

TD : Le pouvoir d'achat baisse-t-il depuis le passage à l'euro ?

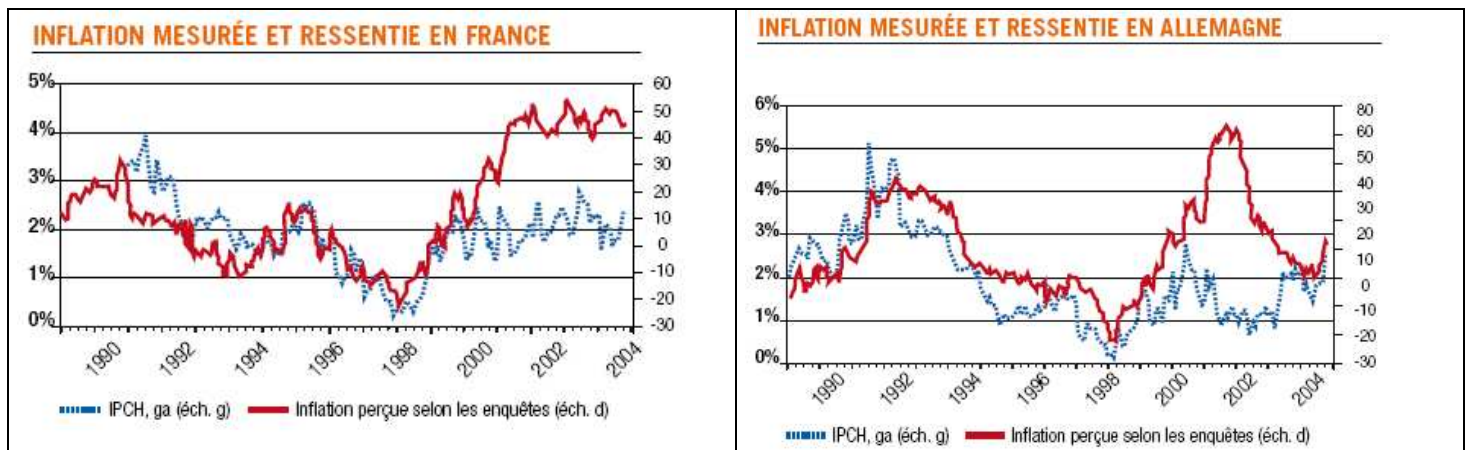
Objectif : comprendre l'influence de l'inflation sur le pouvoir d'achat.

Sensibilisation : Vous aviez 15€ d'argent de poche par mois au collège. A l'entrée au lycée, vos parents décident de vous donner 20€ par mois, ce qui revient à une augmentation de votre revenu mensuel de 33%. Vous êtes un accro du téléphone et tout votre budget est consacré à régler votre facture de téléphone portable. Dans quel cas votre pouvoir d'achat va-t-il augmenter ? (plusieurs réponses possibles)

- si votre opérateur maintient ses tarifs
- si votre opérateur augmente ses tarifs de 20%
- si votre opérateur augmente ses tarifs de 40%
- si votre opérateur baisse ses tarifs de 10%

Pouvoir d'achat : Le pouvoir d'achat d'un revenu est la quantité de biens et de services que l'on peut acheter avec une unité de revenu. Son évolution est liée à celles des prix et des revenus. C'est ainsi que, si les prix augmentent dans un environnement où les revenus sont constants, le pouvoir d'achat diminue alors que si la hausse des revenus est supérieure à celle des prix le pouvoir d'achat pourra augmenter. (d'après INSEE)

Doc. 1 : Inflation mesurée et ressentie en France et en Allemagne de 1988 à 2004.



Source : Documents et débats, Banque de France, n°1, janvier 2007, « L'euro est-il inflationniste ? »

Q1. La mise en circulation des pièces et billets en euros datant du premier janvier 2002, lisez sur la courbe bleue (en pointillés, échelle de gauche) le niveau moyen de l'augmentation des prix depuis le premier janvier 2002 en France.

Q2. De quand date le décalage entre inflation mesurée et perçue (courbe pleine rouge) en France et en Allemagne ? La circulation de l'euro est-elle en cause ?

L'indice des prix à la consommation (IPC) est l'instrument mensuel de mesure de l'inflation. Il permet d'estimer la variation moyenne des prix des produits consommés par les ménages entre 2 dates données. C'est une mesure synthétique de l'évolution de prix des produits, à qualité constante. Suivre tous les prix est impossible. L'Insee constitue donc un vaste échantillon de biens et services, représentatif de la consommation des ménages. Cet échantillon comporte plus de 110 000 produits élémentaires. Plusieurs dimensions sont prises en compte : les « variétés » : il s'agit de produits génériques, au nombre de 1 000, représentatifs de l'ensemble des produits consommés par les ménages. Exemples : « séance d'UV », « cognac 3 étoiles » ou « pantalon enfant hiver » ; les agglomérations : les prix sont relevés sur le terrain dans 96 agglomérations métropolitaines de plus de 2 000 habitants (plus 10 agglomérations dans les DOM). Cet échantillon d'agglomération est représentatif de l'ensemble du territoire et des différentes tailles d'agglomération ; les formes de vente : chaque prix relevé est dépendant du type de magasin où il est effectué. La répartition des relevés pour une même variété doit être représentative des circuits de distribution existants. L'INSEE distingue 11 formes de ventes : « hypermarché », « hard discount », « petit magasin traditionnel »...

Doc.2 : Les principales explications

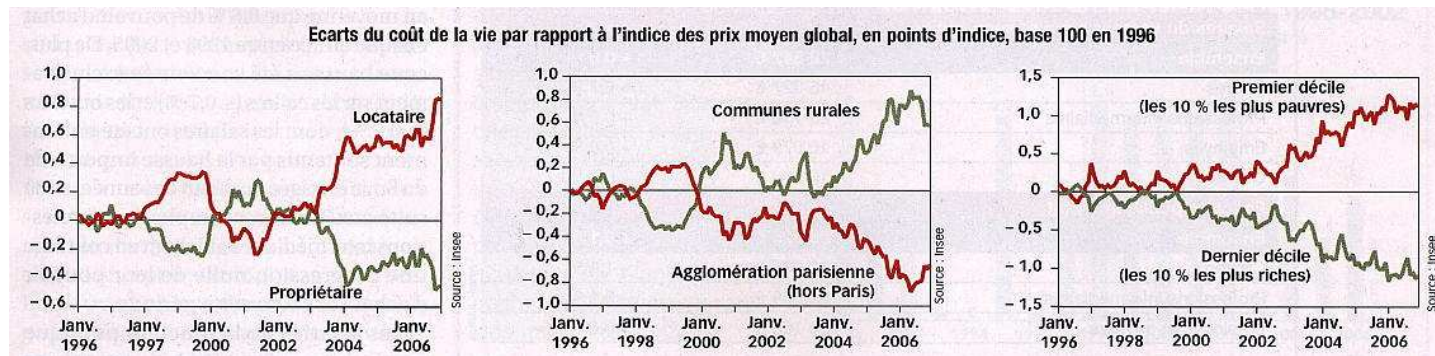
En 2002, avec l'introduction de l'euro, les prix ont augmenté d'environ 0,2 %. Le saut a été particulièrement fort pour les produits à faible prix en raison des effets d'arrondi : + 6 % en moyenne pour le café servi en salle d'août 2001 à avril 2002. Cette poussée s'est produite dans tous les autres pays de la zone. Partout, elle est restée temporaire et l'inflation est vite revenue à son rythme antérieur. Pourtant, au même moment, un décrochage se produit dans la perception des Français qui ont l'impression que l'inflation augmente brutalement. Cette rupture est commune à tous les pays de la zone. Dès 2003-2004, l'inflation "perçue" décline dans la plupart des autres pays européens et retrouve ainsi en Allemagne un niveau cohérent avec celui de l'inflation mesurée tandis que les Français continuent à percevoir, aujourd'hui encore, une inflation très supérieure à la réalité (l'équivalent de plus du double de l'indice INSEE selon l'illustration graphique du phénomène).

Les raisons psychologiques sont d'abord à l'origine de ce malentendu. Juger les prix en euros est très difficile pour nombre de consommateurs qui raisonnent encore mentalement par rapport au franc. L'opération de conversion peut brouiller les repères (malgré le maintien fréquent de l'affichage en francs). Cette perte de repère est naturellement plus forte en France où la conversion est compliquée : en arrondissant, on a 1 € = 6,56 FRF tandis qu'en Allemagne, par exemple, le calcul est plus simple avec 1 € = 2,00 DEM. Un second effet est encore plus important. Les consommateurs sont surtout sensibles aux prix des produits qu'ils achètent tous les jours (ou presque) : par exemple les produits alimentaires ou le carburant. Or il se trouve que ce sont eux qui augmentent le plus rapidement. Pour d'autres biens - automobiles, appareils ménagers, matériel informatique, Hi-Fi,... - les prix baissent ou augmentent moins. Mais ils sont achetés beaucoup moins souvent. Le gain - pourtant très réel - de pouvoir d'achat n'est pas directement perceptible : les consommateurs ne gardent pas en mémoire les prix du passé lointain, surtout s'ils étaient exprimés dans une monnaie différente.[...]

Source : Documents et débats, Banque de France, n°1, janvier 2007, « L'euro est-il inflationniste ? »

Q3. Pourquoi les français ont l'impression de perdre davantage de pouvoir d'achat que ne le calcule l'INSEE depuis le passage à l'euro ? (3 explications)

Complément



Source : Alternatives Economiques, décembre 2007.