

INFLATION JANVIER 2007 EN RYTHME ANNUEL

Janvier 2007 marque le retour de la... déflation en GMS. Elle atteint jusqu'à -5.3 % en Hypers pour les PFLS.

Avec une baisse tendancielle depuis l'été voire la fin du premier trimestre 2006, l'inflation de l'offre proposée aux consommateurs redevient négative pour la première fois depuis novembre 2005 (les accords de Bercy) à - 0.16%.

Le niveau d'inflation entre les circuits diverge à nouveau : les Hard-Discounters sont les plus inflationnistes, et les hypermarchés sont les plus déflationnistes. L'écart est surtout sensible sur les plus grandes marques, où la déflation sur les prix fond de rayon atteint -3.1% en Hypers, 2 points devant les Supers, à seulement - 1.2%.

La déflation des plus grandes marques continue à se creuser progressivement. Et elle ne prend pas en compte l'effet amplificateur des promotions très agressives sur les produits de ces marques.

Repositionnement ou dépositionnement, répercussion des coûts des matières premières sur des marges déjà comprimées ou compensation de la cure d'amaigrissement sur les Leaders, les marques maîtrisées par les distributeurs sont de plus en plus inflationnistes : +1.03 pour les marques "cœur de gamme" (contre -1.04 en janvier 2006 vs janvier 2005) et +0.57% pour les "1ers Prix" (contre - 2.34% en janvier 2006 vs janvier 2005).

Le Hard-Discount s'installe comme le circuit le plus inflationniste.

Il reste toujours difficile de parler d'une "Guerre des Prix", même si l'intensité promotionnelle sur les plus grandes marques peut laisser penser à une "bataille des promos" et si on peut voir une "Guerre des Marques" dans le repositionnement entre marques fournisseurs leaders, challengers et outsiders, et les marques distributeurs premium, cœur de gamme, et premier prix.

Les résultats des négociations 2007, dont les résultats vont bientôt se dessiner dans les linéaires, à la fois en assortiment et en prix, vont être passionnant à analyser à la lumière de ces nouvelles tendances.