

Observatoire des prix et des marges

Produits de grande consommation – Grande distribution

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

Résumé :

Entre février et mars 2013, les prix des produits de grande consommation vendus en grande distribution sont en légère hausse (+0,1 %), stables ou en légère baisse (-0,1 %) selon les indicateurs¹.

Entre mars 2012 et mars 2013, la hausse des prix des produits de grande consommation est comprise entre 0,2 % et 0,6 % selon les indicateurs.

D'après SymphonyIRI Group, en mars 2013, par rapport au mois précédent, on constate une stabilité des prix de l'offre et une légère baisse des prix de la demande (-0,1 %). Sur un an, la hausse des prix de la demande est de 0,3 % et celle des prix de l'offre de 0,2 % 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 mars, selon cet indice, les prix sont en légère hausse (+0,1 %) par rapport à ceux de février et en hausse de 0,6 % par rapport à ceux de mars 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 légère baisse (-0,1 %) sur un mois

En mars 2013, les prix de la demande n'augmentent que de 0,3 % par rapport à mars 2012. Sur un an, les trois familles les plus inflationnistes sont, comme les deux mois précédents, les bières et panachés (+13,4 %), la boucherie libre service (+6,2 %) et les conserves de poissons (+5,5 %). A l'inverse, les trois familles de produits les plus déflationnistes sont, comme le mois dernier, les eaux (-2,5 %), l'entretien du linge et le papier de la personne (-1,8 %).

Évolution en %	2012									2013		
	avril	mai	juin	juil.	août	sept	oct.	nov.	déc.	jan	fév.	mars
Variation mensuelle	-0,1	0,1	0,0	0,1	0,1	-0,4	0,0	0,1	-0,4	0,1	0,0	-0,1
Glissement annuel	2,8	2,4	1,8	1,4	1,5	0,9	0,9	0,8	0,8	0,7	0,4	0,3

Source : IRI

Sur un mois et tous types de marques confondues, 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

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>

service poids fixe (-0,1 %) et une baisse plus prononcée (-0,2 %) du rayon droguerie-parfumerie-hygiène.

Sur un an, on continue d'observer de forts accroissements de prix pour les liquides (+2,4 % pour les marques nationales, +3,4 % pour les marques de distributeurs et +5,0 % pour les produits premiers prix). On note également une augmentation élevée (+4,1 %) du prix moyen 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	0,4	0,0	0,2	0,1	0,4	0,5	4,1
Liquides	0,1	2,7	0,0	2,4	0,3	3,4	0,3	5,0
Produits en libre service (PLS) poids fixe ⁴	-0,1	-0,4	-0,2	-0,8	0,0	0,0	0,1	1,5
Droguerie Parfumerie Hygiène (DPH)	-0,2	-0,8	-0,2	-0,7	-0,1	-1,0	0,0	-0,2
Ensemble	-0,1	0,3	-0,1	0,2	0,1	0,3	0,2	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 légère baisse des prix dans les hypermarchés (-0,1 %) et sur un an, la hausse de prix dans les supermarchés (+0,6 %) est plus de cinq fois supérieure à celle des hypermarchés (+0,1 %).

Sur un mois, les prix des produits premiers prix sont en hausse de 0,2 % dans les hypermarchés et les supermarchés. Sur un mois, la baisse de prix des marques nationales est plus prononcée dans les hypermarchés (-0,2 %) que dans les supermarchés (-0,1 %). Sur un mois, le prix des marques de distributeurs est stable dans les hypermarchés et en légère hausse (+0,1 %) dans les supermarchés.

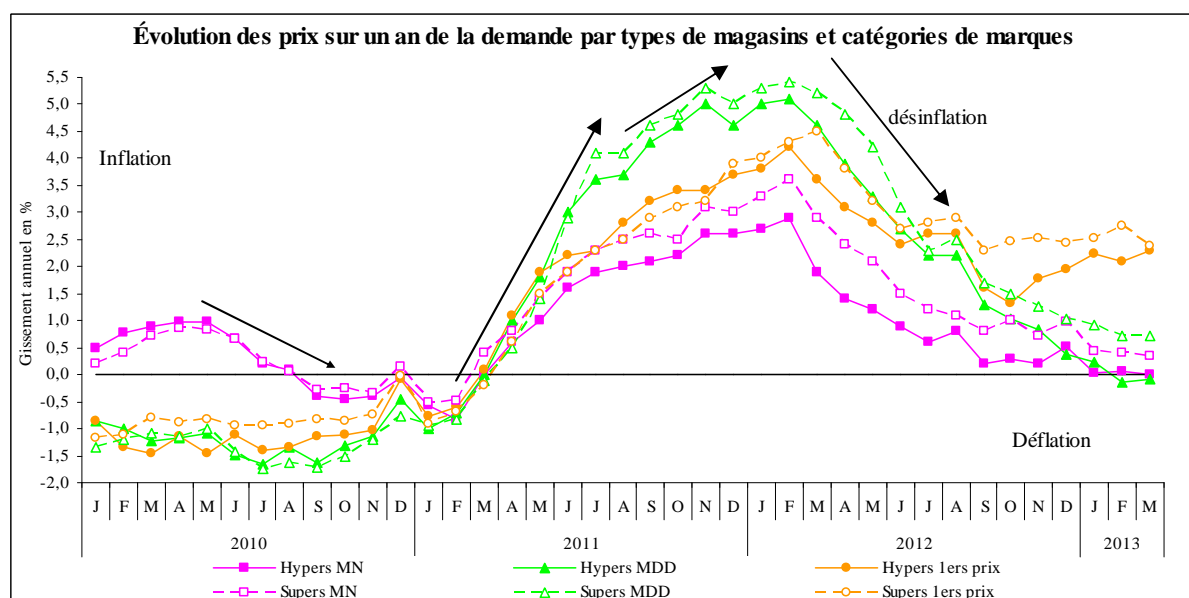
Sur un an, la hausse de prix des produits premiers prix en hypermarchés (+2,3 %) et en supermarchés (+2,4 %) est particulièrement élevée.

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	-0,1	0,1	-0,2	0,0	0,0	-0,1	0,2	2,3
Supermarchés	0,0	0,6	-0,1	0,4	0,1	0,7	0,2	2,4
Ensemble	-0,1	0,3	-0,1	0,2	0,1	0,3	0,2	2,4

Source : IRI

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

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, dans les hypermarchés, que la déflation des marques de distributeurs démarrée le mois dernier se poursuit en mars tandis que les prix des marques nationales sont stables et que la hausse des prix des produits premiers prix accélère. Dans les supermarchés, la hausse de prix des marques nationales et des marques de distributeurs est stable tandis que l'on observe une désinflation pour les produits premiers prix.



Source : IRI

2. Les prix de l'offre (SymphonyIRI Group) sont stables, en variation mensuelle, sur les deux derniers mois

En mars 2013, l'augmentation des prix de l'offre sur un an décélère à 0,2 %.

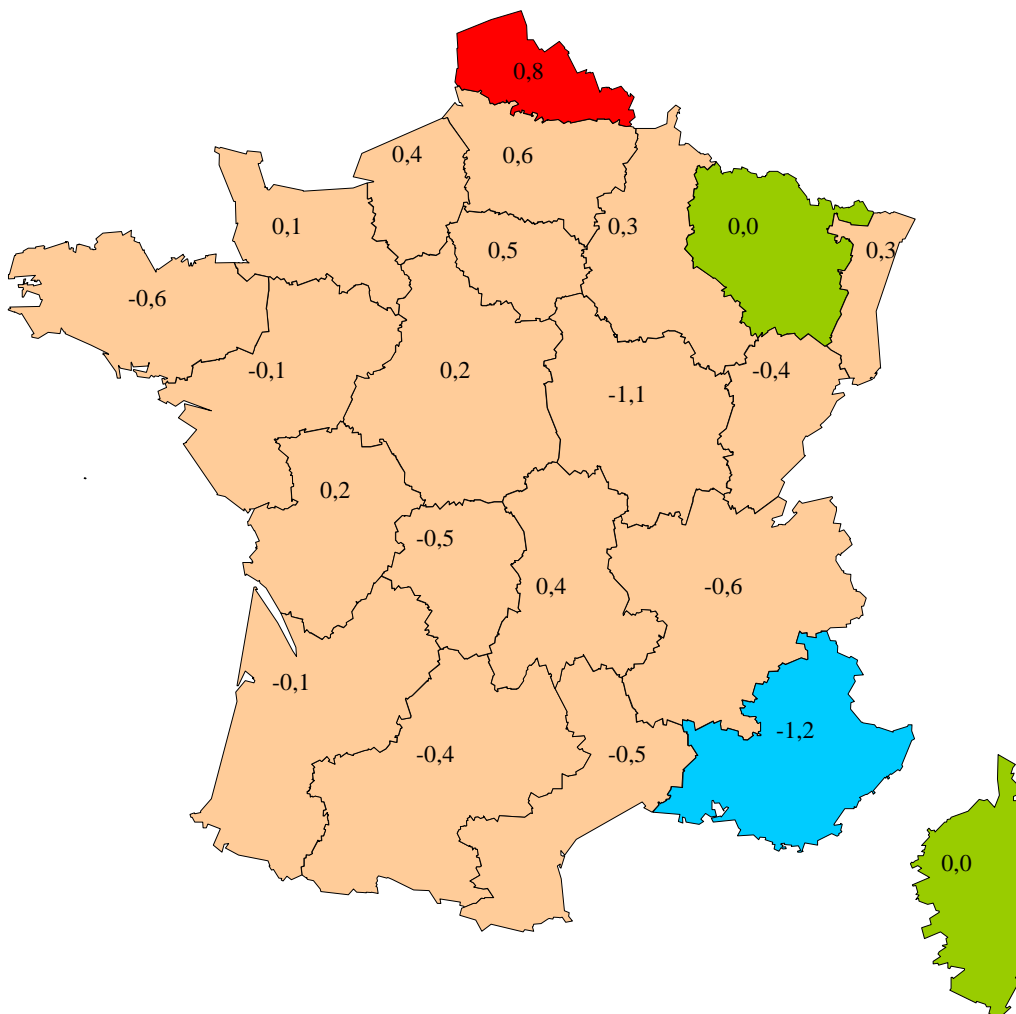
Évolution en %	2012									2013		
	avril	mai	juin	juil.	août	sept	oct.	nov.	déc.	jan	fév.	mars
Variation mensuelle	0,0	0,2	0,1	0,2	0,1	-0,3	0,1	0,1	-0,1	0,1	0,0	0,0
Glissement annuel	2,6	2,3	1,7	1,3	1,3	0,9	0,8	0,6	0,5	0,6	0,3	0,2

Source : IRI

3. L'évolution des prix sur un an varie de -1,2 % à +0,8 % selon les régions (Nielsen)

Ce mois-ci comme les trois derniers mois, la région la plus déflationniste est PACA (-1,2 %). La région la plus inflationniste est à nouveau le Nord-Pas de Calais (+0,8 %), toujours suivie de près par la Picardie (+0,6 %). Les régions médianes (0,0 %) sont la Lorraine et la Corse.

D'après Nielsen, sur l'ensemble du territoire, entre mars 2012 et mars 2013, les prix ont en moyenne baissé de 0,1 %.



(Source : indicateur « Nielsen – LSA »)

En rouge la région la plus inflationniste, en bleu la région la plus déflationniste et en vert les régions médianes.

4. Les prix dans le hard-discount augmentent de 1,8 % sur un an (Nielsen)

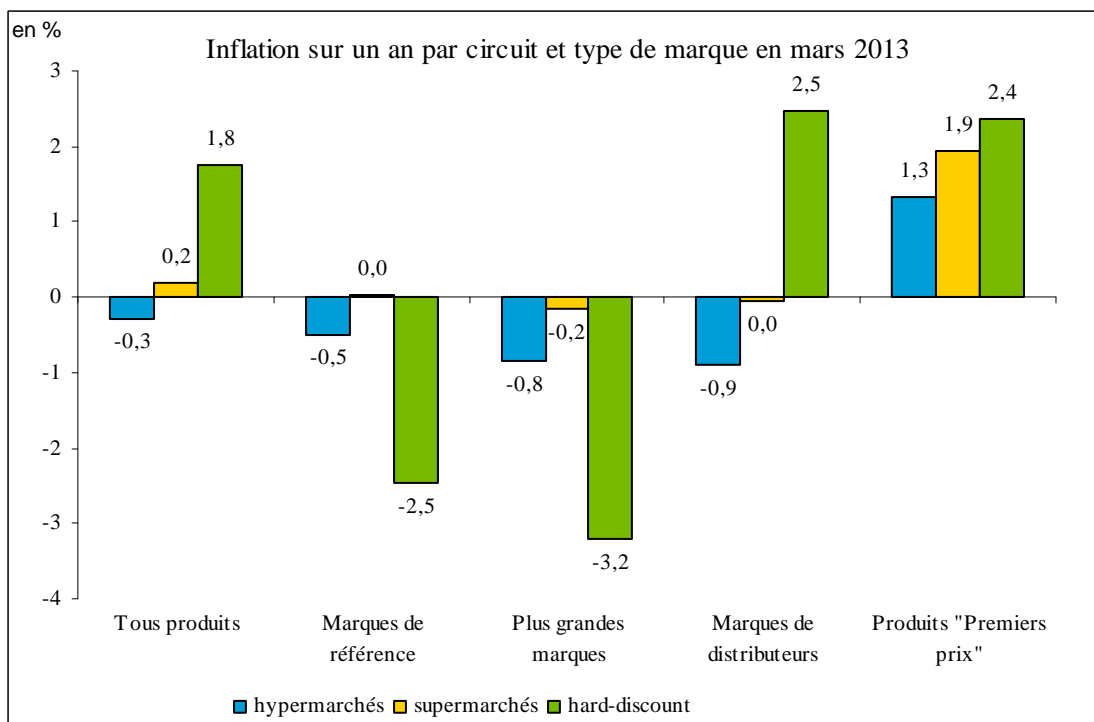
Évolution en %	2012									2013		
	avril	mai	juin	juil.	août	sept	oct.	nov.	déc.	jan	fév.	mars
Glissement annuel	5,6	5,2	3,8	3,7	3,0	2,8	2,6	2,0	1,5	1,9	1,5	1,8

(Source : indicateur « Nielsen - LSA »)

Tous produits confondus, la hausse des prix sur un an en hard-discount (+1,8 %) continue d'être très supérieure à celle constatée en supermarchés (+0,2 %) ⁵. En hypermarchés, on constate même une baisse des prix sur un an de 0,3 % d'après Nielsen.

Cette moyenne de +1,8 % cache toutefois de fortes disparités par type de marque : hausse de prix pour les produits premiers prix (+2,4 %) et pour les marques de distributeurs (+2,5 %) et baisse de prix pour les marques de référence (-2,5 %) et les plus grandes marques (-3,2 %). 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>



(Source : indicateur « Nielsen – LSA »)

5. Entre février et mars 2013, les prix des produits de grande consommation dans la grande distribution sont en hausse de 0,1 % 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 février et mars 2013, l’Insee observe une hausse des prix de 0,1 % dans les supermarchés et une stabilité des prix 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		
	avril	mai	juin	juil.	août	sept	oct.	nov.	déc.	jan	fév.	mars
Variation mensuelle	0,0	0,2	0,0	0,2	0,2	-0,2	0,2	0,2	0,0	0,0	-0,1	0,1
Glissement annuel	2,8	2,3	1,9	1,5	1,4	1,2	1,2	1,0	0,9	0,6	0,5	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. En février, les prix des produits de l'alimentation dans les DOM augmentent de 0,6 % selon l'Insee

février 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	0,3	1,0	0,1	1,6
Guadeloupe	-0,3	1,5	-0,2	2,8
Martinique	0,3	1,7	0,2	3,6
Réunion	-1,0	1,1	1,4	4,5
Guyane	0,0	1,6	0,3	3,8
Moyenne DOM	-0,4	1,4	0,6	3,7

Source : Insee – France métropolitaine

Entre janvier et février 2013, les prix de l'ensemble des biens et services baissent dans les DOM (-0,4 %) alors qu'ils augmentent en métropole (+0,3 %). Sur un périmètre limité à l'alimentation, la hausse de prix moyenne dans les DOM (+0,6 %) est, à l'inverse, très supérieure à celle observée en métropole (+0,1 %).

L'inflation des prix de l'alimentation est particulièrement élevée sur un mois à la Réunion (+1,4 %) et on note à l'opposé une déflation des prix de l'alimentation en Guadeloupe sur le dernier mois (-0,2 %).

Sur un an (entre février 2012 et février 2013), l'accélération de la hausse des prix de l'alimentation constatée en moyenne dans les DOM, par rapport au mois dernier (on passe de +3,3 % à +3,7 %), s'explique par l'accélération de cette hausse en Guadeloupe (2,4 % à 2,8 %), en Martinique (3,4 % à 3,6 %) et surtout à la Réunion (3,7 % à 4,5 %). Il n'y a qu'en Guyane que l'on observe une légère désinflation (4,0 % à 3,8 %).