	14,4 %	15,0 %	16,2 %	-6,9 %
Russell 2000	2 512	0,5 %	14,0 %	11,5 %	16,9 %	-20,5 %
S&P/TSX	31 161	-0,7 %	29,1 %	21,7 %	11,8 %	-5,8 %
MSCI EAEO	10 323	0,3 %	27,7 %	3,8 %	18,2 %	-14,5 %
MSCI Marchés émergents	748	0,5 %	30,3 %	7,5 %	9,8 %	-20,1 %
Rendements totaux du marché obligataire						
		Cumul hebdo à ce jour	Cumul annuel à ce jour	2024	2023	2022
Bloomberg U.S. Aggregate		-0,1 %	7,3 %	1,3 %	5,5 %	-13,0 %
Bloomberg U.S. Treasury		-0,2 %	6,4 %	0,6 %	4,1 %	-12,5 %
Bloomberg U.S. Corporate		-0,2 %	7,8 %	2,1 %	8,5 %	-15,8 %
Bloomberg U.S. High Yield		0,1 %	8,1 %	8,2 %	13,4 %	-11,2 %
Bloomberg 1-10 Year Munis		0,0 %	4,8 %	0,9 %	4,5 %	-4,7 %
Bloomberg Canada Aggregate		-0,6 %	3,1 %	4,0 %	6,5 %	-11,3 %
Bloomberg Canada Treasury		-0,6 %	2,2 %	2,9 %	5,0 %	-9,9 %
Bloomberg Canada Corporate		-0,4 %	4,6 %	6,9 %	8,2 %	-9,5 %
Rendement des obligations d'État						
	3 décembre 2025	Fin du dernier mois	Fin du dernier trimestre	2024	2023	2022
Bon du Trésor américain 10 ans	4,06 %	4,02 %	4,15 %	4,57 %	3,88 %	3,88 %
Obligation Canada 10 ans	3,22 %	3,15 %	3,18 %	3,23 %	3,11 %	3,30 %
Obligation Royaume-Uni 10 ans	4,45 %	4,44 %	4,70 %	4,56 %	3,53 %	3,66 %
Bund allemand 10 ans	2,75 %	2,69 %	2,71 %	2,36 %	2,02 %	2,57 %
Obligation Japon 10 ans	1,89 %	1,81 %	1,64 %	1,09 %	0,61 %	0,41 %
Devises et actifs réels						
	Niveau au 3 décembre 2025	Cumul hebdo à ce jour	Cumul annuel à ce jour	2024	2023	2022
Indice USD	98,85	-0,6 %	-8,9 %	7,1 %	-2,1 %	8,2 %
CAD-USD	0,72 \$	0,2 %	3,1 %	-7,9 %	2,3 %	-6,7 %
Bitcoin	93 722,09 \$	3,1 %	0,0 %	120,5 %	157,0 %	-64,3 %
Or	4 203,08 \$	-0,9 %	60,1 %	27,2 %	13,1 %	-0,3 %
Pétrole (WTI)	58,95 \$	0,7 %	-17,8 %	0,1 %	-10,7 %	6,7 %

* Les analyses comparatives ne reflètent pas le rendement réel des placements, mais les résultats de l'indice sous-jacent mentionnés. On ne peut pas investir directement dans un indice. Les définitions des indices se trouvent à la fin de la présente publication.

Définition des indices

Indices boursiers

L'**indice S&P 500^{MD}** est un indice d'actions de sociétés américaines à grande capitalisation. Il comprend 500 sociétés de premier plan et couvre environ 80 % de la capitalisation boursière disponible.

L'**indice composé NASDAQ** est un indice pondéré en fonction de la capitalisation boursière de plus de 3 000 actions ordinaires cotées à la bourse du Nasdaq.

Le **Dow Jones Industrial Average (« DOW »)** est une moyenne pondérée en fonction du cours de 30 actions importantes négociées à la Bourse de New York et au Nasdaq.

L'**indice Russell 2 000^{MD} (« Russell 2 000^{MD} »)** est un indice non géré qui mesure le rendement des 2 000 plus petites sociétés américaines de l'indice Russell 3 000^{MD}.

L'**indice S&P/TSX** est un indice boursier pondéré en fonction de la capitalisation qui reproduit le rendement des plus grandes sociétés cotées à la principale bourse du Canada, la Bourse de Toronto (« TSX »).

L'**indice MSCI EAE0 (Indice des marchés développés – Europe, Australasie et Extrême-Orient)** est un indice standard non géré de titres étrangers qui représente les principaux marchés boursiers non américains, sous la surveillance de Morgan Stanley Capital International. Il est représentatif des grandes et moyennes sociétés des pays de 21 marchés développés du monde entier, à l'exception des États-Unis et du Canada.

L'**indice MSCI Marchés émergents** est un indice pondéré en fonction de la capitalisation boursière représentatif de la structure de marché des pays émergents d'Europe, d'Amérique latine, d'Afrique, du Moyen-Orient et d'Asie. Avant le 1^{er} janvier 2002, les rendements de l'indice MSCI Marchés émergents étaient présentés avant déduction des retenues d'impôt.

Indices de titres à revenu fixe

L'**indice Bloomberg Barclays U.S. Aggregate Bond** est un indice non géré qui couvre le marché des obligations américaines à taux fixe de catégorie investissement, y compris les titres d'État et de créance, les titres de transfert de créances hypothécaires émis par des organismes publics, les titres adossés à des créances mobilières et les titres de créances hypothécaires commerciales.

L'**indice Bloomberg U.S. Treasury** est un indice non géré qui comprend un large éventail d'obligations du Trésor américain et qui est considéré comme représentatif du rendement global des obligations du Trésor américain.

L'**indice Bloomberg U.S. Corporate Bond** mesure le rendement du marché des obligations de sociétés imposables à taux fixe de qualité investissement. Il comprend des titres libellés en dollars américains émis par des émetteurs américains et non américains des secteurs de l'industrie, des services publics et des services financiers.

L'**indice Bloomberg U.S. Corporate High Yield** est un indice non géré qui couvre le marché des obligations de sociétés à taux fixe imposables, de qualité inférieure et libellées en dollars américains. Un titre est considéré à rendement élevé si la moyenne des notes qui lui sont attribuées par Moody's, Fitch et S&P est inférieure ou égale à Ba1/BB+.

L'**indice Bloomberg 1-10 Year Blend Municipal Bond** est un indice pondéré en fonction de la valeur marchande qui couvre les composantes courte et intermédiaire de l'indice Bloomberg Capital Municipal Bond, un indice non géré, pondéré en fonction de la valeur marchande, qui couvre le marché obligataire américain de catégorie investissement exempt d'impôt.

L'**indice Bloomberg Canada Aggregate Bond** mesure le rendement du marché des obligations imposables à taux fixe de catégorie investissement libellées en dollar canadien. Il comprend des titres du Trésor, des obligations gouvernementales et des obligations de sociétés.

L'**indice Bloomberg Canada Aggregate Bond – Treasury** est la sous-composante « Trésor » de l'indice Bloomberg Canada Aggregate Bond, qui mesure le marché des obligations de catégorie investissement, libellées en dollars canadiens, à taux fixe et imposables.

L'**indice Bloomberg Canada Aggregate Bond – Corporate** est la sous-composante « sociétés » de l'indice Bloomberg Canada Aggregate Bond, qui mesure le marché des obligations de catégorie investissement, libellées en dollars canadiens, à taux fixe et imposables.



Les renseignements contenus dans le présent document sont fondés sur des sources comme les rapports des émetteurs, les services statistiques et les communications d'entreprise. Nous les estimons fiables sans toutefois en garantir l'exactitude ni l'exhaustivité. Les opinions exprimées dans le présent document sont purement ponctuelles et peuvent changer en tout temps. BMO Gestion privée n'est pas responsable des pertes pouvant découler de l'utilisation du présent commentaire. Les informations, opinions, prévisions, projections et autres éléments contenus dans ce document ne doivent pas être considérés comme une offre de vente, une sollicitation ou une offre d'achat de produits ou de services qui y sont mentionnés (y compris, sans s'y limiter, des produits de base, des titres ou d'autres instruments financiers), et ces informations, opinions, prévisions, projections et autres éléments ne doivent pas être considérés comme un conseil en matière de placement ou de fiscalité ou comme une recommandation quant à la conclusion d'une quelconque opération, ni comme une assurance ou une garantie en ce qui concerne les résultats d'une quelconque opération. Vous ne devriez pas agir sur la foi de ces renseignements ni vous y fier sans avoir obtenu les conseils d'un professionnel compétent.

BMO Gestion privée est un nom de marque du groupe d'exploitation qui comprend la Banque de Montréal et certaines de ses sociétés affiliées qui offrent des produits et des services de gestion privée. Les produits et les services ne sont pas tous offerts par toutes les entités juridiques au sein de BMO Gestion privée. Les services bancaires sont offerts par l'entremise de la Banque de Montréal. Les services de gestion de placements, de planification de patrimoine, de planification fiscale et de planification philanthropique sont offerts par BMO Nesbitt Burns Inc. et BMO Gestion privée de placements Inc. Les services de garde de valeurs ainsi que les services successoraux et fiduciaires sont offerts par la Société de fiducie BMO. Les services et les produits d'assurance sont offerts par l'intermédiaire de BMO Services conseils en assurances et planification successorale Inc., une filiale en propriété exclusive de BMO Nesbitt Burns Inc. Les entités juridiques de BMO Gestion privée n'offrent pas de conseils fiscaux. Si vous êtes déjà un client de BMO Nesbitt Burns Inc., veuillez communiquer avec votre conseiller en placement pour obtenir plus de précisions. BMO Nesbitt Burns Inc. est membre du Fonds canadien de protection des épargnants et de l'Organisme canadien de réglementation des investissements. La Société de fiducie BMO et BMO Banque de Montréal sont membres de la Société d'assurance-dépôts du Canada.

« BMO (le médaillon contenant le M souligné) » est une marque de commerce déposée de la Banque de Montréal, utilisée sous licence.

ⁱ K-shaped economy and inflation boost Black Friday sales by 4.1% from last year, online spending jumps 9.1% | CNN Business, Mastercard SpendingPulse: US Black Friday retail sales up +4.1% YOY as holiday momentum builds

ⁱⁱ Black Friday Cyber Monday shopping turnout NRF

ⁱⁱⁱ Adobe : Cyber Monday Hits Record \$14.25 Billion in Online Spending with Over \$1 Billion Driven by Buy Now Pay Later

^{iv} China's 'Singles' Day' shopping festival a gauge of Beijing's effort to get consumers to spend more

^v Black Friday Cyber Monday shopping turnout NRF