

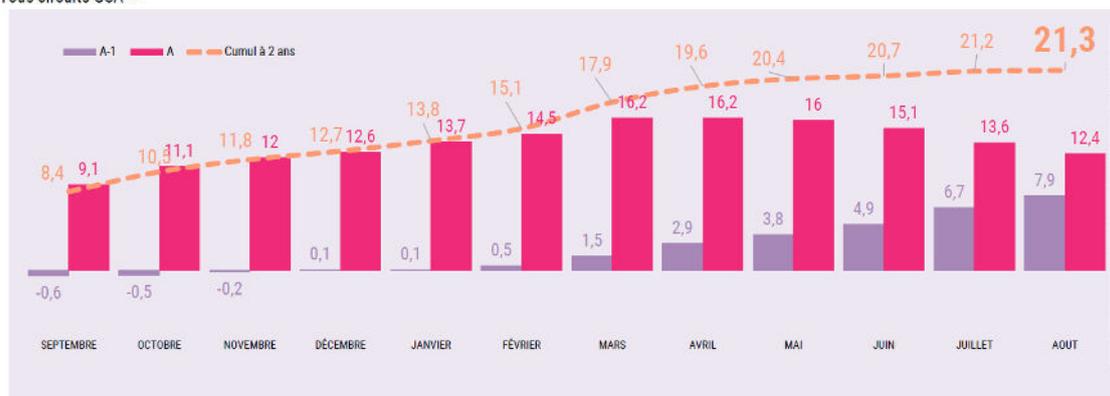
CONSOMMATION - DISTRIBUTION

Chiffres clés

- **En août 2023, l'inflation sur les PGC-FLS s'établit à +21,3 % sur deux ans, soit +12,4 % par rapport à juin 2022.** Si elle demeure en hausse sur deux ans, elle commence depuis mai à ralentir sur un an (voir graphique ci-dessous).
- **Une progression des volumes vendus s'observe sur l'épicerie et le frais libre-service** entre le premier semestre 2023 et la même période en 2019, s'établissant respectivement à **+1 % et 1,4 %**. Une baisse est cependant à noter sur les produits de grande consommation (-0,6 %) et les boissons (-1,8 %).
- L'écart d'inflation entre MDD (marque de distributeurs) et marques nationales se réduit. L'augmentation des prix sur les MDD a en effet tendance à fléchir sur quatre mois, depuis mars 2023.
- **Les MDD continuent de gagner des parts de marché** : les ventes en volumes des MDD ont progressé de **4,2 % depuis un an**, quand celles des articles de marque nationale ont chuté de 7,3 % (Circana, juillet 2023). La différence de prix entre les deux catégories de produits (15 % à 20 % en moyenne) est déterminante pour expliquer cette chute.
- Entre le premier semestre 2023 et la même période en 2019 : **l'évolution des volumes vendus s'établit à +12,4 % sur les premiers prix**, +1,5 % sur les MDD, tandis que les ventes en volumes chutent pour les marques de grands groupes : -5,3 %. **A noter que les produits issus de PME résistent plutôt bien (+1,3 % de vente).**
- **Le bio accuse un recul de 11,4 % de ses ventes en volumes sur un an**, entre juillet 2023 et juillet 2022. Une tendance à corrélérer inévitablement au chiffre d'affaires (-4,1 % sur la même période, malgré l'inflation).
- Le bio représentait 7,6 % de l'offre en grande surface alimentaire en juillet 2023 contre 8,2 % il y a un an. Le chiffre d'affaires du bio contribue quant à lui à 4 % seulement du chiffre d'affaires global de ces enseignes.

Inflation des PGC-FLS sur deux ans

TOTAL PGC FLS* (%)
Tous circuits GSA**



* PGC FLS + PETIT BAZAR

**Tous circuits : concept HM, concept SM, proxo, drive GSA

source : Circana, juillet 2023

Eléments conjoncturels

- **En 2023, la principale composante de l'inflation globale est l'alimentation.** Les matières premières agricoles et l'énergie, à des niveaux de prix encore très hauts en 2022, expliquent ce phénomène ainsi que les hausses des salaires dans la filière.
- Maintenant que les prix de l'énergie ont reflué, **nous pourrions imaginer que le pic de l'inflation alimentaire est derrière nous.** L'Insee souligne d'ailleurs qu'en avril 2023, l'indice des prix agricoles à la production se situait à 7 % sous son niveau d'avril 2022.
- Sans s'attendre à un coup d'arrêt de l'inflation dans les rayons, **l'augmentation des prix devrait être plus modérée dans les mois à venir.** Mais du fait de « l'effet de traîne », le consommateur devra attendre avant de constater une stabilisation dans les rayons. Quant à la baisse des prix, les experts n'osent pas en parler : après être partie de l'énergie, l'inflation est maintenant lancée et s'est propagée à l'ensemble de l'économie, notamment par l'intermédiaire de la hausse des salaires dans tous les secteurs. Les prix élevés vont donc rester d'actualité encore longtemps.

Actualités

À la suite d'une réunion avec Bercy le 13 juillet, Jean-Philippe André, président de l'Association nationale des industries alimentaires (Ania) a annoncé qu'une « quarantaine » de grandes entreprises agroalimentaires s'étaient engagées à faire « un effort » sur les prix d'« à peu près 1 000 produits ». Bruno Le Maire a quant à lui menacé d'employer la technique du « name & shame », c'est-à-dire dévoiler le nom des entreprises qui ne joueraient pas le jeu dans la lutte contre l'inflation.

Une étude parue mi-août et menée par le spécialiste de la grande distribution, Olivier Dauvers, avec la société A3 Distrib, a permis d'évaluer dans quelles régions il était possible de faire les courses les moins chères. Et c'est la Bretagne qui remporte la palme d'or, avec les Côtes d'Armor en tête. **Les quatre départements voient en effet les prix affichés dans leurs hypermarchés, supermarchés et magasins de proximité en moyenne 4 % inférieurs à la moyenne hexagonale.** Un résultat à corréliser avec un foncier moins cher dans l'Ouest de la France, mais également une concurrence féroce entre trois enseignes indépendantes que sont Leclerc, Intermarché et le réseau U.

A retenir

- **L'inflation alimentaire à tendance à ralentir depuis juin 2023.** Cela ne signifie pas que les prix n'augmentent plus, mais ils progressent moins vite qu'auparavant. Ils demeurent bien sûr historiquement hauts (+20,9 % sur deux ans).
- **L'inflation est responsable d'une descente en gamme généralisée.** Si les volumes consommés globaux se maintiennent, on observe de très nets transferts entre les catégories. Les conséquences néfastes de ce transfert s'observent sur les marques nationales et le bio.

Pour tout complément : maelie.tredan@bretagne.chambagri.fr