

La loi alimentation a bien augmenté les prix des produits de grande consommation

La loi alimentation est entrée en vigueur le 1er février et comme on pouvait le craindre, les prix ont augmenté dans la grande distribution. Toutefois, l'impact sur le budget moyen reste modéré.

Le cabinet Nielsen a réalisé une étude portant sur les 100 produits de grande consommation des marques fabricants les plus populaires, ainsi que sur les 1 000 références les plus vendues l'an dernier. La loi alimentation relève le seuil de revente à perte de 10% : les distributeurs ont absorbé une partie de cette hausse, mais il revient aux consommateurs de prendre en charge le reste. En moyenne, les produits de grande consommation ont augmenté de 4% dans les hypermarchés, et de 2,6% dans les supermarchés sur la période allant du 26 janvier au 2 février.

Des prix qui ont continué d'augmenter

Plus inquiétant pour le pouvoir d'achat, les prix ont poursuivi leur augmentation en élargissant la période de relevé. Ainsi, du 26 janvier au 9 février, les prix ont augmenté en moyenne de 4,2% dans les hypers, et de 3,1% dans les supermarchés. L'ajustement des étiquettes n'était visiblement pas terminé. Sur l'ensemble des 1 000 références les plus vendues en 2018, Nielsen révèle que ce sont les alcools et les spiritueux qui ont été les plus touchés par la mise en oeuvre de la loi alimentation, avec une hausse moyenne de 3,2%. Dont 8,5% sur les alcools anisés, 6,1% sur les whiskies et les vins doux naturels.

Un budget plus élevé

L'épicerie salée suit ensuite avec une augmentation moyenne de 2,9%. Les produits frais (hors laitiers) ont de leur côté accusé une baisse de leurs prix de 0,4%. Les 72% de ménages qui achètent au moins un des produits de grande consommation des marques fabricants au cours de l'année dépensent en moyenne 74 â,- par an pour ces produits. Avec une hausse de 4,2% des prix, cela revient à une augmentation de 3 â,- pour le budget annuel. Un impact modeste donc, mais bien sûr la hausse sera plus ou moins forte en fonction des habitudes et du volume d'achats.