



ASSEMBLÉE NATIONALE

12ème législature

euro

Question écrite n° 2634

Texte de la question

M. René Rouquet appelle l'attention de M. le secrétaire d'Etat aux petites et moyennes entreprises, au commerce, à l'artisanat, aux professions libérales et à la consommation sur les résultats d'une enquête récente réalisée par l'association de consommateurs UFC-Que Choisir, faisant apparaître une brutale hausse des prix sur les produits de consommation courante vendus en grandes surfaces au cours des mois de mai et juin derniers. Or, d'après les conclusions d'une autre enquête réalisée pour la Commission européenne sur la hausse des prix dans la zone euro, il apparaît clairement que l'effet du passage à la monnaie unique n'est qu'un facteur secondaire de cette hausse de prix. Ainsi, il semblerait qu'une telle flambée des prix soit directement imputable aux industriels, qui ont poussé à la hausse leurs prix de vente. Il lui demande en conséquence de bien vouloir lui préciser quelles mesures il préconise pour préserver les ménages de telles augmentations de prix qui concernent au premier chef des produits qu'ils achètent régulièrement.

Texte de la réponse

L'Union fédérale des consommateurs (UFC) a publié dans sa revue Que Choisir de septembre 2002 les résultats d'une enquête qui laisse apparaître des augmentations de prix sensibles de certains produits de grande consommation. Cette enquête a été réalisée dans un millier de grandes surfaces (hypermarchés et supermarchés) et porte uniquement sur cinquante-trois produits de grande consommation de marque de fabricants. Pour avoir une vision complète de l'évolution des prix pour une même famille de produits, il est nécessaire d'observer en parallèle les produits de marque de distributeurs (MDD) et les produits « premiers prix ». C'est pour cette raison qu'il existe un décalage entre les observations de l'UFC-Que Choisir et celles des enquêtes de la Commission européenne ou de l'INSEE. Les premières reflètent la perception des consommateurs sur l'évolution des prix de certains produits dans leur vie de tous les jours, alors que les secondes fournissent une information sur l'évolution globale des prix. Dans ce cadre, les derniers résultats publiés par l'INSEE indiquent une hausse de l'indice général des prix de 1,8 % entre août 2001 et août 2002. S'agissant plus particulièrement des produits de grande consommation (produits alimentaires et certains produits manufacturés) qui recoupent le champ de l'enquête de l'UFC-Que Choisir, l'augmentation annuelle des prix s'établit à 2,1 % en août 2002. Parmi ces produits, certains ont enregistré des hausses sensibles tenant, par exemple, à l'évolution des cours des matières premières, comme les huiles et margarines (6,7 %) ou les produits chocolatés (6,1 %). L'augmentation des prix d'autres produits est plus modérée, comme celle du beurre (2,0 %) ou des yaourts et des desserts lactés (1,6 %). Quant au prix du café, il est orienté à la baisse (-1,0 %). Les hausses de tarifs peuvent aussi être la conséquence de la hausse des marges arrières sollicitées par la grande distribution auprès de ses fournisseurs. C'est pourquoi, très attentif au comportement des entreprises à l'occasion des négociations commerciales entre fournisseurs et distributeurs, le Gouvernement prépare une circulaire qui viendra préciser les modalités de différenciation tarifaire incitant les opérateurs à relancer la concurrence par les prix au profit du consommateur.

Données clés

Auteur : [M. René Rouquet](#)

Circonscription : Val-de-Marne (9^e circonscription) - Socialiste

Type de question : Question écrite

Numéro de la question : 2634

Rubrique : Moyens de paiement

Ministère interrogé : PME, commerce, artisanat, professions libérales et consommation

Ministère attributaire : PME, commerce, artisanat, professions libérales et consommation

[Date\(s\) clé\(e\)s](#)

Question publiée le : 16 septembre 2002, page 3138

Réponse publiée le : 4 novembre 2002, page 4067