



# « La rentrée scolaire va coûter plus cher »

Trois questions à...

**Jacky Hébert**, président de l'association UFC-Que Choisir de la Manche.

Une étude nationale de votre association fait état d'une augmentation de 10 % des prix des fournitures scolaires par rapport à l'année dernière. Ces chiffres vous interrogent ?

Les produits qui ont le plus augmenté pour la rentrée scolaire en 2023 sont ceux de la papeterie, avec une augmentation de 14 % pour les cahiers, les feuilles et les classeurs. Cela peut notamment s'expliquer par la flambée d'environ 17 % de la matière première, la pâte à papier, entre le premier trimestre 2022 et le premier trimestre 2023, en France.

Selon nos relevés de prix, on s'aperçoit que les feuilles à carreaux sont plus chères d'environ 30 % sur un an. La plus grosse augmentation concerne les feuilles simples avec +34 %, ensuite les copies doubles avec +29 %, les cahiers grand format +22 % et les petits cahiers +17 %. Un autre produit, l'équerre en plastique, a aussi augmenté de 19 % cette année.

Comment expliquez-vous les nouvelles méthodes de consommation des familles ?

La rentrée scolaire va être plus coûteuse pour les parents d'élèves en 2023. Pour remédier à ces augmentations de prix, les familles font des stocks de produits d'une année sur l'autre, et en achètent davantage en lots ou en promotion. Ils sont aussi plus nombreux à faire des achats en ligne ou à bénéficier des commandes groupées proposées par les associations de parents d'élèves dans les établissements scolaires.

Les budgets des consommateurs sont plus limités cette année ?

Pour certaines familles, l'inflation les pousse à acheter des produits de moins bonne qualité en comparaison des autres rentrées scolaires. Et pour d'autres, ils réduiront leur budget alimentation ou loisirs pour faire plaisir à leurs enfants en achetant un nouveau cartable par exemple. Cela doit nous interroger et nous amener à réfléchir sur les marges qui sont faites par les distributeurs et les grandes marques nationales. Les marques de distributeur ont légèrement plus augmenté que les marques nationales, à respectivement + 11 % et + 9 %.

Propos recueillis par Thomas GODILLE.



Jacky Hébert. Ouest-France