

Un premier bilan de l'effet du passage à l'euro sur les prix

Philippe GALLOT

Division Synthèse conjoncturelle

La détermination des prix directement en euros s'est engagée de façon précoce, à partir du printemps 2001, dans l'alimentation hors produits frais et les produits manufacturés d'usage courant (produits d'entretien, d'hygiène...). Elle a coïncidé avec une accélération de ces prix, sans qu'il soit possible de quantifier le lien de cause à effet, car d'autres éléments contribuaient dans le même temps à une hausse de l'inflation sur ces produits. Depuis, la disponibilité des relevés de prix du premier trimestre de 2002 montre que l'impact du passage à l'euro sur le niveau des prix à compter de janvier est passé avant tout par la façon dont s'opère à cette occasion le basculement vers de nouvelles grilles tarifaires psychologiques en euros. Cet impact dépend des produits considérés. En particulier, le prix des services s'en trouve poussé à la hausse et celui des biens durables à la baisse. Au total, cette étude sur données microéconomiques (environ 570 000 relevés de prix sont utilisés) confirme les estimations précédemment effectuées selon une approche plus globale par l'Insee : le passage à l'euro a contribué pour environ 0,1 point à la hausse de l'inflation en janvier ; il a été globalement neutre lors des deux mois suivants.

La fixation des prix en euro a commencé dès 2001 dans l'alimentation et les produits manufacturés d'usage courant

Le dossier publié dans la note de conjoncture de décembre 2001⁽¹⁾ avait mis en évidence des situations sectorielles très contrastées à la veille du passage à l'euro fiduciaire. Des indicateurs indirects, calculés à partir des relevés d'étiquettes effectués mois après mois pour un certain nombre de produits et services courants (panier «témoin»), permettaient de montrer que le basculement à l'euro majeur, c'est-à-dire à une détermination des prix directement en euros, avait en réalité commencé bien avant janvier 2002 pour ce qui concernait les produits d'alimentation hors produits frais et les produits manufacturés hors biens durables et hors habillement⁽²⁾. Dans ces secteurs, en effet, le pourcentage de séries dont le prix est stable à la double conversion⁽³⁾ commence à s'élever significativement dès le printemps 2001. Dans le même temps, la fréquence d'observation des prix ronds en francs accuse un net repli sur ces produits, signe indirect, là encore, d'un abandon progressif du franc comme unité de compte de référence.

Or, ce passage précoce à l'euro a coïncidé avec une accélération des prix des postes concernés. Ainsi, dans l'alimentation hors produits frais, le glissement annuel des prix, qui était de +2,9% en janvier 2001, a atteint un pic en septembre à +5,4%, avant de se replier quelque peu à +4,7% en décembre 2001. De même, le glissement annuel des prix des produits manufacturés hors habillement et hors biens durables, parti de 1,0% en janvier 2001, a atteint +2,4% en décembre.

Toutefois, un surcroît éventuel de hausse attribuable au passage à l'euro apparaît difficile à chiffrer, car d'autres facteurs poussaient dans le même temps les prix de ces produits à la hausse.

Ainsi, les crises alimentaires sanitaires, qui ont débuté en octobre 2000 (ESB, puis épizootie de fièvre aphteuse), ont induit une forte accélération des prix des viandes jusqu'à la fin du premier semestre de 2001 (+9,7% en juin 2001, contre +3,5% en octobre 2000), contribuant à pousser à la hausse l'indice des prix de l'alimentation dans son ensemble. En faisant abstraction de ce phénomène, l'accélération des prix de l'alimentation demeure, mais est moins accentuée : le glissement annuel des prix alimentaires hors

(1) Voir «Évolution des prix et passage définitif à l'euro», pages 16 à 29 de la Note de conjoncture de l'Insee de décembre 2001.

(2) Les produits manufacturés hors biens durables et hors habillement regroupent les produits d'hygiène, les biens liés aux sports et loisirs et la papeterie.

(3) La stabilité à la double conversion a toujours lieu pour un prix déterminé d'abord en euros, mais n'est a priori vérifiée que dans 15,2% (1/6,55957) des cas si le prix est d'abord déterminé en francs. La distorsion éventuelle intervient au moment du passage du franc vers l'euro, puisque l'arrondi au centime d'euro est moins précis que l'arrondi au centime de franc. Par exemple, un prix de 100,00 francs est arrondi à 15,24€, prix qui équivaut à 99,97 francs et n'est donc pas stable à la double conversion. A l'inverse, 106,00 francs équivaut à 16,16€, et 16,16€ équivalent à 106,00 francs : un tel prix est stable à la double conversion.

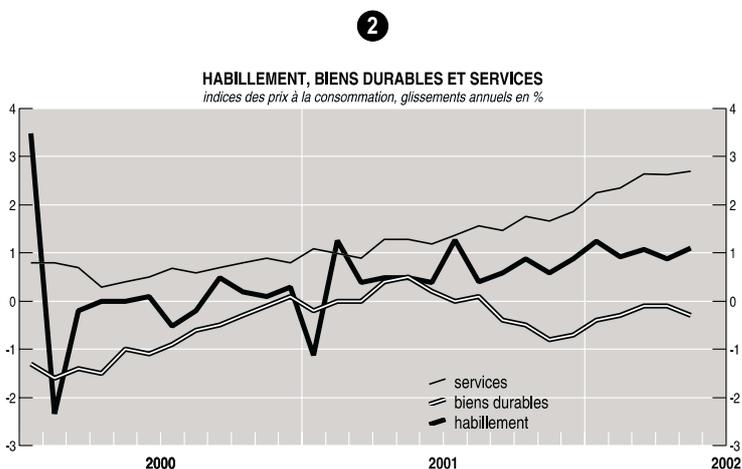
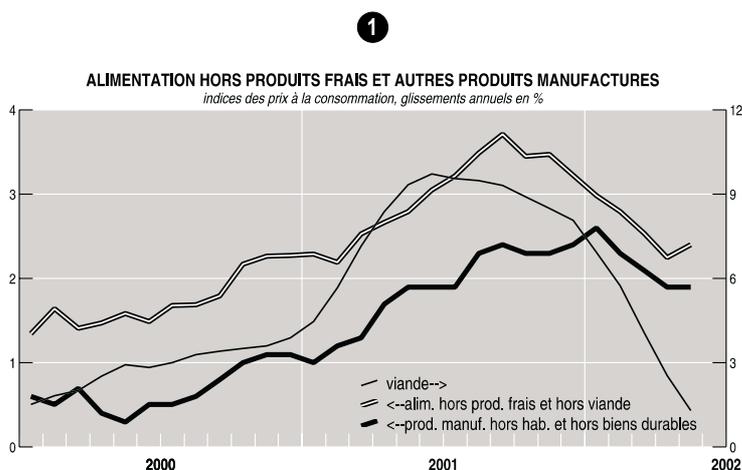
Un premier bilan de l'effet du passage à l'euro sur les prix

TABLEAU 1 : STABILITÉ À DOUBLE CONVERSION EN 2001

	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet	Août	Sept.	Octobre	Nov.	Déc.
Alimentaire	17,3	18,2	20,9	23,7	25,4	27,5	29,4	33,3	38,2	48,5	59,0	65,0
Habillement	15,6	15,5	14,5	15,5	16,3	16,7	16,8	18,3	23,0	25,3	27,7	30,4
Manufacturés hors habillement et hors biens durables	13,6	14,8	17,8	20,1	21,5	22,5	24,3	28,3	35,3	44,3	54,6	59,9
Énergie	17,0	16,8	17,3	17,1	14,3	14,9	17,9	18,5	19,3	26,1	36,4	45,0
Services	14,7	14,7	14,3	14,4	14,5	14,5	14,5	14,5	15,1	17,4	19,6	21,8
Ensemble	15,9	16,2	17,2	18,4	18,8	19,7	20,8	22,7	25,6	31,7	38,2	42,9

Guide de lecture :

Ces statistiques sont calculées sur un « panier témoin », extrait de l'échantillon habituel utilisé pour le calcul de l'indice des prix. Ce panier témoin, qui regroupe des produits de grande consommation à fréquence d'achat élevée, a été mis en place par l'Insee en 2001 afin de faciliter l'appréciation des conditions du passage définitif à l'euro. Si les prix étaient déterminés au hasard dans une distribution uniforme, la proportion de prix stables à la double conversion serait de 15% environ.



produits frais et hors viande atteint un pic à +3,7% en septembre, après +2,3% en janvier 2001.

Par ailleurs, le contexte général de 2001 était à un surcroît d'inflation, en France comme dans l'ensemble de la zone euro. Le net renchérissement du pétrole de la mi-1999 à la

fin 2000 et la forte dépréciation de l'euro dans le même temps ont en effet induit des effets dits «de second tour» : les prix des produits non importés ont accéléré, à la fois du fait de l'augmentation des prix des consommations intermédiaires et du fait des augmentations salariales que le surcroît d'inflation

importée suscitait. Ce phénomène était à l'œuvre pour l'ensemble des produits, qu'ils fussent passés en avance à l'euro majeur ou pas.

De fait, dans l'habillement, les biens durables et les services, la détermination des prix en euros était très peu avancée à la fin de 2001. En dépit d'un frémissement à partir de septembre, la proportion de séries dont le prix n'était pas rond en francs avait assez peu augmenté dans ces secteurs en décembre dernier et la stabilité à la double conversion ne concernait qu'une petite part des prix. Pourtant, l'accélération des prix y était également visible, particulièrement dans les services et l'habillement (au-delà des à-coups enregistrés, liés aux variations des dates précises de soldes d'une année sur l'autre).

Ainsi, la coïncidence du passage à l'euro majeur et de l'accélération des prix dans l'alimentation hors produits frais et les produits manufacturés hors habillement et biens durables ne permet pas de conclure avec certitude à un lien de cause à effet, ni surtout de le quantifier. A cet égard, il est remarquable de constater que les prix de l'alimentation hors produits frais et hors viandes ont amorcé un mouvement de décélération dès l'automne dernier : le glissement des prix de ce secteur est retombé au début de ce printemps à un niveau proche de celui d'un an auparavant. Ceci suggère que le phénomène prédominant pour ces produits semble

avoir résidé dans le fait que des hausses de prix, qui auraient de toute façon eu lieu (compte tenu du contexte macroéconomique que nous venons de décrire), ont simplement été avancées de quelques mois. L'application de l'accord de neutralisation des prix dans l'industrie et le commerce, entre le 1er novembre 2001 et le 31 mars 2002, a probablement contribué à ces comportements. En avril, les augmentations de prix enregistrées au sortir de cet accord sont apparues plutôt faibles, mais le mois de mai a été plus défavorable. Le recul manque donc pour pouvoir trancher définitivement. Cependant, si les augmentations des mois prochains s'inscrivent sur un rythme proche de la moyenne, l'effet euro se sera manifesté pour l'essentiel de façon transitoire dans l'alimentation. Le phénomène pourrait être le même sur les produits manufacturés hors habillement et biens durables : le glissement annuel des prix de ces produits s'est aussi replié au début de 2002, quoique dans une moindre mesure.

L'impact du passage à l'euro sur les prix passe par le basculement vers de nouvelles grilles de prix psychologiques

Le dossier de la note de conjoncture de décembre avait permis de montrer que la nette distinction de comportement à l'égard du passage à l'euro majeur par secteurs (alimentation hors produits frais et produits manufacturés d'usage courant d'une part ; habillement, biens durables et services d'autre part) recouvrait en fait celle existant à l'égard de la politique de fixation de prix «psychologiques»⁽⁴⁾. Les secteurs n'ayant pas cherché à devancer la date de passage à l'euro fiduciaire sont ceux pour lesquels l'importance des prix psychologiques est prépondérante. De ce fait, l'étude menée en décembre dernier concluait que l'impact du passage à l'euro sur les prix dépendrait avant tout de la fa-

TABLEAU 2 : PROPORTION DE PRIX RONDS EN EUROS

	(en %)					
	2001				2002	
	Janvier	Avril	Juillet	Octobre	Janvier	Avril
Alimentaire	31,7	32,1	31,7	33,2	35,8	36,7
Habillement	26,1	27,0	25,6	30,3	40,9	56,7
Manufacturés hors habillement, hors biens durables	33,6	33,9	34,4	35,6	37,8	40,7
Énergie	32,1	27,0	31,2	33,0	40,7	43,6
Services	26,9	28,5	29,1	33,3	63,7	72,3
Ensemble	29,6	29,7	30,2	33,1	47,0	52,7

Guide de lecture :

Les statistiques sont calculées sur un «panier témoin» (cf. tableau 1). Par convention, un prix est dit «rond en euros» s'il se termine par 0, 5 ou 9 en centimes. En cas de distribution aléatoire, la probabilité qu'un prix soit rond en euros serait de 30%.

çon dont s'opérerait le basculement de grilles de prix psychologiques en francs vers de nouvelles grilles de prix psychologiques en euros.

Ce basculement n'étant pas connu au moment de la rédaction de l'étude, des simulations avaient été effectuées suivant le principe suivant.

Des grilles de prix psychologiques en euros avaient été confectionnées pour chaque croisement de secteur et de tranche de prix, par analogie avec ce que l'on pouvait observer au travers des distributions de prix en francs. En outre, on avait supposé que l'arrivée de la nouvelle monnaie ne modifierait pas à terme la proportion de prix psychologiques. Trois cas avaient ensuite été envisagés pour le basculement d'un prix psychologique en francs vers un prix psychologique en euros : un ajustement systématique à la hausse, un ajustement systématique à la baisse et enfin un ajustement systématique au prix psychologique le plus proche.

Le résultat obtenu montrait clairement que l'impact potentiel du passage à l'euro sur l'inflation d'ensemble pouvait être important, mais que son signe était largement indéterminé : cet impact se situait, suivant les simulations effectuées, dans une fourchette comprise entre -1,1% et +1,0%. En cas

de choix systématique d'arrondi vers le prix psychologique le plus proche, l'impact ressortait légèrement négatif, ce résultat étant lié au taux de conversion du franc en euro. Les prix psychologiques en francs ont en effet tendance à être légèrement supérieurs à des prix psychologiques en euros. Par exemple, le prix le plus fréquent en mars 2001, 199 francs, correspond à 30,34€ et se situe donc un peu au-dessus du prix psychologique le plus proche que pourrait être 29,90€.

Mise en évidence des nouvelles grilles de prix psychologiques

La disponibilité des relevés de prix du premier trimestre de 2002 nous permet désormais de dresser un premier bilan de l'impact du passage à l'euro sur les prix en France, en confrontant à la réalité les hypothèses que nous avons émises il y a six mois.

Un premier élément intéressant à relever est la nette progression de la part des prix ronds en euros (se terminant par 0, 5 ou 9 centimes d'euro) à partir de janvier 2002,

(4) Rappelons que la fixation des prix obéit pour certains produits à des critères d'ordre psychologique. Par exemple, avant le passage à l'euro : 199 francs ; après le passage à l'euro : 29,90€.

Un premier bilan de l'effet du passage à l'euro sur les prix

tout particulièrement dans le secteur des services. Ce phénomène confirme que le premier effet du basculement à l'euro fiduciaire est bien la recherche de nouvelles grilles de prix.

Pour aller plus loin, une analyse systématique des fréquences de prix a été menée. La démarche la plus naturelle consistait dans un premier temps à comparer l'évolution des fréquences de prix en euros entre mars 2001 (après application de la règle de conversion officielle) et mars 2002 (dernier fichier de relevés de prix disponible pour cette étude), pour voir si certains prix psychologiques en euros avaient émergé. Ce premier essai s'est révélé infructueux : en fait, en mars 2002, si l'on ne s'en tient qu'aux prix dont les fréquences

de d'apparition sont les plus fortes, on retombe dans beaucoup de cas (exception faite des services) sur des prix qui ne sont pas psychologiques en euros, mais qui correspondent à la simple conversion officielle en euros de prix psychologiques en francs.

Cet exercice ne permet donc pas de faire apparaître clairement de nouvelles grilles de prix psychologiques en euros. Ainsi, par exemple, pour ce qui est des biens durables, le prix le plus fréquemment relevé en mars dernier en France restait celui de 608,27 euros, correspondant à la conversion en monnaie européenne du prix de 3990 francs. Toutefois, alors que ce prix de 3990 francs était relevé dans 4,8% des cas en mars 2001, il n'était plus relevé que dans 2,5% des cas en

mars 2002. Cette dernière observation est importante, car elle permet de comprendre le véritable enseignement de ce premier exercice : l'abandon des grilles psychologiques en francs est bien à l'œuvre depuis janvier dernier, mais cet abandon est en fait progressif et il est loin d'être achevé pour nombre de produits. La progressivité du mouvement s'explique sans doute par le fait que nombre de commerçants continuent à pratiquer le double affichage, ce qui permet de maintenir certains prix psychologiques en francs.

Les distributions de prix étant encore «mélangées», une seconde approche a donc été mise en oeuvre. Elle consiste à n'utiliser dans les calculs que les prix dont la fréquence d'apparition a progressé

TABLEAU 3 : LES PRIX LES PLUS FRÉQUENTS EN MARS 2001 ET EN MARS 2002

Date	Rang	Alimentation hors produits frais			Biens durables			Habillement		
		Valeur		Fréquence (%)	Valeur		Fréquence (%)	Valeur		Fréquence (%)
		Franc	Euro	cumulé	Franc	Euro	cumulé	Franc	Euro	cumulé
Mars 2001	1	9,95	(1,52)	0,8 (0,8)	3990	(608,27)	4,8 (4,8)	199	(30,34)	3,3 (3,3)
	2	7,95	(1,21)	0,7 (1,5)	1990	(303,37)	3,9 (8,7)	299	(45,58)	3,3 (6,6)
	3	3,95	(0,6)	0,7 (2,2)	2990	(455,82)	3,2 (11,9)	99	(15,09)	2,2 (8,8)
	4	49,9	(7,61)	0,7 (2,8)	2490	(379,6)	3,1 (15)	399	(60,83)	2,1 (11)
	5	4,95	(0,75)	0,6 (3,5)	4990	(760,72)	2,7 (17,7)	149	(22,71)	2 (13)
	6	9,9	(1,51)	0,6 (4,1)	3490	(532,05)	2,6 (20,4)	249	(37,96)	1,8 (14,8)
Mars 2002	1	1,3		0,6 (0,6)	608,27		2,5 (2,5)	45,58		1,8 (1,8)
	2	1,52		0,6 (1,2)	303,37		2,2 (4,7)	30,34		1,8 (3,5)
	3	1,21		0,6 (1,8)	455,82		1,6 (6,3)	60,83		1,3 (4,8)
	4	1,36		0,6 (2,3)	45,58		1,3 (7,6)	37,96		1,2 (6)
	5	0,75		0,5 (2,9)	501,56		1,3 (8,9)	22,71		1,1 (7)
	6	1,14		0,5 (3,4)	227,15		1,2 (10,1)	15,09		1,1 (8,1)

(suite)

Date	Rang	Autres produits manufacturés			Services			Ensemble		
		Valeur		Fréquence (%)	Valeur		Fréquence (%)	Valeur		Fréquence (%)
		Franc	Euro	cumulé	Franc	Euro	cumulé	Franc	Euro	cumulé
Mars 2001	1	199	(30,34)	0,6 (0,6)	15	(2,29)	1,4 (1,4)	199	(30,34)	0,9 (0,9)
	2	79	(12,04)	0,5 (1,1)	20	(3,05)	1,2 (2,6)	299	(45,58)	0,9 (1,8)
	3	299	(45,58)	0,5 (1,6)	25	(3,81)	1,2 (3,8)	99	(15,09)	0,6 (2,4)
	4	99	(15,09)	0,5 (2,1)	35	(5,34)	1 (4,8)	399	(60,83)	0,6 (3)
	5	59	(8,99)	0,4 (2,5)	12	(1,83)	0,9 (5,7)	149	(22,71)	0,5 (3,5)
	6	149	(22,71)	0,4 (2,9)	30	(4,57)	0,9 (6,6)	129	(19,67)	0,4 (4)
Mars 2002	1	0,95		0,5 (0,5)	2		1 (1)	45,58		0,5 (0,5)
	2	30,34		0,5 (1)	4		0,9 (1,9)	30,34		0,5 (1,1)
	3	45,58		0,5 (1,5)	2,3		0,8 (2,7)	60,83		0,4 (1,4)
	4	0,96		0,5 (1,9)	3		0,7 (3,4)	15,09		0,3 (1,8)
	5	15,09		0,4 (2,3)	10		0,7 (4,1)	7,61		0,3 (2,1)
	6	0,97		0,4 (2,7)	15		0,7 (4,8)	1,52		0,3 (2,4)

Guide de lecture :

En mars 2001, le troisième prix le plus fréquent sur l'ensemble des produits était 99 francs, soit 15,09 euros d'après la règle de conversion officielle. Ce montant représentait alors 0,6% des relevés, les trois prix les plus fréquents (199, 299 et 99 francs) représentant 2,4% des relevés.

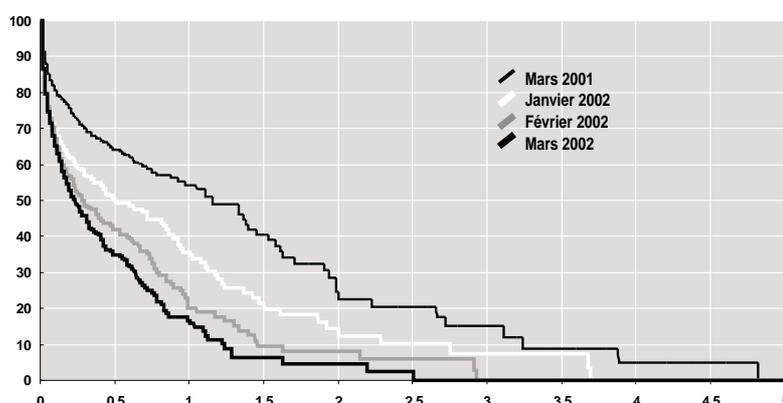
Un premier bilan de l'effet du passage à l'euro sur les prix

de plus de 20% entre mars 2001 et mars 2002⁽⁵⁾. Cette méthode a ainsi a priori l'avantage d'exclure de l'analyse la plupart des prix qui étaient psychologiques en francs. De fait, elle permet de faire apparaître une grille fine et une grille large de prix psychologiques en euros (cf. tableau 4).

Malgré un décollage à partir de janvier 2002, la proportion de prix psychologiques en euros demeure en mars 2002 très inférieure à ce qu'elle était un an plus tôt en francs (cf. tableau 5) : environ 80% (resp. 50%) des prix observés en mars 2001 appartenaient aux anciennes grilles de prix psychologiques fines (resp. larges) en francs, mais à peine 40% (resp. 13%) des prix relevés en mars 2002 étaient dans ce cas pour les nouvelles grilles en euros. L'ajustement semble être particulièrement lent dans l'alimentation et les autres produits manufacturés, mais les prix psychologiques jouent de toute façon un rôle moins important dans ces secteurs. Dans les services, l'ajustement a été net au mois de janvier, mais son rythme a fortement ralenti en février et en mars. C'est l'arrivée des nouvelles collections qui favorise l'adaptation des grilles de prix dans l'habillement.

(5) La valeur précise du critère de sélection retenu (progression des fréquences de prix de plus de 20%) est évidemment arbitraire. D'autres valeurs raisonnables (10% à 30%) conduisent cependant qualitativement aux mêmes résultats.

3
ÉVOLUTION DE LA CONCENTRATION DES PRIX DES BIENS DURABLES
DE MARS 2001 À MARS 2002
(en %)



Guide de lecture :

Ce graphique illustre la façon dont évolue la concentration de la distribution des prix dans le secteur des biens durables depuis le passage à l'euro. En mars 2001, les prix dont la fréquence d'utilisation dépassait 1% (en abscisse) représentaient à eux seuls plus de la moitié des relevés (en ordonnée). Cette proportion s'est abaissée fortement en janvier 2002 et a continué de le faire les deux mois suivants : en mars 2002, elle représente à peine 20% des relevés.

La baisse de la concentration des prix révèle que le basculement des grilles de prix psychologiques en francs vers des grilles de prix psychologiques en euros ne se fait que progressivement. La concentration des prix devrait remonter dans les mois qui viennent, lorsque les prix psychologiques en euros se seront définitivement imposés.

TABLEAU 4 : GRILLES DE PRIX PSYCHOLOGIQUES EN EUROS

Secteurs	Tranches de prix en euros	Grille fine	Grille large
Alimentation hors produits frais	0-1	x,x0 ; x,x5 ; x,x9	
	1-10	x,x0 ; x,x5 ; x,x9	
	10-100	xx,x0 ; xx,x5	xx,00 ; xx,20 ; xx,50 ; xx,90
Habillement	1-10	x,x0 ; x,x5	x,00 ; x,50 ; x,90 ; x,95
	10-100	xx,x0 ; xx,95	x0,x0 ; x5,x0 ; x9,x0 ; x0,95 ; x5,95 ; x9,95
	100-1000	xxx,x0	xx0,00 ; xx5,00 ; xx9,00
Biens durables	10-100	xx,9x ; xx,00	x4,00 ; x9,00 ; x4,9x ; x9,9x
	100-1000	xxx,00 ; xxx,99	xx9,00 ; xx9,99
	1000-10000	xxxx,00	xx49,00 ; xx99,00
Autres produits manufacturés	1-10	x,x0 ; x,x5 ; x,x9	
	10-100	xx,x0 ; xx,x5 ; xx,x9	xx,00 ; xx,50 ; xx,80 ; xx,90 ; xx,99
	100-1000	xxx,00	xx0,00 ; xx5,00 ; xx9,00
Services	1-10	x,x0 ; x,x5	x,00 ; x,50
	10-100	xx,x0	xx,00 ; xx,50
	100-1000	xxx,x0	xxx,00

Guide de lecture :

La grille large est un sous-ensemble de la grille fine qui inclut les prix dont les fréquences d'observation sont les plus élevées.

TABLEAU 5 : ÉVOLUTION DE LA PROPORTION DE PRIX PSYCHOLOGIQUES EN EUROS

Secteurs	en euros					en francs
	Mars 2001	Décembre 2001	Janvier 2002	Février 2002	Mars 2002	Mars 2001
Alimentation hors produits frais	27,6 (0,8)	31,7 (1,4)	35,8 (2,5)	37,1 (2,9)	38,0 (3,1)	86,2 (47,3)
Biens durables	2,9 (1,1)	6,3 (2,2)	17,2 (6,6)	30,4 (16)	40,8 (22,9)	91,8 (73,8)
Habillement	8,8 (2,3)	14,3 (4,3)	21,0 (7,6)	26,4 (10,8)	38,9 (17,5)	88,0 (58,6)
Produits manufacturés hors habillement et hors biens durables	20,7 (1,3)	24,2 (3,5)	28,4 (6,1)	31,1 (7,4)	33,7 (9,1)	74,6 (51)
Services	10,1 (0,9)	17,9 (6,1)	40,8 (21,1)	44,4 (23,9)	46,7 (25,5)	75,6 (45,1)
Ensemble hors tarifs publics et hors produits frais	17,6 (1,2)	22,5 (3,5)	31,0 (8,2)	34,5 (10,3)	38,8 (12,7)	81,7 (51,4)

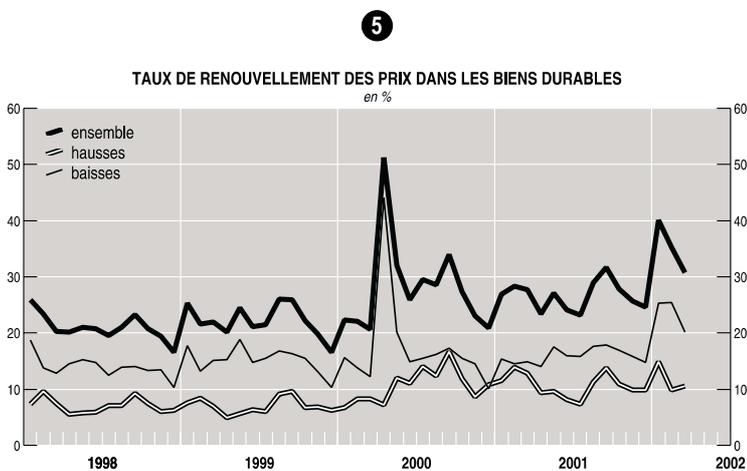
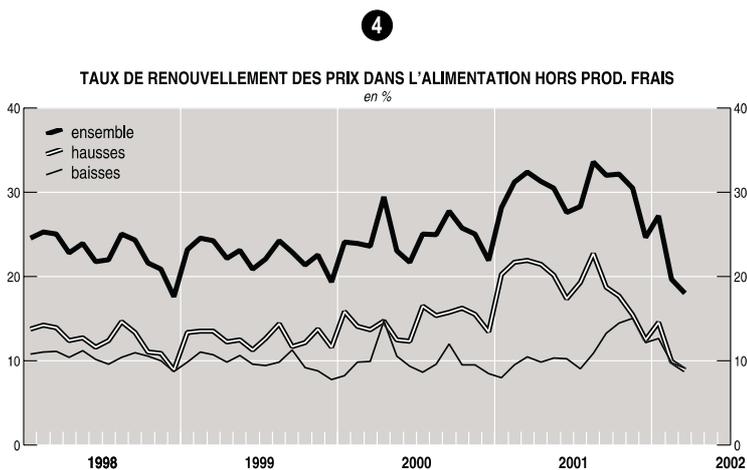
Guide de lecture :

En janvier 2002, la proportion de prix psychologiques en euros au sens de la grille fine était de 31,0% (8,2% au sens de la grille large).

Il est également possible que la prégnance des prix psychologiques s'avérera en définitive moins grande, maintenant que les prix sont en euros. Cela pourrait être le cas en particulier pour ce qui concerne les «petits prix», à cause du taux de change de l'euro en franc. Un centime d'euro représente en effet une valeur supérieure à 5 centimes de francs. De sorte que les produits à petits prix qui se terminaient très souvent par 0 ou 5 centimes en francs (alimentation, produits manufacturés d'usage courant) seront peut-être en définitive moins systématiquement arrondis à 0, 5 ou même 9 centimes d'euros.

Tentative d'estimation de l'effet euro

La détermination de ces nouvelles grilles psychologiques en euros permet dans un second temps de se livrer à une estimation de l'impact du passage à l'euro sur les prix. L'exercice présenté a été effectué mois par mois, pour les trois premiers mois de 2002, à partir des relevés de prix effectués de décembre 2001 à mars 2002 (environ 570 000 relevés utilisés). Il consiste, pour un mois donné, à comparer les indices de prix réellement observés par grand poste à ceux qui auraient été obtenus si l'on avait «neutralisé» les variations de prix résultant des séries qui ont basculé pour la première fois vers un prix psychologique en euros entre décembre 2001 et mars 2002. Le terme «neutralisé» signifie ici, non pas que l'on gèle artificiellement toutes les étiquettes ayant basculé sur un prix psychologique, mais qu'on leur attribue fictivement une variation de prix égale à celle enregistrée, en moyenne et pour le mois considéré, sur les prix des produits comparables, qu'ils soient restés stables ou qu'ils aient bougé vers des prix qui ne sont pas psychologiques en euros⁽⁶⁾.



Guide de lecture des graphiques 4, 5, 6, 7 et 8 :

Pour un mois donné, le taux de renouvellement des prix correspond à la part des relevés de prix pour lesquels une hausse ou une baisse est observée par rapport au mois précédent.

On note en particulier que le taux de renouvellement a plutôt eu tendance à s'accroître avant janvier 2002 dans l'alimentaire et pour les produits manufacturés hors habillement et hors biens durables, et qu'il a au contraire été plus faible que d'habitude en début d'année. Ceci constitue un signe supplémentaire que le passage à l'euro majeur s'est fait en avance dans ces secteurs.

A l'inverse, l'augmentation du taux de renouvellement est très nette dans les services, l'habillement et les biens durables sur les trois premiers mois de 2002 par rapport à ce que l'on observait à la même période lors des années précédentes.

(6) Le résultat est évidemment tributaire de cette hypothèse : les variations qu'auraient connues les prix qui sont devenus psychologiques en euros en l'absence de changement de monnaie ne peuvent faire l'objet que de suppositions. Il est néanmoins raisonnable de penser qu'une partie de ces prix seraient restés stables, compte tenu de l'augmentation enregistrée sur le taux de renouvellement des étiquettes, qui a accompagné la montée en puissance des prix psychologiques en euros.

Autre élément d'incertitude, cette méthode ne peut être mise en oeuvre que sur le champ restreint des séries ne présentant pas de rupture entre décembre 2001 et mars 2002. Néanmoins, la fréquence de remplacement ou de disparition des produits dont les prix sont relevés mois après mois ne semble pas, elle, avoir significativement augmenté, sauf dans les services où elle est en forte hausse en janvier 2002 par rapport aux mois de janvier précédents.

Les séries relatives à des produits soldés n'ont pas non plus été retenues. Compte tenu de la méthode mise en oeuvre, les baisses de prix de janvier dans l'habillement auraient pu être imputées à tort à l'effet euro. Ce phénomène aurait ainsi perturbé les estimations.

Un premier bilan de l'effet du passage à l'euro sur les prix

Tous secteurs confondus, l'effet euro apparaît pour l'essentiel concentré sur le mois de janvier 2002. Il est quasiment nul en février comme en mars. Pour janvier, l'effet euro sur l'inflation est estimé à +0,1 point. Ce chiffre, construit selon une méthode s'appuyant directement sur les relevés de prix étiquette par étiquette, s'avère en définitive comparable à ceux auxquels ont déjà conduit deux autres approches plus globales présentées par la Division des prix à la consommation de l'Insee⁽⁷⁾.

Toutefois, au niveau sectoriel, les effets du passage à l'euro sont très contrastés. Ils sont particulièrement forts dans les services. C'est dans ce secteur que la part des prix psychologiques en euros progresse le plus vite en janvier (40,8%, après 17,9% en décembre). Cet ajustement massif des tarifs va de pair avec un taux élevé de renouvellement d'étiquettes (cf. graphique 7). Au total, l'effet euro sur les prix des services est estimé à +0,5% sur le premier trimestre de 2002 (cf. tableau 6), sur une progression enregistrée de +1,1% (contre +0,3% au cours du 1er trimestre de 2001). L'accélération du prix des services sur cette période n'est donc pas non plus uniquement imputable à un effet euro. De fait, d'autres éléments sont entrés en jeu. L'accélération de l'indice du coût de la construction (+4,76% au 3ème trimestre de 2001, contre +0,72% un an plus tôt) et la fin du gel des loyers dans le secteur HLM ont pesé sur les prix des services de logements. Les services de santé ont fait l'objet de revalorisations (au cours du 1er trimestre de 2002, les tarifs des médecins ont aug-

(7) La première méthode avait consisté à identifier les principales causes de l'écart entre la variation mensuelle de l'indice d'ensemble de janvier 2002 et celle de janvier 2001, puis à imputer la part de l'écart qui demeurait « inexplicite » à l'effet euro. La deuxième consistait à ne retenir dans le calcul de variation de prix que les postes pour lesquels le basculement vers des prix ronds en euros (mais pas nécessairement psychologiques) apparaissait massif.

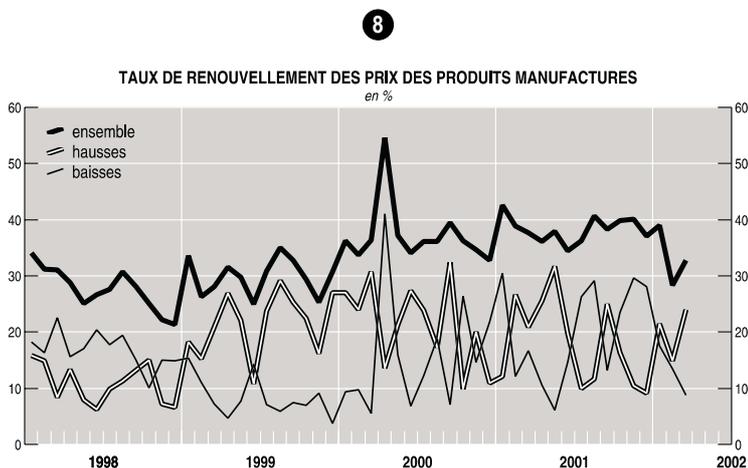
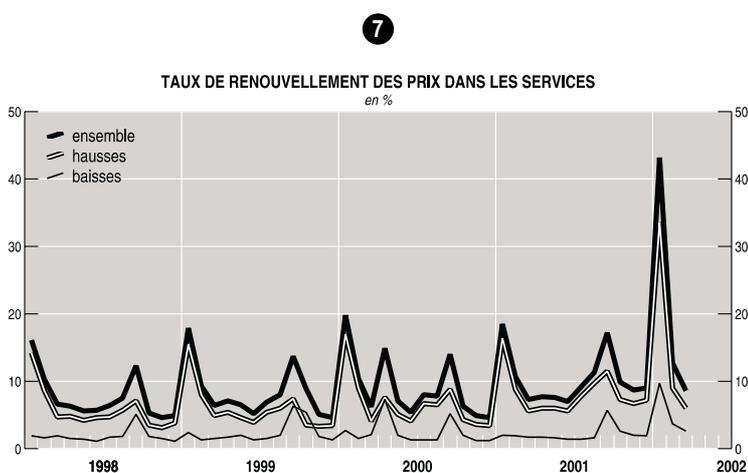
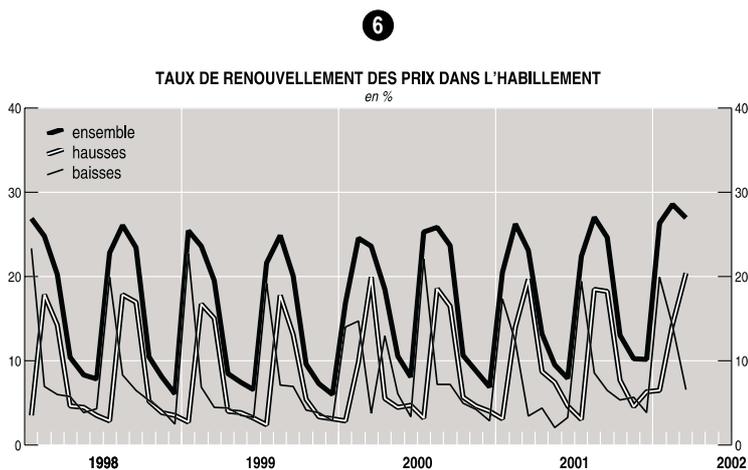


TABLEAU 6 : EFFET EURO PAR SECTEUR

Secteurs	Janvier 2002	Février 2002	Mars 2002	1 ^{er} T. 2002
Alimentation	0,07	0,00	-0,01	0,06
Biens durables	-0,15	-0,20	-0,25	-0,60
Habillement	0,05	0,10	0,04	0,19
Autres produits manufacturés	0,06	0,00	0,03	0,09
Services	0,42	0,04	0,04	0,50
Ensemble hors tarifs et hors produits frais	0,17	0,01	0,01	0,19
Ensemble	0,10	0,01	0,00	0,11

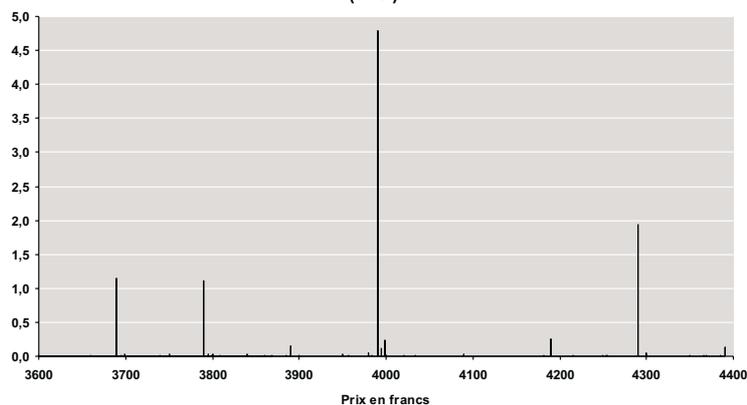
Un premier bilan de l'effet du passage à l'euro sur les prix

TABLEAU 7 : REGROUPEMENTS OÙ L'EFFET EURO EST LE PLUS MARQUÉ

Secteurs	Groupe ou regroupement	Pondération 2002 (%)	Effet euro				Effet euro sur l'inflation du 1er trimestre 2002
			Janvier 2002	Février 2002	Mars 2002	1er T. 2002	
Alimentation	Pain	0,6	0,18	0,02	0,07	0,27	0,002
	Pâtisserie fraîche et viennoiserie	0,6	0,29	0,01	-0,01	0,29	0,002
Biens durables	Équipements audio-visuels	0,8	-0,40	-0,24	-0,36	-1,00	-0,008
	Gros appareils ménagers électriques ou non	0,8	-0,24	-0,26	-0,19	-0,69	-0,005
	Matériels de traitement de l'information y c. micro-ordinateurs	0,3	0,01	-0,27	-1,02	-1,28	-0,003
	Équipements photo et cinéma	0,2	-0,17	-0,59	0,10	-0,66	-0,001
	Équipement de téléphonie et de télécopie	0,1	-1,08	-0,38	-0,27	-1,73	-0,001
Habillement	Chaussures	1,1	0,21	0,25	0,03	0,49	0,005
	Vêtement de dessus pour hommes	0,5	0,04	0,17	0,02	0,23	0,001
Autres produits manufacturés	Bijouterie, joaillerie	0,7	0,02	0,15	0,14	0,31	0,002
	Supp. d'enreg. de l'image et du son	0,6	0,03	0,16	0,02	0,21	0,001
	Jeux et jouets	0,5	0,09	-0,40	0,06	-0,25	-0,001
Services	Restauration	4,4	0,66	0,06	0,05	0,77	0,034
	Consommation dans les cafés	0,9	1,49	0,01	-0,01	1,49	0,013
	Services récréatifs	1,0	0,66	0,25	0,05	0,96	0,010
	Services culturels	1,0	0,87	-0,09	0,14	0,92	0,009
	Entretien et réparation de véhicules personnels	2,1	0,20	-0,02	0,17	0,35	0,008

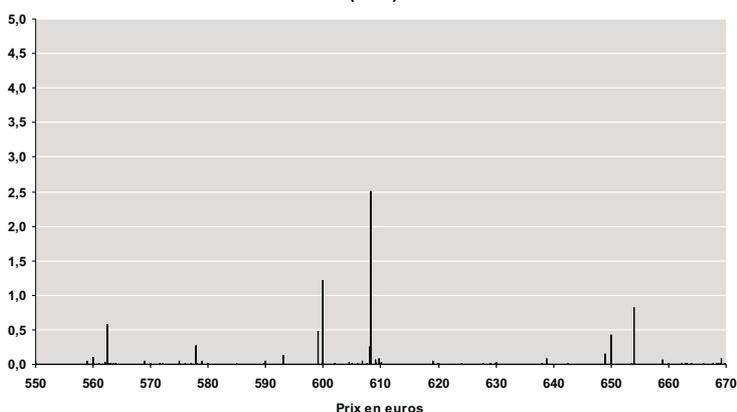
DISTRIBUTION DES PRIX DES BIENS DURABLES EN MARS 2001
(en %)

9



DISTRIBUTION DES PRIX DES BIENS DURABLES EN MARS 2002
(en %)

10



Guide de lecture :

D'une année à l'autre, on représente la distribution de prix des biens durables pour la même tranche de prix (3600-4400 francs, soit à peu près la tranche 550-670 euros). En mars 2001, le prix de 3990 francs ressortait très nettement, avec une fréquence de 4,79%. Un an plus tard, on constate que la conversion en euros de ce prix (608,27€) reste assez souvent relevée (dans 2,50% des cas). Sa fréquence a cependant diminué et, dans le même temps, deux nouveaux prix surgissent de la distribution, qui sont des prix psychologiques en euros : 599,99€ et 599,00€. Ces prix étant inférieurs au prix précédent, l'effet du passage à l'euro apparaît bénéfique pour le consommateur dans ce cas.

menté de +3,4% et ceux des auxiliaires médicaux de +3,6%). Les prix des assurances ont progressé nettement plus vite que l'an passé en raison d'une hausse de la sinistralité.

Dans l'habillement, le passage à l'euro s'est également traduit par une légère accélération des prix. L'impact est un peu plus marqué en février qu'en janvier, sans doute en raison de la fin des soldes d'hiver.

Le secteur des biens durables, qui connaît traditionnellement une baisse tendancielle des prix, se distingue nettement des autres secteurs, car l'impact du passage à la nouvelle monnaie y apparaît globalement négatif. En outre, plutôt que de s'estomper, cet effet euro s'est accru de janvier à mars : -0,15% en janvier, -0,20% en février et -0,25% en mars. L'approche graphique permet de comprendre le phénomène à l'œuvre (cf. graphiques 9 et 10) : elle témoigne de la migration progressive des prix qui étaient psychologiques en francs vers des prix psychologiques en euros plus bas. Il est en outre probable que cet effet perdure au cours des prochains mois, car cette migration n'est pas encore achevée.

Si l'on descend à un niveau plus fin que les principaux secteurs (cf. tableau 7), on constate que quelques services expliquent une large part de l'effet euro constaté sur l'indice d'ensemble. Il s'agit des services liés à la restauration, aux loisirs et à la réparation. Au mois de janvier, les cafés-restaurants contribuent notamment à près de la moitié de l'effet euro.

Au sein d'un secteur donné, le moment précis du passage à des prix psychologiques semble également avoir varié selon le groupe ou le regroupement. C'est dans le secteur des biens durables que les différences de calendrier sont les plus visibles. Par exemple, les ajustements de prix ont souvent eu lieu dès janvier pour les équipements de téléphonie et de télécopie, mais ce n'est qu'en mars qu'ils ont pris de l'ampleur pour la micro-informatique.

Conclusion

Au total, la disponibilité des relevés de prix sur le premier trimestre de 2002 permet donc d'affiner l'analyse de l'impact du passage à l'euro fiduciaire sur les prix. A cet égard, le phénomène le plus important depuis le début de l'année est bien la façon dont les prix basculent sur de nouvelles grilles psychologiques en euros. Ce basculement concerne peu l'alimentation hors produits frais et les produits manufacturés d'usage courant. Il s'est en revanche opéré nettement en janvier dans les services et se déroule plus progressivement dans l'habillement et les biens durables.

Le passage à l'euro a accru l'inflation de l'ordre de +0,1 point au mois de janvier ; il a été globalement neutre sur les prix au mois de février et mars. Cependant, les situations sectorielles sont contrastées : les prix des services ont particulièrement été tirés vers le haut ; ceux des biens durables vers le bas.

A cet effet sur le premier trimestre, il convient d'ajouter les phénomènes qui ont été observés dans le courant de l'année dernière : de fait, le développement de la tarification en euros avait débuté dès le printemps 2001 dans l'alimentation et les produits manufacturés d'usage courant, et s'était accompagné d'une accélération des prix. Cependant, un lien de cause à effet reste difficile à établir avec certitude, et plus encore à chiffrer, pour deux raisons : d'une part, parce que d'autres éléments poussaient dans le même temps à une hausse de l'inflation sur ces produits ; d'autre part, parce que la nette accalmie observée entre l'automne 2001 et le début du printemps 2002 sur les prix de ces mêmes produits laisse penser qu'une part du phénomène était en fait transitoire, lié à un simple décalage des calendriers d'ajustement des prix. Aucune conclusion définitive ne peut donc être tirée à ce stade : à l'image de ce qui s'est dessiné dans l'alimentaire et les produits manufacturés d'usage courant, il est possible que les surcroûts de hausse au premier trimestre dus au passage à l'euro, notamment dans les services, soient à terme partiellement compensés par une baisse temporaire du taux de rotation des étiquettes.

Au final, il n'apparaît pas possible à ce stade d'avancer un chiffre à la fois définitif et précis : l'analyse de la période précédant le 1^{er} janvier 2002 reste délicate et les phénomènes enregistrés depuis janvier peuvent être pour partie temporaires. Néanmoins, l'ordre de grandeur auquel cette étude aboutit paraît robuste : le passage à l'euro n'aura induit qu'une légère hausse de l'inflation en France. ■