

## **Inflation : voici six graphiques pour comprendre pourquoi vos courses vous coûtent de plus en plus cher**

Yann Thompson, francetvinfo.fr, 18 mai 2022

[https://www.francetvinfo.fr/economie/inflation/infographies-inflation-voici-six-graphiques-pour-comprendre-pourquoi-vos-courses-vous-coutent-de-plus-en-plus-cher\\_5132098.html](https://www.francetvinfo.fr/economie/inflation/infographies-inflation-voici-six-graphiques-pour-comprendre-pourquoi-vos-courses-vous-coutent-de-plus-en-plus-cher_5132098.html)

*Les graphiques sous forme interactive, ainsi que les données précises correspondantes, sont visualisables sur la version en ligne de l'article.*

« En avril, les prix de l'alimentation ont connu une hausse annuelle proche de 4 %. Des produits de base comme les pâtes affichent des progressions supérieures à 10 %.

Les Français n'en ont pas fini avec leur "problème numéro un", selon la Banque de France. L'inflation élevée devrait durer encore cette année et commencer à baisser au début de l'an prochain", a averti le gouverneur de l'institution, François Villeroy de Galhau, mercredi 11 mai, sur France Inter. Après 4,8 % en avril, la hausse des prix sur un an, tous secteurs confondus, pourrait dépasser les 5 % en mai et atteindre 5,4 % en juin, faisant reculer le pouvoir d'achat des ménages, selon l'Institut national de la statistique (Insee).

Comment expliquer cette aggravation de la situation ? Partie des prix à la pompe, la flambée gagne désormais les chariots de courses. Visualisez en six graphiques comment l'alimentation est à son tour touchée par cette inflation galopante.

### **Des courses alimentaires plus chères de 3,8 % (en attendant pire)**

Pour la première fois depuis la crise financière de 2008, l'indice des prix à la consommation dans le secteur de l'alimentation pourrait bondir de plus de 6 % en juin. L'Insee table sur une hausse de 6,3% par rapport à juin 2021. Pour mai, la prévision est de 5 %, contre 3,8 % enregistrés en avril – déjà du jamais vu depuis plus de dix ans.

Parmi les différentes composantes de l'inflation calculée par l'Insee, c'est l'énergie (carburants, gaz, électricité...) qui a été marquée par la plus forte envolée depuis un an, mais un ralentissement semble entamé sur ce front. La courbe la plus raide est à présent celle de l'alimentation. L'inflation dans les secteurs des services et des produits manufacturés reste, elle, plus mesurée.

La montée en flèche entamée l'été dernier dans les rayons résulte de flambées subies par les producteurs et distributeurs. Coûts de l'énergie, rendements affectés par les sécheresses, concurrence internationale... Les matières premières sont de plus en plus chères, comme en témoignent les prix agricoles à la production, qui ont bondi en mars de 27 % en un an, selon l'Insee. Les emballages, comme le carton ou le plastique, ont aussi "pris 40 à 50 % d'augmentation depuis environ un an", alertait, dès novembre, la Coopération agricole. Le transport des marchandises devient également plus coûteux, du fait notamment des prix des carburants.

Avec les effets de la guerre en Ukraine et des dernières renégociations commerciales entre les géants de la grande distribution et leurs fournisseurs, la hausse des prix des produits alimentaires pourrait avoisiner les 10 % avant la fin de l'année, selon plusieurs acteurs du secteur, dont la Fédération du commerce et de la distribution.

### **L'huile, les légumes et le poisson, principales familles touchées**

Au mois d'avril, c'est au rayon des huiles et graisses alimentaires que l'ébullition est la plus forte, avec une hausse globale de 7,2 % sur un an, selon des chiffres de l'Insee, révélés vendredi et calculés dans la grande distribution et les autres lieux de vente. Suivent les légumes, puis les poissons et fruits de mer, tous deux en hausse de plus de 6 %. Quatre autres familles d'aliments affichent une inflation supérieure à la moyenne de 3,8 %.

Le bond des étiquettes est particulièrement prononcé pour les huiles de type tournesol et colza. Ces oléagineux ont été victimes d'une forte demande mondiale et de mauvaises récoltes, avant même le contexte de pénurie lié à la guerre entre l'Ukraine et la Russie, deux grands pays producteurs. En seulement trois mois, ces huiles ont vu leur prix décoller de 11 % (et 15 % sur un an). La bouteille d'un litre d'huile Lesieur Isio 4 est ainsi passée de 2,93 euros à 3,42 euros en moyenne entre le 1<sup>er</sup> janvier et le 9 mai, selon l'institut NielsenIQ, cité par le site spécialisé Le Web Grande Conso.

Du côté des légumes, la poussée vient principalement des légumes frais. Malgré des situations très variables d'une espèce à une autre, l'organisme interprofessionnel Interfel, joint par Franceinfo, met en avant la hausse des coûts de l'énergie, notamment pour les cultures sous serres, gourmandes en électricité. Autres raisons : le "renchérissement des intrants agricoles", à commencer par les engrais, souvent produits en Ukraine ou en Russie, et "des intempéries qui ont fortement affecté le bassin méditerranéen" ces derniers mois.

Les poissons, eux, font surtout les frais de la hausse des prix du carburant, qui affecte lourdement la rentabilité des sorties en mer pour les pêcheurs et qui est partiellement répercutée sur les consommateurs. Les incertitudes post-Brexit sur les zones de pêche contribuent aussi à affoler les cours, déjà sous tension depuis un moment du fait de l'appétit grandissant des Français pour le poisson, comme le rappelle *Le Figaro*. Les effets de cette inflation se font déjà ressentir dans les habitudes de consommation : "En 15 jours, nos volumes de vente [de poisson] ont chuté de 10 à 15 %", affirmait, dès mars, le groupe Système U, dans *Le Parisien*.

### **Les pâtes, la farine et la viande frappées de plein fouet**

Au-delà des grandes familles d'aliments, si l'on se plonge dans le détail par produits, la première place du classement est occupée par les fruits surgelés, dont le prix en magasin a bondi de plus de 30 % sur un an. Une hausse à relativiser, car elle porte surtout sur 2021, et ces articles sont peu consommés. La présence des pâtes (+ 12,3 %) et de la farine (+ 9,7 %) dans le top 5 est plus significative, tant ces achats sont symboliques. Le kilo de spaghetti Barilla atteint désormais 1,83 euro en moyenne, contre 1,53 au 1<sup>er</sup> janvier, selon NielsenIQ. En un an, les prix à la production des céréales ont augmenté de 69 % en France, relève l'Insee.

La viande occupe plusieurs positions du top 20 des produits les plus inflationnistes, à commencer par les viandes ovine (+ 7,7 %) et bovine (+ 6,5 %). "L'origine de cette tendance est identifiée : les coûts de production des énergies et des nourritures animales, qui se sont envolés avant même le conflit russo-ukrainien", note 60 Millions de consommateurs. La volaille (+ 6,4 %) subit, en plus, les effets de la grippe aviaire.

### **"Premiers prix", premiers sur l'inflation**

L'inflation touche plus frontalement les produits d'entrée de gamme. En un an, dans la grande distribution, les marques dites "premiers prix" ont ainsi vu leurs étiquettes flamber deux fois plus que la moyenne, selon l'institut IRI. Le prix des pâtes "premiers prix" a même fait un bond annuel de près de 44 %, contre moins de 14% toute gamme confondue, selon NielsenIQ pour 60 Millions

de consommateurs. "Sur certains premiers prix de pâtes, on observe une augmentation de 70 à 75 % sur les coquillettes", avance Sophie Coisne, de 60 Millions de consommateurs, sur [Franceinfo](#).

"C'est logique, analyse Emily Mayer, spécialiste de la consommation à l'IRI. Ces produits basiques, qui tiennent leurs petits prix de l'absence de dépenses de marketing et de publicité, n'ont pas de leviers pour amortir l'augmentation des coûts. Tout passe dans le prix en rayon. À l'inverse, les marques de distributeurs et surtout les marques nationales peuvent choisir de rogner sur ces dépenses annexes pour éviter de pénaliser le consommateur."

Les consommateurs se détournent-ils pour autant des produits premiers prix ? Pas du tout, au contraire. Face à l'inflation, la tendance est de descendre en gamme et de se tourner vers les petits prix. "Les premiers prix restent, malgré tout, plus de 60 % moins chers que les marques nationales, souligne Emily Mayer, de l'IRI. On observe donc une hausse des ventes de 'premiers prix' de 8 %, alors que le marché global recule de près de 2 %." Pour Vincent Bronsard, président d'Intermarché et Netto, les clients peuvent ainsi "effacer l'inflation" en modifiant la composition de leur panier, y compris en achetant davantage de produits des marques distributeurs, "globalement 20 % moins chers que les produits des marques nationales".

### **Des écarts entre les enseignes**

Tout comme les produits "premiers prix", les enseignes dites "discount" ou d'entrée de gamme sont plus sensibles aux effets de l'inflation, qu'elles peinent à répercuter ailleurs que sur les prix affichés en rayon. C'est ce que suggèrent les chiffres de l'IRI – qui ne portent toutefois que sur les enseignes françaises comme Netto et Leader Price, faute d'accès aux données de Lidl et Aldi. Malgré tout, là encore, ces enseignes devraient réussir à attirer de nouveaux clients, grâce à des prix plus bas. »

<b>Exploitation pédagogique</b>
---------------------------------

1. Qu'est-ce que l'inflation ? Quels sont les risques liés à l'inflation ?
2. Dans quels secteurs les prix ont-ils le plus augmenté ? Le moins augmenté ?
3. Comment expliquer la hausse des prix dans l'alimentation ?
4. Quel rôle les facteurs climatiques jouent-ils dans la hausse des prix ?
5. Comment peut-on expliquer que ce sont les produits « premier prix » qui sont les plus frappés par l'inflation ?
6. Pourquoi, paradoxalement, les consommateurs se tournent-ils davantage vers les produits premier prix dans la période actuelle ?

### Corrigé

1. L'inflation consiste en une hausse générale et durable des prix. Ce phénomène a tendance à dégrader le pouvoir d'achat des ménages si leurs revenus ne sont pas indexés sur la hausse des prix. L'inflation affecte par ailleurs les producteurs, qui sont confrontés à une hausse du coût des consommations intermédiaires, ce qui contribue à dégrader leurs marges.
2. C'est dans le secteur de l'énergie que les prix ont le plus fortement augmenté (+ 26,5 % entre avril 2021 et avril 2022), même si un ralentissement est visible depuis le mois d'avril 2022. Ce sont les prix de l'alimentation qui connaissent actuellement la plus forte envolée. Les prix ont le moins augmenté dans les secteurs des services (3 % entre avril 2021 et avril 2022) et des produits manufacturés (seulement 2,6 % sur la même période).
3. De nombreuses explications peuvent être mobilisées pour comprendre la hausse des prix dans le secteur de l'alimentation : hausse du coût de l'énergie, rendements affectés par les sécheresses, concurrence internationale exacerbée, augmentation du coût des emballages (carton et plastique). La guerre en Ukraine risque également d'entretenir la hausse du prix des produits alimentaires car l'Ukraine est un des principaux producteurs mondiaux de céréales, mais également d'engrais.
4. On peut remarquer que la hausse des prix s'explique également par des facteurs climatiques. Ainsi, la hausse du prix des huiles de tournesol et de colza a été en partie provoquée par de mauvaises récoltes (combinées à une très importante demande mondiale) avant même que ne débute le conflit militaire opposant l'Ukraine à la Russie. Par ailleurs, la hausse du prix de certains légumes peut s'expliquer par des intempéries qui ont frappé le bassin méditerranéen (et qui ont entraîné des récoltes moins abondantes).
5. Les produits « premier prix » sont les plus frappés par l'inflation car les distributeurs font des marges très faibles sur ce type de produits. Ils n'ont pas la possibilité d'amortir l'augmentation des coûts de production (en baissant par exemple les dépenses de marketing ou de publicité qui n'existent pas sur ce type de produits).
6. Malgré la forte inflation qui les touche, les produits premier prix sont de plus en plus consommés par les ménages car leur prix reste moins cher que les produits standards. Comme l'explique Vincent Bronsard, les clients peuvent « effacer l'inflation » en modifiant la composition de leurs courses et en achetant davantage de produits premier prix qu'avant. Même si le prix de ces produits a fortement augmenté, ils y gagnent en matière de pouvoir d'achat.