

Le prix du Big Mac est-il le meilleur indicateur économique mondial ?

Chaque année, le très sérieux hebdomadaire The Economist publie les résultats de son "indice Big Mac". Un indicateur économique qui permet de comparer les pouvoirs d'achat dans le monde. Un économiste américain s'est même servi de la chaîne de fast-food pour expliquer les grandes évolutions économiques de la planète.

Avec Atlantico.fr

Trois tranches de pain, deux steaks, un peu de salade et du fromage fondu. C'est ce qu'évoque pour la plupart des gens le terme "Big Mac". Pourtant ce simple sandwich de fast-food est aussi un [outil économique](#). Vendu dans 118 pays à travers le monde, Mac Donald's et son Big Mac sont devenus universels.

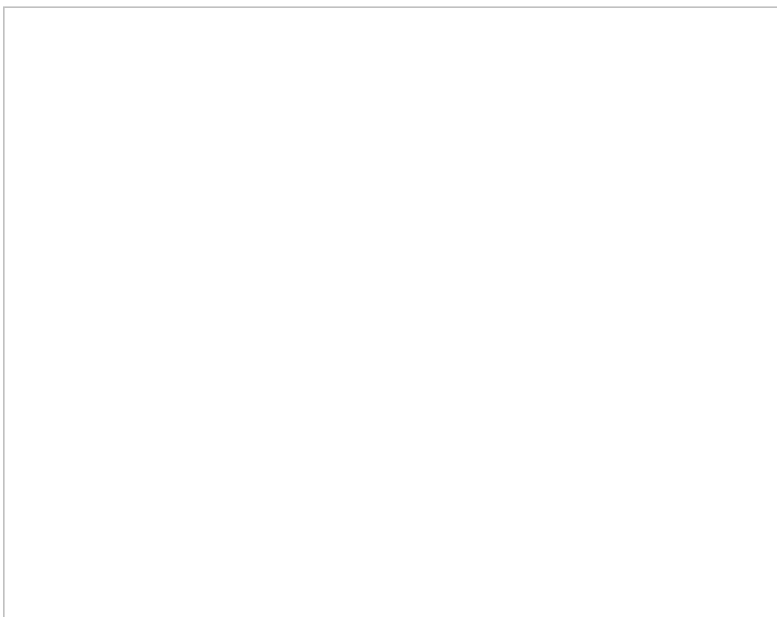
Ainsi, **chaque année depuis 1986, le très sérieux hebdomadaire *The Economist* publie son [indice Big Mac](#)**. Le but ? Relever les disparités entre les devises mondiales. Au lieu de comparer un panier de biens et de service, c'est le Big Mac qui est utilisé comme mesure, la valeur de référence étant le Big Mac américain à 4,20 dollars. **Le produit est considéré comme le produit de comparaison idéal puisqu'il inclut à la fois les matières premières utilisées, les services annexes (frais de cuisine et de vente) et les locaux.**

Les amateurs de Big Mac de la zone euro doivent dépenser en moyenne [4,43 dollars \(3,49 euros\)](#), ce qui surévalue l'euro de 6% par rapport au dollar. Cette année, c'est le franc suisse qui est surévalué avec un burger à 6,81 dollars. La Norvège occupe la deuxième place du podium avec un Big Mac à 6,79 dollars. L'Inde occupe le bas du classement avec son "Chicken Maharaja" (l'équivalent du Big Mac) à 1,62 dollars.

L'économiste et professeur d'économie à Princeton, Orley Ashenfelter est même allé plus loin. Il a réussi à expliquer trois grandes idées économiques grâce à la ["Mac-économie"](#) :

L'essor de l'Ouest. Les pays deviennent plus riches car ils développent une industrie En gros, lorsqu'un pays développe son industrie, les investissements affluent dans ce pays et permettent l'augmentation des salaires et des prix. Les habitants ont plus d'argent pour acheter des Big Macs, leur prix augmente et le salaire des travailleurs du Mac Donald's augmente aussi dans la foulée.

Dans le graphique ci-dessous, l'économiste montre que les pays développés comme les États-Unis, le Canada et le Japon offrent des salaires similaires aux employés MacDo. Ceux-ci peuvent se payer 2 ou 3 Big Mac par heure de travail. En revanche, au Moyen-Orient, en Amérique Latine et en Inde, une heure de travail dans la chaîne de fast-food rapporte à peine assez pour s'acheter un tiers de sandwich.



L'essor des pays émergents. Ces dernières décennies, la croissance des revenus réels a stagné aux États-Unis et dans d'autres pays développés. La croissance des salaires "a été entièrement confiné aux pays en développement

comme la Russie, l'Inde et la Chine pour la période 2000-2007" écrit l'économiste. Et il le prouve grâce au Big Mac.

Le graphique ci-dessous montre l'évolution en pourcentage de capacité d'achat de Big Mac par heure de travail. On constate que le pouvoir d'achat a explosé en Chine, en Inde et en Russie.



La grande récession. La crise financière a eu des impacts différents sur les richesses Là encore, la "Mac-économie" explique le phénomène. Le graphique ci-dessous montre le nombre de Big Macs par heure de travail de 2007 à 2011. Un graphique qui montre bien une croissance désordonnée combinée à un déclin pur et simple et par l'inflation des prix des matières premières. Une situation qui fait augmenter le prix du burger et fait augmenter les salaires en Russie et en Amérique Latine, pays riches en matières premières.

