

Les petits pouvoirs d'achat pénalisés une fois de plus

Malgré le retour d'une certaine sagesse l'an dernier, les premiers prix ont augmenté de 8,60 % entre 2006 et 2009, selon l'observatoire de Familles rurales.

L'année 2009 aura été marquée par un recul général des prix du panel de trente-quatre produits de consommation courante, toutes marques confondues. « En 2009, nous n'avons pas connu les mêmes aberrations que ces années précédentes, explique André Gilbert, président de la Fédération départementale de Familles rurales, à l'occasion de la présentation des résultats de son observatoire des prix. Entre 2007 et 2008, les prix des pâtes et du pain avaient subi une forte hausse. A cette époque, nous étions face à une hausse conjoncturelle du prix du blé causée par des spéculateurs. Ce sont ces financiers qui ont profité de cette augmentation et non les producteurs. »

« Pas d'autre choix »

Si les tarifs ont diminué légèrement en 2009, l'écart entre les grandes marques et les premiers prix se resserre depuis 2006, au détriment des ménages les plus modestes de l'Indre. Alors que la différence entre un panier plein de marques nationales et un autre rempli dans un hard discount

était de 73 € en 2006, elle est aujourd'hui de 60 €. « Du fait encore de ce décalage et compte tenu de leurs revenus, des familles n'ont pas d'autres choix que de se tourner vers les premiers prix, d'où un fleurissement des hard discounts, ces dernières années, ajoute le président. Par exemple, le groupe Carrefour, par l'intermédiaire de Carrefour Market et de Dia, anciennement ED, s'est installé

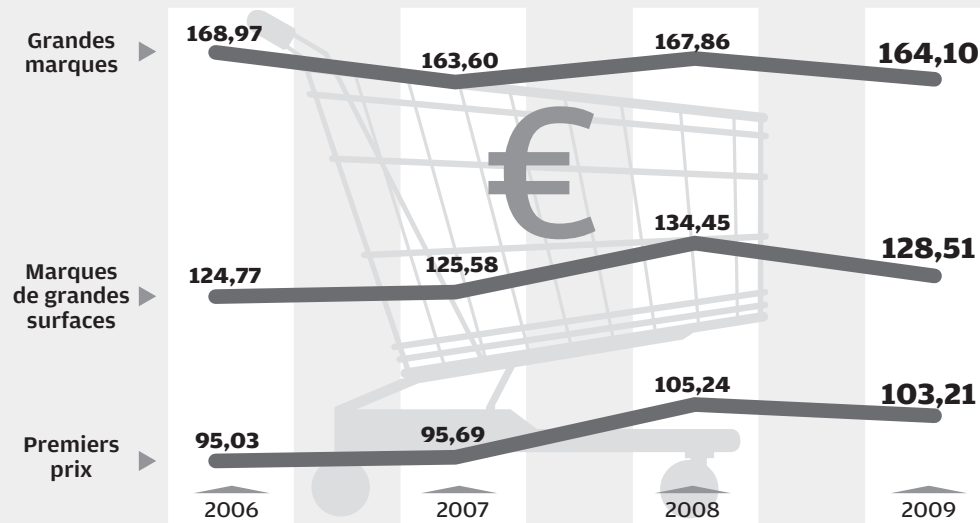
dans l'Indre et va bientôt s'implanter à Cap Sud et à la place du Champion de La Rochette, à Châteauroux. Nous devons être attentifs pour éviter des situations de monopole de grands groupes sur le terrain, et notamment dans l'agglomération castelroussine. Il faut veiller à ce qu'il y ait toujours une place pour les indépendants en face des gros poids lourds. Nous nous attendons à ce que le

groupe Carrefour sorte du centre-ville de Châteauroux pour revoir à la hausse son chiffre d'affaires. »

Avec toujours cette volonté d'aider la population dans son quotidien, Familles rurales se penche sur le prix de l'eau pratiqué dans le département. Bientôt, elle nous dévoilera ses conclusions sur ce thème.

Claire Neilz

Évolution des prix d'un panel* de produits (selon les marques)



* Le panel représente 34 produits de consommation courante dont les prix sont relevés, dans l'Indre, par des veilleurs tous les deux mois. Les prix donnés sont des moyennes sur un an.

Source : Familles rurales de l'Indre.

Le billet

Un rôle d'éducateur

Ils sont bénévoles et font leurs relevés sur leur temps libre. Le travail des veilleurs de prix n'est pas rémunéré et pourtant, il est utile à tous les consommateurs. Familles rurales se défend d'être un promoteur d'une production de qualité et de proximité. Comment se fait-il qu'on retrouve des salades du sud de la France dans nos supermarchés alors que nous sommes capables d'en produire toute l'année chez nous ? En nous engageant à manger uniquement des fruits et légumes et de la viande de notre région, notre environnement nous remercierait sûrement.

C.N.

Le chiffre

11

C'est le nombre de veilleurs de prix dans l'Indre, sur les 63 que compte Familles rurales en France. Dans le département, ils sont répartis sur dix cantons. Leur mission est de relever, tous les deux mois, les prix de trente-quatre produits de consommation courante en fonction de la taille du magasin et du type de produits. A chaque passage, les veilleurs restent deux bonnes heures dans le commerce pour noter tous les tarifs.

La question

Comptez-vous relever les prix sur d'autres produits de consommation ?

« Familles rurales se penche petit à petit sur le bio, annonce **André Gilbert, président de la fédération départementale de l'association.** L'an prochain, nous pourrions dévoiler les résultats de notre observatoire des prix sur les produits pharmaceutiques. Les relevés ont commencé en début d'année dans les officines. D'après les premiers échos, les écarts sont importants d'une pharmacie à l'autre. On se rend compte qu'on est obligé de faire des kilomètres pour acheter des médicaments moins chers. »

paroles de consommateurs



Nadège, 24 ans, de Châteauroux. « J'ai constaté une hausse des prix depuis l'arrivée de l'euro, mais nous ne pouvons pas nous passer de certains produits de première nécessité. Pour faire quelques économies, je me tourne vers les premiers prix ou les marques des distributeurs. Mais quand ça ne me plaît pas au niveau du goût, je n'hésite pas à mettre un peu plus cher pour avoir un meilleur produit. Pour mon bébé, je fais attention à ce que j'achète : je prends le lait en pharmacie et des grandes marques pour les petits pots. »



Marcel, 67 ans, de Châteauroux. « Les premiers prix ne sont pas terribles, je n'en prends pratiquement jamais. Ces derniers mois, j'ai constaté une hausse du prix du lait et des fruits et légumes et, dans le même temps, une baisse du tarif d'une certaine marque de café. Depuis longtemps, j'achète des produits bio, dont de la viande et des biscuits. Pour ma santé et tant que mes moyens financiers me le permettent, je suis prêt à faire un effort, quitte à me priver d'autre chose. Peut-être qu'à l'avenir, je me ravitaillerai chez un producteur local. »



Dominique, 49 ans, de Sainte-Lizaigne. « J'aimerais bien savoir à qui profitent les marges des industriels et des grandes surfaces. Mais dans tous les cas, ce ne sont pas les producteurs qui reçoivent la plus grande part du gâteau, alors que leur travail est plus contraignant. Même si j'ai remarqué une augmentation des prix, cela n'influence pas mes choix. Je fonctionne par habitude. Je sais ce que je veux comme marques. Il m'arrive de faire l'impasse sur certains produits bio, dont les prix sont excessifs. »

••• “ La consommation a évolué ”

Directeur du centre E. Leclerc à Saint-Maur, Cyril Potier explique que les grandes surfaces sont coincées entre la pression des industriels et la volonté de maintenir le pouvoir d'achat des clients.

Les mois passent et les clients se plaignent toujours du coût de la vie...

« Pourtant, nous nous battons au quotidien avec les industriels pour que les prix n'augmentent pas trop. Nous en venons à supprimer des références dans nos rayons. Contrairement à ce qu'on peut entendre, les marges des grandes surfaces ne progressent pas. Un cabinet indépendant effectue des relevés dans les magasins et il s'avère que nous sommes toujours les moins chers dans l'agglomération. »

Le développement des hard discounts vous fait-il peur ?

« La consommation a beaucoup évolué, ces derniers temps. Les clients ne se tournent plus autant vers les pre-



Cyril Potier, directeur du centre E. Leclerc de Saint-Maur.

miers prix, comme nous l'avons constaté chez nous depuis l'été dernier. Les clients recherchent un niveau de qualité et sont prêts à mettre 5 à 10 centimes de plus. Notre carte de fidélité permet aussi de contrer les hard discounts puisqu'elle récompense les clients qui consomment des marques des distributeurs. »

Attendez-vous une flambée des prix sur certains produits ?

« Les prix de la viande, notamment de la volaille, connaîtront peut-être une hausse cette année, mais nous n'avons pas plus d'informations à ce niveau. »