

Résolution II

Résolution concernant les indices des prix à la consommation

Préambule

La dix-septième Conférence internationale des statisticiens du travail,

Convoquée à Genève par le Conseil d'administration du Bureau international du Travail et s'y étant réunie du 24 novembre au 3 décembre 2003,

Rappelant la résolution adoptée par la quatorzième Conférence internationale des statisticiens du travail concernant les indices des prix à la consommation, et reconnaissant que les principes de base recommandés dans cette résolution restent valables, en particulier le fait que l'indice des prix à la consommation (IPC) vise principalement à mesurer les variations au cours du temps du niveau général des prix des biens et services acquis, utilisés ou payés par la population de référence;

Reconnaissant la nécessité de modifier et d'élargir les normes existantes compte tenu de l'évolution récente de la méthodologie et du traitement automatique des données pour accroître l'utilité des normes internationales par des recommandations techniques s'adressant à tous les pays;

Consciente de l'utilité de telles normes pour améliorer la comparabilité internationale des statistiques;

Reconnaissant que l'indice des prix à la consommation sert à des fins très diverses, et que les gouvernements devraient être encouragés à identifier les objectifs (prioritaires) que l'IPC doit servir, à fournir des ressources suffisantes pour la construction de cet indice et à garantir l'indépendance professionnelle des statisticiens concernés;

Reconnaissant que les objectifs et utilisations (prioritaires) de l'IPC diffèrent d'un pays à l'autre et que, par conséquent, une norme unique ne pourrait avoir d'application universelle;

Reconnaissant que l'IPC doit être crédible pour les observateurs et les utilisateurs, tant nationaux qu'internationaux, et qu'une meilleure compréhension des principes et procédures régissant la construction de l'indice renforcera la confiance des utilisateurs dans celui-ci,

Admet que les principes et méthodes utilisés pour l'établissement d'un IPC devraient être fondés sur les directives et les méthodes généralement reconnues comme de bonnes pratiques statistiques,

Adopte, ce troisième jour de décembre 2003, la présente résolution, qui remplace la résolution précédente adoptée en 1987.

La nature et le sens d'un indice des prix à la consommation (IPC)

1. L'IPC est un indicateur social et économique couramment utilisé pour mesurer les variations au cours du temps du niveau général des prix des biens et services acquis, utilisés ou payés par les ménages pour leur consommation.

2. L'indice vise à mesurer les variations dans le temps des prix à la consommation. Cela peut être réalisé en mesurant le coût d'achat d'un panier fixe de biens et de services dont la qualité est constante et les caractéristiques similaires, les produits du panier étant choisis pour être

représentatifs des dépenses des ménages pendant une année ou une autre période spécifiée. Un tel indice s'appelle indice des prix d'un panier fixe.

3. L'indice peut également viser à mesurer les effets des variations de prix sur le coût que représente l'accès à un niveau de vie constant (niveau d'utilité ou de bien-être). Ce concept est dénommé indice du coût de la vie (ICV). Un indice des prix d'un panier fixe, ou une autre mesure appropriée, peut être utilisé en tant qu'approximation d'un ICV.

Les utilisations d'un indice des prix à la consommation

4. L'indice des prix à la consommation sert à des fins très diverses, dont les deux plus courantes consistent: i) à ajuster les salaires ainsi que les prestations de sécurité sociale ou autres prestations en vue de compenser, partiellement ou entièrement, les variations du coût de la vie ou des prix à la consommation, et ii) à fournir une mesure moyenne de l'inflation des prix pour le secteur des ménages dans son ensemble en tant qu'indicateur macroéconomique. Les sous-indices de l'IPC sont également utilisés pour ajuster, en tenant compte de la hausse des prix, les composantes des dépenses de consommation finale des ménages dans la comptabilité nationale, ainsi que la valeur des ventes au détail afin d'obtenir des estimations concernant les variations du volume de ces ventes.

5. Les IPC sont également utilisés à d'autres fins telles que la mesure du taux général d'inflation pour l'ensemble de l'économie, l'ajustement des droits et redevances de l'Etat, l'ajustement des paiements dans le cadre de contrats commerciaux, et l'élaboration et l'évaluation des politiques monétaires et fiscales, ainsi que des politiques commerciales et de taux de change. Dans ces types de cas, on a recours à l'IPC parce qu'il n'existe pas, actuellement, de mesures plus appropriées ou parce que l'on considère que toute déficience conceptuelle ou technique sera plus que compensée par d'autres caractéristiques de cet indice (qui est, par exemple, bien connu, largement accepté, régulièrement publié, etc.).

6. Etant donné que l'IPC peut être utilisé à des fins multiples, il est peu probable qu'un indice unique puisse donner des résultats tout aussi satisfaisants dans chacune de ces utilisations. Il peut donc être opportun de construire plusieurs autres indices des prix à des fins spécifiques, pour autant que les besoins des utilisateurs justifient les dépenses supplémentaires que cela entraîne. Chaque indice devrait être correctement défini et dénommé de manière à éviter toute confusion, de même qu'il conviendrait d'identifier explicitement une mesure de l'IPC principal.

7. Lorsqu'un seul indice est établi, c'est l'utilisation principale qui détermine le type d'indice à construire, la gamme des biens et des services couverts, la couverture géographique, les ménages auxquels il se rapporte, le concept de prix adopté et la formule utilisée. Lorsqu'il existe plusieurs utilisations principales, il est probable que des compromis devront être trouvés quant à la manière de construire l'IPC. Les utilisateurs devraient être informés des compromis trouvés et des limites d'un tel indice.

Champ de l'indice

8. Le champ de l'indice dépend du but principal dans lequel l'indice est construit et devrait être défini en fonction du type de ménage, des zones géographiques et des catégories de biens et de services de consommation acquis, utilisés ou payés par la population de référence.

9. Si l'IPC est principalement utilisé pour l'ajustement des revenus en espèces, un groupe particulier de ménages, tel que les salariés, peut être la population cible appropriée. A cette fin, toutes les dépenses de consommation consenties par ces ménages, dans le pays et à l'étranger, pourraient être couvertes. Si l'IPC est principalement utilisé pour mesurer l'inflation dans l'économie nationale, il peut être opportun de couvrir les dépenses de consommation effectuées dans le pays plutôt que celles des ménages résidant dans le pays.

10. En règle générale, la population de référence pour un indice national doit être définie d'une manière très large. Si des groupes de revenus, des types de ménages ou des zones

géographiques en sont exclus, par exemple pour des raisons pratiques ou de coûts, cela devrait être spécifié.

11. Le champ géographique signifie la couverture géographique de la collecte des prix et celle des dépenses de consommation de la population de référence, et les deux devraient être définies dans une acception aussi large que possible et de préférence de manière cohérente. Si la collecte des prix est limitée à certaines zones pour cause de ressources restreintes, il conviendrait que cela soit spécifié. La couverture géographique des dépenses de consommation peut se définir comme couvrant soit les dépenses des résidents (consommation des résidents), soit les dépenses de consommation à l'intérieur du pays (consommation intérieure).

12. Il peut y avoir des différences importantes dans les schémas de dépenses et/ou les variations de prix entre des groupes de population ou des régions spécifiques, et il faudrait en tenir compte afin qu'ils soient représentés dans l'indice. On peut calculer pour ces groupes de population ou ces régions des indices spécifiques si la demande est suffisante pour justifier les coûts supplémentaires.

13. Conformément à son objectif majeur, l'IPC devrait sur un plan conceptuel se rapporter à tous les types de biens et services importants pour la population de référence, sans omettre ceux qui peuvent être considérés comme illicites ou socialement indésirables. Lorsque approprié, des agrégats spécifiques peuvent être construits pour aider les utilisateurs qui souhaitent exclure d'applications particulières ou de leur analyse certaines catégories de biens et services. Dans de tels cas, cela devrait être clairement indiqué.

14. Les biens et les services achetés à des fins commerciales, les dépenses concernant les actifs tels que les œuvres d'art, les investissements financiers (à ne pas confondre avec les services financiers), les versements au titre de l'impôt sur le revenu, les cotisations de sécurité sociale et les amendes ne doivent pas être considérés comme des biens et services de consommation et devraient être exclus du champ de l'indice. Certains pays considèrent les dépenses relatives à l'achat de logements comme un investissement en capital, et comme telles les excluent de l'indice.

Acquisition, utilisation ou paiement

15. S'agissant de déterminer le champ de l'indice, le moment de l'enregistrement et de l'évaluation de la consommation, il est important de se demander si les objectifs pour lesquels l'indice est utilisé seront mieux remplis si l'on définit la consommation en termes d'«acquisition», d'«utilisation» ou de «paiement»¹. L'approche «acquisition» est souvent utilisée quand l'objectif majeur de l'indice est de servir d'indicateur macroéconomique. L'approche «paiement» est souvent utilisée quand l'objectif majeur de l'indice est l'ajustement des rémunérations et des revenus. Quand l'objectif est de mesurer les variations du coût de la vie, l'approche «utilisation» est en général plus souhaitable. La décision concernant l'approche à adopter pour un groupe particulier de produits devrait en principe être prise en fonction du but de l'indice, mais aussi en fonction des coûts et de l'acceptabilité de cette décision pour les utilisateurs, qui devront être informés de l'approche adoptée pour les différents produits. En raison des difficultés pratiques rencontrées pour donner une définition uniforme de la consommation et pour estimer le flux de services que représentent d'autres biens durables en termes d'«utilisation», il peut être nécessaire d'adopter une approche mixte, combinant par exemple la base «utilisation» pour les logements occupés par leur propriétaire et la base «acquisition» ou «paiement» pour les autres biens de consommation durables.

16. Les différences entre ces trois approches sont plus prononcées lorsque l'on traite de produits pour lesquels les dates d'acquisition, d'utilisation et de paiement ne coïncident pas, tels que les logements occupés par leur propriétaire, les biens de consommation durables et les produits achetés à crédit.

17. Le plus complexe et le plus important des produits susmentionnés est le logement occupé par son propriétaire. Dans la plupart des pays, une part importante des ménages occupent

¹ Voir annexe 1.

leur propre logement, qui se caractérise par une longue vie utile et par une dépense importante (prix d'achat élevé). Selon l'approche «acquisition», la valeur des nouveaux logements acquis dans la période de référence des pondérations peut être utilisée pour dériver la pondération (et le prix total du logement est inclus dans l'IPC au moment de l'acquisition, indépendamment du moment où la consommation a lieu). Selon l'approche «paiement», les pondérations reflètent les montants effectivement déboursés pour le logement (et les prix sont intégrés dans l'IPC dans la ou les période(s) où les prix sont payés), alors que, selon l'approche «utilisation», elles reflètent la valeur du flux de services du logement consommés pendant la période de référence des pondérations, valeur que l'on a estimée en utilisant un coût implicite ou théorique (et les prix ou les coûts d'opportunité estimatifs sont intégrés dans l'IPC au moment où la consommation a lieu).

18. L'autoconsommation, la rémunération en nature et/ou les biens et services fournis gratuitement ou subventionnés par les pouvoirs publics et les institutions sans but lucratif au service des ménages peuvent être importants dans certains pays où l'objectif de l'indice est mieux servi si on définit la consommation en termes d'«utilisation» ou d'«acquisition» (dans l'approche «paiement», ces éléments ne figurent pas dans le champ de l'indice). L'inclusion de ces produits requiert des techniques spéciales d'évaluation et de relevé des prix.

Le panier et les pondérations

19. Les décisions concernant la composition du panier et les pondérations découlent directement du champ de l'indice, ainsi que du choix entre les approches «acquisition», «utilisation» ou «paiement».

20. Une fois définies, les dépenses entrant dans le champ de l'indice devraient être regroupées dans des catégories similaires selon un système de classification hiérarchique, par exemple divisions/groupes/classes, à des fins de compilation et d'analyse. Il devrait y avoir cohérence entre la classification utilisée pour la construction de l'indice et celle utilisée pour les statistiques relatives aux dépenses des ménages. La classification de l'IPC devrait répondre aux besoins des utilisateurs en sous-indices spéciaux. Aux fins de comparaisons internationales, la classification devrait également être compatible avec la version la plus récente de la *Nomenclature des fonctions de la consommation individuelle* (COICOP) des Nations Unies, au moins au niveau des divisions².

21. Pour faciliter l'analyse et l'interprétation des résultats de l'indice, il peut être souhaitable de classer les biens et services en fonction de diverses classifications supplémentaires, par exemple source d'origine, durabilité et caractère saisonnier. Le calcul de l'IPC sur la base de diverses classifications devrait produire les mêmes résultats globaux que l'indice d'origine.

22. La classification devrait également offrir un cadre pour l'affectation des pondérations de dépenses. Les dépenses au niveau le plus faible du système de classifications, exprimées en pourcentage des dépenses totales, déterminent les pondérations à utiliser à ce niveau. Lorsque les pondérations doivent rester inchangées pendant plusieurs années, l'objectif doit être d'adopter des pondérations qui sont représentatives du comportement habituel des ménages.

23. Les deux principaux éléments permettant de dériver les pondérations sont les résultats obtenus à partir d'enquêtes sur les dépenses des ménages, ainsi que les estimations des dépenses de consommation des ménages de la comptabilité nationale. Les résultats d'une enquête sur les dépenses des ménages sont appropriés pour un indice que l'on a défini de manière à couvrir les dépenses de consommation des groupes de population de référence résidant dans le pays, alors que les estimations s'appuyant sur la comptabilité nationale conviennent à un indice défini pour couvrir les dépenses de consommation à l'intérieur du pays. La décision concernant la source ou les sources à utiliser et la manière de les utiliser dépend de l'objectif principal de l'indice, de la disponibilité et de la qualité des données appropriées.

24. Les informations provenant de la source principale (enquêtes sur les dépenses des ménages ou comptabilité nationale) devraient être complétées par toute autre information

² Voir annexe 4.

disponible sur le schéma de dépenses. Les sources d'informations de ce type qui peuvent servir à désagréger les dépenses sont les enquêtes sur les points de vente au détail ou les points d'achat, les enquêtes sur la production, les données d'exportation et d'importation, et les sources administratives. Sur la base de ces données, les pondérations pour certains produits peuvent être encore ventilées par région et par type de point de vente. Lorsque les données obtenues de sources différentes se rapportent à des périodes différentes, il importe de s'assurer, avant l'affectation des pondérations, que les dépenses sont ajustées de manière à avoir la même période de référence.

25. Lorsque la période de référence des pondérations diffère de manière significative de la période de référence des prix, les pondérations devraient être actualisées sur la base des prix de manière à tenir compte des changements de prix intervenus entre la période de référence des pondérations et la période de référence des prix. Lorsque les pondérations actualisées sur la base des prix risquent d'être moins représentatives du schéma de consommation pendant la période de référence des prix, on peut faire l'impasse sur cette procédure.

26. Les pondérations doivent être revues, et le cas échéant révisées, aussi souvent que l'on dispose de données exactes et fiables pour le faire, et au moins une fois tous les cinq ans. Les révisions sont importantes pour réduire l'impact que peuvent avoir sur l'indice les substitutions³ de produits et pour assurer que le panier des biens et des services ainsi que leurs pondérations demeurent représentatifs. Pour certaines catégories, il peut être nécessaire de mettre à jour plus fréquemment les pondérations du fait que de telles pondérations risquent d'être dépassées plus rapidement que les pondérations de niveau supérieur. Durant les périodes d'inflation élevée, les pondérations devraient être adaptées plus fréquemment.

27. Lorsqu'un nouveau panier (structure ou pondérations) remplace l'ancien, une série continue d'IPC devrait être créée en enchaînant⁴ les nombres indices fondés sur le nouveau panier de biens et services à ceux qui sont fondés sur le panier antérieur. La procédure particulière utilisée pour attacher les séries de nombres indices dépendra de la technique particulière utilisée pour la construction de l'indice. L'objectif est de veiller à ce que la technique utilisée pour introduire un nouveau panier n'altère pas, par elle-même, le niveau de l'indice.

28. Normalement, on ne peut envisager d'inclure les biens et services entièrement nouveaux (c'est-à-dire ceux qui ne peuvent être classés dans l'un quelconque des agrégats élémentaires en vigueur) que lors de l'une des opérations périodiques d'examen et de repondération. Un nouveau modèle ou une nouvelle variété d'un produit existant qui correspond à un agrégat élémentaire existant doit être inclus au moment où l'on évalue sa part de marché comme étant importante et durable. Si l'on détecte un changement de qualité, il conviendra de procéder à l'ajustement approprié pour en tenir compte⁵.

29. Certains produits tels que les produits saisonniers, les contrats d'assurance, les biens d'occasion, les dépenses effectuées à l'étranger, les intérêts, l'autoproduction, les dépenses consenties pour l'achat et la construction de logements, etc. peuvent nécessiter un traitement spécial lors de la construction de leurs pondérations. La manière de traiter ces produits devrait être déterminée en fonction du principal objectif de l'indice, de la situation nationale et de la praticabilité d'une telle compilation.

30. Les produits saisonniers devraient être inclus dans le panier. Il est possible d'appliquer: i) une approche pondération fixe, qui utilise, pour un produit saisonnier, la même pondération chaque mois de l'année sur la base d'un prix imputé pour les mois hors saison, ou ii) une approche pondération variable, selon laquelle une pondération changeante se rattache au produit en fonction du mois. Le choix de l'approche devrait être déterminé selon la situation nationale.

³ Voir annexe 1.

⁴ Voir annexe 2.

⁵ Voir annexe 2.

31. Les pondérations de dépenses pour les biens d'occasion devraient être fondées soit sur les dépenses nettes relatives à ces biens pour la population de référence, soit sur les dépenses brutes, selon la finalité de l'indice.

32. Lorsque l'autoconsommation est incluse dans le champ de l'indice, les pondérations devraient être fondées sur la valeur des quantités autoconsommées. L'évaluation de l'autoconsommation doit être effectuée sur la base des prix en vigueur sur le marché, sauf s'il y a quelques raisons de penser que les prix du marché ne sont pas appropriés, ou qu'ils ne peuvent pas être relevés de manière fiable, ou qu'il n'y a aucun intérêt à utiliser des prix hypothétiques imputés. A la place, on devrait alors utiliser les dépenses et les prix des intrants relatifs à la production de ces biens et services. La troisième possibilité consiste à déterminer cette consommation en utilisant les prix du marché ajustés sur la base de la qualité.

Echantillonnage pour la collecte des prix

33. Un IPC est une estimation fondée sur un échantillon de ménages permettant d'établir des pondérations, un échantillon de zones dans plusieurs régions, un échantillon de points de vente, un échantillon de biens et services, et un échantillon de périodes d'observations des prix.

34. S'agissant des points de vente et des biens et services pour lesquels l'évolution temporelle des prix doit être observée, les choix de la taille de l'échantillon et de la méthode d'échantillonnage doivent garantir que les prix relevés sont représentatifs et qu'ils sont suffisants pour satisfaire aux exigences de précision de l'indice, mais aussi que la collecte des données n'est pas trop coûteuse. L'échantillon de prix devrait refléter l'importance, en termes de dépenses relatives, des biens et services disponibles à l'achat par les consommateurs dans la période de référence, le nombre, le type et la répartition géographique des points de vente correspondants pour chaque bien et service, ainsi que la dispersion des prix et des changements de prix entre ces points de vente.

35. Les techniques d'échantillon probabiliste sont les méthodes idéales, en principe, du fait qu'elles permettent une inférence statistique solide et un contrôle sur la représentativité de l'échantillon. De plus, elles permettent d'estimer les variations (erreurs) d'échantillonnage. Cependant, elles peuvent être coûteuses à mettre en œuvre et peuvent conduire à sélectionner des produits dont il est très difficile de relever les prix pour une qualité constante.

36. Dans les cas où les bases d'échantillonnage voulues font défaut et où il est trop coûteux de se les procurer, il faut obtenir les échantillons de points de vente et de produits par des méthodes non probabilistes. Les statisticiens devraient faire appel à la fois aux informations disponibles et à leur jugement pour veiller à ce que les échantillons retenus soient représentatifs. La possibilité d'opter pour un échantillonnage fondé sur un seuil d'inclusion⁶ ou sur des quotas détaillés peut être envisagée, en particulier lorsque la taille de l'échantillon est modeste. On peut utiliser un mélange de techniques d'échantillonnage probabiliste ou non.

37. Un échantillonnage efficace et représentatif, qu'il soit aléatoire ou raisonné, requiert, pour les points de vente et les produits, des bases d'échantillonnage qui soient complètes et à jour. L'échantillonnage peut être soit effectué par l'organisme central à partir de bases de sondage centralisées, soit sur le terrain par les personnes chargées de relever les prix ou par une combinaison des deux. Dans le premier cas, les releveurs de prix devraient recevoir des instructions précises quant aux points de vente à visiter et aux produits dont le prix doit être relevé. Dans le second cas, les releveurs de prix devraient recevoir des instructions précises et des directives dénuées d'ambiguïtés quant aux procédures d'échantillonnage local à adopter. Les registres statistiques d'entreprises, les annuaires téléphoniques d'entreprises, les résultats des enquêtes sur les points d'achat ou des enquêtes sur les ventes dans différents points de vente et chez les commerçants sur la toile (Internet) peuvent être utilisés comme bases d'échantillonnage pour le choix des points de vente. Les catalogues ou d'autres listes de produits établis par les grands fabricants, grossistes ou associations professionnelles, ou les listes de produits spécifiques à certains points de vente tels que les grands supermarchés, peuvent servir de bases

⁶ Voir annexe 1.

d'échantillonnage pour sélectionner les produits. Les données saisies par lecteurs de codes-barres à la caisse (bases de données électroniques) peuvent être particulièrement utiles pour le choix des biens et services.

38. L'échantillon de points de vente et de biens et services doit être revu périodiquement et mis à jour, si nécessaire, pour maintenir sa représentativité.

Calcul de l'indice

39. Pour calculer un IPC, il convient de recueillir et de traiter les données relatives aux prix et aux dépenses selon des concepts, définitions, méthodes et pratiques spécifiés. Les procédures détaillées qui sont appliquées dépendront des circonstances particulières.

40. Les IPC se calculent par étapes. Au cours de la première étape, on calcule les indices des agrégats élémentaires. L'étape suivante consiste à calculer des indices de niveau supérieur en agrégeant les indices des agrégats élémentaires.

Indices des agrégats élémentaires

41. L'agrégat élémentaire est le plus petit ensemble relativement homogène de biens et services pour lequel des données de dépenses sont définies (utilisées) aux fins de l'IPC. C'est le seul agrégat pour lequel on construit un indice sans pondération explicite des dépenses, bien qu'il soit possible d'introduire dans le calcul un autre type de pondération de manière explicite ou implicite. L'ensemble des biens ou services couverts par un agrégat élémentaire doivent avoir des utilisations finales similaires et sont censés présenter des variations de prix similaires. Ils peuvent être définis non seulement sur la base de leurs caractéristiques, mais aussi sur la base du type d'emplacement et de point de vente où ils sont vendus. Le degré d'homogénéité atteint dans la pratique dépendra des données de dépenses correspondantes dont on disposera.

42. Un indice élémentaire est un indice des prix pour un agrégat élémentaire. Comme il n'est pas possible, d'une manière générale, de rattacher les pondérations de dépenses aux prix ou aux prix relatifs pour l'échantillon de produits au sein de l'agrégat élémentaire, un indice élémentaire est habituellement calculé en tant que moyenne non pondérée des prix ou des prix relatifs. Quand des informations relatives aux pondérations sont disponibles, il faudrait en tenir compte lors de la compilation des indices élémentaires.

43. Il existe différentes méthodes de calcul de la moyenne des prix ou des prix relatifs. Les trois formules les plus couramment utilisées sont celle du ratio de la moyenne arithmétique des prix (RMAP), celle de la moyenne géométrique (MG) et celle de la moyenne arithmétique des prix relatifs (MAPR). Le choix de la formule dépend de la finalité de l'indice, du plan de sondage suivi et des propriétés mathématiques de la formule. On a le choix entre différentes formules pour les différents agrégats élémentaires au sein du même IPC. Il est recommandé d'employer la formule de la moyenne géométrique (MG), en particulier lorsqu'il est nécessaire de refléter la substitution au sein de l'agrégat élémentaire ou lorsque la dispersion des prix ou des changements de prix dans l'agrégat élémentaire est importante. La MG présente de nombreux avantages compte tenu de ses caractéristiques mathématiques. Le RMAP peut être utilisé pour les agrégats élémentaires homogènes et lorsque les consommateurs n'ont qu'une possibilité limitée de substitution ou lorsque la substitution ne doit pas être reflétée dans l'indice. Il y a lieu d'éviter la formule de la moyenne arithmétique (MAPR) des prix relatifs pour les indices chaînés, sachant qu'il peut en résulter des biais dans les estimations des indices élémentaires.

44. L'indice élémentaire peut se calculer en utilisant soit une forme en chaîne, soit une forme directe de la formule choisie. L'utilisation d'un indice chaîné peut permettre d'estimer plus facilement les prix manquants et d'introduire des produits de remplacement.

Indices de niveau plus élevé

45. Ces indices des prix sont construits comme des moyennes pondérées des indices d'agrégats élémentaires. Différents types de formules peuvent être utilisés pour calculer la

moyenne des indices d'agrégats élémentaires. Si l'on veut construire un indice dans les délais, on recourt en pratique à une formule basée sur les pondérations observées pendant une période antérieure. L'une de ces formules est celle de l'indice de Laspeyres, la plus souvent utilisée par les offices nationaux de statistique.

46. Pour certains objectifs, il peut être opportun de calculer l'indice rétrospectivement en utilisant une formule d'indice qui emploie aussi bien les pondérations de la période de base que les pondérations de la période en cours, que l'on prenne l'indice de Fisher, de Törnqvist ou celui de Walsh. Comparer la différence entre l'indice de ce type et l'indice de type Laspeyres peut donner une indication de l'effet combiné des variations de revenus, des modifications des préférences et des effets de substitution au cours de la période en question, sous réserve de bien en informer les producteurs et utilisateurs de l'IPC.

47. Quand le changement dans un indice de niveau plus élevé entre deux périodes consécutives telles que $t-1$ et t est calculé comme une moyenne pondérée des indices individuels entre $t-1$ et t , il faut s'assurer que les pondérations sont mises à jour pour tenir compte de changements de prix entre la période de référence 0 et la période précédente $t-1$. A défaut, on pourrait obtenir un indice biaisé.

Observations de prix

48. Le nombre et la qualité des prix collectés sont des facteurs déterminants de la fiabilité de l'indice, de même que les spécifications des produits dont les prix sont relevés. Il conviendrait d'élaborer des méthodes normalisées de collecte et de traitement des informations sur les prix et de mettre en place des procédures permettant de les collecter de manière systématique et précise à des intervalles réguliers. Les agents chargés de relever les prix doivent être bien formés et bien encadrés, et il convient de leur fournir un manuel complet expliquant les procédures à suivre.

Collecte

49. Il est important de déterminer si l'indice ou certaines composantes de l'indice devraient se référer aux prix moyens mensuels (ou trimestriels) ou à des prix pour une période de temps donnée (par exemple, une journée ou une semaine dans un mois). Cette décision est liée à un certain nombre de questions parmi lesquelles figurent l'utilisation d'un indice, les aspects pratiques de la collecte de prix et le schéma des mouvements de prix. Si la mesure se réfère à un moment précis, la collecte de prix doit se faire sur un très petit nombre de jours chaque mois (ou trimestre). L'intervalle entre les observations de prix doit être uniforme pour chaque produit. Etant donné que les mois (ou trimestres) n'ont pas le même nombre de jours, il y a lieu de définir cette uniformité avec soin. S'il s'agit de déterminer les prix moyens mensuels (ou trimestriels), les prix relevés devraient être représentatifs de la période à laquelle ils se réfèrent.

50. Il convient également de tenir compte de l'heure du jour choisie pour le relevé des prix. Par exemple, dans le cas de denrées périssables, ces relevés devraient être faits à la même heure du même jour de la semaine, et non juste avant l'heure de fermeture quand les stocks peuvent avoir diminué ou été vendus à bon marché de manière à minimiser les pertes.

51. La collecte de prix doit être réalisée d'une manière telle qu'elle soit représentative de toutes les zones géographiques se trouvant dans le champ de l'indice. Un soin particulier devrait y être apporté lorsque l'on peut s'attendre à des différences significatives dans les mouvements de prix entre ces zones.

52. Les prix doivent être collectés dans tous les types de points de vente qui sont importants, y compris les commerçants sur la toile (Internet), les marchés en plein air et les marchés informels, ainsi que sur les marchés libres et les marchés dont les prix sont contrôlés. Lorsque plus d'un type de point de vente est important pour un type particulier de produits, cela devrait se refléter dans le plan de sondage et il conviendrait d'utiliser une moyenne pondérée de façon appropriée pour le calcul de l'indice.

53. Il convient de fournir des spécifications détaillant la variété et la taille des produits pour lesquels il y a lieu de recueillir des informations sur les prix. Celles-ci devraient être suffisamment

précises pour identifier toutes les caractéristiques déterminantes des prix nécessaires afin de s'assurer que, dans la mesure du possible, les mêmes prix de biens et services sont relevés au cours de périodes successives au même point de vente. Ces spécifications devraient notamment inclure la marque, le modèle, la taille, les conditions de paiement, les modalités de livraison, ainsi que le type de garantie et le type de point de vente. Ces informations pourraient être utilisées dans les procédures de substitution ou d'ajustement pour prendre en compte la qualité.

54. Les prix à relever sont les prix correspondant à des transactions effectives – y compris les impôts indirects et les rabais inconditionnels – qui seraient payées, convenues ou chiffrées (acceptées) par la population de référence. Lorsque les prix ne sont pas affichés ou doivent être négociés, lorsque les quantités unitaires sont mal définies ou lorsque les prix réels d'achat sont susceptibles de s'écarter des prix du catalogue ou des prix fixes, les agents chargés de relever les prix peuvent être amenés à acheter des produits afin de déterminer les prix des transactions. Un budget pourrait être prévu à cet effet. Lorsque cela est impossible, il peut être envisagé d'enquêter auprès de la clientèle pour connaître les prix effectivement payés. Les pourboires versés pour le service, lorsqu'ils sont obligatoires, doivent être traités comme faisant partie du prix payé.

55. Les prix exceptionnels payés pour des produits endommagés, défraîchis ou qui ont perdu de leur qualité pour d'autres raisons et qui sont vendus pour liquider les stocks devraient être exclus des relevés, à moins qu'il ne s'agisse d'un phénomène permanent et largement répandu pour la vente de ces produits. Les prix des produits soldés, au rabais ou faisant l'objet de campagnes spéciales de promotion devraient être inclus lorsqu'ils s'appliquent à tous les consommateurs et lorsqu'il n'y a pas de limite significative aux quantités que chaque client peut acheter.

56. En période de contrôle des prix ou de rationnement, lorsque les produits sont disponibles en quantités limitées et qu'ils sont maintenus à bas prix par des mesures telles que subventions aux vendeurs, achats du gouvernement, contrôle des prix, etc., ces prix ainsi que ceux qui sont demandés sur les marchés exempts de telles restrictions devraient être relevés. Les différents relevés de prix devraient être combinés de manière à tirer parti des informations disponibles les plus fiables concernant les prix effectivement payés et l'importance relative des différents types de vente.

57. Pour chaque type de produit, il convient de bien approfondir différentes options pour les relevés de prix, de manière à ce que les observations de prix puissent se faire de manière fiable et efficace. Parmi les moyens de relevés pourraient figurer les visites de points de vente avec des formulaires ou des dispositifs portables, des interviews de clients, des interviews téléphoniques assistées par ordinateur, des questionnaires distribués par envoi postal, des brochures, des listes de prix fournies par de grands fournisseurs ou les fournisseurs exclusifs de services, les données saisies par lecture optique et les prix affichés sur la toile (Internet). Il convient, pour chaque option, de déterminer le rapport coût-utilité en fonction de la fiabilité de chacune des options ainsi que de la garantie qu'elles offrent d'obtenir les résultats en temps voulu.

58. Lorsque l'on se procure les prix réglementés ou fixés au niveau central auprès des autorités compétentes, il y a lieu de faire des vérifications pour s'assurer que les biens et services en cause se vendent, et pour déterminer si ces prix sont observés dans la pratique. Pour les biens et services dont on détermine les prix payés en combinant les cotisations d'abonnement et les tarifs à la pièce (par exemple pour les journaux, les magazines, les transports publics, l'électricité et les télécommunications), il convient de bien s'assurer qu'une gamme représentative des offres de prix est relevée. Il convient également de bien veiller à ce que les prix appliqués selon le type de consommateurs soient relevés, par exemple ceux qui sont pratiqués en fonction de l'âge de l'acheteur ou de la qualité de membres de certaines associations.

59. Les informations recueillies sur les prix devraient être examinées sur la base de différents critères: comparabilité et cohérence avec les observations antérieures, présence de remplacements, variations de prix exceptionnelles ou importantes. Il s'agit aussi de veiller à ce que les conversions de prix dans le cas des produits vendus en plusieurs unités ou dont les quantités varient soient calculées correctement. Les variations de prix très importantes ou exceptionnelles devraient être examinées afin de déterminer s'il s'agit vraiment d'un changement de prix ou d'un changement de qualité. Un ensemble de procédures devrait également être mis en œuvre pour le

contrôle de la fiabilité des observations de prix. Il pourrait comprendre un programme de relevés directs des prix et/ou une seconde visite pour relever le prix de certains produits peu après la première observation.

60. Des méthodes cohérentes devraient être établies pour traiter les carences d'observation imputables à des causes diverses, notamment: impossibilité de contacter le commerçant, absence de réponse, observation non retenue car douteuse ou rupture temporaire de stock. Les prix des produits non saisonniers en rupture de stock temporaire devraient être estimés jusqu'à ce qu'ils réapparaissent ou soient remplacés, en utilisant des procédures d'estimation appropriées, par exemple la méthode de l'imputation sur la base de changements de prix pour des produits similaires non manquants. Il est préférable d'éviter de reporter les derniers prix observés, en particulier en période de forte inflation.

Remplacements

61. Le remplacement d'un produit sera nécessaire si ce produit disparaît définitivement. Le remplacement devrait être effectué au cours des trois premiers mois (trimestre) après que le produit a cessé d'être disponible. Il peut également être nécessaire de le remplacer lorsqu'il n'est plus disponible ou vendu en grande quantité ou dans des conditions normales de vente. Des règles claires et précises devraient être établies pour sélectionner le produit de remplacement. Selon la fréquence de l'échantillonnage et en fonction des possibilités d'ajustement précis sur la base de la qualité, les possibilités les plus couramment utilisées consistent à sélectionner: i) la variété qui ressemble le plus à celle qui a été remplacée; ii) la variété de remplacement la plus populaire parmi celles qui appartiennent au même agrégat élémentaire; et iii) la variété qui a le plus de chance d'être disponible à l'avenir. Des procédures précises devraient être arrêtées pour ajuster les prix en fonction de la différence entre les caractéristiques de l'ancien et du nouveau produit lorsque des remplacements sont nécessaires, de sorte que l'impact des changements de qualité soit exclu du prix observé.

62. Le remplacement d'un point de vente peut être motivé lorsqu'il n'est pas possible d'obtenir les prix, par exemple si un point de vente est définitivement fermé ou s'il n'est plus très représentatif ou s'il a cessé de coopérer. Des règles claires devraient être établies sur la question de savoir à quel moment il convient de cesser les observations de prix dans un point de vente donné, sur les critères de choix d'un remplacement, ainsi que sur les ajustements que des relevés de prix et/ou des pondérations pourraient nécessiter. Ces règles devraient être en accord avec les objectifs de l'indice ainsi qu'avec la façon dont l'échantillon des lieux de collecte a été déterminé.

63. Un agrégat élémentaire tout entier devra être supprimé si tous les produits figurant dans cet agrégat élémentaire disparaissent de la plupart ou de la totalité des points de vente et s'il n'est pas possible de localiser un nombre suffisant d'observations de prix pour continuer de produire un indice fiable pour cet agrégat élémentaire. En pareil cas, il est nécessaire de redistribuer la pondération affectée à l'agrégat élémentaire entre les autres agrégats élémentaires inclus dans le niveau d'agrégation suivant.

Changements de qualité

64. Il convient de relever le prix pour le même produit à chaque période, tant qu'il est représentatif. Dans la pratique, cependant, des produits qui peuvent être observés à différentes périodes peuvent présenter des différences diverses: taille de l'emballage, poids, volume, propriétés, conditions de vente et autres caractéristiques. Il est donc nécessaire de contrôler les caractéristiques des produits dont on relève les prix afin de s'assurer que l'impact de toute différence dans les caractéristiques liées aux prix ou dans celles liées à l'utilité peut être exclu du changement de prix estimé.

65. Il est relativement plus difficile d'identifier des changements dans le niveau de qualité ou d'utilité quand il s'agit de biens et services durables et complexes. Par conséquent, il importe de recueillir un volume considérable d'informations sur les caractéristiques pertinentes des produits dont les prix sont relevés. Les informations les plus importantes peuvent être obtenues par les agents chargés de relever les prix. D'autres sources d'informations sur les caractéristiques liées aux prix ou à l'utilité peuvent être les fabricants, les importateurs ou les grossistes en biens inclus

dans l'IPC, ainsi que l'étude des produits et des publicités sur ces produits qui figurent dans les publications commerciales.

66. Lorsqu'un changement de qualité est détecté, il y a lieu d'ajuster le prix afin que l'indice reflète autant que possible la variation pure de prix, faute de quoi l'indice enregistrera un changement de prix qui n'a pas eu lieu ou omettra d'enregistrer un changement de prix qui a eu lieu. Le choix de la méthode pour de tels ajustements dépendra des biens et services particuliers concernés. Il faut être très vigilant car l'exactitude de l'indice dépend de la qualité de ce processus. Il faut éviter de supposer automatiquement que tout changement de prix reflète un changement de qualité ou que des produits de qualité différente sont, pour l'essentiel, équivalents.

67. Les méthodes d'estimation des ajustements de prix selon la qualité⁷ peuvent être:

- a) *Les méthodes explicites (ou directes) d'ajustement pour tenir compte de la qualité*, qui estiment directement la valeur de la différence de qualité entre l'ancien produit et le nouveau et ajustent l'un des prix en conséquence. La variation pure de prix est ensuite estimée implicitement comme la différence dans les prix ajustés.
- b) *Les méthodes implicites (ou indirectes) d'ajustement pour tenir compte de la qualité*, qui consistent à estimer l'élément variation pure de prix de la différence de prix entre l'ancien produit et le nouveau, sur la base des changements de prix observés pour les produits similaires. La différence entre l'estimation de la variation pure de prix et le changement de prix observé est considérée comme un changement s'expliquant par la différence de qualité.

Certaines de ces méthodes sont complexes, onéreuses et difficiles à mettre en œuvre. Les méthodes utilisées devraient autant que possible être basées sur des critères objectifs.

Exactitude

68. Comme toute statistique, les estimations de l'IPC sont entachées d'erreurs d'origines diverses⁸. Les statisticiens responsables des IPC doivent être conscients des sources possibles d'erreurs et prendre des mesures pour les réduire au minimum durant l'élaboration, la construction et la compilation de l'indice, et des ressources adaptées devraient être allouées.

69. Les sources les plus connues d'erreurs potentielles, dans les relevés des prix ou dans la construction de l'indice, qui peuvent entraîner à terme des erreurs dans l'IPC global, sont un choix erroné de produits et des observations et relevés incorrects de leurs prix; un choix erroné des points de vente et de l'organisation temporelle de la collecte des prix; le fait de n'avoir pas relevé et ajusté correctement pour tenir compte des changements de qualité; l'apparition de nouveaux produits et points de vente; le fait de n'avoir pas ajusté pour tenir compte de la substitution d'un produit et d'un point de vente ou de la perte de représentativité; l'utilisation de formule(s) inappropriée(s) pour calculer les indices d'agrégat élémentaire et de niveau plus élevé.

70. Afin de minimiser le risque que l'indice puisse refléter une situation ne correspondant pas à la réalité, d'une manière générale, il est essentiel de régulièrement mettre à jour les pondérations et les paniers, d'utiliser des formules non biaisées d'agrégat élémentaire, d'effectuer les ajustements appropriés pour tenir compte des changements de qualité, de prendre en compte de manière suffisante et correcte les nouveaux produits et les problèmes de substitution, ainsi que le contrôle de qualité de l'ensemble du processus de compilation.

Diffusion

71. L'IPC devrait être calculé et rendu public aussi rapidement que possible après la période de référence et selon un calendrier préétabli. Il devrait être mis à la disposition de tous les

⁷ Voir annexe 2.

⁸ Voir annexe 3.

utilisateurs en même temps, sous une forme commode et assortie d'une brève explication méthodologique. Les règles concernant sa diffusion devraient être connues du public et strictement observées. Ces règles devraient notamment inclure des précisions quant à ceux qui sont habilités à accéder aux résultats avant leur publication, en exposant les raisons et les conditions dans lesquelles cela doit se faire, et les délais à respecter avant la date de publication officielle.

72. L'IPC général devrait être compilé et diffusé tous les mois. Lorsque les utilisateurs ne réclament pas avec force des séries mensuelles ou que les pays ne disposent pas des ressources nécessaires, l'IPC pourrait être établi et rendu public sur une base trimestrielle. Des sous-indices, compte tenu des circonstances nationales, pourraient être diffusés selon une fréquence correspondant aux besoins des utilisateurs.

73. Quand des distorsions graves ont été constatées dans les estimations de l'indice publiées du fait d'erreurs dans sa compilation, des corrections devraient y être apportées et publiées. De telles corrections devraient être faites aussitôt que possible après que les erreurs ont été relevées, conformément à une politique de rectification des erreurs rendue publique. Lorsque l'IPC est largement utilisé à des fins d'ajustement, pour les salaires et les contrats, il faudrait éviter dans la mesure du possible les révisions rétroactives.

74. La publication des résultats de l'IPC devrait indiquer le niveau de l'indice depuis la période de référence. Il est également judicieux de présenter des indices dérivés tels que celui qui montre les changements survenus dans les grands agrégats entre: i) le mois en cours et le mois précédent; ii) le mois en cours et le même mois de l'année précédente; et iii) la moyenne des douze derniers mois et la moyenne des douze mois précédents. Les indices devraient être présentés sous la forme ajustée des variations saisonnières et sous la forme non ajustée, si l'on dispose de données corrigées en fonction des variations saisonnières.

75. La publication de l'indice devrait être assortie de commentaires et d'interprétations pour aider les utilisateurs. Devraient également être incluses une analyse des contributions des divers produits ou groupes de produits à la variation globale, ainsi qu'une explication de tout facteur inhabituel affectant les changements de prix des principaux produits contribuant à cette variation.

76. Des indices sur les groupes de dépenses principaux devraient également être établis et rendus publics. Il faudrait envisager de produire des indices partiels par division et par groupe de la COICOP⁹. Des indices partiels relatifs à différentes régions et/ou groupes de population, ainsi que d'autres indices conçus pour des analyses particulières peuvent être établis et rendus publics s'il y a une demande de la part des utilisateurs, s'ils sont jugés fiables et si leur élaboration en justifie le coût.

77. La période de référence de l'indice peut être choisie de façon à coïncider avec la dernière période de référence des pondérations ou peut être établie de manière à coïncider avec la période de base d'autres séries statistiques. Il conviendrait de changer cette période aussi souvent que nécessaire pour que les indices demeurent faciles à présenter et à comprendre.

78. Des prix moyens ou des fourchettes de prix correspondant à des produits importants et raisonnablement homogènes devraient être estimés et diffusés afin de faciliter les recherches et les analyses des utilisateurs.

79. Les pays devraient communiquer au Bureau international du Travail les résultats des IPC nationaux ainsi que des informations sur la méthodologie employée aussi rapidement que possible après la diffusion au niveau national des résultats correspondants.

80. Il est difficile de comparer les mouvements de l'IPC d'un pays à l'autre en raison des différentes méthodes de mesure employées par les pays pour certains produits, en particulier pour le logement et les services financiers. L'exclusion du logement (loyers réels, loyers imputés ou acquisition de nouveaux logements, entretien et réparations de l'habitation) et des services

⁹ Voir annexe 4.

financiers de l'indice général des prix rendra les estimations de changements de prix plus comparables d'un pays à l'autre pour les autres produits. Les pays devraient par conséquent prévoir d'établir et de diffuser à l'intention de la communauté internationale, outre l'indice général des prix, un indice excluant le logement et les services financiers. Il convient toutefois de souligner que, même pour les autres produits figurant dans le champ de l'indice, des difficultés peuvent encore se poser lorsqu'il s'agit d'établir des comparaisons internationales entre les changements survenus dans les prix à la consommation.

Consultations et intégrité

81. L'organisme statistique devrait jouir de l'indépendance professionnelle, de la compétence et des ressources nécessaires pour soutenir un programme d'IPC de haute qualité. Les «Principes fondamentaux de la statistique officielle» des Nations Unies¹⁰ et les «Directives concernant les pratiques de diffusion des statistiques du travail» du BIT¹¹ devraient être respectés.

82. L'organisme chargé de construire l'indice devrait consulter les représentants des utilisateurs sur les questions d'importance pour l'IPC, en particulier pendant les travaux préparatoires précédant tout changement à apporter à la méthodologie employée pour construire l'IPC. Une façon d'organiser ce genre de consultation serait, par exemple, la création d'une ou de commissions consultatives à laquelle/auxquelles pourraient être représentés les partenaires sociaux ainsi que d'autres utilisateurs et des experts indépendants.

83. Pour s'assurer de la confiance du public dans l'indice, une description complète des procédures de collecte de données et de la méthodologie de l'indice devrait être préparée et mise largement à disposition. Lors de la publication de l'IPC, il devrait être fait référence à cette description. La documentation devrait contenir une explication des principaux objectifs de l'indice, des détails relatifs aux pondérations, les formules utilisées pour les nombres indices, ainsi que des considérations à propos de la précision des estimations de l'indice. L'identité précise des points de vente et des biens et services dont les prix sont relevés ne devrait pas être divulguée.

84. Les utilisateurs devraient être informés à l'avance de tout changement devant intervenir dans le champ de l'indice, les pondérations ou la méthodologie employée pour estimer l'IPC.

85. Le *Manuel sur les indices des prix à la consommation: théorie et pratique*¹² fournit des conseils techniques quant à la compilation des indices des prix à la consommation. Ce manuel devrait être mis à jour périodiquement afin de refléter les meilleures pratiques courantes.

Annexe 1

Terminologie et définitions

- a) Les «biens de consommation» sont des biens ou services utilisés par les ménages pour satisfaire leurs besoins personnels.
- b) Les «dépenses de consommation» sont des dépenses en biens et services de consommation et peuvent être exprimées en termes d'«acquisition», d'«utilisation» ou de «paiement»:

¹⁰ Conseil économique et social des Nations Unies, 1994.

¹¹ Seizième Conférence internationale des statisticiens du travail, 1998.

¹² *Manuel sur l'indice des prix à la consommation: Théorie et pratique* (Bureau international du Travail, Fonds monétaire international, Organisation pour la coopération et le développement économiques, Bureau de la statistique des communautés européennes (EUROSTAT), Commission économique des Nations Unies pour l'Europe et Banque mondiale, Genève, 2004).

- l'«acquisition»¹³ indique que la valeur totale des biens et services fournis pendant une période donnée doit être prise en compte, que leur prix ait été ou non réglé intégralement pendant cette même période. Cette approche pourrait être étendue pour inclure la valeur estimée de la production pour la consommation propre et des transferts sociaux en nature reçus de l'Etat ou d'institutions sans but lucratif. Les prix entrent dans l'IPC de la période où les consommateurs acceptent les prix ou se mettent d'accord sur les prix, indépendamment du moment où le paiement est effectué;
 - l'«utilisation» indique que la valeur totale des biens et services effectivement consommés pendant une période donnée doit être prise en compte; pour les biens durables, cette approche exige une évaluation des services fournis par ces biens pendant cette période; les prix (coûts d'opportunité) entrent dans l'IPC de la période de consommation;
 - le «paiement» indique que le total des paiements effectués pour des biens et des services pendant une période donnée, que ceux-ci aient été ou non fournis ou utilisés pendant cette même période, doit être pris en compte. Les prix entrent dans l'IPC de la période ou des périodes où le paiement est effectué.
- c) Le «champ de l'indice» s'entend des groupes de population, zones géographiques, produits et points de vente pour lesquels l'indice est construit.
 - d) La «couverture» de l'indice est l'ensemble de biens et services représentés dans l'indice. Pour des raisons pratiques, la couverture peut être inférieure à ce qui correspond au champ de l'indice qui a été défini.
 - e) La «population de référence» s'entend du groupe de population spécifique pour lequel l'indice a été construit.
 - f) Les «pondérations» sont les dépenses de consommation globales sur tout ensemble de biens et services exprimées en tant que proportion des dépenses de consommation totales sur les biens et services figurant dans le champ de l'indice pour la période de référence des pondérations. Elles constituent une série de chiffres dont la sommation donne l'unité.
 - g) La «révision des pondérations sur la base des prix» est une procédure utilisée pour aligner les pondérations des dépenses sur la période de référence de l'indice ou des prix. Cette révision consiste à multiplier les pondérations de la période de référence pertinente par les indices élémentaires qui mesurent les variations de prix entre la période de référence des pondérations et la période de référence des prix, puis à les réécherlonner aux fins de sommation à l'unité.
 - h) La «période de référence de l'indice» est la période pour laquelle la valeur de l'indice est fixée à 100,0.
 - i) La «période de référence des prix» est la période dont on compare les prix avec ceux de la période actuelle, c'est-à-dire la période dont les prix apparaissent dans les dénominateurs des prix relatifs.
 - j) La «période de référence des pondérations» est la période – généralement une année – dont les estimations du volume de la consommation et ses composantes servent à calculer les pondérations.
 - k) L'«échantillonnage probabiliste» est la sélection d'un échantillon d'unités – points de vente ou produits – tel que chaque unité de l'univers a une probabilité de sélection connue différente de zéro.
 - l) L'«échantillonnage fondé sur un seuil d'inclusion» est une procédure d'échantillonnage consistant à fixer d'avance un seuil, de telle sorte que toutes les unités de la population pertinente qui se situent au niveau de ce seuil ou au-dessus soient éligibles pour être incluses dans l'échantillon et que toutes les unités au-dessous de ce seuil soient exclues. Le seuil est généralement exprimé en termes de taille de certains paramètres pertinents (tels que le pourcentage de ventes totales), seules les plus grandes unités d'échantillonnage étant retenues, cependant que les autres sont laissées de côté.

¹³ Cette définition diffère de celle adoptée par la 14^e CIST (1987).

- m) L'«échantillonnage par la méthode des quotas» est une méthode non probabiliste où la population est divisée en plusieurs strates. Pour chacune d'elles, le nombre («quota») d'articles à inclure dans l'échantillon est fixé. L'enquêteur se contente de «remplir les quotas», ce qui signifie, dans le cas d'un échantillon de points de vente, que la sélection des points de vente est fondée sur le jugement des personnes chargées de relever les prix et sur des critères spécifiquement établis.
- n) Les «dépenses imputées» sont les dépenses attribuées à un produit qui n'a pas été acheté, par exemple un produit que le ménage a produit pour sa propre consommation (y compris les services de logement produits par les propriétaires-occupants), un produit reçu à titre de paiement en nature ou transféré gratuitement par l'Etat ou une institution sans but lucratif.
- o) Le «prix imputé» se réfère au prix estimé d'un produit dont on ne connaît pas le prix, faute de l'avoir observé pendant une période donnée. C'est aussi le prix attribué à un produit pour lequel les dépenses ont été imputées (voir n)).
- p) Un «point de vente» s'entend d'une boutique, d'une échoppe de marché, d'une entreprise de services, d'un commerçant Internet ou d'autres lieux où les biens et/ou services sont vendus ou fournis aux consommateurs pour un usage non commercial.
- q) L'«enchaînement» (ou raccordement) consiste à associer deux séquences consécutives d'observations de prix, ou indices de prix, à cheval sur une ou plusieurs périodes en rééchelonnant l'une d'elles de telle sorte que la valeur pour la période de chevauchement est la même dans les deux séquences, ainsi combinées pour constituer une seule série continue.
- r) Le «prix» se définit comme la valeur unitaire d'un produit, pour laquelle les quantités sont parfaitement homogènes sur le plan non seulement de l'apparence physique, mais aussi d'un certain nombre d'autres caractéristiques.
- s) La «variation pure de prix» est la variation du prix d'un bien ou service qui n'est pas due à un changement de sa qualité. Lorsque la qualité change, la variation pure de prix est la variation de prix qui reste après élimination de la contribution estimative du changement de qualité par rapport à la variation de prix observée.
- t) L'«ajustement au titre de la qualité» désigne le processus d'ajustement des prix observés sur un produit pour éliminer l'effet de tous changements survenus dans le temps dans la qualité de ce produit, ce qui permet de déterminer la variation pure de prix.
- u) La «substitution des consommateurs» survient lorsque, confrontés à des variations de prix relatifs, les consommateurs achètent en plus grande quantité le bien devenu relativement moins cher, et en moins grande quantité le bien devenu relativement plus cher. Cette substitution peut s'opérer entre des variétés du même produit ou entre différentes catégories de dépenses.

Annexe 2

Méthodes d'ajustement pour tenir compte de la qualité

Méthodes implicites d'ajustement pour tenir compte de la qualité

1. La méthode de «chevauchement» admet par hypothèse que la différence de prix observée entre deux produits au moment précis où le premier disparaît et le second le remplace est entièrement due à une différence dans la qualité.
2. La méthode «d'imputation de la moyenne globale» consiste à calculer tout d'abord la variation de prix moyenne pour un agrégat après avoir éliminé le produit qui disparaît et son remplacement, et à utiliser ensuite ce taux de variation de prix pour imputer une variation de prix sur le produit qui disparaît. Elle suppose que la différence de prix pure entre le produit qui disparaît et celui qui le remplace est égale aux variations de prix moyennes pour les produits qui restent à la vente (non manquants).

3. La méthode «d'imputation de la moyenne de classe» est une variante de la méthode d'imputation de la moyenne globale. Elle en diffère uniquement par la source du taux imputé de variation de prix par rapport à la période t+1 sur le produit qui disparaît. Plutôt que d'utiliser la variation moyenne de l'indice pour tous les produits non manquants de l'agrégat, on estime le taux imputé de variation de prix en utilisant seulement les variations de prix sur des produits jugés pour l'essentiel équivalents ou qui ont fait l'objet d'un ajustement direct pour tenir compte de la qualité.

Méthodes explicites d'ajustement pour tenir compte de la qualité

4. La méthode de «l'ajustement raisonné» repose sur le jugement d'un ou plusieurs spécialistes de secteur, spécialistes en produits, statisticiens des prix ou agents chargés de relever les prix concernant la valeur de toute différence de qualité entre l'ancien produit et le produit de remplacement. Soit aucun élément, soit une partie, soit encore la totalité de la différence de prix peut être attribué à un gain de qualité.
5. La méthode des «différences dans les coûts de production» repose sur les informations communiquées par les fabricants concernant les coûts de production des nouveaux modèles de remplacement, auxquels sont ensuite ajoutés les marges de détail et les impôts indirects afférents. Cette méthode est particulièrement indiquée dans le cas de marchés ne comptant qu'un petit nombre de producteurs, où les révisions de modèles sont peu fréquentes et prévisibles. Il convient cependant de l'utiliser avec prudence, car il est de nouvelles techniques de production qui permettent de réduire les coûts tout en améliorant la qualité.
6. La méthode de «l'ajustement pour tenir compte de la quantité» s'applique aux produits pour lesquels le produit de remplacement est de taille différente de celui qui était précédemment à la vente. Elle ne devrait être appliquée que si les différences sur le plan des quantités n'ont pas d'incidence sur la qualité du produit.
7. La méthode des «coûts en option» consiste à estimer le prix des produits de remplacement en fonction de la valeur de nouvelles caractéristiques observables. Il n'est que de citer l'exemple de l'élément supplémentaire intégré comme norme d'un nouveau modèle de voiture, alors qu'il était auparavant une option à prix marqué.
8. La méthode de «régression hédonique» consiste à estimer le prix d'un produit en fonction des caractéristiques qu'il possède. On estime d'abord la relation entre les prix et tous les déterminants de prix que sont les caractéristiques pertinentes et observables, puis on utilise les résultats pour estimer l'indice.

Annexe 3

Les types d'erreurs

- L'«erreur liée au changement de qualité» est une erreur qui peut survenir lorsqu'il n'a pas été tenu compte, lors de la construction de l'indice, des changements de qualité des biens et services.
- Une «erreur liée à de nouveaux produits» survient lorsque ne sont pas pris en compte les changements de prix sur de nouveaux produits qui n'ont pas encore été échantillonnés, ou bien, dans le cas où l'objectif est un indice du coût de la vie, le gain de bien-être que tirent les consommateurs de l'apparition de ces produits.
- Une «erreur liée à la substitution de points de vente» peut survenir lorsque les consommateurs tendent à changer de fournisseur pour le même produit et que cette tendance n'est pas correctement prise en compte lors de la collecte des prix effectuée aux fins de la construction de l'indice. Une telle erreur prend toute son importance quand il s'agit d'estimer un indice du coût de la vie.
- Une «erreur liée à de nouveaux points de vente» est, en théorie, identique à l'erreur liée à de nouveaux produits. Elle se produit lorsque l'on omet de prendre en compte les variations de

prix qui sont le fait de nouveaux points de vente encore non échantillonnés, ou le gain de bien-être que tirent les consommateurs de l'apparition de ces nouveaux points de vente.

- Une «erreur de substitution à un niveau élevé» survient lorsque l'indice ne reflète pas la substitution des consommateurs parmi les catégories de base de consommation, faute d'avoir utilisé la bonne méthode pour agréger les agrégats élémentaires dans la construction de la valeur de l'indice global. Cette erreur n'a d'importance que dans le cas d'un indice du coût de la vie, encore qu'une «erreur de représentativité» équivalente puisse être identifiée dans une perspective de l'indice des prix pur.
- Une «erreur liée à un indice élémentaire» vient de ce que l'on n'utilise pas la bonne méthode pour agréger les prix observés au niveau d'agrégation le plus bas. L'erreur liée à un indice élémentaire peut se présenter sous deux formes: une erreur de formule et une erreur de substitution à un niveau inférieur. L'indice souffre de l'erreur de formule si, du fait des propriétés de cette formule, le résultat obtenu est biaisé par rapport à ce qu'il aurait été si une variation pure de prix avait pu être estimée. L'indice sera biaisé en cas d'erreur de substitution à un niveau inférieur s'il ne reflète pas la substitution des consommateurs pour les produits contenus dans l'agrégat élémentaire.
- Une «erreur de sélection» se produit lorsque l'échantillon des observations de prix n'est pas pleinement représentatif de la population cible de points de vente et/ou de produits. Les premiers quatre types d'erreurs énumérées ci-dessus peuvent être considérés comme des cas particuliers d'une erreur de sélection.

Annexe 4

Nomenclature des fonctions de la consommation individuelle (COICOP) ¹⁴

(répartition des dépenses de consommation individuelle à la charge des ménages: divisions et groupes)

01 Produits alimentaires et boissons non alcoolisées

01.1 Produits alimentaires

01.2 Boissons non alcoolisées

02 Boissons alcoolisées, tabac et stupéfiants

02.1 Boissons alcoolisées

02.2 Tabac

02.3 Stupéfiants

03 Articles d'habillement et chaussures

03.1 Articles d'habillement

03.2 Chaussures

04 Logement, eau, gaz, électricité et autres combustibles

04.1 Loyers effectifs

¹⁴ Les notes explicatives peuvent être consultées sur <http://unstats.un.org/unsd/cr/registry>.

- 04.2 Loyers fictifs
- 04.3 Entretien et réparation des logements
- 04.4 Alimentation en eau et services divers liés au logement
- 04.5 Electricité, gaz et autres combustibles

05 Meubles, articles de ménage et entretien courant du foyer

- 05.1 Meubles, articles d'ameublement, tapis et autres revêtements de sol
- 05.2 Articles de ménage en textiles
- 05.3 Appareils ménagers
- 05.4 Verrerie, vaisselle et ustensiles de ménage
- 05.5 Outillage et autre matériel pour la maison et le jardin
- 05.6 Biens et services liés à l'entretien courant du foyer

06 Santé

- 06.1 Produits, appareils et matériels médicaux
- 06.2 Services ambulatoires
- 06.3 Services hospitaliers

07 Transports

- 07.1 Achat de véhicules
- 07.2 Dépenses d'utilisation des véhicules
- 07.3 Services de transport

08 Communications

- 08.1 Services postaux
- 08.2 Matériel de téléphonie et de télécopie
- 08.3 Services de téléphonie et de télécopie

09 Loisirs et culture

- 09.1 Matériel audiovisuel, photographique et de traitement de l'information
- 09.2 Autres biens durables à fonction récréative et culturelle

09.3 Autres articles et matériels de loisirs, de jardinage et animaux de compagnie

09.4 Services récréatifs et culturels

09.5 Journaux, livres et articles de papeterie

09.6 Forfaits touristiques

10 Enseignement

10.1 Enseignement préélémentaire et primaire

10.2 Enseignement secondaire

10.3 Enseignement post-secondaire non supérieur

10.4 Enseignement supérieur

10.5 Enseignement non défini par niveau

11 Restaurants et hôtels

11.1 Services de restauration

11.2 Services d'hébergement

12 Biens et services divers

12.1 Soins corporels

12.2 Prostitution

12.3 Effets personnels n.c.a

12.4 Protection sociale

12.5 Assurance

12.6 Services financiers n.c.a

12.7 Autres services n.c.a