

Les ménages modestes subissent plus l'inflation

De nouveaux indicateurs ont été mis en place en 2008 à La Réunion : l'indice des prix par catégorie de ménage et celui de la grande distribution. Les ménages les plus modestes et les plus âgés, par leur structure de consommation, ont subi une inflation plus importante que la moyenne. Par ailleurs, l'augmentation des prix des biens de grande consommation a été plus élevée dans les grandes surfaces que dans les autres points de vente.

En 2008, l'inflation¹ à La Réunion s'élève à 2,9 %. Elle atteint ainsi son niveau le plus haut depuis 1993. Durant l'année, les prix des produits alimentaires hors produits frais et ceux des services de transports et communications ont le plus fortement contribué à l'augmentation de l'indice d'ensemble (respectivement + 8 % et + 4,9 %).

Pris individuellement, chaque ménage subit une inflation plus ou moins grande, selon sa structure de consommation. Ainsi, un ménage qui ne consomme pas de transports et communications ne ressentira pas la hausse des prix de ces produits. À l'opposé, un ménage qui consacre une grande part de son budget aux achats alimentaires sera plus sensible à la hausse des prix de ces produits. L'inflation moyenne ne sera donc pas la même selon les catégories de ménage, à partir du moment où leurs structures de consommation sont différentes, et où l'augmentation des prix varie en fonction des produits.

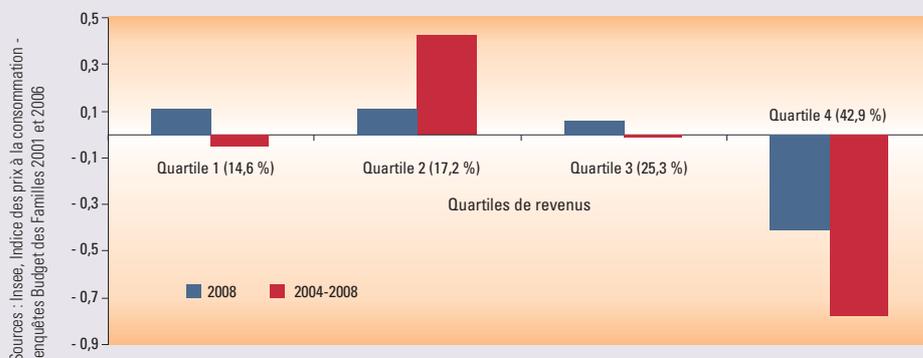
Les ménages modestes ont subi une inflation plus importante

Les ménages les plus pauvres ne consomment pas comme les plus aisés. Ainsi, l'alimentation pèse beaucoup plus lourd sur le budget des ménages les plus modestes (22 % pour le premier quartile) que sur celui des plus aisés (14 % pour le dernier quartile). De ce fait, vu l'importante augmentation des prix de certains produits alimentaires durant l'année, les ménages les plus modestes ont subi une inflation plus importante, d'environ 3 % en 2008, les ménages les plus aisés supportant quant à eux une inflation de 2,5 %.

Les écarts sont encore plus importants si l'on compare le différentiel d'inflation selon l'âge. L'inflation a été la moins forte pour les ménages dont la personne de référence a moins de 35 ans (2,4 %). À l'opposé, les ménages dont la personne de référence est âgée de 55 à 64 ans ont subi plus fortement l'évolution des prix (3,3 %).

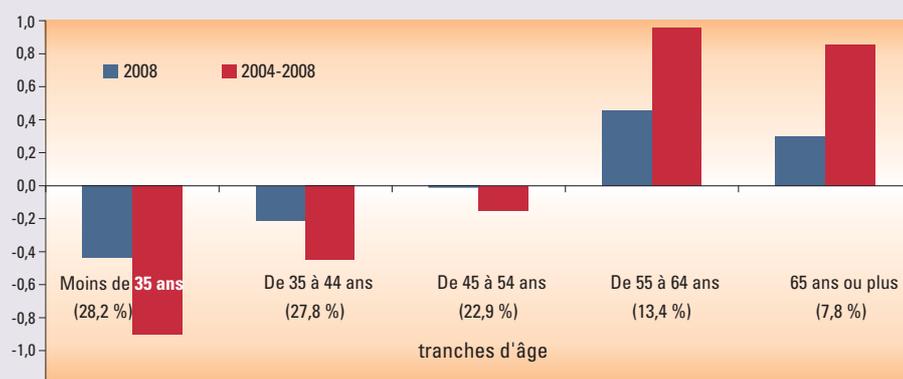
¹ L'inflation est mesurée par l'évolution moyenne de l'indice des prix d'ensemble. Elle s'appuie sur la structure de consommation des ménages réunionnais, établie par l'enquête Budget des Familles.

Écart observé par rapport à l'évolution annuelle moyenne des prix selon les revenus des ménages



Note de lecture : le premier quartile correspond aux 25 % de Réunionnais les plus modestes et leurs dépenses représentent 14,6 % des dépenses réunionnaises totales. Ils ont subi en 2008 une inflation de 0,1 point supérieure à la moyenne.

Écart observé par rapport à l'évolution annuelle moyenne des prix selon l'âge de la personne de référence du ménage



Sources : Insee, Indice des prix à la consommation - enquêtes Budget des Familles 2001 et 2006

Note de lecture : selon la structure de consommation des 65 ans ou plus dont les dépenses représentent 7,8 % des dépenses réunionnaises totales, l'évolution des prix en 2008 est supérieure de 0,3 point à celle de l'ensemble des ménages.

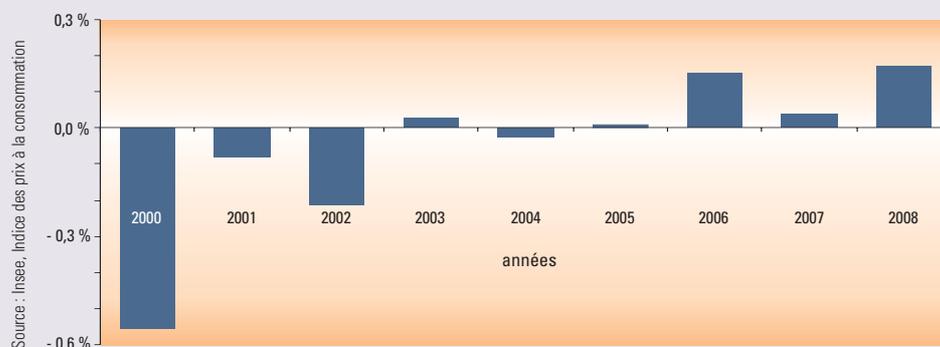
Selon la composition du ménage, les évolutions s'échelonnent de 3,5 % pour les ménages complexes² à 2,5 % pour les couples sans enfants. Les familles monoparentales ont également subi une inflation plus forte que la moyenne en 2008 (3,3 %).

En fonction de la catégorie sociale de la personne de référence du ménage, les artisans-commerçants-chefs d'entreprise ont été les mieux lotis en 2008. Avec une inflation à 2,3 %, c'est la catégorie de

ménages globalement la moins touchée par la hausse annuelle des prix. C'est également dans cette catégorie, avec celle des cadres, que la part de l'alimentation dans le budget est la plus faible (moins de 16 %).

Sur une période plus longue, en l'occurrence 2004-2008, l'inflation s'est élevée à 9,4 %. Les différentiels d'inflation, en négatif ou en positif, impactent les mêmes catégories de ménages qu'en

Écart observé dans la grande distribution par rapport à l'évolution annuelle des prix des biens de consommation courante



Note de lecture : en 2000, les prix des biens de consommation courante ont augmenté moins vite dans la grande distribution que dans l'ensemble des points de vente (- 0,55 %).

2008 : les ménages les plus aisés, les ménages jeunes, les couples avec un enfant, et tout particulièrement les artisans-commerçants-chefs d'entreprise ont connu une inflation plus faible (+ 7,8 %). À l'opposé, les familles monoparentales et les ménages complexes, ainsi que les personnes de plus de 55 ans, ont subi l'inflation la plus élevée, aux alentours de 10,4 %.

La grande distribution n'est plus un "modérateur d'inflation"

L'achat de biens de grande consommation³ représente environ 20 % du budget des ménages réunionnais. Durant l'année 2008, leurs prix ont augmenté de 7,9 %. Selon le type de point de vente, il apparaît que l'augmentation des prix a été légèrement plus élevée dans les grandes surfaces⁴ (+ 0,2 points comparativement à l'indice d'ensemble) qu'ailleurs. Ce sont principalement les prix des produits alimentaires qui ont le plus fortement augmenté en grande surface, en particulier la viande. Sur ce type de produit, la grande distribution enregistre une augmentation des prix supérieure de 0,5 point comparativement à l'ensemble des points de vente. L'origine des viandes commercialisées en grande distribution explique en partie ce constat. Hors alimentation, les évolutions des prix des produits d'hygiène-beauté et d'entretien ont été similaires.

Depuis trois ans, on observe une inversion de tendance concernant l'évolution des prix selon le type de point de vente. Jusqu'en 2002, l'évolution des prix des biens de grande consommation était moins rapide en grande surface qu'ailleurs. Cela semblait être la règle durant les années 1980 et 1990, et le développement de la grande distribution permettait de modérer l'inflation. Entre 2003 et 2005, l'écart d'évolution de prix selon les points de vente s'est stabilisé à un niveau proche de zéro. Depuis 2006, les prix augmentent plus rapidement dans la grande distribution qu'ailleurs.

Olivier **FAGNOT**
chef du service statistique

³ Ils regroupent trois familles de produits : l'alimentation (hors poissons, fruits et légumes frais) y compris les boissons, les produits d'hygiène domestique, les produits de beauté et d'hygiène corporelle.

⁴ La grande distribution regroupe les super et hypermarchés, ainsi que les magasins de hard discount, dont la surface de vente est supérieure à 400 m² et où l'alimentaire prédomine.