

Insee Première N°1191 - mai 2008

Les variations de prix des produits alimentaires

Dominique Guédès, division Prix à la consommation, Insee

Résumé

Les prix des produits alimentaires augmentent fortement en France depuis l'automne 2007.

Les prix des produits qui augmentent le plus sont aussi ceux qui, d'un mois à l'autre, varient le plus souvent. Mais, malgré le caractère spectaculaire de quelques hausses et quelques baisses, les variations restent, dans leur majorité, d'ampleur modérée.

Par rapport aux périodes de moindre inflation, les relèvements de prix sont plus fréquents, mais rarement plus brutaux.

C'est ce que montrent les relevés mensuels de prix effectués pour le calcul de l'indice des prix à la consommation, pour cinq produits de grande consommation choisis comme exemples : la baguette, la bavette, les pâtes, le beurre et le lait.

Publication

Les prix alimentaires en forte hausse depuis octobre 2007

L'inflation a brusquement accéléré à l'automne 2007.

La hausse de l'indice des prix à la consommation (IPC) passe alors d'un rythme annuel à peine supérieur à 1 % au cours du premier semestre 2007 à plus de 2 % en octobre ; en mars 2008, elle est de 3,2 % sur douze mois.

Ces hausses se retrouvent tant dans la grande distribution que dans les autres formes de vente.

La reprise de l'inflation touche tous les pays européens.

La hausse des prix sur les douze derniers mois est de 3,8 % en mars 2008 pour l'ensemble de l'Union européenne, et de 3,6 % pour la zone euro (*graphique 1*).

Dans l'indice, le regain d'inflation est surtout imputable aux produits énergétiques et aux produits alimentaires.

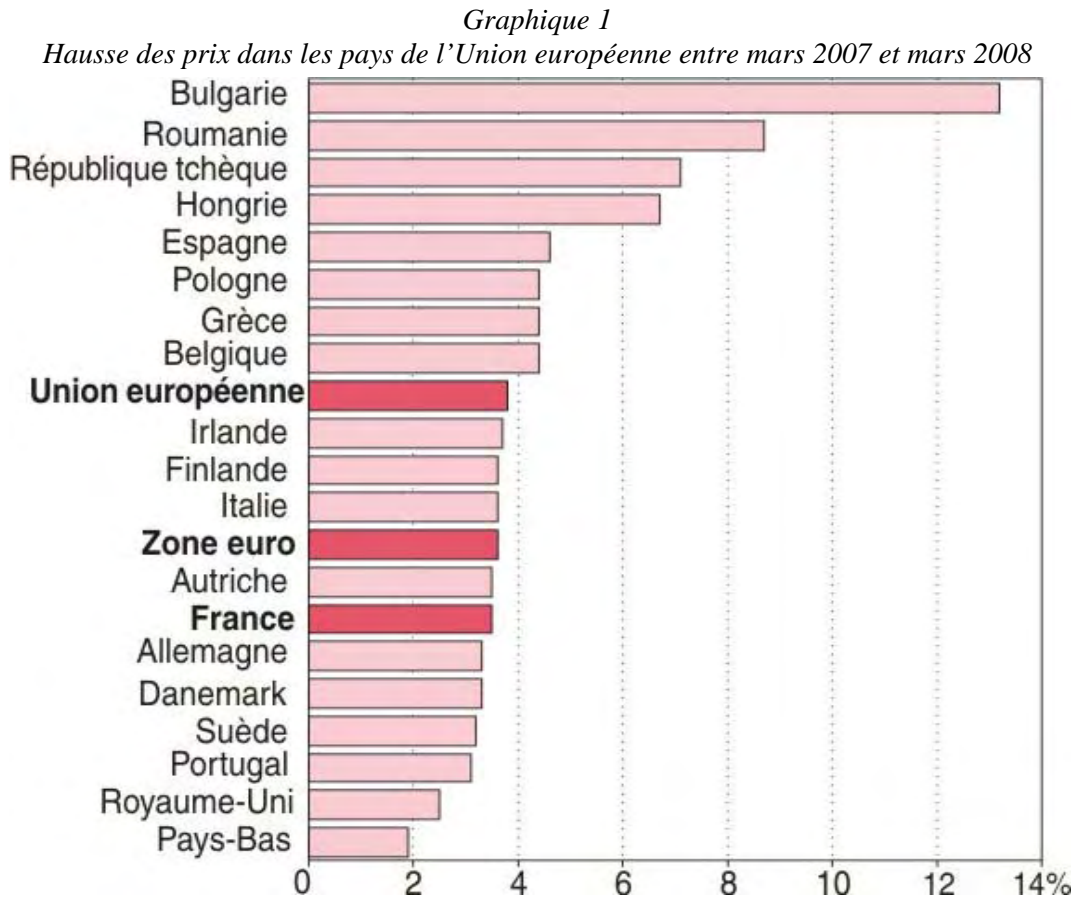
Sur les marchés mondiaux, les cours de ces produits ont d'ailleurs bondi, notamment ceux du pétrole et des céréales (*graphique 2*).

Entre février 2007 et février 2008, les prix alimentaires croissent de 5 % en France et de façon similaire chez les principaux pays européens (+ 5,8 % pour la zone euro et + 6,6 % pour l'ensemble de l'Union européenne).

La hausse est particulièrement forte pour les produits à base de céréales et plus encore pour les produits laitiers.

Ainsi, pour le poste « lait, fromage et œufs », les prix augmentent en France de 9,8 % entre septembre 2007 et février 2008 alors même que la hausse n'avait été que de 2,1 % au cours des six années précédentes (septembre 2001-septembre 2007).

Pour le poste « huiles et graisses », qui inclut le beurre, l'évolution est comparable.

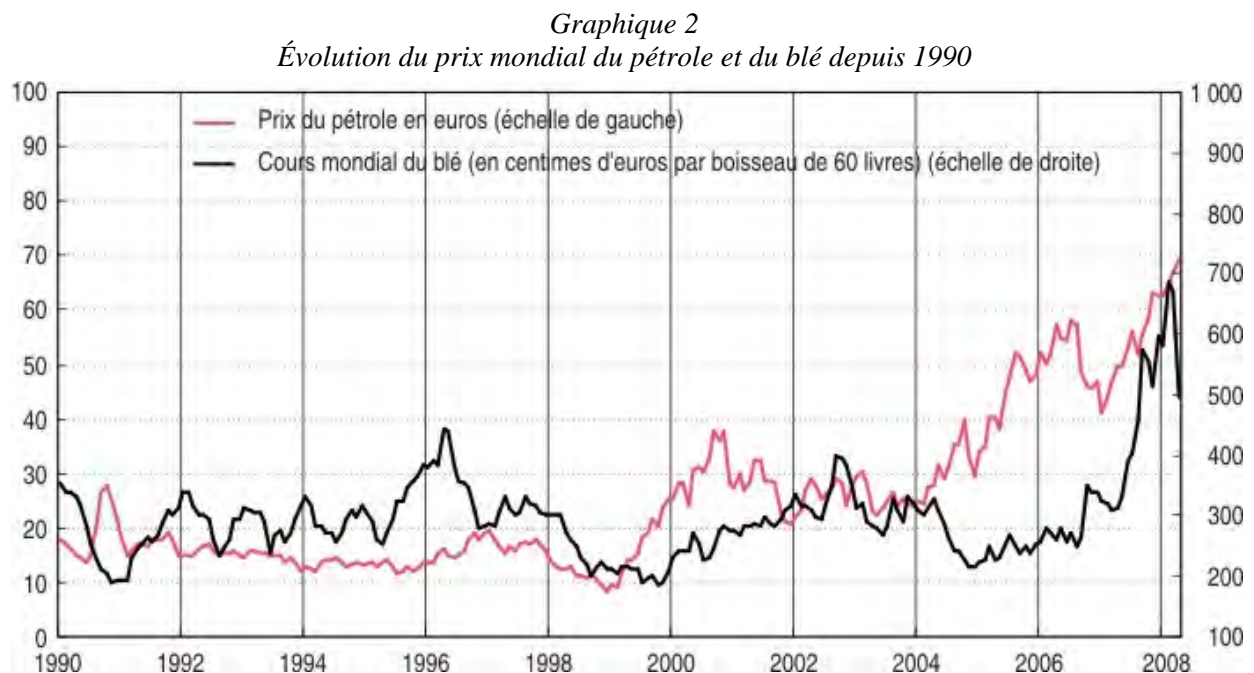


Lecture : les indices de prix à la consommation harmonisés sont destinés aux comparaisons internationales.

Tous les pays de l'Union européenne appliquent la même méthodologie pour les établir, mais ils peuvent s'écarter de celle-ci sur certains points pour leurs indices de prix nationaux.

C'est le cas pour la France, ce qui explique que l'évolution présentée dans ce graphique diffère légèrement de celle de l'indice des prix à la consommation.

Source : Eurostat, indices des prix à la consommation harmonisés.



Source : marchés de Londres et de Chicago.

Chaque mois, 180 000 relevés de prix

Les relevés de prix effectués pour calculer l'indice des prix à la consommation permettent d'analyser, à un niveau fin, les variations de prix d'un mois à l'autre.

En effet, pour 60 % de son champ, l'indice est calculé chaque mois à partir de 180 000 relevés de prix élémentaires réalisés dans 27 000 points de vente.

Ces relevés sont réalisés dans toutes les formes de ventes : hypermarchés, supermarchés, maxi-discounts, supérettes, magasins populaires, petits magasins traditionnels et marchés.

Au total, 1 000 produits élémentaires sont suivis.

Il peut s'agir par exemple de l'huile de tournesol, de la machine à laver le linge ou de l'heure de plomberie.

Chaque relevé consiste à noter le prix d'un même article (le même modèle de la même marque, dans le même conditionnement) dans le même point de vente tout au long de l'année.

Pour chacun des 1 000 produits, 180 relevés en moyenne sont effectués chaque mois dans autant de points de vente différents.

Mais ce nombre est variable selon le produit ; il est d'autant plus élevé que le poids du produit dans la consommation des ménages est important et que son prix est variable.

Si un produit disparaît, il est remplacé si possible par un produit équivalent.

Sinon, des traitements sont appliqués pour ne pas tenir compte, dans l'évolution « pure » du prix que retrace l'IPC, de ce qui tient à des changements de qualité entre le produit disparu et le produit qui le remplace.

Pour les autres 40 % du champ de l'indice des prix à la consommation, les entreprises concernées sont interrogées de façon centralisée sur leurs tarifs.

C'est le cas pour le gaz, l'électricité, la santé, les assurances, les services financiers, les transports ferroviaires et aériens, le tabac, la vente par correspondance, etc.

Ces méthodes sont conformes aux recommandations des Nations unies et à la réglementation européenne.

Elles assurent la qualité et la robustesse de l'indice des prix à la consommation de la France, internationalement reconnues.

Les très fortes variations de prix existent mais sont loin d'être les plus fréquentes

Parmi le millier de produits suivis pour le calcul de l'indice des prix, cinq produits alimentaires de base, couramment consommés, ont été sélectionnés pour illustrer l'analyse qui suit : la bavette de bœuf, la baguette ordinaire, le beurre, les pâtes alimentaires et le lait UHT demi-écrémé.

Pour ces produits, les évolutions mesurées peuvent être considérées comme des variations « pures » de prix, c'est-à-dire à qualité constante.

Le pain est le premier produit alimentaire dont le prix a augmenté : entre juin et novembre 2007, le prix de la baguette s'accroît de 4,1 %.

Puis il reste quasi stable de novembre 2007 à janvier 2008.

Pendant cette dernière période, le prix du steak dans la bavette augmente de 0,4 %.

Pour les trois autres produits, la hausse est beaucoup plus sensible, de l'ordre de 9 %.

Pour chacun de ces produits, 100 à 500 relevés de prix sont réalisés chaque mois.

Dans ce qui suit, seules ont été considérées les variations de relevés de prix hors promotions ou produits remplacés (*source*).

La part des relevés mensuels pour lesquels le prix ne varie pas est fortement corrélée avec l'augmentation moyenne du prix (*tableau et graphiques 3, 4 et 5*).

Ainsi, pour la baguette et la bavette, de novembre 2007 à janvier 2008, le prix est stable pour près de 90 % des relevés.

Cette part tombe à environ 25 % pour les trois autres produits dont les prix ont plus fortement augmenté (lait, beurre et pâtes).

De la même façon, un an plus tôt, de novembre 2006 à janvier 2007, le prix des pâtes était stable ; durant cette période, pour 70 % des relevés, les prix n'avaient pas varié (*graphique 6*).

Malgré un prix moyen de la baguette quasi stable, l'éventail des variations de prix relevées est large, allant d'une baisse de 20 % à une hausse de 12,9 % entre novembre 2007 et janvier 2008.

L'éventail est du même ordre pour la bavette (de - 21 % à + 19,8 %).

Il est plus large pour les trois autres produits.

Pour le lait, la hausse maximale relevée est de 42,3 %, la plus forte baisse valant - 14,6 %.

Le contraste est encore plus net pour les pâtes, les variations s'échelonnant de - 15,9 % à + 48,6 %, et pour le beurre (de - 33,1 % à + 68,9 %).

Pour spectaculaires qu'elles soient, les fortes augmentations restent somme toute peu nombreuses : de novembre 2007 à janvier 2008, les hausses de prix supérieures à 40 % concernaient moins de 2 % des relevés de prix dans le cas du beurre, moins de 1 % dans celui du lait et 6 % pour les pâtes.

Les augmentations de prix sont en grande majorité de moindre ampleur.

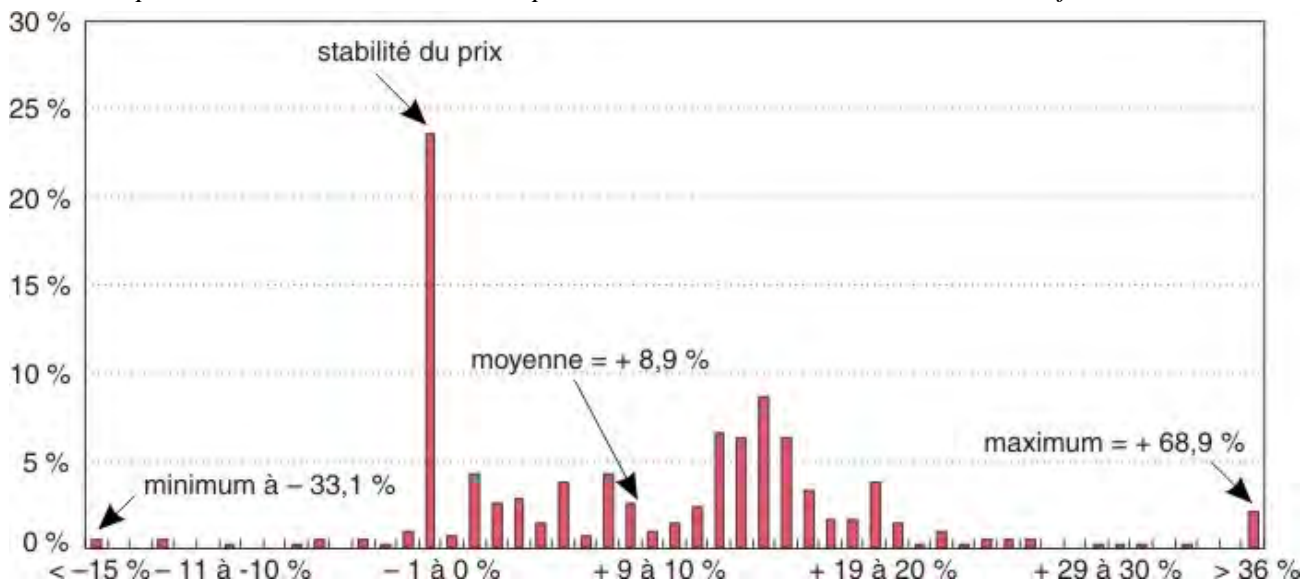
Elles se situent approximativement pour le beurre, les pâtes et le lait entre 5 % et 20 % pendant cette période.

Le nombre réduit des évolutions de très faible ampleur (inférieures à 5 % en valeur absolue) pourrait s'expliquer par le coût d'un changement de prix, changement qui suppose une modification des fichiers de prix, de l'étiquetage, des données figurant sur le site internet, sur les catalogues, etc. (cf. les *menu-costs* de la théorie économique).

Le nombre réduit des fortes hausses serait lui lié à leur impact psychologique négatif sur la clientèle.

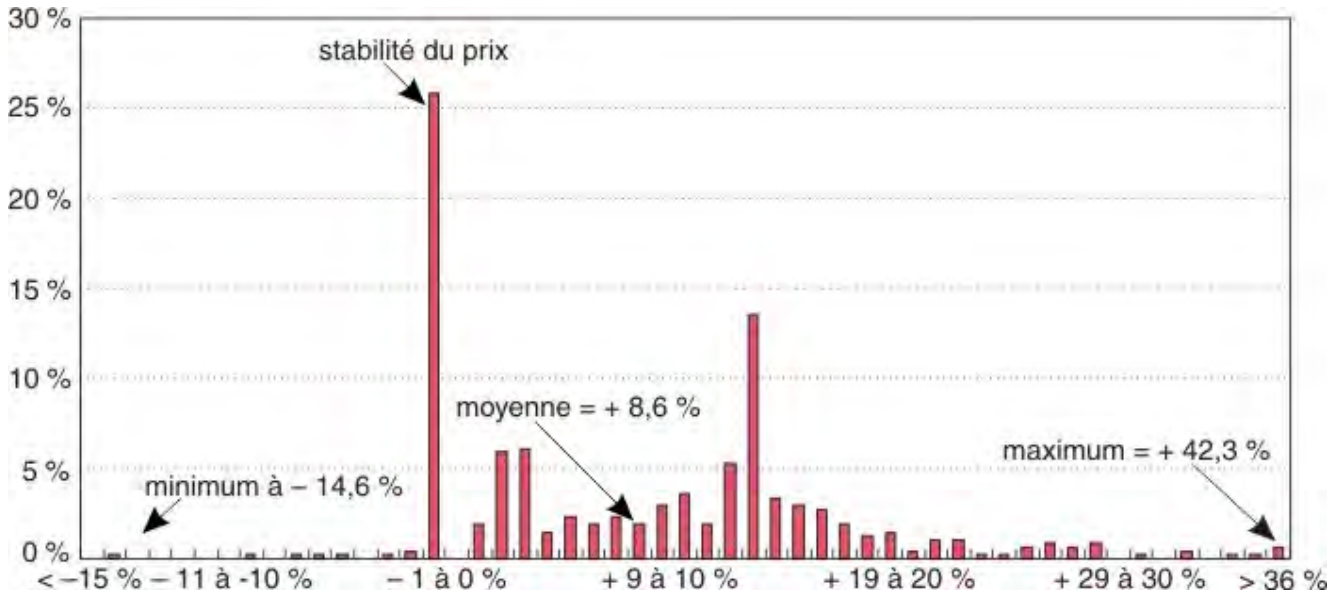
Graphique 3

Dispersion des hausses et baisses de prix du beurre relevées de novembre 2007 à janvier 2008



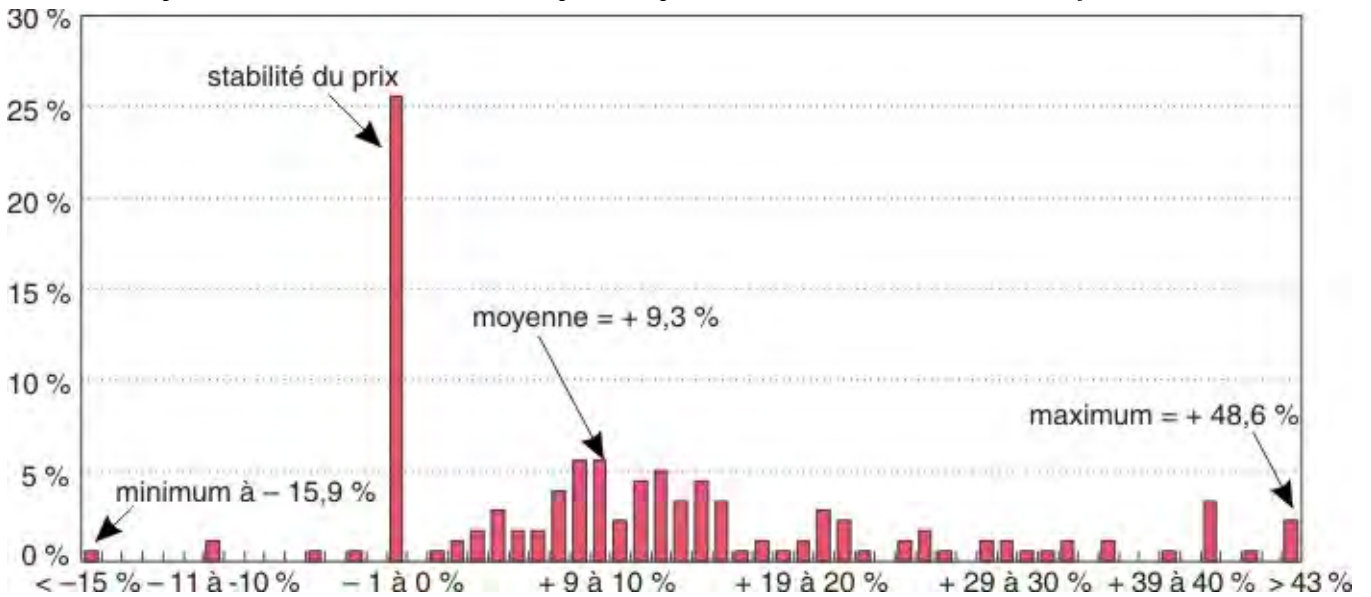
Graphique 4

Dispersion des hausses et baisses de prix du lait relevées de novembre 2007 à janvier 2008



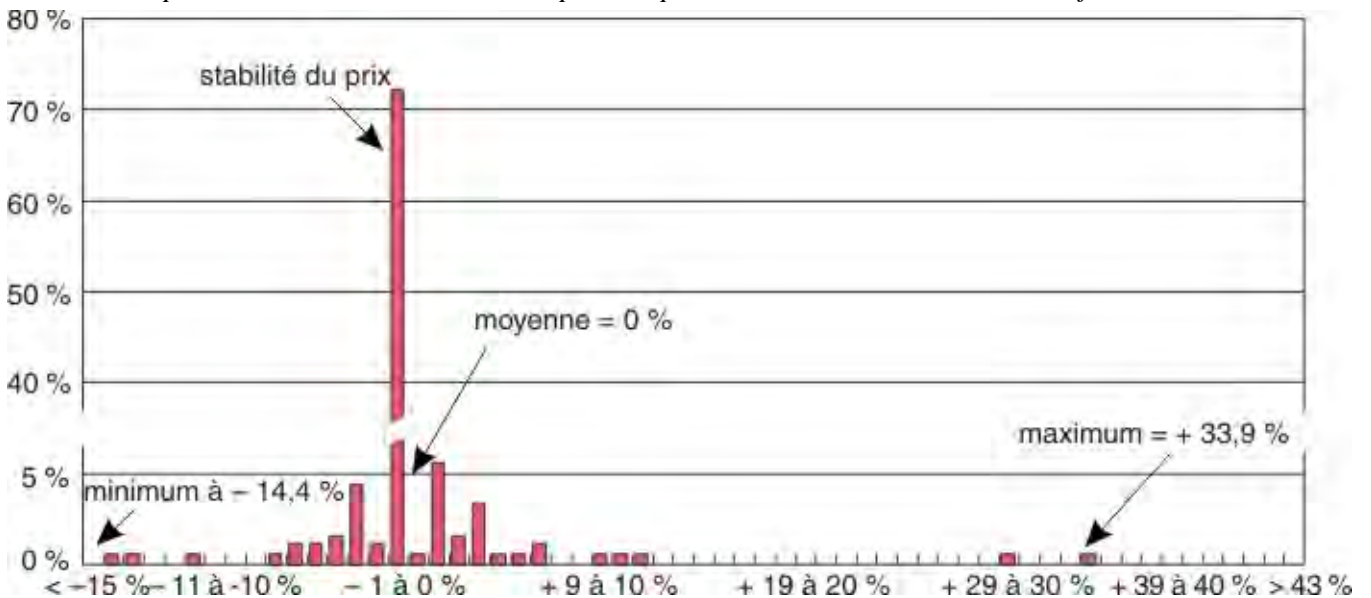
Graphique 5

Dispersion des hausses et baisses de prix des pâtes relevées de novembre 2007 à janvier 2008



Graphique 6

Dispersion des hausses et baisses de prix des pâtes relevées de novembre 2006 à janvier 2007



Lecture : parmi les variations mensuelles de prix relevées pour le beurre de novembre 2007 à janvier 2008, 24 % étaient supérieures à - 1 % et inférieures ou égales à 0 %.

Source : Insee, indice des prix à la consommation.

Indicateurs de dispersion de la distribution des hausses et baisses de prix relevées entre novembre 2007 et janvier 2008 pour quelques produits alimentaires

Lecture : ce tableau est établi à partir de la distribution des hausses et baisses de prix relevées pour les cinq produits retenus, entre novembre 2007 et janvier 2008.

Les Dn sont les déciles de ces distributions : ils les partagent en dix parties égales.

Ainsi, pour le lait UHT, 90 % des variations de prix des produits suivis au cours des trois mois considérés étaient inférieures à 18,3 % (D9), et en sens inverse 10 % étaient supérieures à ce chiffre.

De même, les Cn sont les centiles de la distribution, qu'ils partagent en 100 parties égales.

Ainsi, pour le lait UHT, 95 % des variations sont inférieures à 23,1 % (C95), et en sens inverse 5 % supérieures à ce chiffre.

Source : Insee, indice des prix à la consommation.

en %

	Lait UHT demi-écrémé	Beurre extra-fin	Pâtes supérieures	Bavette de bœuf	Baguette
Moyenne	8,6	8,9	9,3	0,4	0,3
Maximum	42,3	68,9	48,6	19,8	12,9
C95	23,1	22,4	40,0	5,0	6,9
D9	18,3	19,6	30,0	2,5	2,0
D8	14,4	15,5	20,4	0,0	0,0
D7	13,4	14,5	14,1	0,0	0,0
D6	12,7	12,6	12,2	0,0	0,0
D5	8,5	9,1	9,7	0,0	0,0
D4	3,5	5,2	7,6	0,0	0,0
D3	2,3	1,3	3,0	0,0	0,0
D2	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
D1	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
C5	0,0	0,0	0,0	- 0,5	0,0
Minimum	- 14,6	- 33,1	- 15,9	- 21,0	- 20,0

En période de forte inflation, des hausses mensuelles plus fréquentes mais majoritairement modérées

L'examen des relèvements de prix sur une période plus longue fait apparaître que les magasins recourent généralement à des hausses modérées.

Dans le cas du lait UHT demi-écrémé, depuis la fin de l'année 2003, l'ampleur moyenne des augmentations (non nulles) relevées chaque mois est restée approximativement constante (de l'ordre de 8 %) tout au long de la période alors même que les contextes ont été très différents : une relative stabilité des prix jusqu'à la mi-2007 puis une forte hausse à partir de l'automne 2007.

Ainsi, depuis l'automne 2007, la forte croissance du prix du lait résulte essentiellement d'une plus grande fréquence des augmentations : de fin 2003 à la mi-2007, on observe, chaque mois, que le prix a changé pour environ 10 % seulement des relevés ; cette proportion passe à plus de 50 % en novembre et décembre 2007 lors de la flambée des prix.

Le phénomène est le même pour le beurre.

Le constat est par ailleurs similaire pour les prix à la production relevés auprès des entreprises industrielles ou de service.

De même, les augmentations et diminutions extrêmes sont, dans une large mesure, indépendantes de l'évolution du prix moyen. Ainsi, pour le lait (*graphique 7*), les hausses et baisses de prix maximales sont fortes même en période de stagnation du prix moyen.

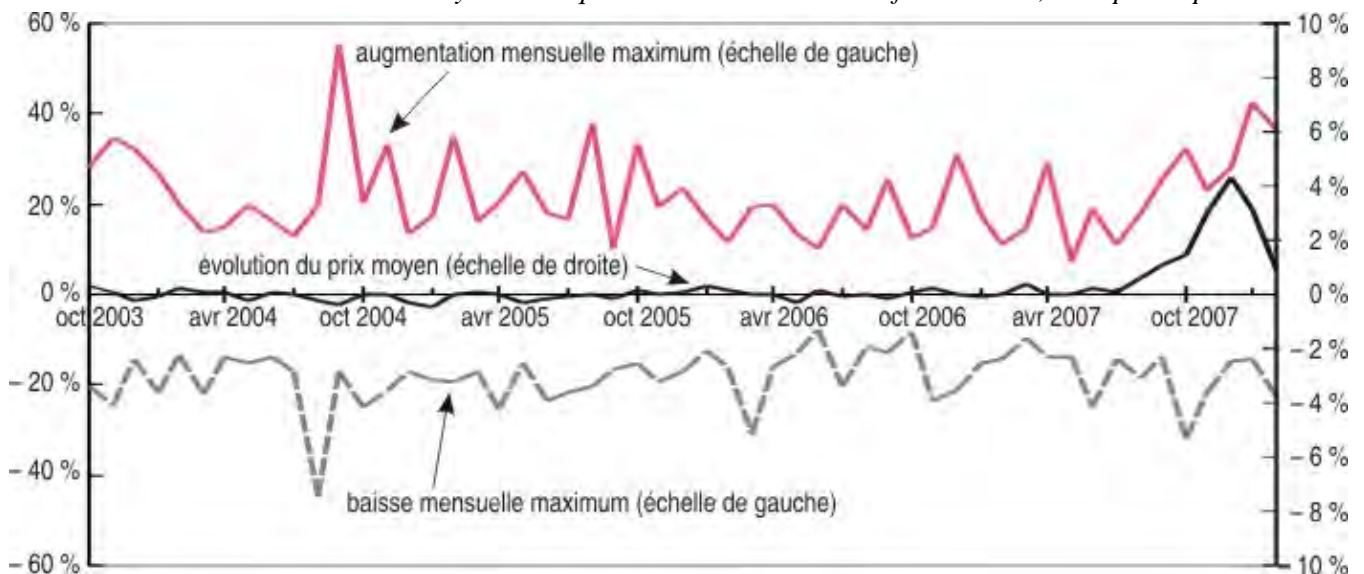
Presque tous les mois, une des augmentations observées dépasse 20 % ou même 30 %.

La fin de la période d'observation, marquée par une augmentation importante du prix moyen, ne montre pas une augmentation proportionnelle de la hausse individuelle maximum.

Les évolutions, même fortes, constatées sur des cas individuels n'apportent donc que peu d'informations sur la tendance générale.

Graphique 7

Évolutions extrêmes et évolution moyenne chaque mois d'octobre 2003 à février 2008, exemple du prix du lait



Lecture : en février 2008, parmi les variations de prix par rapport au mois précédent relevées pour le calcul de l'indice des prix, la plus forte hausse a été de 36 % et la plus forte baisse de - 23 %.

Le prix du lait a augmenté globalement de 1 %.

Source : Insee, indice des prix à la consommation.