





Mai 2010

Chérie, ils ont réduit le pot de mayonnaise !



Vous vous rappelez de cette fameuse montée du prix des aliments, il y a deux ans? La crise financière nous a vite fait oublier cet épisode. Pourtant, il a laissé des traces...

Il s'est passé quelque chose d'étrange, ces dernières années, dans nos frigos et nos garde-mangers. Voyez par vous-même :

FORMATS TYPQUES DE PRODUITS D'ÉPICERIE COURANTS*			
	Avant 2008	Après 2008	Différence
 Mayonnaise	950 ml	890 ml	- 6,3 %
 Jus d'orange	2,84 l	2,63 l	- 7,4 %
 Crème glacée	1,9 l	1,7 l	- 10,5 %
 Gomme à mâcher	17 un.	15 un.	- 11,8 %

* De certaines marques de commerce populaires

Source: Report on Business.

Frappant, comme tendance, non ? Et ce ne sont pas là les seuls produits touchés. Par exemple, vos boîtes de céréales se sont aussi amincies et vous avez un peu moins de croustilles dans certains de vos sacs de chips.

Que s'est-il donc passé ?

Une inflation qui n'en a pas l'air

Le phénomène n'est pas nouveau. Combien de fois avons-nous entendu nos parents affirmer que la Cherry Blossom ou l'œuf Laura Secord étaient plus gros dans leur temps ? Cette fois-ci, c'est la poussée inflationniste qui a touché les produits alimentaires en 2008 qui a mis les fabricants de certains produits alimentaires devant un dilemme :

- soit augmenter le prix de leurs produits pour couvrir leurs coûts croissants ;
- soit réduire l'emballage et offrir moins de produit pour le même prix.

L'expérience montrant que les consommateurs préfèrent payer le même prix que de voir leur facture augmenter, quitte à obtenir un peu moins de produit en retour, le choix s'imposait... Au bout du compte, cependant, le résultat est le même : une augmentation tacite des prix, même si ça ne paraît pas sur le coupon caisse.

Adieu, *Supersize me* ?

Il semble donc que la tendance au « surdimensionnage » présentée dans le film *Supersize me*, il y a quelques années, peut s'inverser si le besoin s'en fait sentir. Le « surdimensionnage » consiste à profiter du coût marginal relativement faible d'un emballage plus grand pour refiler au consommateur des portions toujours plus grosses sur lesquelles le profit est plus élevé. Pensons aux gigantesques portions de maïs soufflé et de boissons gazeuses qu'on nous vend au cinéma. Le « sous-dimensionnage », lui, correspond au phénomène actuel : le fabricant réduit ses formats pour préserver ses marges et refile ainsi au consommateur le coût de l'inflation à laquelle il est confronté.

La chose a cependant un bon côté, puisque moins d'emballage signifie aussi, en principe, moins de dommages sur l'environnement. C'est déjà ça de gagné !

Daniel Chartier
Conseiller en sécurité financière
Représentant en épargne collective

Tél : 1-866-833-6456
Courriel : daniel.chartier@sfl.qc.ca

N'hésitez pas si vous avez besoin d'informations complémentaires ou encore pour me transmettre votre opinion.