

Observatoire des prix et des marges

Produits de grande consommation – Grande distribution

- résultats de l'observation des prix et marges du mois d'avril 2013

Résumé :

Entre mars et avril 2013, les prix des produits de grande consommation vendus en grande distribution sont stables ou en baisse selon les indicateurs¹.

Entre avril 2012 et avril 2013, l'évolution des prix des produits de grande consommation est comprise entre -0,4 % et +0,6 % selon les indicateurs.

D'après SymphonyIRI Group, en avril 2013, par rapport au mois précédent, on constate une baisse des prix de l'offre (-0,1 %) et de la demande (-0,2 %). Sur un an, la hausse des prix de la demande est de 0,3 % et celle des prix de l'offre de 0,1 % selon SymphonyIRI Group.

L'Insee mesure l'évolution des prix des produits de grande consommation dans la grande distribution² à travers un indice mensuel³. En avril, selon cet indice, les prix sont stables par rapport à ceux de mars et en hausse de 0,6 % par rapport à ceux d'avril 2012.

Les données de base de cette étude proviennent de SymphonyIRI Group, de Nielsen et de l'Insee et ont fait l'objet de calculs de la DGCCRF.

1. Les prix de la demande (SymphonyIRI Group) sont en baisse (-0,2 %) sur un mois

En avril 2013, les prix de la demande n'augmentent que de 0,3 % par rapport à avril 2012. Sur un an, les trois familles de produits les plus inflationnistes sont, comme les trois mois précédents, les bières et panachés (+13,4 %), les conserves de poissons (+5,3 %) et la boucherie libre service (+4,8 %). A l'inverse, les trois familles de produits les plus déflationnistes sont la panification préemballée (-2,9 %), les eaux (-2,3 %) et le papier de la personne (-2,1 %).

Évolution en %												
	mai	juin	juil.	août	sept	oct.	nov.	déc.	jan	fév.	mars	avril
Variation mensuelle	0,1	0,0	0,1	0,1	-0,4	0,0	0,1	-0,4	0,1	0,0	-0,1	-0,2
Glissement annuel	2,4	1,8	1,4	1,5	0,9	0,9	0,8	0,8	0,7	0,4	0,3	0,3

Source : IRI

Sur un mois et tous types de marques confondus, on constate une légère hausse des prix des liquides (+0,1 %), une stabilité du prix du rayon épicerie, une légère baisse du prix du rayon produits en libre service poids fixe (-0,1 %) et une baisse importante du rayon droguerie-parfumerie-hygiène (-0,8 %). D'après SymphonyIRI Group, cette forte baisse du rayon DPH s'explique notamment par le

¹ Voir <http://www.economie.gouv.fr/dgccrf/concurrence/observatoire-des-prix-et-des-marges/observatoire-des-prix-et-des-marges-PGC-definitions> pour la définition des différents indicateurs.

² Hors hard discount.

³ Voir <http://www.economie.gouv.fr/dgccrf/concurrence/observatoire-des-prix-et-des-marges/observatoire-des-prix-et-des-marges-PGC-definitions>

démarrage des « Opérations Beauté » qui induisent une forte baisse des prix sur l'ensemble des produits de soins, de maquillage et des produits capillaires (coloration et après-shampoings).

Sur un an, on continue d'observer de forts accroissements de prix pour les liquides (+2,6 % pour les marques nationales, +3,0 % pour les marques de distributeurs et +4,5 % pour les produits premiers prix). On note également une augmentation élevée (+3,8 %) du prix du rayon épicerie pour les produits premiers prix.

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	0,0	0,2	0,0	0,0	0,0	0,4	0,2	3,8
Liquides	0,1	2,7	0,1	2,6	0,1	3,0	0,0	4,5
Produits en libre service (PLS) poids fixe ⁴	-0,1	-0,3	-0,1	-0,7	-0,1	-0,1	0,1	1,6
Droguerie Parfumerie Hygiène (DPH)	-0,8	-1,0	-1,1	-1,1	0,1	-0,7	0,2	0,1
Ensemble	-0,2	0,3	-0,2	0,2	0,0	0,3	0,1	2,4

(1) boissons rafraîchissantes sans alcool

Source : IRI

Toutes marques confondues, sur un mois on constate une stabilité des prix dans les supermarchés et une baisse des prix dans les hypermarchés (-0,3 %). Sur un an, on constate même une légère déflation dans les hypermarchés (-0,1 %) tandis que les prix augmentent de 0,6 % dans les supermarchés.

Sur un mois, les prix des produits premiers prix sont en hausse de 0,1 %, stables pour les marques de distributeurs et en baisse de 0,2 % pour les marques nationales.

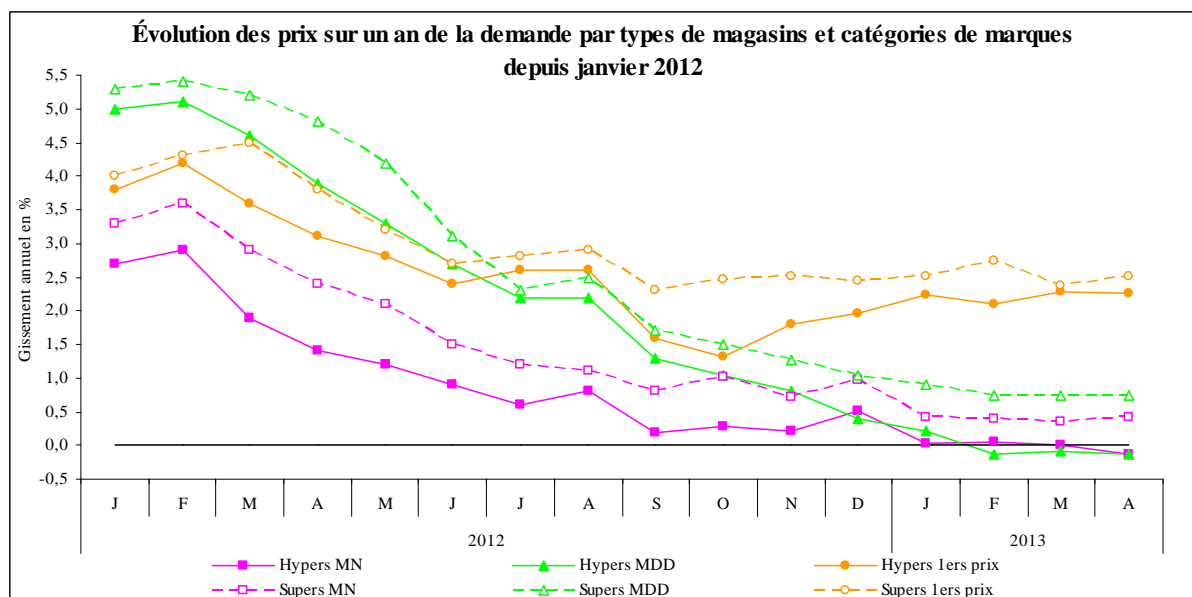
Sur un an, la hausse de prix des produits premiers prix (+2,4 %) est relativement élevée comparée à celles des autres types de marques (+0,3 % pour les marques de distributeurs et +0,2 % pour les marques nationales).

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
Hypermarchés	-0,3	-0,1	-0,4	-0,1	-0,1	-0,1	0,1	2,3
Supermarchés	0,0	0,6	0,0	0,4	0,0	0,8	0,2	2,5
Ensemble	-0,2	0,3	-0,2	0,2	0,0	0,3	0,1	2,4

Source : IRI

Sur le graphique ci-dessous, qui retrace l'évolution sur un an des prix des produits de grande consommation par types de magasin et catégories de marque, on observe une légère déflation des marques nationales et des marques de distributeurs (-0,1 %) dans les hypermarchés et une légère inflation de ces marques dans les supermarchés (respectivement +0,4 % et +0,8 %). En revanche, les prix des produits premiers prix augmentent nettement, que ce soit dans les hypermarchés (+2,3 %) ou dans les supermarchés (+2,5 %).

⁴ Voir <http://www.economie.gouv.fr/dgccrf/concurrence/observatoire-des-prix-et-des-marges/observatoire-des-prix-et-des-marges-PGC-definitions>



Source : IRI

2. Les prix de l'offre (SymphonyIRI Group) sont en légère baisse sur un mois (-0,1 %)

En avril 2013, l'augmentation des prix de l'offre sur un an décélère à 0,1 %.

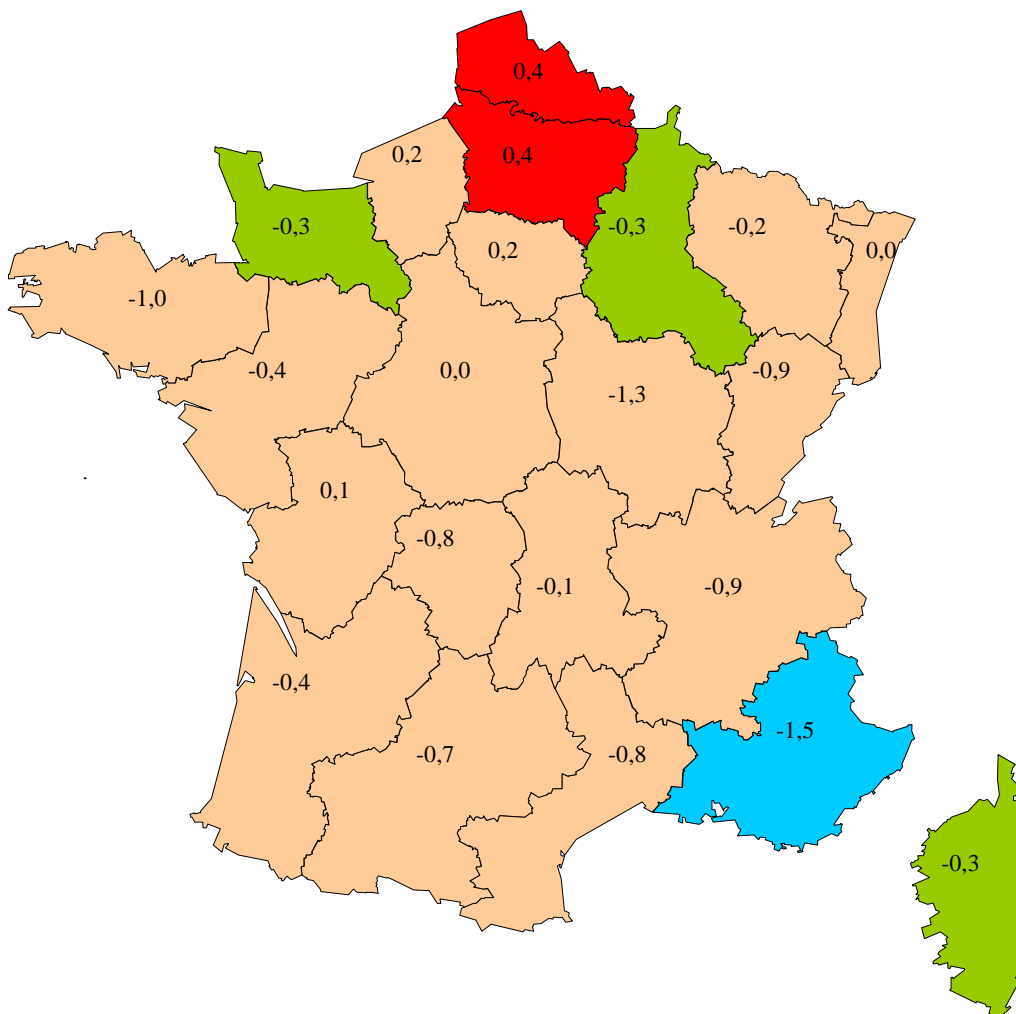
Évolution en %	2012								2013			
	mai	juin	juil.	août	sept	oct.	nov.	déc.	jan	fév.	mars	avril
Variation mensuelle	0,2	0,1	0,2	0,1	-0,3	0,1	0,1	-0,1	0,1	0,0	0,0	-0,1
Glissement annuel	2,3	1,7	1,3	1,3	0,9	0,8	0,6	0,5	0,6	0,3	0,2	0,1

Source : IRI

3. L'évolution des prix sur un an varie de -1,5 % à +0,4 % selon les régions (Nielsen)

Ce mois-ci comme les quatre derniers mois, la région la plus déflationniste est la Provence-Alpes-Côte-d'Azur (-1,5 %). Les deux régions les plus inflationnistes sont à nouveau la Picardie et le Nord-Pas de Calais (+0,4 %). Les régions médianes (-0,3 %) sont la Champagne-Ardenne, la Basse-Normandie et la Corse.

D'après Nielsen, sur l'ensemble du territoire métropolitain, entre avril 2012 et avril 2013, les prix ont en moyenne baissé de 0,4 %.



(Source : indicateur « Nielsen – LSA »)
 En rouge les régions les plus inflationnistes, en bleu la région la plus déflationniste et en vert les régions médianes.

4. Les prix dans le hard-discount augmentent de 2,0 % sur un an (Nielsen)

Évolution en %	2012								2013			
	mai	juin	juil.	août	sept	oct.	nov.	déc.	jan	fév.	mars	avril
Glissement annuel	5,2	3,8	3,7	3,0	2,8	2,6	2,0	1,5	1,9	1,5	1,8	2,0

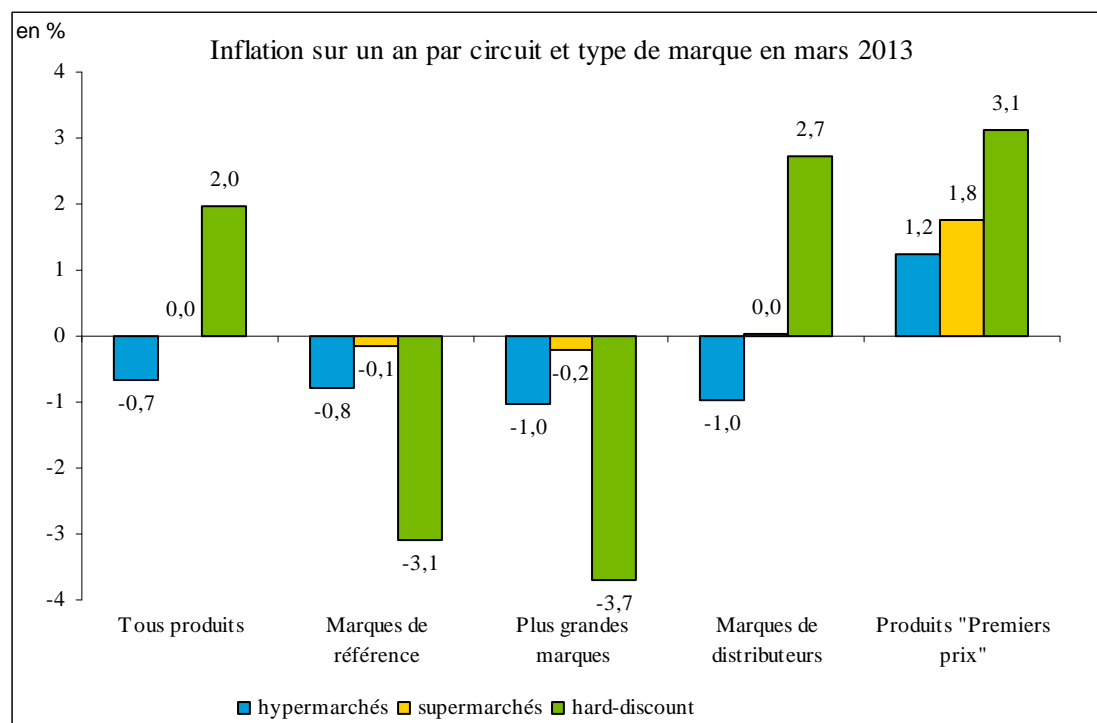
(Source : indicateur « Nielsen - LSA »)

Tous produits confondus, la hausse des prix sur un an en hard-discount (+2,0 %) continue d’être très supérieure à celle constatée en supermarchés (+0,0 %)⁵. En hypermarchés, on constate même une baisse des prix sur un an de 0,7 % d’après Nielsen.

Cette moyenne de +2,0 % cache toutefois de fortes disparités par type de marque : hausse de prix pour les produits premiers prix (+3,1 %) et pour les marques de distributeurs (+2,7 %) et baisse de prix pour les marques de référence (-3,1 %) et les plus grandes marques (-3,7 %). Ces différences par types de marque sont beaucoup moins prononcées dans les autres circuits de distribution (hypermarchés et supermarchés).

⁵ Le mode de calcul de Nielsen, différent de celui de SymphonyIRI Group, explique les différences de variations de prix : voir <http://www.economie.gouv.fr/dgcrf/concurrence/observatoire-des-prix-et-des-marges/observatoire-des-prix-et-des-marges-PGC-definitions>

Enfin, contrairement aux autres marques, pour les produits premiers prix on observe une hausse de prix significative dans les supermarchés et dans les hypermarchés.



(Source : indicateur « Nielsen – LSA »)

5. Entre mars et avril 2013, les prix des produits de grande consommation dans la grande distribution sont stables en métropole selon l’Insee

L’évolution des prix telle que mesurée par l’Insee repose sur un champ et une méthode de recueil des données distincts de ceux du panéliste SymphonyIRI Group⁶.

La grande distribution étant composée des hypermarchés et des supermarchés, l’Insee mesure également l’évolution des prix au sein de chaque circuit de vente. Entre mars et avril 2013, l’Insee observe une hausse des prix de 0,1 % dans les supermarchés et une baisse des prix de 0,1 % dans les hypermarchés.

Sur un an, les prix des produits de grande consommation augmentent de 0,6 % dans l’ensemble de la grande distribution selon l’Insee.

Évolution en %	2012								2013			
	mai	juin	juil.	août	sept	oct.	nov.	déc.	jan	fév.	mars	avril
Variation mensuelle	0,2	0,0	0,2	0,2	-0,2	0,2	0,2	0,0	0,0	-0,1	0,1	0,0
Glissement annuel	2,3	1,9	1,5	1,4	1,2	1,2	1,0	0,9	0,6	0,5	0,6	0,6

Source : Insee – France métropolitaine

⁶ Voir <http://www.economie.gouv.fr/dgccrf/concurrence/observatoire-des-prix-et-des-marges/observatoire-des-prix-et-des-marges-PGC-definitions>

6. Entre février et mars 2013, les prix des produits de l'alimentation dans les DOM augmentent de 0,2 % selon l'Insee

mars 2013	Ensemble des biens et services		Alimentation	
	Variations (en %) au cours :		Variations (en %) au cours :	
	du dernier mois	des 12 derniers mois	du dernier mois	des 12 derniers mois
Métropole	0,8	1,0	0,5	1,4
Guadeloupe	0,8	1,9	-0,3	3,3
Martinique	0,6	2,0	0,1	4,3
Réunion	0,8	2,2	0,8	5,2
Guyane	0,2	1,7	0,2	3,4
Moyenne DOM	0,7	2,0	0,2	4,3

Source : Insee – France métropolitaine

Entre février et mars 2013, les prix de l'ensemble des biens et services augmentent dans les DOM (+0,7 %) à peu près au même rythme qu'en métropole (+0,8 %). En revanche, sur un périmètre limité à l'alimentation, la hausse de prix moyenne dans les DOM (+0,2 %) est sensiblement inférieure à celle observée en métropole (+0,5 %).

L'inflation des prix de l'alimentation sur un mois est particulièrement élevée à la Réunion (+0,8 %) et on note à l'inverse une déflation en Guadeloupe (-0,3 %).

Sur un an (entre mars 2012 et mars 2013), la hausse des prix pour l'ensemble des biens de consommation est deux fois supérieure dans les DOM à celle observée en métropole (2,0 % contre 1,0 %) et trois fois supérieure pour la seule alimentation (4,3 % contre 1,4 %).