

Hausse quasi générale des prix des produits de grande consommation !

- Pâtes, semoules, riz, légumineuses, thé, conserves... Beaucoup de produits se vendent plus cher.
- La hausse est bien ressentie dans la distribution moderne comme dans le commerce traditionnel.
- La flambée des prix des matières premières et l'augmentation du cours du dollar expliquent en partie cette tendance.

Le pouvoir d'achat des Marocains a pris un sacré coup durant ces deux derniers mois (décembre 2014 et janvier 2015). Les données recueillies sur le terrain par *La Vie éco* corroborent ce constat. Certes, lorsque l'on se penche sur les augmentations de prix dans le détail, c'est de centimes ou de quelques dirhams que l'on parle, mais les quantités consommées et l'éventail des produits font que les ménages ressentent cette poussée. Ce sont les produits de consommation fabriqués à base de blé dur qui ont les premiers entamé la remontée dès le début du mois de décembre.



Après avoir tenu pendant près de trois mois sans répercuter la hausse des cours de la matière première, les industriels ont dû céder face à l'épuisement des stocks, surtout à cause de la hausse du dollar (principale monnaie de facturation). «*Les hausses ont varié de 15% à 20% en fonction des produits*», déclare un opérateur de la grande distribution. «*Les prix des pâtes (toutes marques confondues) ont augmenté de 1,80 DH/kg à 2,30 DH/kg*», explique un autre. Il en est de même pour la semoule dont le prix est passé de 8 DH à 10 DH/kg. Enfin, le kilo de semoule pour couscous est passé de 13 DH à 15 DH.

Le prix du lait pourrait augmenter dans 6 mois

Toujours du côté des produits de première nécessité, le prix du thé s'est apprécié en moyenne de 10 DH/kg, soit de 78 à 88 DH. Selon un importateur du secteur, «*cette évolution s'explique par l'augmentation de la TVA qui est passée cette année de 14% à 20%, mais surtout par l'augmentation du cours du dollar*».

Le riz, quant à lui, a connu un important coup de chaud sous l'effet d'une récolte mé-

diocre et d'une forte hausse de la demande mondiale en 2014. En vrac, le kilo se vend avec un dirham de plus en moyenne. «*Des hausses de 5 à 7 DH, en fonction des marques, sont enregistrées sur le riz Basmati et le riz parfumé*», explique un importateur. Les prix des légumineuses ont aussi fortement augmenté durant l'année 2014, de 6% à 14%. En guise d'exemple, les lentilles sont vendues à 15 DH/kg contre 12 DH auparavant.

Pour ne rien arranger, la nature a été moins clémente pour les agriculteurs. La vague de froid a eu de fâcheuses répercussions sur plusieurs légumes, notamment ceux utilisés dans les conserves alimentaires. Il s'agit principalement de la tomate qui représente plus de 50% des conserves de légumes commercialisées sur le marché marocain. En effet, le prix de cette dernière a dépassé la barre des 10 DH/kg. Par conséquent, la facture des conserves de tomate s'est renchérie de 10%. Cependant, la marque Aïcha qui contrôle 60% du marché du concentré de tomate n'a pas touché à ses étiquettes. Selon Mardoché Devico, PDG des

LES FOURNISSEURS ONT ÉTÉ OBLIGÉS DE RELEVER LEURS TARIFS POUR ÉLARGIR LA BASE DE CALCUL. LES DISTRIBUTEURS NE SE SONT PAS CONTENTÉS DE L'AUGMENTATION DE LEURS GAINS, ILS ONT AUSSI GONFLÉ LES PRIX AU CONSOMMATEUR

Conserves de Meknès, «*la société a pu assurer la stabilité des prix de la matière première grâce aux contrats annuels établis avec les agriculteurs*».

Outre les conserves de tomate, «*les conserves d'olives, d'abricots, de champignons... ont également augmenté de 2,5% à 5%, soit de 0,80 à 1,50 DH*», confirme-t-on du côté des conserves Nora. Selon l'opérateur, «*cette évolution est due entre autres à la flambée du coût de l'emballage*».

Le lait, les yaourts, le fromage en portion et le beurre de cuisson se vendent aux mêmes prix. «*Certes, le coût de revient a augmenté, mais vu la sensibilité de ces produits*

d'un point de vue social, les opérateurs ont préféré réduire leur marge au lieu de répercuter cette hausse», fait savoir My Mhamed Loultiti, PDG de la Coopérative agricole de Taroudant (Copag). «*Au sein de notre coopérative, explique-t-il, nous avons réduit nos marges de 15% afin de maintenir les prix. Cependant, si le prix du lait brut ne baisse pas, les opérateurs pourraient réagir dans les 6 mois à venir*». Pour rappel, l'augmentation du prix du lait brut est due, selon les professionnels, à la hausse des prix de l'alimentation du bétail. Cependant, si les prix des produits laitiers fabriqués localement sont en stagnation, «*ceux des produits importés ont affiché des augmentations allant de 10% à 20%*», déclare un opérateur de la grande distribution.

La grande distribution augmente ses marges avant et arrière

Shampoings et gels douche ont de même pris en moyenne 15%. Notre source précise toutefois que certains opérateurs ont utilisé la technique du downsizing (réduction de la taille et ou de la contenance) afin de garder le même niveau des prix. Cette

situation est due au fait que la plupart des produits sont importés. Contactée à ce sujet, la direction communication de L'Oréal confirme qu'il n'y a aucune hausse sur ses produits grand public. Il en est de même pour Unilever dont le département communication annonce plutôt une réduction des marges.

Certes, une grande partie de ces augmentations est justifiée par des raisons conjoncturelles, à savoir le climat, la hausse des prix des matières premières et l'appréciation du cours du dollar. Mais il y a aussi d'autres facteurs qui sont venus s'y greffer, entre autres l'attitude des enseignes de grande distribution. En effet, les chaînes de distribution prévoient d'importants investissements pour l'année en cours. A cet effet, «*l'augmentation des marges arrières a été comprise, au titre de l'année 2015, dans une fourchette de 2% à 5% en fonction des produits*», regrette un industriel. Pour ne pas avoir tout à supporter, les fournisseurs ont été obligés de relever leurs tarifs pour élargir la base de calcul. Les distributeurs ne se sont pas contentés de l'augmentation de leurs gains, ils ont aussi gonflé les prix au consommateur. Sur ce même registre, il est important de noter que le circuit de distribution moderne est moins étendu que le circuit traditionnel. Toutefois, les industriels confirment qu'une grande partie des détaillants, notamment ceux des grandes villes, préfèrent s'approvisionner auprès des enseignes de Cash&Carry tel que Atacadao. Les grossistes, de leur côté, s'alignent sur les prix de la grande distribution.

Si cette tendance à la hausse est bien réelle, l'indice des prix à la consommation des prochains mois le confirmera... ■

IMANE TRARI