

OBSERVATOIRE DES PRIX ET DES MARGES

Résultats de l'observation des prix du mois de juillet 2010

Résumé :

Au mois de juillet, au regard des indicateurs considérés, les prix des produits de grande consommation (PGC) dans la grande distribution sont stables sur un mois et poursuivent leur baisse sur un an.

En juillet, d'après les indicateurs communiqués par la société **IRI** d'évolution des prix dits « de la demande », qui mesurent la variation des prix des PGC dans la grande distribution sur la base des produits effectivement achetés, les prix sont relativement stables sur un mois (+0,08 %) et accentuent leur baisse sur un an (-0,44 % contre -0,06 % le mois précédent) (voir §1).

En juillet, d'après l'indicateur d'ensemble « **Nielsen-LSA** » d'évolution des prix dits « de l'offre » qui mesure l'évolution des prix des PGC dans la grande distribution sur la base des produits présents en rayons, les prix demeurent en baisse sur un an (-0,31 % contre -0,04% le mois précédent) (voir §2).

En complément de l'indice des prix à la consommation (IPC) qui mesure l'inflation de façon générale, l'**Insee** publie l'indice mensuel des prix des produits de grande consommation « Ensemble des ménages - France métropolitaine - Grande distribution » établi à partir des prix relevés en hypermarchés et en supermarchés. En 2010, cet indice a une pondération correspondant à 17,4 % de la consommation totale des ménages telle que mesurée par l'IPC. D'après cet indice, les prix des PGC dans la grande distribution sont stables en juillet par rapport au mois précédent et en baisse de 0,2 % sur un an (voir § 3).

1. L'indicateur d'évolution de prix « de la demande » IRI

D'après les indicateurs d'évolution de prix dits « de la demande », qui mesurent l'évolution des prix des PGC dans la grande distribution sur la base des produits effectivement achetés, en juillet, les prix sont relativement stables en variation mensuelle (+0,08 %) et demeurent, en glissement annuel, en baisse (-0,44 % contre -0,06 % en juin 2010).

Le tableau ci-après fournit l'historique des taux de variations mensuels et annuels enregistrés par cet indicateur depuis janvier 2009.

| IRI - Ensemble (Évolution en %) | 2009 | | | | | | | | | | | | 2010 | | | | | | |
|------------------------------------|-------|------|-------|-------|-------|------|------|------|------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| | janv | févr | mars | avr | mai | juin | juil | août | sept | oct | nov | déc | janv | févr | mars | avr | mai | juin | juil |
| Variation mensuelle | -0,16 | 0,00 | -0,24 | -0,09 | -0,03 | 0,01 | 0,45 | 0,04 | 0,00 | -0,10 | -0,14 | -0,26 | 0,02 | 0,09 | -0,11 | -0,07 | -0,08 | -0,26 | 0,08 |
| Glissement annuel | 1,74 | 1,15 | 0,67 | 0,47 | 0,44 | 0,30 | 0,29 | 0,17 | 0,33 | -0,06 | -0,18 | -0,05 | -0,15 | -0,04 | 0,10 | 0,20 | 0,21 | -0,06 | -0,44 |

(Source : IRI)

Le tableau suivant présente, en variation mensuelle et en glissement annuel, l'évolution de l'indicateur par familles de produits et par catégories de marques.

Distinction par groupe de familles de produits et catégories de marques

Résultats juillet 2010

Évolution en %

| | Tous Produits | | Marques nationales | | Marques de distributeurs | | Produits "Premiers prix" | |
|--|---------------|--------------|--------------------|-------------|--------------------------|--------------|--------------------------|--------------|
| | sur 1 mois | sur 1 an | sur 1 mois | sur 1 an | sur 1 mois | sur 1 an | sur 1 mois | sur 1 an |
| Épicerie | 0,03 | -0,50 | 0,06 | 0,14 | -0,03 | -1,85 | -0,15 | -2,63 |
| - dont épicerie salée | 0,02 | -0,44 | 0,05 | 0,38 | 0,00 | -1,76 | -0,17 | -2,59 |
| - dont épicerie sucrée | 0,03 | -0,55 | 0,07 | -0,05 | -0,07 | -1,97 | -0,11 | -2,70 |
| Liquides | 0,07 | 0,94 | 0,08 | 1,26 | 0,06 | -0,37 | 0,14 | 0,80 |
| - dont brsa ⁽¹⁾ et eaux | 0,09 | 0,38 | 0,08 | 0,85 | 0,09 | -1,01 | 0,44 | 0,23 |
| - dont bières et cidres | 0,10 | 1,49 | 0,09 | 1,62 | 0,17 | -0,25 | 0,00 | -0,57 |
| - dont spiritueux et champagnes | 0,05 | 1,39 | 0,07 | 1,57 | -0,02 | 0,66 | -0,06 | 1,45 |
| Produits en libre service (poids fixe) | 0,08 | -1,27 | 0,16 | -0,61 | -0,01 | -2,17 | 0,02 | -0,95 |
| - dont surgelés, glaces | 0,40 | -1,41 | 0,64 | -0,46 | 0,20 | -2,58 | -0,35 | -0,77 |
| - dont crèmerie | 0,05 | -1,60 | 0,09 | -0,74 | -0,05 | -2,87 | 0,17 | -2,61 |
| - dont frais non laitiers LS | 0,01 | -0,83 | 0,07 | -0,47 | -0,05 | -1,36 | 0,02 | 0,06 |
| Droguerie Parfumerie Hygiène | 0,15 | 0,02 | 0,16 | 0,31 | 0,08 | -0,75 | 0,38 | -0,49 |
| - dont entretien | 0,03 | -0,23 | 0,07 | 0,12 | -0,12 | -1,15 | 0,14 | -0,28 |
| - dont hygiène | 0,21 | 0,16 | 0,21 | 0,42 | 0,19 | -0,51 | 0,52 | -0,64 |
| Ensemble | 0,08 | -0,44 | 0,11 | 0,20 | 0,00 | -1,70 | 0,03 | -1,15 |

⁽¹⁾ : boissons rafraîchissantes sans alcool.

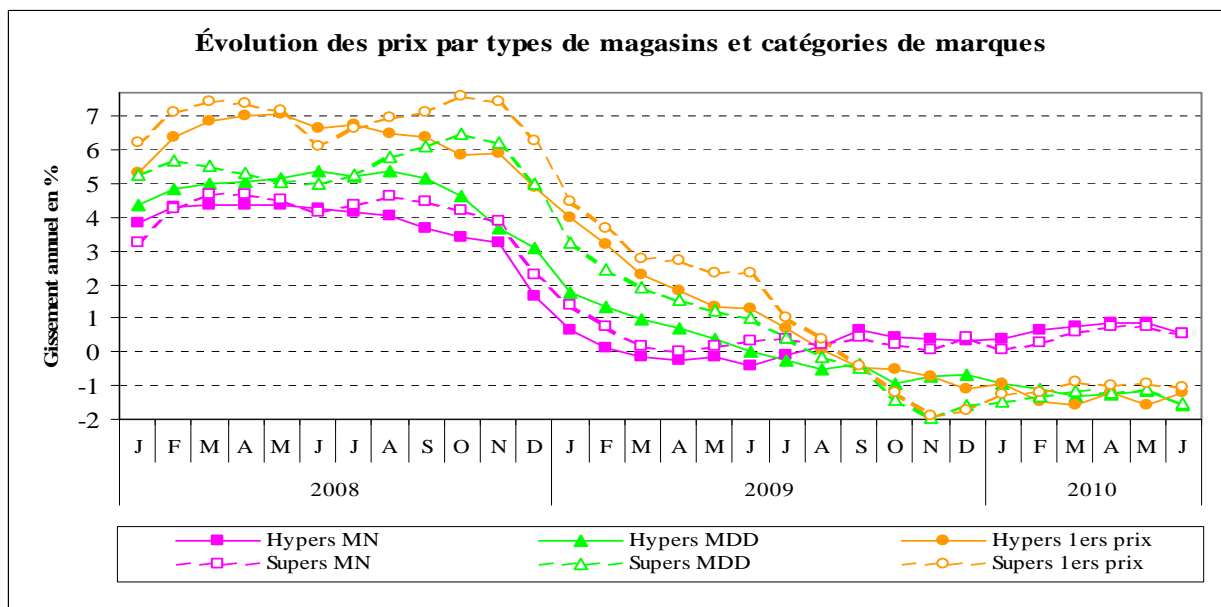
(Source : IRI)

Relativement faibles pour ce qui concerne les variations mensuelles d'ensemble, les différences de taux entre types de marques sont plus significatives en glissement annuel.

Sur un an, le poste crèmerie (tous produits) reste le plus déflationniste (-1,60 %) alors que le poste bières et cidres continue à afficher les plus fortes augmentations de prix (+1,49 %) suivi de celui des spiritueux et champagnes (+1,39 %).

Le graphique ci-après montre, depuis janvier 2008, les évolutions de prix, en glissement annuel, par types de magasins et par catégories de marques

Indicateur d'évolution des prix « de la demande » :



(Source : IRI)

2. L'indicateur d'évolution de prix « de l'offre » Nielsen-LSA

En juillet, d'après l'indicateur « Nielsen – LSA » d'évolution de prix dits « de l'offre » qui mesure l'évolution des prix des PGC dans la grande distribution sur la base des produits présents en rayons, les prix poursuivent leur baisse, sur un an, entamée le mois précédent (-0,31% contre -0,04 % en juin).

C'est la première fois depuis juillet 2007 que l'on observe une telle baisse des prix, en glissement annuel, selon l'indicateur des prix de l'offre de Nielsen-LSA.

| (Évolution en %) | 2008 | | | | 2009 | | | | | | | | | | | | 2010 | | | | | | | |
|-------------------|-------|------|------|------|-------|-------|------|------|------|------|---------|------|-------|------|------|------|-------|-------|------|------|------|-------|---------|--|
| | sept. | oct | nov | déc | janv. | févr. | mars | avr. | mai | juin | juillet | août | sept. | oct | nov | déc | janv. | févr. | mars | avr. | mai | juin | juillet | |
| Ensemble | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Glissement annuel | 4,12 | 4,04 | 3,98 | 3,06 | 2,01 | 1,54 | 1,29 | 1,04 | 0,91 | 0,81 | 0,57 | 0,52 | 0,65 | 0,39 | 0,22 | 0,06 | 0,11 | 0,17 | 0,29 | 0,18 | 0,31 | -0,04 | -0,31 | |

(Source : indicateur « Nielsen - LSA »)

Le tableau ci-après présente l'évolution de l'indicateur par familles de produits et par catégories de marques.

Évolution des prix par familles de produits et catégories de marques - juillet 2010 en glissement annuel.

| Évolution en % | Tous Produits | Plus grandes marques | Marques de distributeurs | Produits "Premiers prix" |
|------------------------------|---------------|----------------------|--------------------------|--------------------------|
| EPICERIE | -0,13 | 0,41 | -1,29 | -2,08 |
| LIQUIDES | 0,99 | 1,50 | -0,02 | -0,05 |
| PRODUITS FRAIS LIBRE SERVICE | -1,31 | -0,80 | -2,19 | -1,90 |
| DROGUERIE PARFUMERIE HYGIENE | -0,06 | 0,19 | -1,07 | -0,65 |
| TOTAL GENERAL | -0,31 | 0,26 | -1,44 | -1,62 |

(Source : indicateur « Nielsen - LSA »)

La catégorie « plus grandes marques », dénommés « majeurs » dans l'indicateur « LSA-Nielsen », regroupe les 1500 références de marques fournisseurs les plus détenues par catégorie de produit (les références majeures des plus grandes marques sur chaque catégorie).

Le détail de l'indicateur « Nielsen-LSA » montre notamment que les prix des produits frais en libre service continuent à reculer avec, en moyenne, une baisse de prix sur un an de 1,31 % ce mois-ci, notamment grâce aux marques de distributeurs (-2,19 %) et aux produits « Premiers prix » (-1,90 %).

Le tableau ci-après recense les familles de produits les plus déflationnistes sur un an.

Juillet 2010 – Glissement annuel

| Évolution en % | Tous Produits | Plus grandes marques | Marques de distributeurs | Produits "Premiers prix" |
|--------------------------------------|---------------|----------------------|--------------------------|--------------------------|
| Ampoules électriques | -6,43 | -2,35 | -8,00 | -22,66 |
| Huile alimentaire | -3,05 | -2,04 | -4,38 | -11,60 |
| Légumes surgelés | -2,49 | -0,66 | -3,48 | -4,33 |
| Pâtes alimentaires | -2,44 | 0,12 | -7,26 | -14,39 |
| Yaourt, dessert lacté, fromage blanc | -2,41 | -3,74 | -2,43 | -2,87 |
| Produits diététiques | -2,26 | -1,91 | -4,10 | 4,10 |
| Petit électroménager | -1,91 | -0,94 | -6,14 | -0,36 |
| Lait | -1,76 | -0,19 | -6,58 | -1,17 |
| Riz | -1,62 | 0,81 | -1,95 | -11,40 |
| Traiteur libre service | -1,56 | -1,28 | -2,72 | -2,65 |

(Source : indicateur « Nielsen - LSA »)

On observe que dans les produits « premiers prix », les prix de quatre catégories de produits sont en baisse sensible : les ampoules électriques (-22,66 %), les pâtes alimentaires (-14,39 %) l'huile alimentaire (-11,60 %) et le riz (-11,40 %).

3. Les données de l'Insee

3.1. Indices des prix des produits de grande consommation - Grande distribution

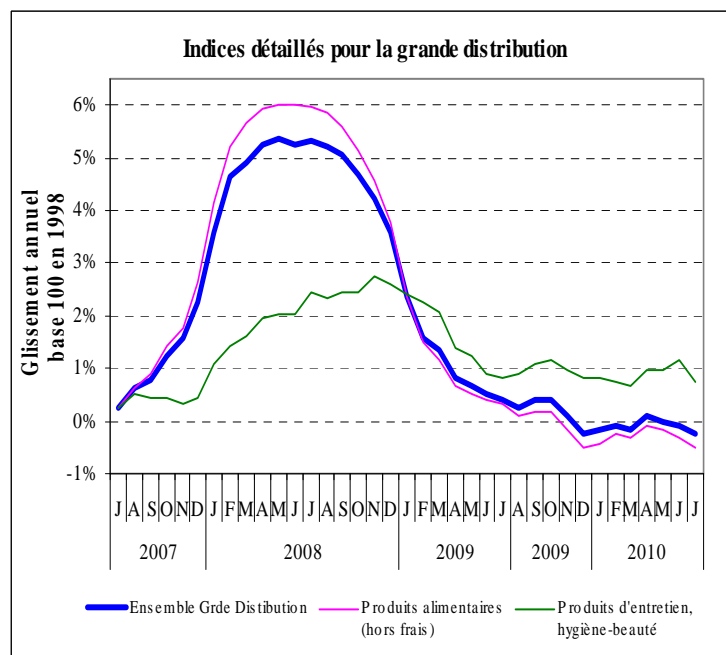
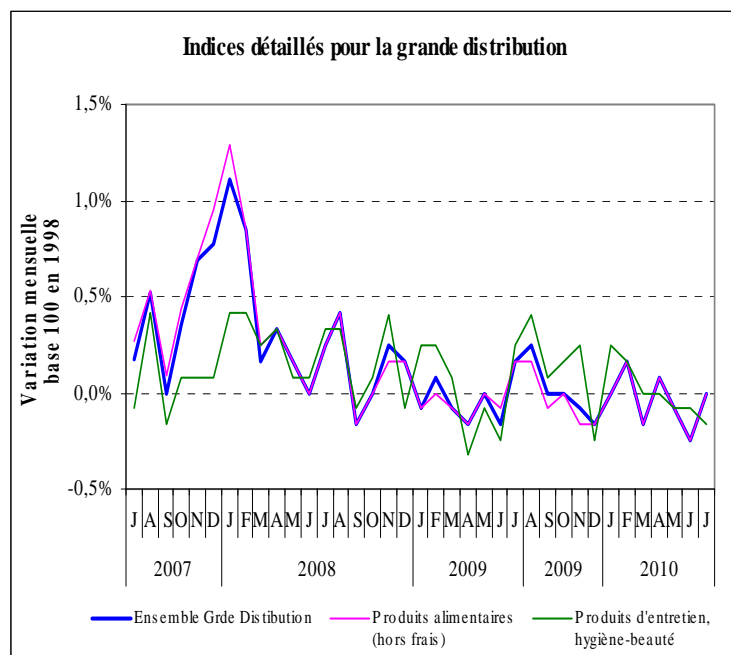
En juillet, d'après l'indice des prix des produits de grande consommation dans la grande distribution publié par l'Insee, les prix sont stables en variation mensuelle et baissent de 0,2 % sur un an.

Le tableau ci-dessous montre l'évolution de cet indice en variation mensuelle et en glissement annuel depuis juillet 2008.

| (Évolution en %) | 2008 | | | | | | 2009 | | | | | | 2010 | | | | | | | | | | | | |
|---------------------|------|------|------|-----|-----|-----|------|------|------|------|-----|------|------|------|------|-----|------|------|-------|-------|------|------|------|------|-------|
| | juil | août | sept | oct | nov | déc | janv | févr | mars | avr | mai | juin | juil | août | sept | oct | nov | déc | janv. | févr. | mars | avr. | mai | juin | juil. |
| Variation mensuelle | 0,2 | 0,4 | -0,2 | 0,0 | 0,2 | 0,2 | -0,1 | 0,1 | -0,1 | -0,2 | 0,0 | -0,2 | 0,2 | 0,2 | 0,0 | 0,0 | -0,1 | -0,2 | 0,0 | 0,2 | -0,2 | 0,1 | -0,1 | -0,2 | 0,0 |
| Glissement annuel | 5,3 | 5,2 | 5,0 | 4,7 | 4,2 | 3,6 | 2,4 | 1,6 | 1,3 | 0,8 | 0,7 | 0,5 | 0,4 | 0,2 | 0,4 | 0,4 | 0,1 | -0,2 | -0,2 | -0,1 | -0,2 | 0,1 | 0,0 | -0,1 | -0,2 |

(Source : Insee)

Les graphiques ci-dessous montrent les variations des indices publiés par l'Insee pour la grande distribution depuis juillet 2007, respectivement en variation mensuelle et en glissement annuel.



(Source : Insee)

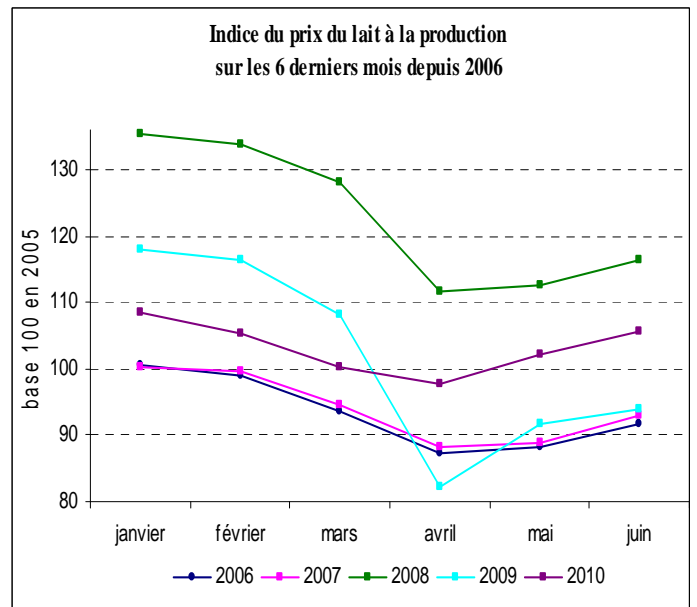
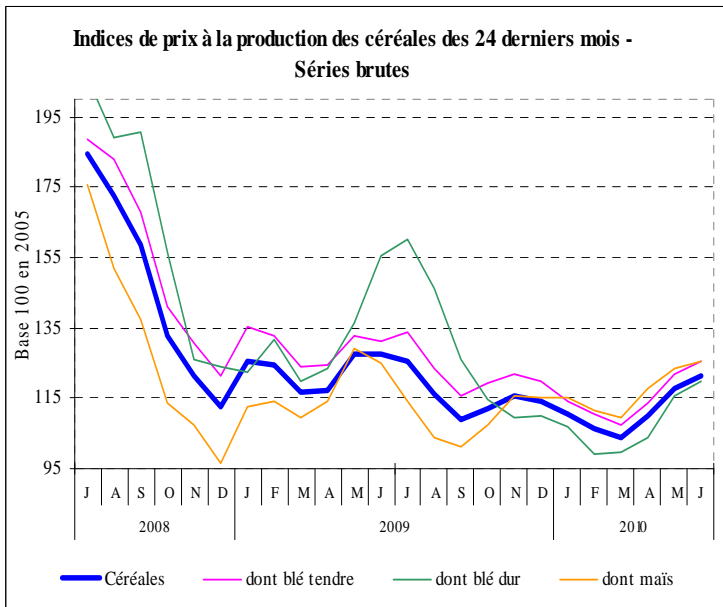
Dans le graphique de gauche (variation mensuelle), un pic à +1,1 % est notamment observé en janvier 2008 pour l'indice d'ensemble.

3.2. Indices de prix sur les marchés situés en amont

3.2.1. Indices de prix des produits agricoles à la production

L'Insee publie mensuellement l'indice des prix des produits agricoles à la production (IPPAP). Cet indicateur mesure, pour un ensemble détaillé de postes, les variations de prix des produits agricoles livrés par les exploitations agricoles.

Dans ce cadre, le graphique de gauche ci-après montre les évolutions d'indices depuis juillet 2008 d'un certain nombre de céréales. Le graphique de droite permet de comparer, mois par mois, l'évolution du prix du lait depuis 2006 sur les 6 derniers mois (de janvier à juin).



(Source : Insee)

S'agissant du lait, on constate que 2010 suit les mêmes tendances que la plupart des années antérieures (amorce de hausse des prix en mai et juin après trois mois de baisse consécutive) et se situe entre l'année 2008, atypique, et les années 2006 et 2007 en termes de niveaux de prix.

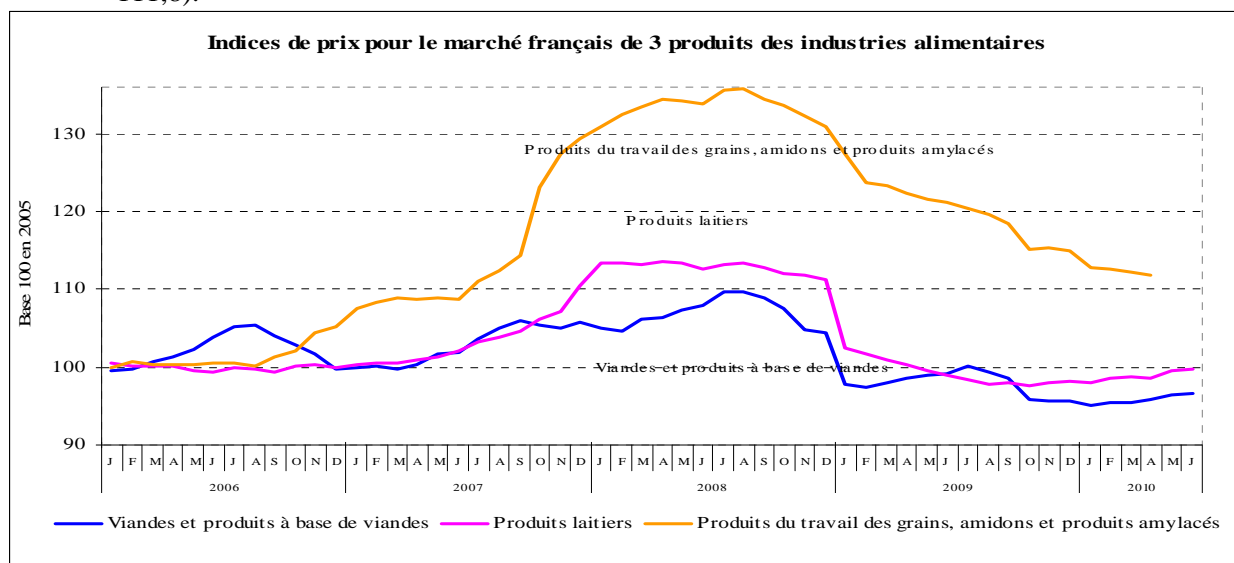
3.2.2. Indices de prix à la production dans l'industrie

L'Insee publie les indices de prix de production et d'importation de l'industrie et des services aux entreprises.

Les indices des prix de production et d'importation de l'industrie ainsi élaborés traduisent « l'évolution des prix de transaction de biens et services issus des activités de l'industrie française vendus sur le marché français et sur les marchés extérieurs ou issus des activités de l'industrie étrangère et importés sur le marché français ».

Le graphique ci-dessous montre les évolutions, depuis janvier 2006, d'indices de prix de production de l'industrie pour le marché français (prix de base) de trois produits des industries alimentaires :

- les viandes et produits à base de viandes (bleu : indice en juin 2010 = 96,7) ;
- les produits laitiers (rose foncé : indice en juin 2010 = 99,8) ;
- les produits du travail des grains, amidons et produits amylacés (orange : indice en avril 2010 = 111,8).



(Source : Insee) - Les valeurs de mai et juin 2010 sont provisoires.

Ce graphique montre que le niveau de prix moyen des produits laitiers, en 2010, est inférieur à celui de 2005 (base 100 en 2005).

4. Prix du poisson frais

Marché de détail - juillet 2010

Prix à la consommation ⁽¹⁾ (en €TTC)

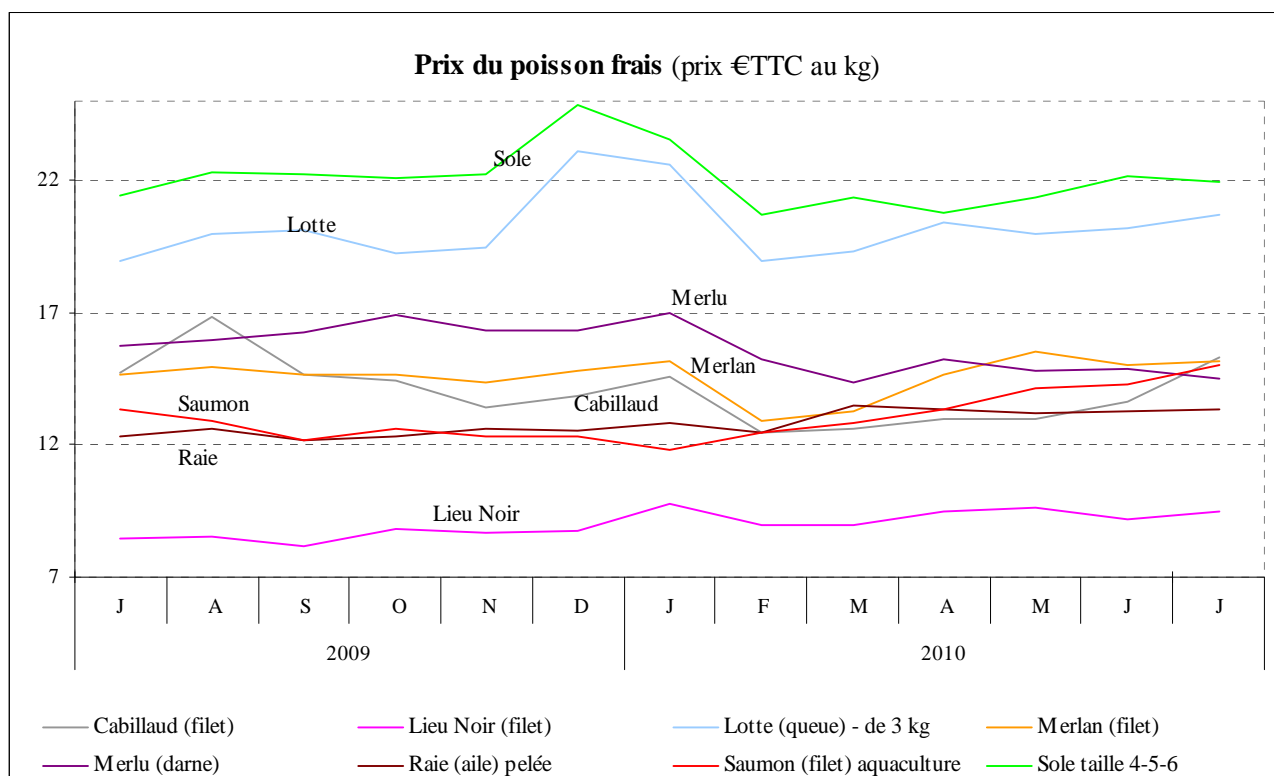
| | Prix moyen juil-10 | Var. mens. juil 10/ juin 10 | Var. an. juil 10/ juil 09 |
|----------------------------|-----------------------|--------------------------------|------------------------------|
| Cabillaud (filet) | 15,29 | 12,3% | 4,0% |
| Lieu Noir (filet) | 9,46 | 3,2% | 12,2% |
| Lotte (queue) - de 3 kg | 20,71 | 2,5% | 9,3% |
| Merlan (filet) | 15,15 | 0,9% | 3,3% |
| Merlu (darne) | 14,49 | -2,4% | -8,0% |
| Raie (aile) pelée | 13,32 | 0,4% | 7,8% |
| Saumon (filet) aquaculture | 14,99 | 5,0% | 12,2% |
| Sole taille 4-5-6 | 21,97 | -0,9% | 2,5% |

Unité utilisée : le kg.

⁽¹⁾ : Prix relevés en grandes et moyennes surfaces (GMS).

Source : Service des nouvelles des marchés (SNM) - Ministère de l'alimentation, de l'agriculture et de la pêche

Le graphique ci-après montre les évolutions de prix du poisson frais pour huit espèces caractéristiques de la consommation des ménages depuis juillet 2009 (sur un an).



(Source : Service des nouvelles des marchés [SNM]).

Sur un an, les prix du filet de lieu noir et du filet de saumon ont augmenté de façon significative (+12,2 %) tandis que celui de la darne de merlu a baissé substantiellement (-8,0%).