



CHAMBRES
D'AGRICULTURE
NORMANDIE

Document de
travail
18 juin 2008

Alimentation

Quelle relation entre les prix agricoles, les prix alimentaires et le pouvoir d'achat ?

Groupe Prospective

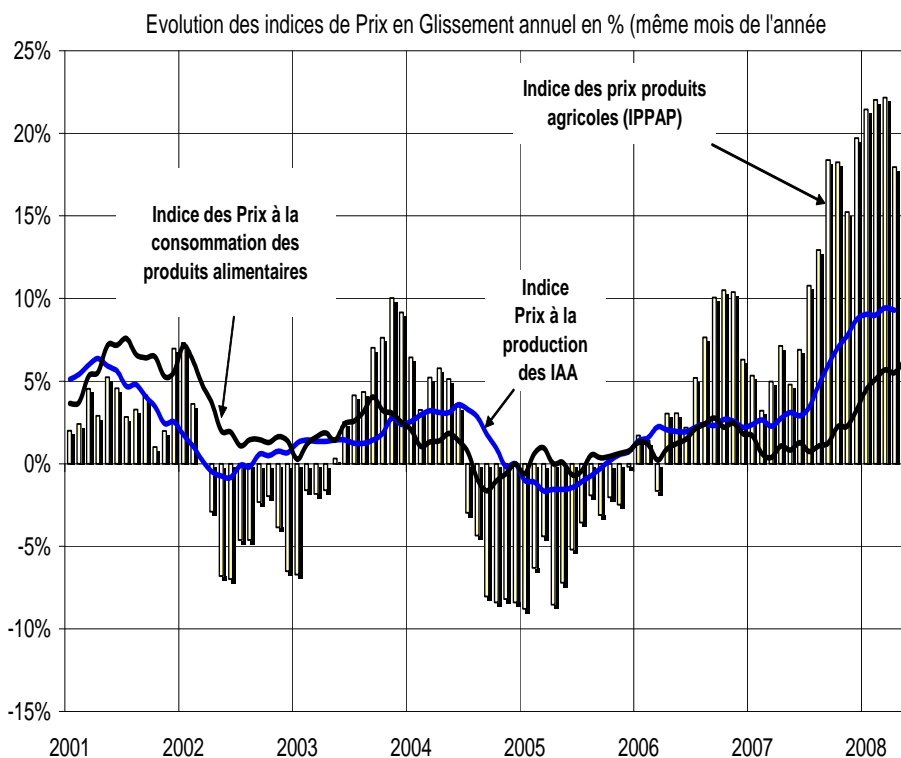
Les prix des produits agricoles ont augmenté en 2007, cette hausse a été répercutée par les industriels de l'agroalimentaire et les distributeurs. Au final, c'est le consommateur qui paye avec un indice des prix des produits alimentaires en progression, renforçant ainsi le sentiment de dégradation du pouvoir d'achat. L'accroissement des prix alimentaires conjugué à ceux de l'énergie ont contribué à l'augmentation de l'inflation générale.

Hausse des prix agricoles : + 13 % sur un an

Le prix des denrées agricoles dans le monde a fortement progressé en 2007 comme le montre l'indice des prix FAO des denrées agricoles en hausse de 23 % en 2007 par rapport à 2006 (+ 34 % 2007/2005). Trois produits génèrent cette hausse : les céréales (+ 39 % en 2007/2006), les produits laitiers (+79 % en 2007/06) et les matières grasses (+ 49 % en 2007/2006).

En France, l'indice des prix des produits agricoles à la production, hors fruits et légumes (IPPAP) mesurant l'évolution des prix des produits livrés par les agriculteurs à des non agriculteurs, a évolué de 13 % entre 2006 et 2007 contre 4,5 % entre 2005 et 2006.

Des prix des denrées agricoles au prix de consommation



Source : INSEE

La hausse des matières premières agricoles se répercute sur toute la chaîne de production alimentaire des industries agroalimentaires, aux consommateurs en passant par les distributeurs. Ce phénomène du renchérissement du coût des matières premières agricoles a été amplifié par la hausse des prix pétroliers impactant le coût des moyens de production et de transformation des produits agricoles. Ainsi, une hausse de 10 % du prix de l'énergie se traduit au bout d'un an par une hausse de 3 % des prix alimentaires selon un calcul de la Direction Générale du Trésor et de la Politique Economique. (DGTPE)

En 2004, les produits issus de la branche agricole représentaient 34 % des consommations intermédiaires des IAA (le reste étant constitué des emballages, des services...). La part des produits agricoles de base dans les consommations intermédiaires varie de 33 % dans l'industrie des céréales à 41 % dans l'industrie laitière, voire 60 % dans l'industrie des viandes. Ces chiffres se basent sur les tableaux des entrées intermédiaires des comptes annuels de l'INSEE de 2004. (Source : DGTPE note N°32 du Trésor)

Rôle des marges dans le prix à la consommation

La formation du prix final payé par le consommateur est également influencée par les relations entre industriels et distributeurs au niveau de la marge que chacun d'entre eux s'attribuent. La Direction Générale de la Concurrence, de la Consommation et de la Répression des Fraudes, dans une enquête de février 2008 a observé l'évolution des prix de revente aux consommateurs.

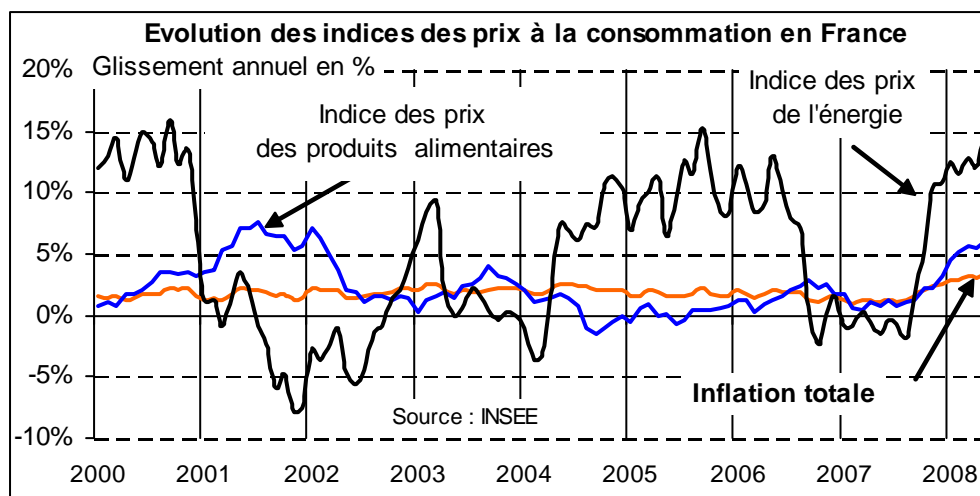
- Evolution du prix d'achat des distributeurs à leurs fournisseurs de novembre 2007 à janvier 2008 : + 6,70 %
- Répercussion du prix de revente aux consommateurs par les distributeurs de novembre 2007 à janvier 2008 : + 7,10 %.

Pour certains produits, les distributeurs ont augmenté leur marge c'est le cas du camembert, dont le prix net facturé a augmenté de 7 % et le prix de vente public de 9,7 %. A l'inverse, sur le lait, les distributeurs ont réduit leur marge (prix net facturé par les fournisseurs en hausse de 15,4 % et prix de vente net public en hausse de 13,4 %).

Selon l'INSEE, il faudrait un délai de 6 mois, pour que les évolutions des cours des matières premières soient répercutées sur le prix aux consommateurs.

L'impact des prix alimentaires sur l'inflation générale

L'inflation générale, mesurée par l'indice des prix à la consommation (IPC), a progressé de 3,3 % entre mai 2007 et mai 2008 (contre 1,06 % en mai 2007/ mai 2006). Sur la même période, les indices des prix à la consommation pour les produits alimentaires et l'énergie ont augmenté respectivement de 5,7 % et 15,4 %.



Contribution des prix des produits alimentaires à l'inflation générale

	Taux de variation en %		Contributions	
	d'avril 2006 à avril 2007	de mai 2007 à mai 2008	d'avril 2006 à avril 2007	de mai 2007 à mai 2008
Ensemble	1,75 %	3,30 %	1,7	3,3
Alimentation	0,95 %	5,70 %	0,16	0,94
Energie	9,14 %	15,40 %	0,73	1,21
Autres (Services, tabac, produits manufacturés)	1,18 %	1,41 %	0,83	1,17

Sur les 3,3 % de hausse de prix entre mai 2007 et mai 2008, l'alimentation a contribué à la hausse pour 0,94 points sur un total de 3,30 soit 28 % (contre 9 % en 2006/07) . Le pain et céréales, la viande, le lait, le fromage et les œufs enregistrent les hausses de prix les plus importantes entre mai 2007 et mai 2008 : + 6,9 %, + 5,1 % et + 11,2 % respectivement.

La DGCCRF a construit un observatoire des prix. Ainsi, ce sont les prix de 100 000 produits de grande consommation qui ont été relevés dans 5 700 grandes surfaces.

Produits ayant subi des augmentations sensibles (Sources : DGCCRF_IRI Indicateur Nielsen _ LSA)

	Avril 2007 à avril 2008
Variation des prix sur 1 an	4,94 %
Pâtes alimentaires	+ 18,5 %
Œufs	+ 13,8 %
Lait	+ 12,8 %
Beurre, margarine, crème fraîche	+ 10,5 %
Fromages	+ 8,5 %
Yaourts, desserts lactés	+ 7,2 %

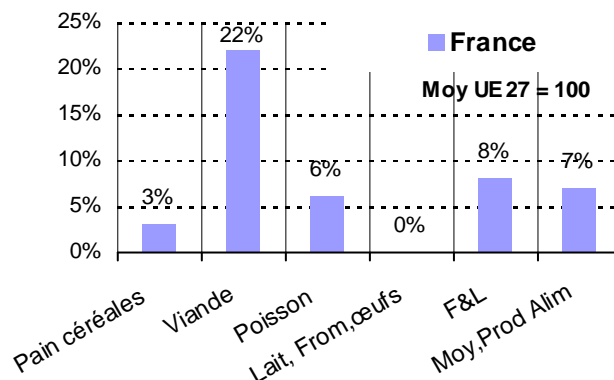
Les plus fortes augmentations de prix au détail en magasin résultent d'une combinaison entre la hausse des matières premières agricoles et l'importance de cette matière dans le coût du produit final par rapport aux autres éléments de coûts (emballage, marketing...). On observe, par exemple, une hausse plus importante pour les marques « Premiers prix » avec + 31,1 % d'augmentation pour les pâtes alimentaires en avril 2008/avril 2007 contre + 16 % pour l'ensemble des marques.

L'alimentation moins chère en France qu'au Royaume-Uni

Dans une étude comparative publiée en 2007 par Eurostat sur les prix des produits alimentaires, boissons et tabac au sein de l'UE de 2006, il apparaît que les produits alimentaires français sont 7 % plus chers que la moyenne de l'UE27.

Sur les 27 Etats membres de l'UE, 15 pays affichent des paniers de produits alimentaires moins chers que le panier français. Ainsi, les français paient leurs paniers de produits alimentaires 2 % plus chers que les allemands et 23 % plus chers que les portugais, mais 5 % moins chers que les anglais.

Les produits alimentaires français 7 % plus chers par rapport à la moyenne UE27 (source : eurostat)



Le pouvoir d'achat se dégrade t-il ?

Les ménages ont le sentiment que leur pouvoir d'achat recule et accusent les hausses de prix. Alors que l'INSEE publie des résultats faisant état d'une progression modérée du pouvoir d'achat des ménages, ceux-ci ont le sentiment que leur niveau de vie recule. De fait, les indicateurs de l'INSEE ont été remis en cause par les consommateurs et les pouvoirs publics.

Le pouvoir d'achat évalue la quantité de biens et services qu'un ménage peut acheter avec son revenu disponible. Une hausse des revenus supérieure à celle des prix implique une progression du pouvoir d'achat.

Taux de croissance du pouvoir d'achat (en %) _Source : INSEE

	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
Evolution du pouvoir d'achat des ménages	3,4	3,4	3,6	0,8	2,6	1,6	2,6	3,3
Evolution pouvoir d'achat par ménage	2,1	2,1	2,3	-0,4	1,3	0,2	1,1	1,7
Evolution du pouvoir d'achat par unité de consommation	2,5	2,5	2,7	0,0	1,7	0,7	1,7	2,4

Pourquoi ce décalage entre l'évolution perçue et l'évolution statistique du pouvoir d'achat?

Mesure agrégée masquant des disparités

La mesure de l'INSEE du pouvoir d'achat des ménages est celle du pouvoir d'achat agrégé des ménages et non du pouvoir d'achat par ménage. Or, la taille des ménages s'est réduite, se traduisant par un accroissement du nombre d'unités de consommation avec un impact significatif pour les ménages concernés. Entre 2003 et 2005, la faible croissance du pouvoir d'achat agrégé des ménages cache une quasi-stagnation du pouvoir d'achat moyen individualisé.

Le pouvoir d'achat du revenu disponible est une grandeur macroéconomique recouvrant des disparités importantes. L'INSEE, prend en compte l'hétérogénéité des structures de consommation en calculant des indices de prix catégoriels basés sur différents critères. Les deux critères les plus discriminants sont le **revenu par unité de consommation** et le **type de commune de résidence**, car ils engendrent les écarts relatifs les plus importants entre catégories.

L'indice des prix pour 10 % des ménages ayant les plus bas revenus est supérieur de 0,11 %/an par rapport à l'indice de l'ensemble et de 0,2 %/an par rapport aux 10 % des ménages ayant les plus hauts revenus. Compte tenu de la structure de leur consommation, les ménages à bas revenus sont plus exposés aux hausses de prix que les autres ménages car ils dépensent une plus grande part de leurs revenus dans l'alimentation.

Les dépenses contraintes toujours plus importantes

Le sentiment de dégradation du pouvoir d'achat peut aussi trouver une source dans l'augmentation du prix et du périmètre des dépenses contraintes. Ces dépenses contraintes regroupent les dépenses liées aux logements, l'eau, le gaz, l'électricité. Elles représentent aujourd'hui 45 % des dépenses des ménages contre 23 % en 1959. De plus, une partie des dépenses socialisées bascule vers une prise en charge privée (retraite, soin...) s'ajoutant de fait aux dépenses contraintes « traditionnelles ».

Effet qualité insidieux

La mesure de l'inflation et de la correction de l'effet « qualité attribué à certains produits conduisent à ce décalage. L'amélioration de la qualité ou de performance d'un produit se traduit par une baisse des prix selon les conventions de calcul. A la source du sentiment d'inflation se trouve l'accentuation des pratiques d'offre consistant à substituer des produits chers à des produits basiques et peu coûteux. Le prix des ordinateurs, à qualité constante, a baissé de 70 % en 5 ans mais cet ordinateur basique dont le prix a baissé n'est plus disponible sur le marché et que le prix d'entrée de gamme demeure, lui, constant, en termes réels. Au niveau des produits alimentaires, la revue LSA estime que 18 % des produits mis en rayon changent sur un an.