

## 2.3 LA RIGIDITÉ DES PRIX: UNE ÉTUDE SUR DONNÉES MICROÉCONOMIQUES DE PRIX À LA CONSOMMATION AU LUXEMBOURG<sup>13</sup>

Selon la théorie des marchés complets, les prix s'ajustent immédiatement suite à un choc. Néanmoins, en pratique, les entreprises ne révisent et changent leurs prix qu'à certains intervalles et/ou suite à des événements particuliers. Les raisons sous-jacentes à l'ajustement retardé sont nombreuses. Plusieurs enquêtes récentes sur la fixation des prix auprès d'entreprises de la zone euro ont conclu que les rigidités les plus importantes sont les contrats explicites ou implicites avec les clients. Ce type de rigidités nominales est une source potentiellement importante de la non-neutralité de la monnaie à court terme. Afin d'étudier le degré d'éventuelles rigidités nominales ainsi que les facteurs explicatifs, la plupart des banques centrales de l'Euro-système ont procédé à une analyse des prix de détail à la consommation.

Au Luxembourg, cette analyse des prix de détail porte sur environ 380.000 prix individuels, relevés par le Statec dans le cadre de l'établissement des indices des prix à la consommation national et harmonisé. La période de référence s'étend de janvier 1999 à décembre 2004.

Dans une première étape, une série d'indicateurs clés sont calculés pour plus de 230 catégories de produits. Les indicateurs clés se réfèrent à la fréquence avec laquelle les prix sont révisés, le changement moyen d'un prix et le degré de synchronisation des changements de prix. Dans une deuxième étape, l'analyse cherche à déterminer les facteurs explicatifs des changements de prix.

Au Luxembourg, la fréquence moyenne pondérée d'un changement de prix est d'environ 17%, ce qui correspond à une durée «de vie» médiane des prix d'environ 8 mois. Environ 60% des changements de prix représentent des augmentations. Nos résultats suggèrent un degré d'hétérogénéité substantiel entre la fréquence d'un changement du prix à travers les 5 types de produits (à savoir biens alimentaires non-transformés, biens alimentaires transformés, énergie, produits manufacturés non-énergétiques et services). Alors que pour la catégorie énergie, la fréquence de changement moyenne pondérée est supérieure à 50%, elle est inférieure à 10% pour les services. Le degré d'hétérogénéité est encore plus important pour ce qui concerne la fréquence des baisses de prix. La fréquence des baisses des prix est particulièrement faible pour la catégorie des services, non seulement en chiffres absolus, mais aussi en relation à la fréquence d'une augmentation des prix.

L'analyse suggère non seulement un degré d'hétérogénéité marqué entre les différents types de produits, mais aussi au niveau des produits au sein d'une catégorie (notamment pour les produits énergétiques ainsi que les biens alimentaires non-transformés).

L'analyse montre que la fréquence d'un changement de prix suit un rythme saisonnier. Ainsi, la fréquence la plus élevée est constatée au mois de janvier (environ 30%). L'importance du mois de janvier se manifeste notamment au niveau des produits manufacturés non-énergétiques ainsi qu'au sein de la catégorie des services. Par contre, la fréquence d'un changement de prix est relativement faible au mois de décembre (près de 10%). De plus, la fréquence d'un changement de prix est affectée durant les périodes de soldes: premièrement, la fréquence dépasse 20% pendant la période des soldes, c'est-à-dire en janvier et en juillet, mais aussi en février et en août lorsque les prix retournent à leur niveau antérieur. Deuxièmement, c'est uniquement pendant les soldes que la fréquence d'une baisse est plus élevée que celle d'un ajustement des prix à la hausse.

Par conséquent, il y a lieu de distinguer les ajustements de prix en fonction du motif sous-jacent. D'un côté, les entreprises choisissent d'ajuster leurs prix selon les fondamentaux de leurs politiques de fixation des prix. D'un autre côté, on constate des ajustements de prix pour des raisons institutionnelles (soldes, promotions, etc.) qui sont souvent de nature temporaire et intégralement compensés par le changement suivant. Alors qu'ils entraînent une augmentation de la fréquence d'ajustements des prix observée, leur impact sur le degré de rigidité des prix et leurs implications pour la politique monétaire sont discutables. La dimension du phénomène d'une baisse suivie d'une hausse de prix (ou l'inverse) varie considérablement entre les différents types de produit. Le renversement des ajustements de prix n'est guère pratiqué au niveau des produits énergétiques, des produits alimentaires non-transformés et des services. Par contre, pour certains produits manufacturés non-énergétiques, la pratique d'ajuster et de renverser constitue la source principale des changements de prix. Abstraction faite des ajustements intégralement renversés par la suite, la fréquence moyenne pondérée d'un changement des prix diminue de 17 à 12%.

L'ampleur moyenne pondérée des modifications à la hausse et à la baisse est d'environ 8%. L'ampleur la

<sup>13</sup> Cette étude, rédigée par P. Lämmemann et T. Mathä, a été rendue possible grâce à la mise à disposition des prix de détail requis par le Statec que nous tenons à remercier chaleureusement.

plus forte des modifications est obtenue pour les biens alimentaires non-transformés (environ 15%). Par contre, l'ampleur des modifications est relativement faible pour les produits énergétiques ainsi que pour les services. Ainsi, on constate des changements modérés mais peu fréquents pour les services, alors que les produits énergétiques allient des changements modérés à une fréquence de changement élevée. Pour la plupart des produits considérés, l'ampleur moyenne d'un changement de prix est supérieure au taux d'inflation pendant la période de référence.

Le taux moyen pondéré de synchronisation des changements de prix est environ 0.5. Le degré de synchronisation est relativement élevé pour les produits énergétiques, ce qui résulte de la fixation administrée de certains prix pétroliers. Le degré de synchronisation est aussi relativement élevé pour les produits manufacturés non-énergétiques, du fait des périodes de soldes. Par contre, nos résultats suggèrent un degré de synchronisation relativement faible pour les biens alimentaires non-transformés.

Dans une deuxième étape, l'analyse détermine les facteurs explicatifs de la probabilité d'un changement des prix à la consommation au Luxembourg. Les résultats mettent en évidence la coexistence de comportements qui sont davantage fonction du moment (pour lesquels des variables tels que la durée de vie d'un prix, le mois, l'année ... sont pertinents) et comportements qui sont davantage fonction de la situation (pour lesquels les variables pertinentes sont le taux d'inflation, le taux de croissance des salaires, le nombre d'établissement concurrents). Les principaux résultats sont les suivants:

- Les écarts entre les différents types de produit par rapport à la fréquence d'un ajustement de prix sont confirmés. Plus spécifiquement, la probabilité la plus élevée d'un changement de prix est obtenue pour les produits énergétiques. Par contre, la probabilité d'un ajustement de prix des services est très faible. Ce résultat s'applique aux hausses comme aux baisses de prix.
- La probabilité d'un changement de prix est fonction du moment et fonction de la situation. Au niveau de la fixation des prix en fonction de la situation, le taux d'inflation cumulé (au niveau de la catégorie de produit) ainsi que le taux de croissance cumulé des salaires depuis le changement du prix précédent sont particulièrement significatifs. En cette matière, il est

à noter que l'impact d'une diminution du taux d'inflation est considérablement plus fort que celui d'une augmentation du taux d'inflation.

- La probabilité d'un changement de prix, en particulier à la hausse, augmente lorsque l'ajustement précédent représentait une baisse. Cette probabilité augmente en fonction de l'amplitude de la baisse précédente. Par contre, la probabilité d'une deuxième baisse consécutive est largement plus réduite.
- La période du basculement vers l'euro a significativement affecté les comportements de modifications des prix. L'impact du basculement a été beaucoup plus fort au niveau des ajustements à la hausse qu'au niveau des baisses. La probabilité d'un ajustement des prix était particulièrement élevée entre décembre 2001 et janvier 2002. De plus, la probabilité d'un ajustement a été relativement élevée pendant les périodes de 4 à 6 mois avant et après le basculement vers l'euro; par contre, la probabilité d'un ajustement des prix a été relativement faible pendant la période de 1 à 3 mois avant et après le basculement vers l'euro. Cette configuration d'un avancement ou d'un report de l'ajustement des prix autour du passage vers l'euro a été sans doute le résultat d'une attention accrue des médias et des consommateurs.
- La probabilité d'un ajustement des prix est affectée par l'échéance d'une indexation des salaires. Une adaptation des salaires implique une augmentation de la probabilité d'une hausse ainsi qu'une diminution de la probabilité d'une baisse. L'analyse suggère cependant que l'impact de l'échéance d'une nouvelle tranche de l'échelle mobile des salaires se limite à un nombre réduit de produits à la consommation. Plus spécifiquement, sur base d'une estimation multivariée, 10 catégories de produits sont identifiées dont les prix sont significativement affectés par l'échéance d'une indexation (telles que «Services pour la maintenance du logement», «Réparation des appareils ménagers», «Emploi de personnel domestique, etc.», «Entretien et réparations» et «Salons de coiffure»). Cependant, le délai entre le moment de l'échéance d'une nouvelle tranche de l'échelle mobile des salaires et l'adaptation des prix (tels que mesurés par les statistiques des prix à la consommation) varie entre les catégories de produit.
- La fixation des prix à des niveaux attractifs (par exemple 4.99 euro ou 10.00 euro) réduit la probabilité

d'un ajustement à la hausse. Ce résultat s'applique aux trois types de prix attractifs, à savoir les prix arrondis, les prix psychologiques et les prix fractionnels. L'analyse montre que les prix attractifs entraînent une probabilité d'une hausse plus faible, mais n'affectent guère la probabilité d'une baisse.

- La probabilité d'un ajustement des prix est beaucoup plus élevée pour les prix librement déterminés que pour les prix de produits typiquement offerts par des entreprises (quasi-)publiques ainsi que pour les prix assujettis à des mesures administratives: la probabilité d'un ajustement des prix se réduit dans ce cas d'environ 8 points de pourcentage.
- La fixation des prix est également fonction du moment. La probabilité d'un ajustement de prix est particulièrement élevée après une durée de 1, 5, 6 et 12 mois. Alors que la probabilité d'un ajustement de prix est relativement élevée en janvier, elle est très faible en décembre. La probabilité la plus élevée d'une baisse est obtenue en janvier et en juillet, alors la probabilité d'un ajustement à la hausse est maximale en février et en août, ce qui reflète les soldes du mois précédent.

La plupart des résultats décrits ci-dessus s'appliquent également, à des nuances près, lorsqu'on fait abstraction des ajustements intégralement compensés par la suite.

Des études récentes suggèrent qu'au sein de la zone euro les services se distinguent substantiellement en matière de rigidités des prix et au niveau de la politique de fixation des prix. Pour ce qui concerne le Luxembourg, l'analyse suggère que la probabilité d'un ajustement des prix des services n'est pas affectée par le taux d'inflation accumulé. Par contre, la hausse accumulée des salaires a un impact significatif sur la probabilité d'un ajustement des prix des services. L'échéance d'une nouvelle tranche de l'échelle mobile augmente la probabilité d'un ajustement des prix des services à la hausse, et diminue la probabilité d'une baisse. Des enquêtes récentes auprès d'entreprises de la zone euro ont conclu que la fréquence d'un ajustement des prix ainsi que la rapidité d'un tel ajustement suite à un choc est fonction du degré de concurrence prévalent. Afin d'étudier l'effet de la concurrence sur la probabilité d'un ajustement des prix à la consommation au Luxembourg, une analyse détaillée des prix collectés au sein des supermarchés du Luxembourg est menée. Les résultats suggèrent que le nombre de supermarchés en concurrence ainsi que la part de marché du supermarché interviennent dans la fixation des prix: plus le nombre de supermarchés en concurrence est élevé, plus élevée est la probabilité d'un ajustement des prix. Par contre, plus la part de marché d'un supermarché est élevée, plus faible est la probabilité d'un ajustement et cela en particulier pour les ajustements à la baisse.