

### Certaines mesures de la loi « Agriculture et Alimentation » ont pu avoir un impact à la hausse, d'ampleur limitée, sur les prix à la consommation

À la suite des États généraux de l'Alimentation (EGAlim) organisés en 2017, le Parlement a adopté à l'automne 2018 la loi pour l'équilibre des relations commerciales dans le secteur agricole et une alimentation saine et durable (loi « Agriculture et Alimentation »).

Plusieurs dispositions de cette loi, après avoir été précisées dans l'ordonnance du 12 décembre 2018, sont entrées en vigueur au cours du premier trimestre 2019. Ainsi, depuis le 1<sup>er</sup> janvier 2019, les promotions sur les produits alimentaires sont davantage encadrées : les remises sont plafonnées à 34 % de la valeur des produits concernés, et les promotions ne peuvent concerner que 25 % du volume annuel écoulé par chaque enseigne. En outre, depuis le 1<sup>er</sup> février 2019, le seuil de revente à perte (SRP) est rehaussé de 10 % pour les produits alimentaires. Ce dispositif vise à mieux rétribuer les producteurs agricoles, même si la loi n'oblige pas les distributeurs à augmenter les prix d'achat aux producteurs.

Ces mesures ont pu avoir un effet à la hausse sur l'indice des prix à la consommation. Les données de l'indice des prix à la consommation suggèrent néanmoins un impact relativement modéré, de l'ordre de 0,3 point sur l'indice des prix des produits de grande consommation dans la grande distribution et inférieur à 0,1 point sur l'indice d'ensemble des prix à la consommation.

#### Les modifications législatives et réglementaires touchant la grande distribution et/ou l'industrie agro-alimentaire sont de nature à affecter l'inflation des produits alimentaires

La chronique des prix alimentaires est régulièrement affectée par des évolutions réglementaires ou législatives. Allain, Chambolle et Vergé (2008) proposent, à travers l'exemple de la loi Galland, des éléments d'analyse sur les effets des lois destinées à encadrer le développement de la grande distribution.

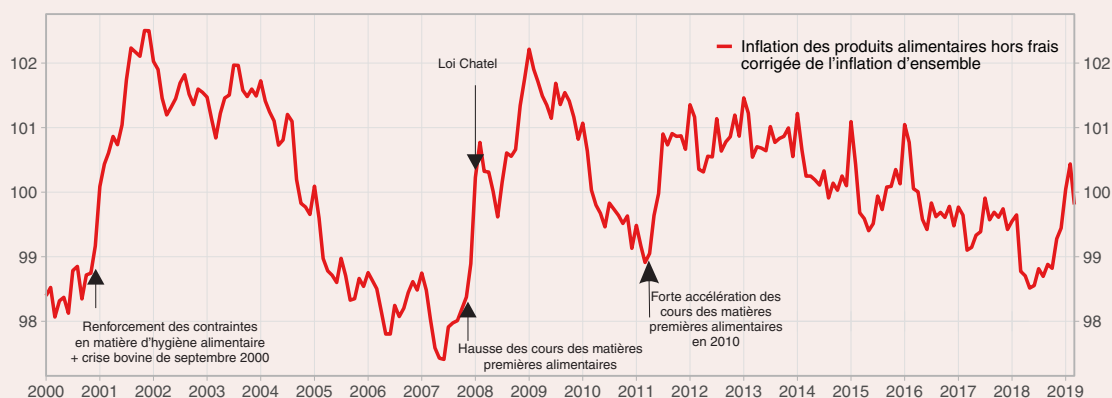
Le *graphique 1* représente, pour la période 2000-2019, le différentiel entre l'inflation des produits alimentaires et l'inflation d'ensemble. Certains épisodes atypiques sont notables et liés à des évolutions réglementaires et/ou à d'autres paramètres exogènes. Par exemple, entre novembre 2000 et décembre 2001, les prix des produits alimentaires ont augmenté de 3,3 % en raison de la crise bovine de la « vache folle » d'une part, et du renforcement des contraintes d'hygiène alimentaire en réponse à cette crise d'autre part.

Entrée en application en 1997, la loi Galland aurait poussé les prix à la consommation à la hausse (Boutin et Guerrero, 2008). Sa remise en cause à partir de 2004 aurait contribué à leur baisse.

Début 2008, l'entrée en vigueur de la loi pour le développement de la concurrence au service des consommateurs (loi Chatel) a inclus dans le calcul du SRP les marges arrières, c'est-à-dire les sommes versées par le fournisseur au distributeur au titre de la coopération commerciale. Le prix de référence au-dessous duquel la vente est interdite a donc été abaissé. Ainsi, entre février 2008 et juin 2008, les prix alimentaires ont diminué de près de 1,2 %. En 2010 et 2011, la flambée des cours des matières premières a provoqué une forte hausse des prix des produits alimentaires (+1,6 % en glissement annuel en décembre 2011).

Enfin, entre janvier et février 2019, les prix des produits alimentaires ont augmenté de +0,4 %. Il s'agit de la plus forte hausse depuis 2011 sur cette période de l'année. Les facteurs habituels entrant dans le processus de formation de ces prix (cotations des viandes, cours des matières premières, salaires)

**1 - Inflation des produits alimentaires hors frais, corrigée de l'inflation d'ensemble**



Note : rapport de l'indice de prix des produits alimentaires sur l'indice de prix à la consommation d'ensemble, base 100 en 2015

Champ : France métropolitaine

Source : Insee, indice des prix à la consommation

ne suffisent pas à expliquer cette hausse, qui est probablement en partie liée à l'entrée en vigueur des mesures de la loi Agriculture et Alimentation.

## L'effet théorique d'une hausse du SRP sur les prix à la consommation est ambigu.

Le seuil de revente à perte – ou prix d'achat effectif – représente la limite de prix en dessous de laquelle un distributeur ne peut revendre un produit acheté à un fournisseur. Il est calculé suivant la formule :

$$SRP = \text{Prix net du produit} - \text{Avantages financiers (remises, rabais)}$$

$$+ \text{TVA et autres taxes} + \text{Prix du transport}$$

Lors de la vente d'un produit, les distributeurs appliquent différentes marges : les marges avant et arrière. La marge avant représente la différence entre le prix net sur la facture du fournisseur et le prix de vente hors taxe au consommateur. La marge arrière regroupe quant à elle des remises et rabais accordés par le fournisseur d'une part, et les services de coopération commerciale d'autre part.

Le relèvement du SRP peut donc se traduire soit par une augmentation des prix directement concernés, soit par une baisse des marges des distributeurs. Pour un produit sur lequel les distributeurs s'accordent peu de marge (produit d'appel), la hausse du SRP

se répercutera plus certainement sur le prix total, contrairement à un produit à fortes marges pour lequel l'absorption de la hausse peut se faire via une contraction de celles-ci. Un scénario intermédiaire, dans lequel la hausse du SRP est compensée par une hausse des prix et dans le même temps par une contraction des marges est aussi envisageable. L'augmentation des prix n'est alors pas mécanique. Par ailleurs, les distributeurs pourraient également utiliser ce contexte pour augmenter les prix d'autres produits non concernés par le relèvement du SRP.

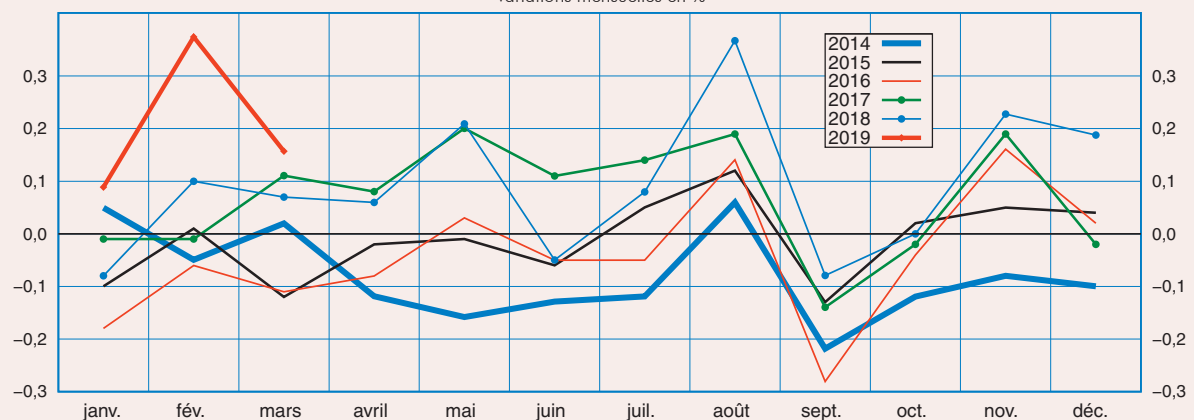
Cette hausse du SRP vise à dégager un surcroît de chiffre d'affaires sur certains produits, pour en reverser une partie aux producteurs agricoles via une hausse du prix net auxquels les grands distributeurs achètent leurs produits. Cependant, cette hausse n'est pas obligatoire et dépend de la négociation des contrats entre distributeurs, intermédiaires et producteurs.

## Certains produits ont connu des évolutions dynamiques en février 2019

À côté de l'indice d'ensemble des prix à la consommation, l'Insee publie mensuellement un indice des prix des produits alimentaires hors produits frais et un indice des prix des produits de grande consommation, déclinés selon le type de point de vente : grande distribution, grande

### 2 - Indice des prix des produits de grande consommation dans la grande distribution

variations mensuelles en %

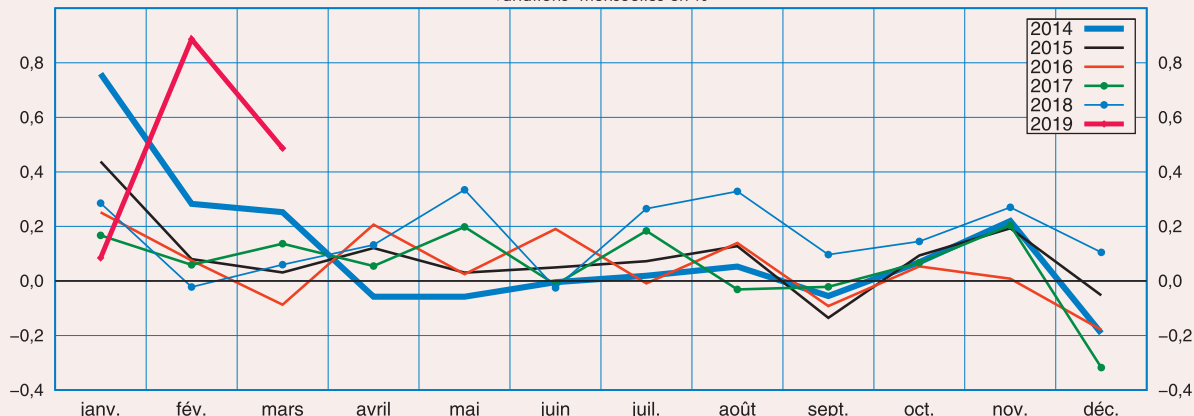


Champ : France métropolitaine, ensemble des ménages

Source : Insee, indice des prix à la consommation

### 3 - Prix des boissons alcoolisées, tous points de vente confondus

variations mensuelles en %



Source : Insee

distribution étendue et hors grande distribution. La grande distribution regroupe les hypermarchés et supermarchés. La grande distribution étendue rassemble les points de vente à prédominance alimentaire d'une surface supérieure à 120 m<sup>2</sup>, hors *hard discount*.

On distingue deux types de produits de grande consommation vendus en grande distribution : d'une part les produits alimentaires hors frais (83,5 %), d'autre part les articles de ménage non durables, les produits d'entretien et produits pour soins personnels (16,5 %). Les produits alimentaires hors produits frais sont constitués des viandes (24 %), des boissons (23 %) et d'autres produits (53 %), hors fruits, légumes, poissons et crustacés frais. Tous les biens vendus dans la grande distribution ne sont donc pas compris dans l'indice : les biens durables en particulier en sont exclus. Contrairement aux produits d'entretien, d'hygiène et de beauté, les prix des viandes et boissons présentent une saisonnalité marquée.

En février 2019, la hausse des prix des produits de grande consommation dans la grande distribution est supérieure aux variations observées en février les années passées, et ce quel que soit le point de vente. Les prix à la consommation dans la grande distribution augmentent de 0,4 % en février 2019

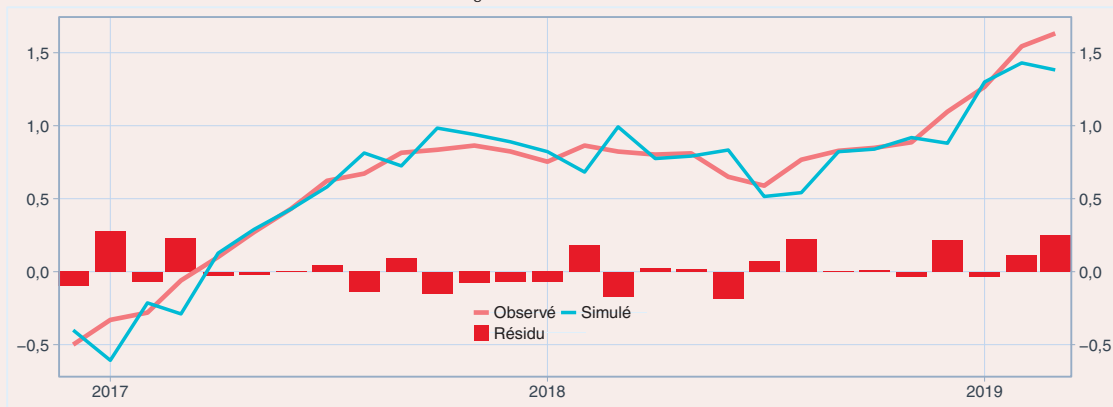
(*graphique 2*), alors que la moyenne des évolutions pour le mois de février entre 2014 et 2018 est nulle.

Cette hausse inhabituelle des prix dans la grande distribution est principalement due à celle des prix des produits alimentaires hors frais, qui ont progressé de 0,5 % par rapport à janvier. Dans le détail, les prix des boissons ont augmenté de 0,7 % en février (*graphique 3*). En particulier, ceux des boissons alcoolisées ont augmenté de 0,9 % sur le mois, une hausse nettement plus marquée que celles observées les années précédentes en cette saison. En effet, par le passé, la plus forte hausse observée en février s'établissait à 0,7 % en février 2008. Cette forte hausse des prix des boissons alcoolisées pourrait provenir du fait que certains alcools constituent sans doute des produits d'appel. La compression des marges étant difficile pour ces produits face à la hausse du SRP, leurs prix ont pu grimper.

Les prix des viandes ont augmenté de 0,6 % en février 2019. Cette hausse, bien que saisonnière, s'avère également plus importante que les précédentes (la hausse moyenne depuis 2005 s'établit à 0,3 % au mois de février, la plus forte atteignant +0,5 % en février 2018). Les prix des autres produits alimentaires ont également une évolution atypique en février 2019, avec une hausse de 0,3 % par rapport à janvier, plus forte hausse observée pour ce mois depuis 2008.

### 4 - Prix des produits vendus en grande distribution

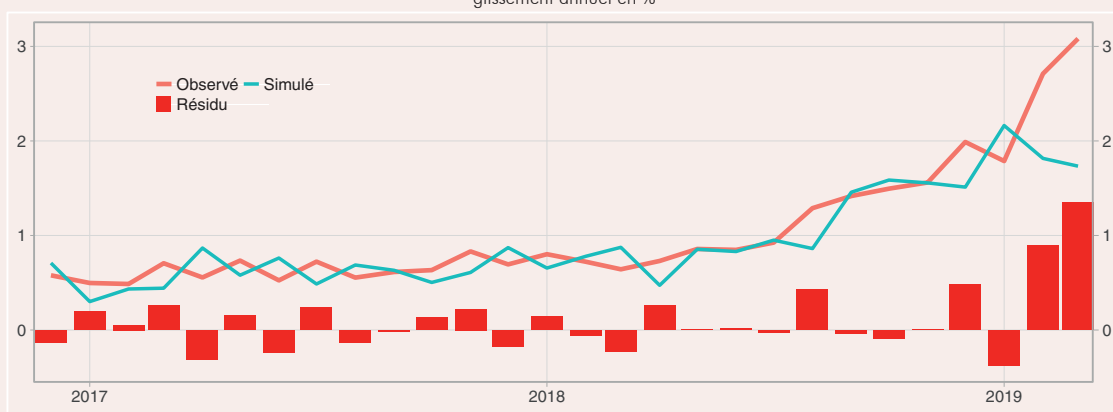
glissement annuel en %



Source : Insee

### 5 - Prix des boissons alcoolisées

glissement annuel en %



Source : Insee

### Les mesures de la loi EGalim sont susceptibles d'expliquer ces évolutions atypiques, mais il est difficile d'en chiffrer l'impact causal exact

Afin de mettre en évidence les éventuels effets des mesures relatives à la loi Alimentation, une modélisation de type SARIMA (moyenne mobile autorégressive intégrée saisonnière) a été effectuée sur les séries de prix des produits vendus dans la grande distribution et des boissons alcoolisées (*annexe*). Cette modélisation représente l'évolution d'une série temporelle en tenant compte de sa saisonnalité habituelle et de son dynamisme propre, et permet d'identifier les variations atypiques. Autrement dit, dans le cas d'une série de prix à la consommation, elle permet de détecter si l'évolution des prix d'un mois donné s'écarte nettement des mouvements habituels de la série.

Depuis 2017, le glissement annuel des prix de grande consommation dans la grande distribution est globalement bien expliqué par le modèle (*graphique 4*). À partir de janvier 2019, il diverge de l'évolution saisonnière habituelle de la série. En mars 2019, cet écart entre l'évolution des prix observés et simulés par le modèle s'est établi à 0,3 point de pourcentage.

Parmi les produits alimentaires hors frais, les boissons alcoolisées présentent l'évolution la plus atypique entre janvier et mars 2019 (*graphique 5*). L'écart entre le glissement annuel des prix observés et simulés s'est établi en mars à plus de 1,1 point de pourcentage.

Le relèvement du SRP et l'encadrement des promotions pourraient ainsi expliquer en partie les hausses inhabituelles observées au premier trimestre. Les prix des produits de grande consommation dans la grande distribution représentant 16 % de l'indice d'ensemble des prix à la consommation, l'effet sur la variation mensuelle de l'IPC d'ensemble serait donc positif mais inférieur à 0,1 point. ■

### Méthode

Les modèles satisfont l'ensemble des tests statistiques standards relatifs aux modèles SARIMA : les modèles présentés sont les meilleurs possibles au regard de la valeur de leur AIC (critère d'information d'Akaike) ou BIC (critère d'information bayésien). Leurs propriétés statistiques sont présentées pour les modèles de prix des produits de grande consommation dans la grande distribution et des boissons alcoolisées dans l'ensemble des points de vente. La période d'estimation couvre les années 2005 à 2018.

#### Grande distribution

Le modèle est un SARIMA (1, 2, 1) (0, 0, 2) [12] dont l'écart quadratique moyen (*Root mean square error*, RMSE) est égal à 0,15 point de pourcentage. Le modèle intègre une valeur retardée, une valeur avancée et deux différenciations de l'IPC. Le terme « 2 » dans la deuxième parenthèse signifie que le modèle prend en compte les valeurs (glissements annuels) un et deux ans (12 et 24 mois) plus tôt.

#### Boissons alcoolisées

Le modèle SARIMA (2, 1, 1) (1, 0, 1) [12] dont l'écart quadratique moyen est égal à 0,15 point de pourcentage.

Le modèle intègre deux valeurs retardées, une valeur avancée et une différenciation de l'IPC. Le modèle prend en compte les valeurs 12 mois plus tôt.

### Bibliographie

**Allain M.-L., Chambolle C. et Vergé T.** (2008), La Loi Galland sur les relations commerciales : jusqu'où la réformer ? Opuscules du CEPREMAP.

**Boutin X. et Guerrero G.** (2008) « Loi Galland et prix à la consommation », *Note de conjoncture*, Insee, juin 2008.