



En Martinique, les prix sont plus élevés de 12,3 % qu'en France hexagonale

En 2015, l'écart de prix entre la Martinique et la France hexagonale atteint 12,3 %. La différence de prix est particulièrement importante pour l'alimentation qui est l'un des premiers postes de consommation des ménages martiniquais. Les prix de l'alimentaire sont ainsi supérieurs de 38,2 % en Martinique. Les prix des « autres biens et services », quatrième poste de dépenses des ménages martiniquais, sont également plus élevés de 20,6 %.

Lanwenn Le Corre, Insee

En 2015, le niveau général des prix en Martinique est supérieur de 12,3 % à celui de la France hexagonale. Cet écart est une mesure synthétique des différences de prix entre la Martinique et la France hexagonale prenant en compte les différences de mode de consommation des deux territoires.

D'une part, cet indice prend en compte la différence de niveaux de prix selon les modes de consommation des ménages martiniquais ; ainsi, s'il gardait son mode de vie, un ménage martiniquais verrait son budget de consommation baisser de 7,1 % en métropole. D'autre part, l'indice considère également la différence de niveau de prix selon la structure de consommation hexagonale : un ménage métropolitain devrait augmenter son budget de 17,1 % pour conserver ses habitudes de consommation en Martinique.

Des écarts de prix à la métropole comparables pour les Antilles-Guyane

Les écarts de prix entre les Antilles-Guyane et la métropole (*Encadré « écart de prix et panier de consommation »*) sont semblables en 2015, de

l'ordre de 12 %. L'écart de prix entre la Martinique et la métropole (12,3 %) est très proche de celui de la Guadeloupe (12,5 %).

Il est de 11,6 % en Guyane. À La Réunion, l'écart de prix avec la métropole est plus faible (7,1 %).

1 En 2015, les écarts de prix à la métropole sont du même ordre pour les Antilles-Guyane : + 12 %

Écarts de prix entre les Antilles-Guyane, La Réunion, Mayotte et la métropole en 2015 (en %)

	Écarts de prix		
	Écarts de prix synthétiques	Panier local acheté en métropole	Panier métropolitain acheté localement
Martinique	12,3	-7,1	17,1
Guadeloupe	12,5	-7,5	17,0
Guyane	11,6	-6,8	16,2
La Réunion	7,1	-3,6	10,6
Mayotte (hors loyers)	6,9	2,0	16,7

Lecture : un ménage métropolitain augmenterait ses dépenses de 17,1 % en Martinique s'il consommait les mêmes produits et services qu'en France hexagonale. À l'inverse, un ménage martiniquais réduirait de 7,1 % ses dépenses s'il consommait en France hexagonale à l'identique de sa consommation martiniquaise. En définitive, les prix sont 12,3 % plus élevés en Martinique qu'en France hexagonale.

Source : enquête de comparaison spatiale de prix 2015, Insee.

Un écart de prix significatif sur l'alimentaire

L'alimentation est le principal contributeur à l'écart de prix entre la Martinique et la France hexagonale. D'une part, il s'agit d'un des premiers postes du budget d'un ménage (15,6 % du budget d'un ménage martiniquais). D'autre part, c'est également pour ce poste que l'écart de prix à la métropole est le plus marqué. Le niveau des prix de l'alimentaire est 38,2 % plus élevé en Martinique qu'en France hexagonale. Si l'on considère le panier alimentaire martiniquais, les prix seraient plus faibles de 22,6 % en France hexagonale. Ainsi, les produits laitiers, les boissons non alcoolisées et les produits céréaliers contribueraient le plus significativement à cette baisse. À l'inverse, un ménage métropolitain souhaitant maintenir ses habitudes alimentaires en Martinique augmenterait ses dépenses de 47,9 %.

Un écart de prix important sur les articles et services de soins personnels

S'il bénéficiait des prix métropolitains, le poste « autres biens et services » serait le deuxième grand poste à contribuer à la réduction des dépenses d'un ménage martiniquais, ce poste représentant 12,7 % de son budget. L'écart de prix à la métropole s'élève à 20,6 %. D'un point de vue d'un ménage martiniquais, ses dépenses diminueraient de 15,3 % en France hexagonale grâce à une réduction du prix des articles et des services liés aux soins corporels et des services d'assurances automobiles. À l'inverse, pour un ménage métropolitain, les dépenses allouées à ce poste seraient plus élevées de 23,3 %.

Des prix 31,4 % plus élevés pour les communications

Le poids des communications dans la consommation martiniquaise reste limité (4,6 %) mais supérieur à celui d'un ménage métropolitain (2,8 %). L'écart de prix pour les communications est particulièrement élevé : + 31,4 % par rapport à la France hexagonale. Les prix des communications seraient plus faibles de 20,5 % en métropole pour un ménage martiniquais, principalement à cause de plus faibles prix des services de téléphonie mobile en métropole. La Martinique n'a pas bénéficié d'une diminution de ces tarifs telle qu'observée en France hexagonale avec l'arrivée d'un nou-

vel opérateur. Un ménage métropolitain, en Martinique, devrait augmenter ses dépenses en communications de 37,2 % pour maintenir ses habitudes de communication.

Des faibles écarts de prix pour le logement et les transports

Les transports et le logement sont deux postes majeurs dans le budget d'un ménage martiniquais. Ils représentent respective-

ment 17,8 % et 13,7 % des dépenses d'un ménage. Toutefois les écarts de prix à la métropole demeurent très faibles pour ces deux postes de consommation des ménages. Pour leurs déplacements, les ménages martiniquais bénéficient de prix moins élevés qu'en France hexagonale pour les services d'entretien et de réparation de leurs véhicules. En revanche, les véhicules neufs, les pièces de rechange et les accessoires y sont plus onéreux.

2 L'alimentation est le principal contributeur à l'écart de prix avec la métropole

Écarts de prix selon les postes de consommation entre la Martinique et la métropole en 2015 (en %)

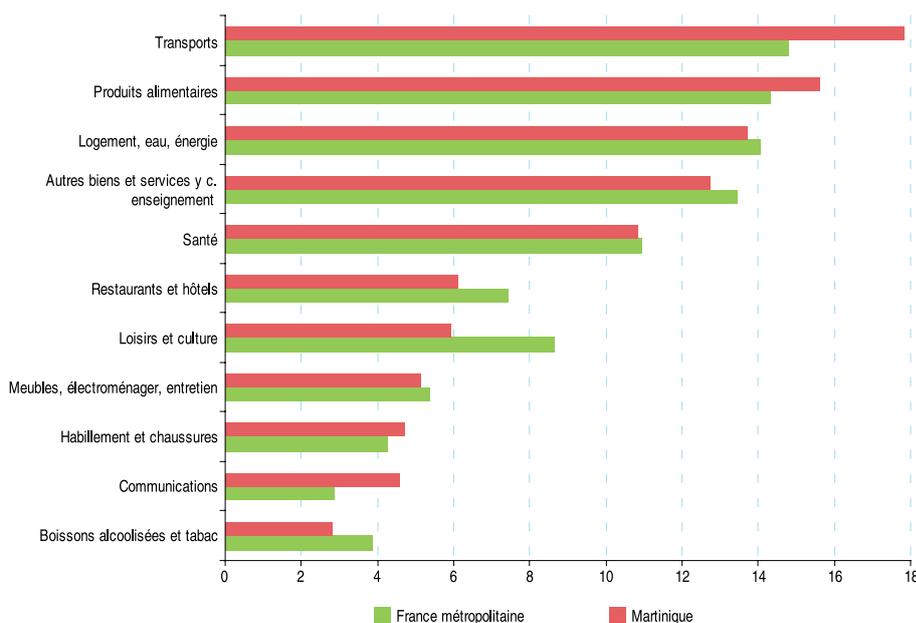
	Écarts de prix		
	Écarts de prix synthétiques	Panier local acheté en métropole	Panier métropolitain acheté localement
Ensemble	12,3	-7,1	17,1
Transports	-4,8	9,2	-1,1
Produits alimentaires et boissons non alcoolisées	38,2	-22,6	47,9
Logement, eau, énergie	2,4	-0,1	4,8
Autres biens et services y c. enseignement	20,6	-15,3	23,3
Santé	15,2	-12,3	16,3
Loisirs et culture	4,3	-2,6	6,0
Restaurants et hôtels	3,4	2,1	9,1
Meubles, électroménager, entretien	15,0	-11,7	16,6
Habillement et chaussures	5,0	-1,9	8,1
Communications	31,4	-20,5	37,2
Boissons alcoolisées et tabac	21,6	-10,4	32,4

Note : les postes sont classés par ordre décroissant, en fonction de leur poids dans le budget d'un ménage martiniquais. Lecture : un ménage métropolitain augmenterait ses dépenses de santé de 16,3 % en Martinique s'il consommait les mêmes produits et services qu'en France hexagonale. À l'inverse, un ménage martiniquais réduirait de 12,3 % ses dépenses de santé s'il consommait en France hexagonale à l'identique de sa consommation martiniquaise. Au final, les prix de la santé sont 15,2 % plus élevés en Martinique qu'en France hexagonale.

Source : enquête de comparaison spatiale de prix 2015, Insee.

3 Un ménage martiniquais consacre 17,8 % de son budget aux transports

Structure de la dépense des ménages martiniquais et métropolitains en 2015 (en %)



Lecture : en 2015, les transports représentent 17,8 % des dépenses d'un ménage martiniquais et 14,8 % de celles d'un ménage métropolitain.

Source : enquête de comparaison spatiale de prix 2015, Insee.

Des prix plus élevés en Martinique pour la santé

La santé représente 10,8 % du budget d'un ménage martiniquais et contribue à l'écart de prix entre les deux territoires. L'écart de prix de la santé atteint 15,2 % entre la Martinique et la France hexagonale. Un ménage martiniquais s'installant en métropole diminuerait de 12,3 % ses dépenses de santé. Cet écart de prix résulte principalement d'un prix plus faible des produits pharmaceutiques en métropole. L'écart de prix sur les produits pharmaceutiques s'élève à 30 % et s'explique notamment par l'existence de coefficients de majoration sur les prix de vente au public (32,3 % en Martinique) et sur les prix fabricants (34,8 % au maximum en Martinique) pratiqués en métropole.

Les transports sont le premier poste de dépenses des ménages martiniquais

La structure de la consommation en Martinique est proche de celle de la France hexagonale. Les trois principaux postes de dépenses sont les mêmes pour les ménages des deux territoires : les transports, l'alimentation, puis le logement. Toutefois, la part dédiée aux transports est plus importante en Martinique. Ainsi, un ménage martiniquais consacre 17,8 % de ses dépenses aux transports contre 14,8 % pour un ménage métropolitain. Les différences d'habitudes et de mode de vie sont plus accentuées pour les postes loisirs et culture ainsi que les communications. Un ménage martiniquais consacre 5,9 % de son budget aux dépenses de loisirs et culture contre 8,7 % en France hexagonale. À l'inverse, la part allouée par les ménages martiniquais aux communications (4,6 %) est supérieure à celle des ménages métropolitains (2,8 %).

L'écart de prix entre la Martinique et la métropole s'accroît entre 2010 et 2015

Entre 2010 et 2015, l'écart de prix à la métropole s'est creusé de 2,6 points en Martinique. Cet écart s'explique d'abord

par l'évolution comparée des prix entre la Martinique et la métropole : certains prix en Martinique ont crû plus vite qu'en métropole entre 2010 et 2015.

Toutefois, la comparaison entre les deux années reste délicate puisque les deux enquêtes de 2010 et 2015 n'ont pas été réalisées exactement sur les mêmes champs de consommation : les modes de consom-

tion des ménages martiniquais ont évolué et sont en 2015 globalement plus proches des modes de consommation des ménages métropolitains qu'en 2010.

L'écart de prix à la métropole s'est accru pour le poste alimentaire (38,2 % en 2015 contre 29,5 % en 2010). L'écart de prix pour les communications a lui aussi augmenté entre 2010 et 2015. ■

4 L'écart de prix entre la Martinique et la métropole se creuse entre 2010 et 2015

Écarts de prix entre les Antilles-Guyane et la métropole en 2010 et 2015 (en %)

	2010	2015
Martinique	9,7	12,3
Guadeloupe	8,3	12,5
Guyane	13,0	11,6

Lecture : en 2015, les prix sont 12,3 % plus élevés en Martinique qu'en France hexagonale. En 2010, ceux-ci étaient plus élevés de 9,7 %.

Source : enquête de comparaison spatiale de prix 2015, Insee.

Écarts de prix et panier de consommation

L'écart de prix pour un panier local acheté en métropole est la différence de prix en métropole par rapport aux Antilles-Guyane en considérant la structure de consommation ultra-marine.

L'écart de prix pour un panier métropolitain acheté localement est la différence de prix aux Antilles-Guyane par rapport à la métropole en retenant les habitudes de consommation hexagonale.

L'écart de prix est une synthèse de ces deux indices : il tient compte des structures de consommation des ménages des deux territoires comparés et de l'adaptation des habitudes de consommation des ménages qui changeraient de territoire.

Bouclier Qualité Prix

Dans les collectivités relevant de l'article 73 de la Constitution et dans les collectivités d'outre-mer de Saint-Martin, de Saint-Pierre-et-Miquelon et de Wallis-et-Futuna, après avis public de l'observatoire des prix, des marges et des revenus territorialement compétent, le représentant de l'État négocie chaque année avec les organisations professionnelles du secteur du commerce de détail et leurs fournisseurs, qu'ils soient producteurs, grossistes ou importateurs, un accord de modération du prix global d'une liste limitative de produits de consommation courante. En Martinique, un accord de modération de prix pour une liste de produits de grande consommation a été signé en 2013 entre l'État et les entreprises de la grande et moyenne distribution, sur la base d'une liste de 101 produits à un prix maximum de 365 € pour les commerces (hors discounters) dont la surface de vente est supérieure ou égale à 1 000 m². Des conventions ont également été signées pour les commerces dont la surface de vente est inférieure à celui de l'accord.

La sélection des biens et services retenus dans l'enquête Comparaison spatiale des prix a été réalisée indépendamment de leur appartenance à la liste des produits suivis par le dispositif de modération des prix « Bouclier Qualité Prix ».

Sources et méthodes

Les données sont issues de l'enquête de comparaison spatiale des niveaux de prix à la consommation entre territoires français, réalisée par l'Insee en mars 2015 en métropole et dans les cinq collectivités d'outre-mer (COM)¹. Pour permettre une comparaison régulière, cette enquête a lieu tous les cinq ans et la précédente a été menée en mars 2010. L'opération a bénéficié du soutien financier d'Eurostat et de la délégation générale à l'outre-mer.

L'étude a pour objet de comparer les prix entre chacun des collectivités d'outre-mer et la France hexagonale. Cette comparaison porte sur l'ensemble des biens et services marchands consommés de manière significative par les ménages sur chaque couple de territoires comparés. Certains produits pas ou peu consommés outre-mer ne sont ainsi pas pris en compte tels que le fioul domestique, le gaz de ville ou les transports ferroviaires.

Les prix relevés sont ceux affichés dans les points de vente, hors soldes et promotions. Lorsque pour certains biens et services, la consommation effective des ménages leur est partiellement remboursée sous forme de prestations sociales ou d'assurances (soins médicaux, produits pharmaceutiques, loyers subventionnés...), on considère le prix brut avant remboursement.

Comme pour le calcul des parités de pouvoir d'achat entre pays, le principe est de comparer, entre la métropole et chacun des collectivités d'outre-mer, les prix d'un ensemble représentatif de produits (biens et services) aussi proches que possible d'un territoire à l'autre. Les biens et services retenus résultent donc d'un compromis entre homogénéité (afin d'assurer la comparabilité entre territoires) et représentativité (afin de retenir les produits les plus consommés). Ainsi, ont été définies environ 500 familles de biens et services. Ces définitions sont très précises, de manière à ce que les produits comparés soient de qualité et de gamme de marques équivalentes.

De 4 000 à 7 000 relevés ont été effectués dans chaque collectivité d'outre-mer et plus de 90 000 en métropole. Les relevés ont été effectués dans des agglomérations représentatives de chacun des territoires et auprès de tous les types de points de vente (hypermarchés, supermarchés, commerces traditionnels, etc.). Par ailleurs, des tarifs ont été collectés directement auprès d'organismes privés ou publics, et les écarts de loyers (à confort et superficie identiques des habitations) ont été calculés à partir de l'enquête sur le logement de l'Insee de 2013.

Compte tenu de la taille des échantillons, les résultats ne sont pas représentatifs au niveau détaillé des produits, mais seulement pour les grandes fonctions de consommation.

Les rapports de prix moyens COM/France hexagonale (respectivement France hexagonale/COM) pour les différentes familles de produits sont agrégés au moyen des pondérations reflétant la structure de la consommation des ménages en métropole (respectivement dans un COM). Ces pondérations sont cohérentes avec celles de l'indice des prix à la consommation et ont été obtenues à partir de l'enquête « budget des familles » de 2011 et des comptes nationaux 2014, complétées par les résultats de l'enquête logement de 2013 et par des sources administratives pour les taxes, la santé et l'action sociale.

On obtient ainsi deux indices de rapport de prix :

- un indice A (COM/France hexagonale) qui mesure la variation du budget de consommation d'un ménage métropolitain s'installant dans une COM tout en conservant exactement ses habitudes de consommation hexagonales ;
- un indice B (France hexagonale/COM) qui mesure la variation du budget de consommation d'un ménage ultra-marin s'installant en métropole tout en conservant exactement ses habitudes de consommation.

Les indices A et B ne sont pas inverses l'un de l'autre puisqu'ils résultent de l'agrégation de plusieurs familles de produits, qui plus est avec des pondérations différentes. Ces indices mesurent toutefois deux situations extrêmes puisqu'en réalité, les ménages métropolitain et ultra-marin, en s'installant dans un nouveau territoire, modifient leurs habitudes de consommation en fonction des prix des biens et services disponibles en les rapprochant de celles des autres ménages présents sur ce territoire.

Selon l'usage international en matière de comparaison de prix, un indice de type Fisher, moyenne géométrique de A et de l'inverse de B, va donner une mesure synthétique et symétrique de la différence de niveau de prix entre les deux territoires. Ce coefficient tient ainsi compte à la fois de la structure de consommation observée en France hexagonale et de celle observée dans le département : c'est cet indice qui a été utilisé sous la dénomination d'« **écart de prix synthétique** » sans référence à un panier de consommation.

¹ Collectivités d'Outre-mer de l'article 73 de la Constitution (Guadeloupe, Guyane, Martinique, La Réunion, Mayotte) : <https://www.legifrance.gouv.fr/Droit-francais/Guide-de-legistique/III.-Redaction-des-textes/3.6.-Application-et-applicabilite-des-textes-outre-mer/3.6.4.-Collectivites-d-Outre-mer-de-l-article-73-de-la-Constitution-Guadeloupe-Guyane-Martinique-La-Reunion-Mayotte>.

Service territorial de Fort-de-France

Centre Delgrès
Les Hauts de Dillon
97262 Fort-de-France Cédex

Directeur de la publication :

Didier Blaizeau

Rédactrice en chef :

Béatrice Céleste

Rédactrice adjointe :

Maud Tantin-Machecler

Mise en page :

Typhenn Ladire

ISSN : 2417-0771

© Insee 2016

Pour en savoir plus

- Jaluzot L., Malaval F. et Rateau G., « En 2015, les prix dans les DOM restent plus élevés qu'en métropole », Insee Première, avril 2016.
- Berthier J-P., Lhéritier J-L. et Petit G., « Comparaison des prix entre les DOM et la métropole en 2010 », Insee Première n° 1 304, juillet 2010.
- Guglielmetti F., Saglio A., « Comparaison des prix entre les DOM et la métropole », Insee première n° 251, mars 1993.
- « En Guadeloupe, les prix sont plus élevés de 12,5 % qu'en France métropolitaine », Insee Analyses n° 10, avril 2016.
- « En Guyane, les prix sont plus élevés de 11,6 % qu'en France métropolitaine », Insee Analyses n° 14, avril 2016.

