



30 juin 2023:
**LA FIN DES TARIFS
RÈGLEMENTES DU GAZ**



[Lire](#)

L'ÉDITO DU PRÉSIDENT:

Jamais le budget des Français n'a été aussi malmené !

Depuis janvier dernier, les hausses de prix sont infernales dans de nombreux domaines, avec un rythme de 3 à 4 % par mois. En avril, le panier de référence comportant 31 produits essentiels avait atteint pratiquement 20 % de hausse sur un an. Selon l'Insee, les produits alimentaires ont bondi de 16 %.

Compte tenu de la situation économique, qui impacte gravement le budget des foyers les plus modestes, le gouvernement a demandé aux enseignes de la grande distribution de fournir un effort sur les prix. Elles ont donc mis sur pied, depuis le 15 mars dernier, une opération spéciale appelée « trimestre anti-inflation », son financement reposant sur la réduction de leurs marges. L'objectif ciblé est de présenter une liste de produits de base (alimentation, hygiène) en garantissant des prix « les plus bas possibles ». Un logo gouvernemental doit permettre d'identifier ces produits en rayons de supermarché. Ses conditions d'utilisation tiennent en quatre points : fournir un effort sur le prix, assurer la disponibilité du produit ou d'un équivalent, l'identifier

clairement, ne rien facturer en plus au fournisseur.

La bataille des prix et les résultats observés !

Les efforts des distributeurs étant basés sur le seul volontariat, chacun a donc pu faire ce qu'il voulait pour ce panier anti-inflation. Par ailleurs, si les prix du panier retenu par un distributeur baissent ou restent sans doute stables durant la période ciblée, l'augmentation peut concerner évidemment d'autres types de produits de l'enseigne. La revue « 60 Millions de consommateurs », a donc choisi de se plonger dans les offres et promotions des supermarchés, afin de déterminer quelles sont les plus généreuses, les plus équilibrées, les plus adaptées, mais aussi pour pointer les enseignes les moins engagées dans cette campagne anti-inflation.

Le pourcentage de réduction annoncé par Bercy loin d'être atteint selon les associations de défense des consommateurs. Reconnaissons toutefois que la bataille des prix, sous l'œil de Bercy, a bien eu lieu au cours de ce trimestre anti-inflation mais sans doute de façon assez inégale selon les distributeurs et les régions. Les principales enseignes ont engagé des moyens pour limiter les hausses des produits figurant dans les listes qu'elles ont choisies d'établir (différentes suivant les supermarchés). Ce que le Ministre de l'Économie, Bruno Lemaire et la Ministre déléguée au commerce, Olivia Grégoire, se sont empressés de souligner, en déclarant que l'initiative avait permis de « réduire d'en moyenne 13% le prix des produits concernés par le trimestre anti-inflation dans les grandes surfaces ». Le gouvernement souhaite évidemment, dans le contexte actuel, pouvoir poursuivre la démarche engagée, et il faut donc que l'opération apparaisse d'ores et déjà comme une réussite, en mettant en avant l'engagement responsable de la grande distribution.

Les associations de défense des consommateurs sont moins optimistes, les chiffres indiqués par le gouvernement (baisse de 13 % des prix) s'avèreraient en fait loin d'être atteints, d'autant que les produits intégrés dans le panier anti-inflation diffèrent d'une enseigne à l'autre. La mise en place du panier anti-inflation a été aussi variable, plus ou moins rapide suivant les entreprises. Parmi les enseignes qui se sont engagées dans l'opération, les prix des produits en question auraient baissé seulement de 5 % en moyenne.

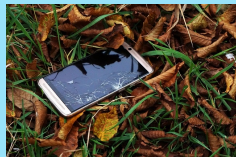
Quelles suites envisagées ?

Une question se pose désormais : que se passera-t-il concrètement à la fin de ce trimestre anti-inflation, au début de l'été et durant les congés estivaux ? L'action anti-inflation engagée dans les supermarchés pourra-t-elle être poursuivie durant plusieurs trimestres et sous quelles conditions ?

Les prix des grandes marques se sont en effet envolés vers des sommets, bien supérieurs à la moyenne de leurs rayons, durant ces dernières semaines. Logiquement et sauf exception (chez

Monoprix par exemple), il n'y a pas de marques nationales intégrées dans ces listes anti-inflation. Dernièrement Intermarché et Casino ont dressé des listes fortes de 500 articles. Casino affirme avoir baissé les prix d'environ un tiers d'entre eux, de 10 à 15 %. Mais il faut noter que l'enseigne avait beaucoup augmenté ses prix durant les mois précédents.

En attendant les annonces sur les nouvelles mesures prévues pour combattre l'inflation, prenez la précaution de comparer les prix des produits avant d'acheter...Et n'hésitez surtout pas à nous faire remonter vos constatations au plan local, notamment les hausses injustifiées observées sur certains types de produits. Nous nous en ferons écho auprès de la DGCCRF (Direction générale de la consommation, de la concurrence et de la répression des fraudes).



Attention aux assurances affinitaires!

Avez-vous déjà entendu parler ou souscrit un contrat d'assurance couvrant la casse et/ou le vol d'un téléphone portable?

[Lire la suite...](#)



Vers un encadrement prochain de l'activité d'influenceur?

A l'heure actuelle, il n'existe aucune définition ni encadrement précis des influenceurs et de leurs activités sur les réseaux sociaux...

[Lire la suite...](#)



Pour une politique à la hauteur des enjeux écologiques, de justice et de santé publique

Le CNA a été missionné par 3 de ses Ministères de rattachement (santé, environnement, agriculture) pour contribuer à l'élaboration de la future Stratégie Nationale pour l'Alimentation, la Nutrition et le Climat (SNANC), dont la publication est prévue en juillet 2023.

[Lire la suite ...](#)



Forte augmentation du nombre de litiges pris en charge

Le nombre de personnes en difficultés nous ayant contacté a beaucoup augmenté en 2022, le volume de dossiers à gérer également...

[Lire la suite...](#)



Cas pratique vu à l'ADEIC: Imprévu lors de l'exécution d'un contrat!

Si un changement de circonstances imprévisible lors de la conclusion du contrat rend l'exécution excessivement onéreuse...

[Lire la suite...](#)

[Plus d'informations](#)

Retrouvez nous sur :



ADEIC
27 rue des Tanneries
75013 PARIS

Tel: 01.44.53.73.93
Mail: contact@adeic.fr

Rédacteur en chef : Le Président
Patrick Mercier
Collaborateurs : l'équipe de l'ADEIC
Copyrights ©2021 Adeic. Tous droits réservés.

Si vous ne voulez plus recevoir cette newsletter,
[Cliquez ici pour se désinscrire.](#)

Vous recevez cette lettre d'information car vous êtes adhérent à l'Adeic. Votre e-mail provient du fichier de l'Adeic et ne sera ni vendu, ni transmis. Vous pouvez vous désinscrire à tout moment en cliquant sur le lien ci-dessus.