



Guide de relevé de prix

Indice des prix à la consommation

Neuchâtel, 2021

Éditeur:	Office fédéral de la statistique (OFS)	Graphiques:	section PREIS, Indice des prix à la consommation
Rédaction:	section PREIS, OFS	Cartes:	section DIAM, ThemaKart
Contenu:	Indice des prix à la consommation, OFS	Téléchargement:	www.statistique.ch
Domaine:	05 Prix	Copyright:	OFS, Neuchâtel 2021
Langue du texte original:	français		La reproduction est autorisée, sauf à des fins commerciales, si la source est mentionnée
Concept de mise en page:	section PREIS, Indice des prix à la consommation section DIAM		

Tables des matières

1	Comprendre l'indice des prix à la consommation (IPC)	1
1.1	Définition de l'IPC	1
1.2	Utilisations de l'IPC	2
1.3	Calcul de l'IPC	3
1.3.1	Le choix des articles à relever	3
1.3.2	La sélection des points de vente	4
1.3.3	Les régions du relevé de prix	4
1.3.4	La fréquence du relevé de prix	5
1.4	Organisation du relevé de prix	6
1.4.1	La technique de relevé de prix	6
1.5	Responsabilités, bases légales, confidentialité et protection des données	7
2	Le rôle des enquêteurs	8
2.1	Enquêteur - un rôle primordial !	8
2.2	Enquêteur - un rôle officiel !	8
2.3	Les tâches des enquêteurs	8
2.4	Les outils à disposition de l'enquêteur	9
2.4.1	Le panier-type comme outil de référence	9
2.4.2	La tablette comme outil de travail	11
3	Points de vente : choix, contact, remplacement	13
3.1	Choix du point de vente	13
3.1.1	Le recrutement d'un point de vente	13
3.1.2	La procédure à suivre lorsqu'aucun point de vente de remplacement n'a été trouvé	15
3.1.3	Les arguments à utiliser en cas de refus d'un responsable de point de vente	15
3.1.4	Le premier relevé de prix dans un nouveau point de vente	16
3.2	Fermeture temporaire d'un point de vente	18
3.3	Fermeture définitive d'un point de vente	18
4	Principes de base du relevé de prix	19
4.1	Période de relevé de prix	19
4.2	Sélection des articles à relever	19
4.3	Informations permettant d'identifier l'article sélectionné	20
4.3.1	La description d'article	20
4.3.2	Le numéro d'article	22
4.3.3	Les caractéristiques de produit	22
4.3.4	La quantité	23

4.4	Prix.....	25
4.4.1	Le prix déterminant.....	26
4.4.2	Les réductions de prix : rabais, actions, soldes.....	26
4.4.3	Les baisses de prix sans action	30
4.4.4	Les variations de prix non habituelles.....	30
4.5	Contrôle des données relevées.....	31
4.6	Communication avec l'OFS	31
5	Règles générales relatives au relevé de prix	34
5.1	Introduction d'un nouvel article (code 3)	34
5.1.1	Introduction d'un article avec prix de la période précédente (code 2)	34
5.1.2	Critères de sélection d'un nouvel article.....	35
5.1.3	Compléter le relevé avec plusieurs nouvelles positions d'un groupe de produits.....	35
5.2	Indisponibilité temporaire d'un article (code R).....	35
5.2.1	Le report de prix (code R)	36
5.2.2	Le nombre maximal de reports de prix par type de produit.....	37
5.3	Indisponibilité définitive d'un article et procédure de remplacement	38
5.3.1	Procédure de remplacement d'article	38
5.3.2	Remplacement de deux articles comparables (code 1).....	45
5.3.3	Remplacement de deux articles non comparables (codes 0 / 3).....	47
6	Produits saisonniers.....	49
6.1	Positions saisonnières	49
6.2	Report de prix d'un produit saisonnier	49
6.3	Suppression d'un article non représentatif	50
6.4	Disponibilité saisonnière d'un article toute l'année.....	51
6.5	Remplacement d'un produit saisonnier	52
7	Règles spécifiques par groupe	53
7.1	Groupe 1	53
7.1.1	Alimentation et boissons non alcoolisées	53
7.1.2	Fruits et légumes	53
7.1.3	Viande de poulet.....	53
7.2	Groupe 3	55
7.2.1	Habillement	55
7.2.2	Chaussures	62
7.3	Groupe 5	68
7.3.1	Equipement ménager et meubles.....	68
7.4	Groupe 7	69
7.4.1	Bicyclettes	69
7.4.2	Pneus.....	70
7.4.3	Taxes de parking	70
7.4.4	Essence et mazout	71

7.5	Groupe 9	72
7.5.1	Skis	72
7.5.2	Chaussures de ski	73
7.6	Groupe 11	74
7.6.1	Restauration	74
7.7	Groupe 12	78
7.7.1	Bijoux fantaisie	78
8	Résumé des codes de traitement.....	80
8.1	L'utilisation du code 0	80
8.1.1	Recommandations de base	80
8.1.2	Applications spécifiques	81
8.2	L'utilisation du code 1	81
8.2.1	Recommandations de base	81
8.2.2	Applications spécifiques	82
8.3	L'utilisation du code 3	83
8.3.1	Recommandations de base	83
8.3.2	Applications spécifiques	84
8.4	L'utilisation du code R	84
8.4.1	Recommandations de base (ne s'appliquent pas pour l'habillement et les chaussures).....	84
8.4.2	Applications spécifiques (pour l'habillement et les chaussures).....	85
8.5	L'utilisation du code S	85
8.5.1	Recommandations de base	85
8.5.2	Applications spécifiques	85
8.6	L'utilisation du champ commentaire	86
9	Annexes	87
9.1	Aperçus schématiques des règles de relevé de prix pour l'habillement et les chaussures.....	87
9.2	Aperçus schématiques des règles de remplacement d'articles	91

1 Comprendre l'indice des prix à la consommation (IPC)

1.1 Définition de l'IPC

L'indice des prix à la consommation (IPC) mesure le renchérissement (inflation) en Suisse.

C'est un indicateur de **l'évolution moyenne des prix des biens et services de consommation** représentatifs des dépenses de consommation des ménages privés. Il répond à la question : que coûtent aujourd'hui par rapport à la période de base les biens et services représentatifs de la consommation des ménages privés ?

Plusieurs éléments de cette définition sont importants afin de bien comprendre cet indicateur :

- L'IPC mesure **l'évolution des prix** et non leur niveau.
- L'IPC indique l'évolution **moyenne** des prix et non l'évolution du prix d'un article particulier.
- Seule l'évolution des prix des **biens et services de consommation privée** est mesurée. Ceci exclut les charges sociales, les primes d'assurance-maladie obligatoire et les impôts directs.
- Ces biens et services sont **représentatifs** de la consommation des ménages. Etant donné qu'il n'est pas possible de relever les prix de tous les produits existant sur le marché suisse, il est nécessaire de faire un choix. Les articles retenus dans le panier-type de l'IPC sont ceux que les ménages achètent le plus souvent.
- Seuls les biens et services consommés par les **ménages privés** sont pris en considération. La consommation des entreprises et celle de l'Etat est par conséquent exclue.

Exemple

Admettons que nous sommes en juin 2021 et que la période de base soit décembre 2020 (valeur de l'indice = 100). Si l'indice de juin 2021 est égal à 99.0, cela signifie qu'entre décembre 2020 et juin 2021, les prix des biens et services représentatifs de la consommation des ménages privés ont diminué en moyenne de 1%. Cela revient à dire que le taux d'inflation, ou le renchérissement, entre décembre 2020 et juin 2021 est de -1%.

L'IPC n'est pas un véritable indice du coût de la vie. Il s'en différencie notamment par le fait qu'un indice du coût de la vie prendrait également en compte les **dépenses de transfert** comme les impôts et les primes de l'assurance-maladie obligatoire.

Des compléments d'information concernant l'IPC sont disponibles sous www.ipc.bfs.admin.ch.

1.2 Utilisations de l'IPC

L'indice des prix à la consommation est utilisé pour :

- Observer l'évolution des prix.
- Indexer les salaires, les rentes, les pensions alimentaires, et d'autres valeurs monétaires au taux d'inflation.

Les rentes AVS sont régulièrement ajustées en fonction du taux d'inflation et de l'évolution des salaires (combinaison des deux indices) afin de maintenir le pouvoir d'achat des retraités constant dans le temps. Dans la plupart des entreprises, les salaires sont également ajustés en fonction de l'IPC. A noter qu'en Suisse, les ajustements salariaux au renchérissement ne sont pas effectués automatiquement, mais résultent des accords entre les partenaires sociaux.

- Analyser la situation économique. L'IPC est l'une des bases fondamentales pour mener à bien la politique monétaire.

En cas de forte inflation, comme au début des années 90, la Banque nationale suisse, ainsi que d'autres instances économiques, visent à limiter l'inflation pour maintenir le pouvoir d'achat des consommateurs. Dans une telle situation, une plus grande stabilité des prix est avantageuse. Si par contre les prix sont pratiquement stables, une politique monétaire plus généreuse est possible. Dans tous les cas, l'IPC lui fournit des informations essentielles pour la politique monétaire.

- Déflater des séries économiques nominales, telles que les comptes nationaux, les salaires ou les chiffres d'affaires et calculer ainsi l'évolution réelle de séries économiques.

Admettons que les salaires nominaux augmentent de 3% au début de l'année. Le taux d'inflation moyen de l'année qui s'est écoulée est de 5%. En termes réels, les salaires n'augmentent pas de 3% mais diminuent de 2%. D'un côté, on gagne 3% de plus; de l'autre côté, on dépense 5% de plus pour consommer les mêmes biens et services qu'auparavant. Le pouvoir d'achat baisse en réalité de 2%.

- Se comparer avec d'autres pays.

La comparaison internationale doit être effectuée avec précaution, les différents pays n'utilisant pas tous les mêmes méthodes pour calculer leur IPC national. Les indices des prix à la consommation harmonisés (IPCH) sont un outil important dans le domaine de la comparaison internationale au niveau européen. Ces indices sont publiés, entre autres, par les Etats membres de l'Union européenne et se basent sur des méthodologies standard. Depuis 2008, la Suisse publie un IPCH, ce qui permet de comparer le taux d'inflation en Suisse avec celui des pays voisins.

1.3 Calcul de l'IPC

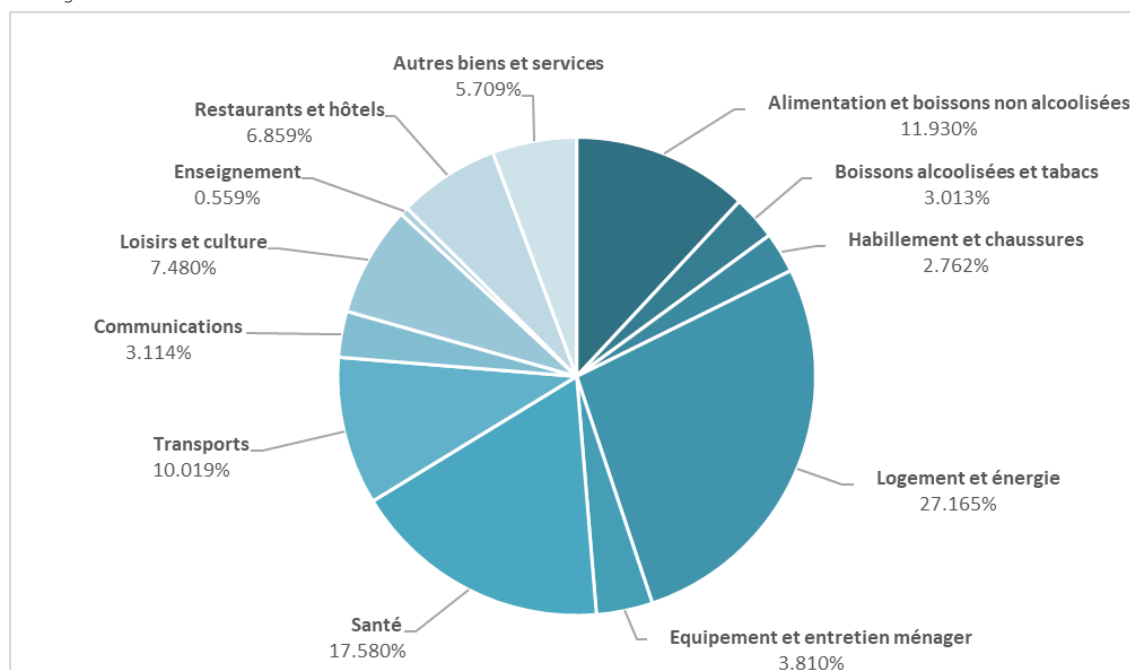
L'IPC est calculé sur la base des prix d'un certain nombre de biens et services. Les prix récoltés dans différents points de vente constituent donc les ingrédients essentiels et indispensables à sa production. Ils forment la base de l'IPC et déterminent ainsi directement sa qualité et sa précision.

1.3.1 Le choix des articles à relever

La consommation des ménages est représentée, dans l'indice, par le panier-type. Ce panier est composé des groupes principaux suivants :

- | | |
|---|------------------------------|
| 1. Alimentation et boissons non-alcoolisées | 7. Transports |
| 2. Boissons alcoolisées et tabacs | 8. Communications |
| 3. Habillement et chaussures | 9. Loisirs et culture |
| 4. Logement et énergie | 10. Enseignement |
| 5. Equipement et entretien ménager | 11. Restaurants et hôtels |
| 6. Santé | 12. Autres biens et services |

Figure 1 : Composition du panier-type 2021 de l'IPC et répartition des dépenses des ménages selon les résultats de l'enquête sur le budget des ménages 2019-2020



La structuration de la consommation des ménages privés en 12 groupes suit une classification internationalement reconnue. Les articles dont les prix sont relevés, appartiennent tous à l'un de ces groupes principaux.

Relève-t-on les prix de tous les articles existant sur le marché suisse ? Non. Cette opération serait plutôt difficile à réaliser et s'avèrerait extrêmement coûteuse. En pratique, seul un certain nombre d'articles représentatifs sont choisis (les articles qui se vendent le mieux). Ces derniers doivent ainsi représenter l'ensemble des biens et

services de consommation vendus en Suisse. Pour la globalité du panier-type, environ 1'200'000 prix sont relevés chaque année.

1.3.2 La sélection des points de vente

Les prix des articles sont relevés dans quelque 5'400 shops en ligne et points de vente répartis sur le territoire suisse. Ils sont structurés selon les branches d'activité et les circuits de distribution. Etant donné qu'il n'est guère possible de relever les prix dans tous les points de vente existants, seuls les plus importants (ceux qui réalisent le plus de chiffre d'affaires) sont choisis à l'intérieur de chacune de ces catégories.

Exemple

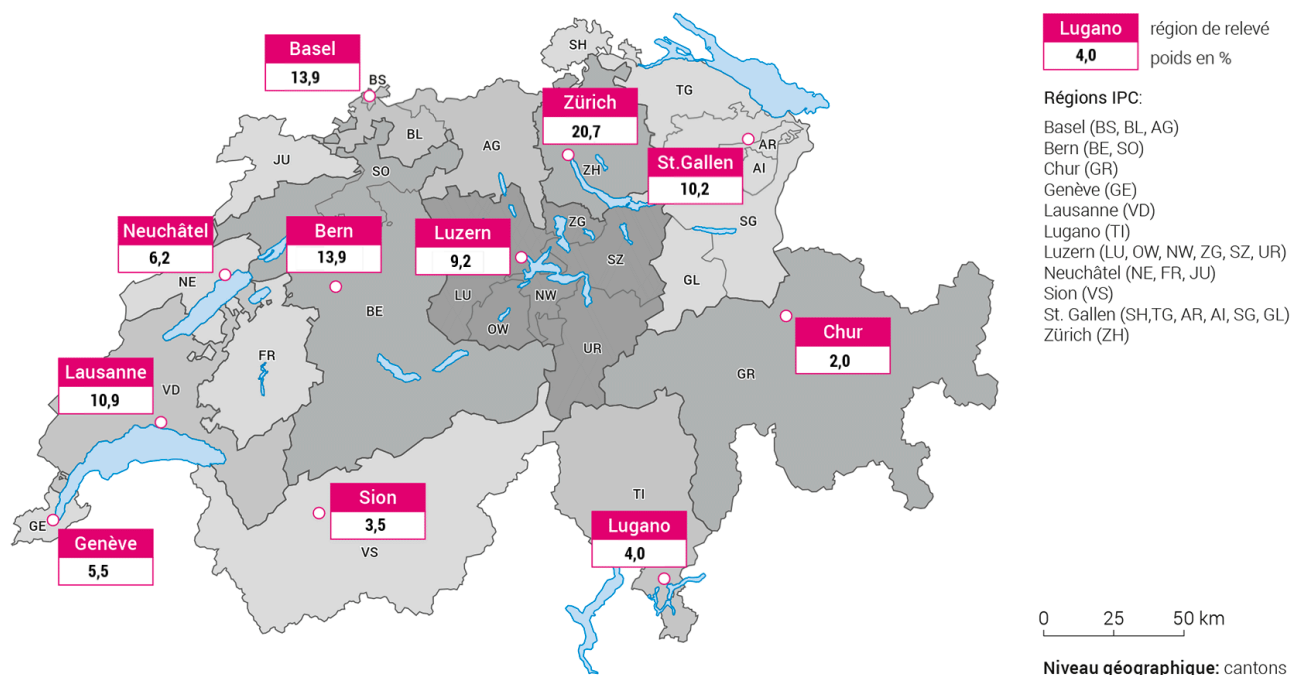
Pour le groupe de produits « vêtements pour femmes », un certain nombre de points de vente représentatifs appartenant aux circuits de distribution suivants sont sélectionnés :

- grands distributeurs et grands magasins (par ex. Coop, Jelmoli),
- autres commerces spécialisés filialisés (p.ex. Benetton, Vero Moda, y compris leurs magasins en ligne aussi)
- Internet (VPC) (p.ex. La Redoute, Bon Prix)
- commerce spécialisé indépendant / boutiques
- Zara, PKZ, Chicorée, Esprit
- H&M
- C&A
- Zalando
- Manor

1.3.3 Les régions du relevé de prix

Comme pour les articles et les points de vente, les régions dans lesquelles s'effectuent les relevés de prix doivent être sélectionnées. Ce choix est effectué sur la base de la structuration régionale de la Suisse développée par l'Office fédéral de la statistique (OFS) : le territoire suisse a été découpé en 7 grandes régions. A l'intérieur de celles-ci, un certain nombre de régions ont été choisies. Il s'agit des 11 régions suivantes :

Figure 2 : Les onze régions de relevé de prix de l'indice des prix à la consommation et leur poids respectifs



Source: OFS - Enquête sur le budget des ménages, part des dépenses de consommation des régions IPC 2016 - 2018

© OFS 2021

1.3.4 La fréquence du relevé de prix

L'IPC est calculé et publié mensuellement. Le relevé de prix mensuel est donc la norme, à quelques exceptions près :

- Les prix de certains groupes de produits, comme par exemple, les loyers, les coiffeurs et les services de réparation pour automobiles, changent moins fréquemment que d'autres, si bien qu'il est inutile de relever leurs prix de manière mensuelle. Les prix de ces services sont relevés trimestriellement.
- D'autres biens et services dont les prix varient encore moins fréquemment ne sont relevés que semestriellement, voire annuellement ou de manière apériodique. C'est le cas des services dentaires, des transports publics, des services pour la garde des enfants, etc.
- Certains produits, comme par exemple certains fruits et légumes frais tels que les mandarines ou les asperges, certains articles de sports saisonniers comme les skis, certains articles d'habillement comme les robes d'été ou encore certaines chaussures comme les sandales ne sont pas disponibles toute l'année. Aussi, hors saison, aucun relevé de prix n'est effectué.
- A l'inverse, le prix des produits pétroliers évolue de façon si rapide qu'ils sont relevés deux fois par mois lors de jours de référence prédéfinis.
- Pour les fruits et légumes, un relevé de prix mensuel est effectué. Les relevés de prix sont réalisés durant la première semaine du mois dans une partie des points de vente, et durant la deuxième semaine du mois pour le reste des points de vente.

La périodicité de relevé de prix est fixée pour chaque variété. En début d'année une liste de tous les produits saisonniers est mise à disposition des enquêteurs régionaux.

Des adaptations mineures aux périodicités de relevé de prix sont possibles chaque année ; les grands changements sont néanmoins limités aux années de révision (2020, 2025, etc.).

1.4 Organisation du relevé de prix

Le travail de relevé de prix est réparti entre les enquêteurs régionaux et les collaborateurs de l'OFS selon la nature des biens et services contenus dans le panier-type. Deux catégories se distinguent :

- **Biens et services dont les prix se forment à l'échelle régionale.** Il s'agit de la plupart des denrées alimentaires, des boissons, de l'habillement, du mazout et de l'essence, des services culturels, de la restauration, etc. Pour ce type de biens, l'évolution des prix, de même que l'assortiment offert et les préférences locales peuvent varier d'une région à l'autre. Il est donc nécessaire de se rendre dans chacune des 11 régions définies afin de saisir correctement l'évolution des prix, en relevant les prix des biens représentatifs au niveau régional. Pour ce groupe de biens, le relevé de prix est effectué en général par des enquêteurs du mandataire domiciliés dans les régions sélectionnées.
- **Biens et services dont les prix sont définis au niveau national ou se prêtent à un relevé centralisé.** Il s'agit, entre autres, des prix des transports publics, des tarifs dans le domaine de la santé, l'électricité, des véhicules, etc. Dans ce cas, il suffit de collecter les prix de manière centralisée dans le ou les points de vente principaux de Suisse. Le relevé des prix de ces produits est assuré pour la plupart par les **collaborateurs spécialisés de l'OFS**.

1.4.1 La technique de relevé de prix

Il existe plusieurs types de relevés de prix selon le genre de produits.

- Pour certains groupes de produits, tels que l'alimentation ou la restauration, par exemple, les prix doivent absolument être relevés sur le **terrain**, principalement en raison d'un fréquent changement d'assortiment. Les enquêteurs doivent se rendre sur place pour trouver le produit à relever (et le remplacer, si nécessaire) et pour relever son prix. Le relevé de prix sur le terrain est effectué au moyen de **tablettes tactiles**.
- Pour certains groupes de produits dont l'assortiment change fréquemment (particulièrement pour les vêtements et chaussures, les meubles et les produits électroniques), un **relevé en ligne** est plus efficace qu'un relevé sur le terrain. Les relevés en ligne permettent de trouver rapidement les articles à l'aide de filtres et de fonctions de tri, ce qui facilite le remplacement d'articles. De plus, les informations sur les produits sont présentées de manière claire et détaillée.
- Pour d'autres groupes de produits, les services notamment, un déplacement dans le point de vente chaque mois n'est pas possible. Ces informations sont dans la plupart des cas récoltées par **téléphone** ou par **e-mail**. C'est le cas des services dentaires ou vétérinaires. C'est également le cas des prix du mazout, lorsqu'ils ne sont pas disponibles sur internet.
- Pour certains grands distributeurs, l'OFS relève les prix à l'aide de **données scannées**. Sont principalement concernés les produits d'alimentation, les articles de ménage et de soins corporels (food et near food). Les collaborateurs de l'OFS sont responsables du relevé de prix.
- Dans certains domaines, l'OFS acquiert des **jeux de données** pour pouvoir calculer les indices de prix respectifs (médicaments, voitures neuves, etc.).

1.5 Responsabilités, bases légales, confidentialité et protection des données

L'OFS est responsable de la méthode, de la révision, de la production courante, de la qualité et de la publication de l'IPC.

L'IPC a pour **bases légales** la loi du 9 octobre 1992 sur la statistique fédérale (LSF) ainsi que l'ordonnance du 30 juin 1993 sur l'exécution des relevés statistiques fédéraux. Selon l'article 6 de cette ordonnance, les points de vente qui ont été sélectionnés pour une enquête statistique sur les prix dans le cadre de l'IPC sont obligés de participer. La loi sur la statistique fédérale du 9 octobre 1992, l'ordonnance du 30 juin 1993, ainsi que la loi fédérale sur la protection des données (LPD) du 19 juin 1992 règlent de manière très rigoureuse la question de la confidentialité.

Toutes les personnes et tous les services chargés d'exécuter les relevés sont tenus de traiter les données collectées de manière confidentielle. Les enquêteurs doivent d'ailleurs signer une déclaration spécifique dans laquelle ils s'engagent à ne pas divulguer les informations récoltées.

Les données récoltées ne sont traitées qu'à des fins statistiques spécifiques indiquées lors de leur collecte. Dans le cas de l'IPC, les données ne sont utilisées que pour calculer l'évolution des prix. En aucune façon celles-ci ne servent à effectuer des comparaisons de prix entre concurrents. Les données ne sont utilisées que par les personnes chargées du calcul de l'IPC (section Prix de l'OFS). Elles ne sauraient être transmises à un autre service de l'OFS ou à un autre office fédéral, sans la signature préalable d'un contrat de protection de données et seulement de façon anonymisée. **L'OFS, le mandataire ainsi que les enquêteurs régionaux s'engagent à respecter ces dispositions légales.**

2 Le rôle des enquêteurs

2.1 Enquêteur - un rôle primordial !

Les prix constituent le point central sur lequel repose l'IPC. C'est en effet à partir des prix que l'on calcule les variations de prix déterminantes pour la mesure du renchérissement. Dans ce processus, les enquêteurs jouent un rôle primordial puisque ce sont eux qui **se rendent dans les points de vente afin d'y récolter les informations désirées**. Ils sont d'une part « les yeux et les oreilles » de l'OFS, d'autre part, les garants d'un indice de haute qualité.

2.2 Enquêteur - un rôle officiel !

Les enquêteurs disposent d'une carte de légitimation, qui reconnaît leur rôle d'enquêteur ou d'enquêtrice pour l'indice des prix à la consommation.

Ils portent toujours sur eux cette carte de légitimation lorsqu'ils relèvent les prix sur le terrain.

Figure 3 : Exemple carte de légitimation

 Schweizerische Eidgenossenschaft Confédération suisse Confederazione Svizzera Confederaziun svizra GÜLTIG BIS/VALABLE JUSQ'AU/VALIDA FINO AL 31.12.2022  Ausweis für/ carte pour / carta per: NAME – NOM – COGNOME Meier VORNAME – PRENOM – NOME Hans	Der Inhaber / die Inhaberin dieses Ausweises führt im Auftrag des Bundesamts für Statistik (BFS) Preiserhebungen für den Landesindex der Konsumentenpreise (LIK) durch. Er / sie untersteht den gesetzlichen Datenschutzbestimmungen des Bundes. Le détenteur de ce certificat effectue des relevés de prix pour l'indice suisse des prix à la consommation (IPC), mandaté par l'Office fédéral de la statistique (OFS). Il / elle est soumis(e) aux dispositions légales sur la protection des données de la Confédération. Il possessore di questo certificato sta effettuando rilevazioni dei prezzi per l'indice nazionale dei prezzi al consumo, su incarico dell'Ufficio federale di statistica (UST). Lui/Lei è sottoposto (a) alle direttive legali sulla protezione dei dati della Confederazione. LIK/IPC Hotline BFS/OFS/UST: 058 463 69 00
---	---

2.3 Les tâches des enquêteurs

Les tâches des enquêteurs sont loin d'être simples. Ils peuvent, en effet, être confrontés à des situations dans lesquelles il s'agit de faire preuve de perspicacité, de diplomatie et de patience. Le responsable du point de vente refuse de participer ? Il ne coopère pas lorsque les enquêteurs ont besoin d'informations ? Le magasin a changé d'assortiment à tel point que les enquêteurs ne retrouvent plus du tout les mêmes articles qu'auparavant ? Ce guide est là pour fournir une bonne partie des réponses à ces problèmes. Les enquêteurs peuvent également et en tout temps compter sur le soutien du mandataire et de l'OFS.

Les tâches des enquêteurs sont les suivantes :

- Selon la planification annuelle de l'OFS et du mandataire, ils relèvent dans le point de vente correspondant durant les **8 premiers jours ouvrables du mois**¹ le prix des articles figurant dans la tablette. Pour ce faire, ils suivent les règles décrites dans le présent manuel.
- **Les enquêteurs effectuent le relevé personnellement.** Le personnel de vente ne relève en aucun cas les prix lui-même. L'envoi ou le dépôt de listes n'est possible qu'avec l'autorisation explicite de l'OFS. Le personnel de vente peut cependant soutenir les enquêteurs dans leur tâche et leur fournir des informations précieuses, dans la mesure où il est celui qui connaît le mieux l'assortiment.
- Ils s'assurent à chaque enquête de la représentativité des articles et les remplacent si nécessaire.
- Ils informent le mandataire de tout changement important dans l'assortiment des points de vente. Tout changement de technique de relevé de prix (sur le terrain, par téléphone, etc.) ainsi que les éventuels changements d'assortiment – articles qui pourraient être relevés en plus – sont également annoncés au mandataire.
- Ils codifient les données, les plausibilisent et les transmettent ensuite au mandataire.
- Ils commentent systématiquement les variations de prix inhabituelles ou importantes afin d'apporter une aide dans le travail de plausibilisation de l'OFS.
- Ils entretiennent un contact régulier avec les responsables des points de vente.
- Ils tiennent à jour les informations sur les points de vente. Lors d'une fermeture temporaire d'un point de vente (vacances, rénovation, etc.), ils s'informent régulièrement sur la date de réouverture.
- Ils se tiennent informés de l'évolution du marché régional et du commerce de détail. Cela inclut la tenue et la mise à jour d'une liste de points de vente de remplacement potentiels.
- Ils proposent des points de vente de remplacement, lorsque le point de vente visité ferme ses portes ou lorsqu'il n'est plus représentatif (lorsque ses affaires marchent de moins en moins bien).
- Du fait de leur rôle d'intermédiaire, ils transmettent au mandataire toute information importante pouvant influencer et améliorer le relevé des prix (nouvelles tendances du marché, nouveaux produits, découvertes technologiques significatives, nouveaux circuits de distribution, etc.).

2.4 Les outils à disposition de l'enquêteur

2.4.1 Le panier-type comme outil de référence

Les articles dont il faut relever les prix sont contenus dans les variétés, qui représentent le niveau le plus bas du panier-type (type de position 6). En plus de la définition des articles à relever, le panier-type contient toutes les informations à saisir durant les relevés de prix.

Il contient également des exemples d'articles à relever, ainsi que des informations utiles au relevé et les caractéristiques de produits qui doivent être relevées au besoin.

Le panier-type est l'outil de référence pour les relevés de prix. Les informations qu'il contient sont également à disposition dans la tablette.

¹ Voir le chapitre 4.1 pour les exceptions à cette règle.

Tableau 1 Extrait du panier-type

No Pos	Type Pos.	Description	PE	QS	US	z/d	Prix par PMS	Exemples	Info, caractéristiques
1014	3	Pain, pâtisserie et autres articles de boulangerie							
1015	4	Pain							
1024	6	Pain blanc	M	500	gr	z/d	2	p.ex. pain blanc, baguette parisienne, pain tessinois, ciabatta, etc.	
1017	6	Pain bis	M	500	gr	z/d	1		
1018	6	Pain mi-blanc	M	500	gr	z/d	1		
1022	6	Tresse	M	400	gr	z/d	1		
1023	6	Autres pains frais	M	400	gr	z/d	2	Pains spéciaux (pain complet, pain aux olives, pain aux fruits, pains aux cinq céréales, à l'épeautre, à l'orge, à l'avoine, au maïs, etc.)	
1025	6	Pain précuit	M	250	gr	z/d	1	incl. tresse	

PE = périodicité, QS = quantité standard, US = unité standard, z/d = centralisé (z) ou décentralisé (d), PMS = point de vente

Explications sur le contenu du panier-type

- Le **type d'article** qui doit être relevé est défini dans la colonne « *Description* » du panier-type. Certaines variétés sont précisément définies dans le panier-type et correspondent pratiquement à des articles. Pour d'autres variétés, par contre, les enquêteurs disposent d'une certaine marge de manœuvre et sont donc amenés à faire un choix.

Pourquoi certaines variétés ne sont-elles pas définies précisément par l'OFS ?

Premièrement, l'OFS ne dispose pas des informations nécessaires pour effectuer un choix aussi détaillé. Deuxièmement, les habitudes de consommation à un niveau très détaillé peuvent varier d'un point de vente à l'autre et d'une région à l'autre. Le choix effectué par les enquêteurs avec l'aide éventuelle du responsable du point de vente permet de garantir la représentativité des articles choisis.

- Des **exemples** d'articles qui correspondent à la définition d'une variété sont mentionnés dans le panier-type lorsque la variété n'est pas précisément définie. Dans ce cas, les exemples aident les enquêteurs à sélectionner un article représentatif.

Les listes d'exemples ne sont toutefois pas exhaustives. Les enquêteurs peuvent choisir un article qui correspond à la définition de la variété même s'il n'est pas mentionné dans la liste d'exemples, pour autant que ce dernier soit représentatif de l'assortiment du point de vente.

- La partie **informations et caractéristiques** contient des informations importantes pour le relevé, comme par exemple ce qu'il faut mentionner dans la description d'article. L'enquêteur y trouve également la liste des caractéristiques qualitatives de produit qu'il doit relever pour les articles d'une position. Si le champ est vide, cela signifie qu'il n'y a pas d'exigences particulières.
- La **quantité standard (QS)** et l'**unité standard (US)** définissent la quantité vendue typique pour la catégorie de produits en question (p.ex. 500 grammes pour le pain blanc). Ils indiquent à l'enquêteur, en quelle quantité un article devrait être relevé. La quantité effectivement vendue du produit sélectionné dans le point de vente ne doit cependant pas absolument correspondre à la quantité standard. Elle doit par contre **impérativement être saisie dans l'unité standard définie**. Par exemple, dans la position pain blanc la quantité standard est égale à 500 et l'unité standard est le gramme. L'enquêteur pourra relever du pain blanc dont la quantité vendue est supérieure (p.ex. 600gr) ou inférieure (p. ex .350gr), mais il ne pourra pas saisir la quantité de pain blanc en kilogrammes.
- Le **nombre de produits à choisir** varie selon le type de produits. Le panier-type livre toutes les informations nécessaires à ce sujet. Le nombre de produits demandé par position peut varier légèrement d'une année à l'autre. Des changements plus importants peuvent intervenir après les années de révision (2020, 2025, ...).
- Tous les relevés de prix dans les points de vente doivent être effectués **conformément à la périodicité (PE) définie dans le panier-type** (p.ex. mensuellement, trimestriellement, etc.). D'autres arrangements peuvent dans des cas particuliers avoir du sens. Ils doivent cependant être avalisés par l'OFS.
- Le relevé de prix est divisé en deux catégories : un **relevé décentralisé (d)** qui est réalisé par le mandataire et qui a lieu dans les 11 régions de relevé de prix, et un **relevé de prix centralisé (z)**, qui est effectué par l'OFS. Dans la tablette, seuls les prix des positions qui sont destinées à être relevées par les enquêteurs du relevé décentralisé peuvent être saisis. Les positions qui sont relevées centralement par l'OFS sont visibles dans la tablette mais ne peuvent pas être traitées par les enquêteurs.

Pourquoi tous les prix de certains grands distributeurs ne sont-ils pas relevés régionalement ?

L'OFS a évalué pour certains grands distributeurs et pour chacune des positions du panier-type dans quelle mesure ces derniers pratiquent des prix différents au niveau régional. Là où les prix varient au niveau régional (en particulier pour les produits frais), les prix sont relevés par les enquêteurs dans les différents points de vente régionaux. Tous les autres prix sont relevés centralement par l'OFS (p.ex. par données scannées). C'est la raison pour laquelle toutes les positions d'un même groupe de marchandises n'ont pas besoin d'être relevées régionalement.

2.4.2 La tablette comme outil de travail

Les prix sont en règle générale relevés **dans les points de vente au moyen de tablettes tactiles**. Celles-ci permettent d'effectuer une série de contrôles basés sur le software dans le point de vente déjà et si besoin, de générer des indications pour les enquêteurs (p.ex. lors de fortes évolutions de prix, changements de quantité, etc.). A travers cela, les enquêteurs sont rendus attentifs aux éventuelles erreurs alors qu'ils se trouvent encore dans le point de vente à côté du produit concerné.

L'OFS met à disposition des enquêteurs des instructions quant à l'utilisation de la tablette et le mandataire s'occupe de la formation des enquêteurs.

L'utilisation d'une autre technique de relevé de prix est permise dans les cas suivants :

- a) Les **relevés de prix de services** peuvent **aussi bien** être réalisés **dans le point de vente que par téléphone, par e-mail ou sur internet** :

- Groupe 3 – Habillement et chaussures : retouches de vêtements et de chaussures
- Groupe 4 – Logement et énergie : mazout
- Groupe 7 – Transport : essence, diesel, services et travaux de réparations pour véhicules motorisés, taxes de parking, taxi, pneus et accessoires
- Groupe 9 – Loisirs et culture : services récréatifs et culturels (manifestations sportives, piscines, etc.), cinéma, théâtre et concerts, services pour articles de sport d'hiver
- Groupe 12 – Autres biens et services : services de coiffeurs et instituts de beauté

b) Dans un point de vente qui présente de **fréquents changements d'assortiment** et qui nécessite donc beaucoup de saisie de texte, le relevé de prix au moyen de **formulaire papier** est souvent plus efficace et de ce fait toujours autorisé. Ceci concerne en particulier :

- Le relevé de prix des articles d'habillement, en particulier après les soldes, lorsque près de la moitié de l'assortiment doit être remplacé.
- Le premier relevé de prix dans un nouveau point de vente, durant lequel tous les articles doivent être relevés pour la première fois.
- D'autres exceptions avalisées par l'OFS sont toujours possibles.

Les **exceptions doivent être justifiées et annoncées à l'OFS** avant le premier relevé de prix et lors de tout changement de technique de relevé de prix.

Saisie de la technique de relevé

Les enquêteurs précisent le type de relevé pour chacun des points de vente. Ils le saisissent dans la tablette sous « Informations sur le point de vente ».

3 Points de vente : choix, contact, remplacement

L'OFS fixe le nombre et le type des points de vente dans lesquels les prix doivent être relevés.

Conformément au chapitre 1.3.2, **les points de vente sont regroupés en catégories, selon la branche d'activité ainsi que selon le canal de distribution** auxquels ils appartiennent. A l'intérieur de chaque catégorie, l'OFS a défini le nombre de points de vente à choisir.

Le critère de choix, à l'intérieur de chaque catégorie, est l'estimation de l'importance relative des points de vente.

Exemple

Pour le groupe de produit « pain », il existe 6 canaux de distribution : Migros (canal 1), Coop (canal 2), les discounters (canal 3) et les grands magasins et les commerces spécialisés (canal 4), Denner (canal 5) et Manor (canal 6). Sur la base de la structure du marché du pain, il a été décidé de sélectionner deux boulangeries à l'intérieur du canal 4 et une épicerie dans chaque région. Parmi la dizaine de boulangeries présentes en ville de Neuchâtel, deux boulangeries et une épicerie qui « marchent bien » et qui représentent ainsi au mieux les habitudes d'achat des consommateurs ont été choisies.

3.1 Choix du point de vente

Le choix de points de vente régionaux est effectué par l'enquêteur. Il doit toutefois être approuvé par l'OFS avant le premier relevé de prix.

Peu importe, qu'il s'agisse du remplacement d'un point de vente existant ou du recrutement d'un nouveau point de vente, il est important de choisir un point de vente dont l'assortiment couvre une grande partie du panier-type, qui soit bien fréquenté et bien situé géographiquement. Les critères décrits dans le chapitre 3.1.1 doivent être pris en compte. C'est pourquoi, par exemple, un point de vente spécialisé ou une boutique ne doit en aucun cas être remplacé par un grand magasin, car ils n'appartiennent pas au même canal de distribution.

3.1.1 Le recrutement d'un point de vente

Concrètement, pour recruter un nouveau point de vente, il faut s'y prendre comme suit :

1) L'enquêteur cherche des points de vente potentiels

Les enquêteurs établissent une liste des points de vente potentiels, un ou plusieurs, en fonction de leurs besoins (ils utilisent également Internet pour la recherche), en observant les critères suivants :

Assortiment

L'assortiment offert doit couvrir au moins 50% des positions du panier-type dans le domaine à relever. Si une partie représentative de l'assortiment n'est pas disponible dans le point de vente choisi, les enquêteurs doivent trouver un autre point de vente pour l'assortiment non couvert. En cas de doutes, les enquêteurs s'adressent au mandataire.

Situation géographique

Si possible et pour autant qu'il existe un nombre suffisant de points de vente en ville, les enquêteurs y restent. Ils veillent à bien y répartir géographiquement les points de vente. Cela signifie qu'ils doivent sélectionner dans la mesure du possible des points de vente implantés dans divers quartiers de la ville.

Toutefois, les enquêteurs peuvent se rendre dans l'agglomération avoisinante, si les conditions suivantes sont remplies :

- Il existe un point de vente, à l'extérieur du centre-ville, qui détient une part de marché significative.
- Le point de vente a été suggéré par le mandataire ou l'OFS.
- Il n'existe pas de point de vente au centre-ville.

Représentativité

Si différents points de vente potentiels entrent en ligne de compte, les enquêteurs choisissent celui qui selon eux est le plus fréquenté ou qui vend le mieux.

Important : Avant d'effectuer leur choix, les enquêteurs se rendent dans tous les points de vente potentiels et comparent l'assortiment offert avec celui requis par le panier-type pour le relevé des prix. Ce faisant, ils pourront également juger de la fréquentation du point de vente.

2) L'enquêteur a choisi un point de vente, en informe le mandataire et attend son feu vert

Une fois que les enquêteurs ont fait leur choix, il peut être utile de vérifier informellement avec le responsable du point de vente, si le point de vente est potentiellement prêt à participer à l'enquête (voir chapitre 3.1.3 pour les arguments à utiliser pour convaincre un point de vente de participer). Ensuite, ils transmettent au mandataire les informations suivantes :

- Informations sur les points de vente visités : points de vente visités ; parmi ces derniers, lesquels sont des candidats de remplacement potentiels et quel point de vente est recommandé pour le remplacement ;
- Informations concernant **l'assortiment et la taille** du point de vente (si un point de vente existant est remplacé : partie du relevé actuel est couverte par l'assortiment du point de vente de remplacement ; si l'assortiment du point de vente de remplacement ne permet pas de remplacer complètement le relevé actuel, partie de l'assortiment qu'il faudrait relever en plus dans un autre point de vente) ;
- Informations sur la **localisation** et la **fréquentation** du point de vente ;
- **Etat actuel de la prise de contact** avec le point de vente (un entretien informel sur la volonté de participation du point de vente a-t-il déjà eu lieu avec le responsable ? Une participation à l'enquête a-t-elle déjà été confirmée ?)

Avant d'effectuer le premier relevé, les enquêteurs doivent attendre le feu vert donné par le mandataire. Le point de vente doit en effet, au préalable, être averti officiellement par écrit (lettre de recrutement de l'OFS). L'OFS transmet les indications reçues du point de vente au mandataire (personne de contact, informations spécifiques au relevé dans ce point de vente, annonce pour le premier relevé, etc.). Les enquêteurs doivent attendre d'obtenir ces informations avant d'effectuer le premier relevé et suivre les éventuelles instructions spécifiques qui leur sont transmises.

3) L'enquêteur a reçu le feu vert du mandataire, il prend contact avec le responsable du point de vente pour déterminer les heures de relevé

Avant le premier relevé de prix, les enquêteurs définissent, en collaboration avec le responsable du point de vente, le meilleur moment pour effectuer les relevés de prix. En effet, à certains moments de la journée ou à certaines périodes de la semaine, le point de vente est plus fréquenté qu'à d'autres. Le travail de l'enquêteur ne devant en rien gêner la clientèle du point de vente ou le travail du personnel, l'enquêteur doit se montrer flexible et réaliser les relevés de prix en dehors des heures d'affluence. Ceci lui permet, en cas de besoin, de s'adresser au personnel du point de vente sans le gêner dans son travail.

Exemple

Le mois prochain, une enquêtrice effectuera pour la première fois un relevé de prix dans un point de vente. Lors du premier contact, elle a convenu avec le responsable du point de vente que 10 jours avant le relevé, elle lui téléphonerait afin de trouver une date et une heure de passage qui lui conviendront au mieux.

De cette manière le processus de relevé de prix est clair pour les deux parties. Le responsable ayant donné son accord, il sera nettement plus disposé à fournir des informations de qualité en cas de besoin.

3.1.2 La procédure à suivre lorsqu'aucun point de vente de remplacement n'a été trouvé.

Si les enquêteurs ne trouvent pas de point de vente susceptible de remplacer celui qui a disparu ou celui qui n'est plus représentatif, ils doivent s'adresser au mandataire, qui, avec l'OFS, se chargera, si possible, de proposer un ou plusieurs remplaçants selon disponibilités.

3.1.3 Les arguments à utiliser en cas de refus d'un responsable de point de vente

Si les enquêteurs prennent déjà contact avec le responsable du point de vente lors de leur première visite ou si un point de vente ne souhaite plus participer pour une raison quelconque, les enquêteurs peuvent utiliser les arguments suivants afin de convaincre le responsable du point de vente de participer au relevé.

- « Grâce à votre participation vous contribuez de façon importante à la mesure du renchérissement en Suisse. L'indice des prix à la consommation est l'une des statistiques les plus utilisées et a des effets directs sur la plupart d'entre nous. Vous êtes peut-être un utilisateur de l'IPC p.ex. pour l'indexation des salaires ou des pensions alimentaires. »
- « Toutes les informations récoltées sont confidentielles ».
- « Lors de l'enquête, je ne m'adresserai à vous qu'en cas de question. Je travaille de manière autonome ».
- « Nous nous intéressons en premier lieu à l'évolution des prix et non à leur niveau ».
- « Le but n'est pas de comparer vos prix avec ceux de la concurrence ».
- « Nous ne faisons pas de contrôles de prix ».
- « Nous ne livrons en aucune façon les informations récoltées dans votre commerce à des tiers ».

Exemple de choix et recrutement d'un point de vente

Un magasin de sport indépendant à Genève ferme ses portes. L'enquêteur responsable de ce point de vente doit trouver un autre magasin de sport indépendant, dont l'assortiment couvre le mieux possible les positions y relatives du panier-type.

L'enquêteur connaît trois autres magasins de sport indépendants à Genève qui ne participent pas encore à l'enquête. En se rendant dans ces trois magasins, il constate que:

- l'un d'eux est spécialisé en articles pour le snowboard et qu'il manque le 90% de l'assortiment requis (il faut en plus des articles de tennis, de ski, etc.) ;
- l'autre vend presque tout l'assortiment requis mais ne marche pas très bien ;
- l'assortiment du dernier couvre 70 % du panier-type dans ce domaine et est bien représentatif des habitudes d'achat des consommateurs, mais il se situe à Meyrin.

L'enquêteur choisit le troisième point de vente malgré sa situation géographique et pour le 30 % des positions du panier-type non couvert, l'enquêteur trouve, si possible, un autre point de vente.

Une fois le point de vente sélectionné, l'enquêteur peut sonder de manière informelle sa volonté de participer. Ensuite, il transmet au mandataire les coordonnées, les informations quant à l'assortiment, son impression générale et les informations éventuelles quant à la volonté de participer du point de vente. L'OFS envoie ensuite un courrier informant le point de vente du fait qu'il a été sélectionné pour participer au relevé de prix de l'indice des prix à la consommation. L'enquêteur reçoit les informations sur la personne de contact du point de vente, ainsi que d'autres informations spécifiques de l'OFS/du mandataire. Le mandataire donne ensuite son feu vert à l'enquêteur pour commencer le relevé de prix.

L'enquêteur fixera dès lors un rendez-vous pour le premier relevé de prix avec le responsable du point de vente puis y effectuera les relevés de prix réguliers. Avant cela, l'enquêteur lui explique précisément comment sont effectués les relevés de prix.

3.1.4 Le premier relevé de prix dans un nouveau point de vente

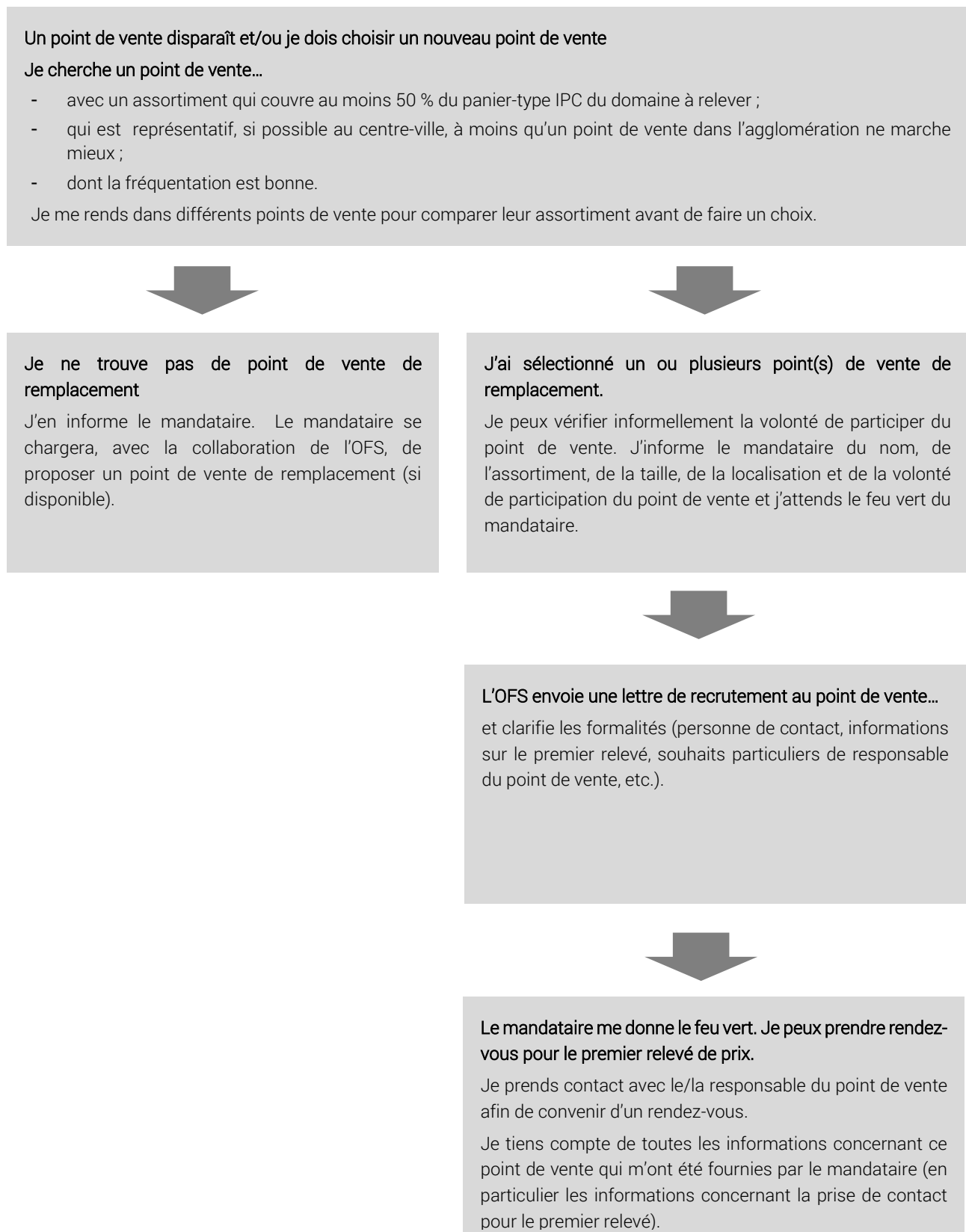
Le premier relevé de prix sert de base à une bonne collaboration. A cette occasion, ...

- ...les enquêteurs prennent le temps nécessaire pour expliquer au responsable du point de vente le déroulement du relevé de prix et pour répondre à d'éventuelles questions ;
- ...les enquêteurs remettent au responsable du point de vente la brochure « Indice des prix à la consommation ».

Le premier relevé prend nettement plus de temps qu'un relevé en temps normal. Les enquêteurs doivent choisir des produits représentatifs pour tout l'assortiment. Afin de s'assurer du bon choix des produits, ils sont souvent amenés à demander de l'aide au personnel de vente et/ou au responsable du point de vente. Ceux-ci doivent être informés qu'ils ne seront pas autant sollicités à chaque relevé, car le relevé de prix s'effectue par la suite de manière indépendante. Par ailleurs, la saisie de toutes les informations dans la tablette lors du premier relevé de prix prend passablement de temps.

Il est important que les enquêteurs soignent leurs relations avec le responsable du point de vente. De bonnes relations conduisent le plus souvent à une bonne collaboration et donc à d'excellents relevés de prix !

Figure 4 : Processus pour le choix d'un point de vente



3.2 Fermeture temporaire d'un point de vente

Il arrive parfois qu'un point de vente soit temporairement fermé en raison de rénovations ou de vacances. Dans un tel cas, les enquêteurs procèdent comme suit :

- S'informer sur la durée et la raison de la fermeture.
- Reporter les prix selon les recommandations du chapitre 5.2.1.
- Ajouter un **commentaire** sur le mois actuel **pour le premier article** (durée, raison, etc.).
- Cocher la case appropriée sous « Raison du non-relevé » dans la fenêtre « Informations sur le point de vente ». Si nécessaire, préciser dans le champ « Informations supplémentaires sur le point de vente ».
- Si la fermeture du magasin est prévue pour plus de 2 mois, en informer le mandataire par e-mail.
- Repasser au magasin le mois suivant, même si le magasin est annoncé comme étant fermé et voir si entre temps de nouvelles informations sont disponibles.

Relevés en ligne

Site internet inaccessible

Si les enquêteurs constatent qu'il n'est pas possible d'effectuer le relevé normalement pendant les 7 premiers jours, ils informent le mandataire du problème.

Si le problème technique devait durer au-delà du 10ème jour du mois, l'enquêteur en informe le mandataire qui conviendra avec l'OFS de la façon de procéder.

3.3 Fermeture définitive d'un point de vente

Lorsqu'un point de vente ferme définitivement, l'enquêteur

- communique la date de fermeture au mandataire dès qu'il en a connaissance
- supprime tous les articles (chapitre 5.3.3.1).
- écrit un commentaire sur le mois actuel.
- cherche un point de vente de remplacement (voir les recommandations concernant le recrutement d'un nouveau point de vente au chapitre 3.1.1).

4 Principes de base du relevé de prix

4.1 Période de relevé de prix

Les prix doivent être relevés **dans les 8 premiers jours ouvrables du mois**. Il faut toutefois prêter une attention particulière aux cas particuliers suivants :

- Lors du relevé de prix des **fruits et des légumes**, il faut tenir compte de la **semaine définie** pour le relevé. Une partie des points de vente fait l'objet d'un relevé la première semaine, le reste des prix est relevé la deuxième semaine. Les jours de relevé exacts pour les deux semaines sont déterminés par le mandataire et dépassent, en principe, les 8 premiers jours habituels du mois d'1-2 jours.
- Le relevé de prix des **produits pétroliers** a lieu **deux fois par mois** précisément lors des jours de référence qui ont été définis. Dans la mesure où les prix changent très vite, il n'est en aucun cas permis d'effectuer ce relevé de prix plus tôt ou plus tard.
- Les relevés **en ligne** doivent être effectués dans les **7 premiers jours du mois**, weekend compris.

4.2 Sélection des articles à relever

Les enquêteurs choisissent les articles

- qui correspondent aux définitions du **panier-type** ; si la description de l'article n'est pas précise, les enquêteurs se basent sur les exemples mentionnés dans le panier-type ;
- **qui se vendent le mieux** et qui sont représentatifs de ce que les ménages consomment ;
- qui sont **représentatifs de l'assortiment** du point de vente ;
- qui **restent en vente pendant un certain temps** (plusieurs mois pour les produits relevés de manière mensuelle, au minimum 1 an pour les produits relevés moins fréquemment). Les caractéristiques des produits sélectionnés ne doivent évoluer que très peu au fil du temps ;
- qui sont relativement **standard** et qui sont aisément remplaçables en cas de changement d'assortiment.
- pour lesquels des **informations** par rapport aux **caractéristiques de produit** à saisir sont disponibles.

Ce choix s'effectue au besoin avec l'aide du personnel du point de vente.

Les enquêteurs doivent, en plus, à chaque relevé de prix, vérifier si le point de vente propose **de nouvelles variétés qui se vendent bien** dans son assortiment, qui n'étaient pas relevées jusqu'ici et pour lesquelles il existe une position dans l'IPC. C'est pourquoi, les enquêteurs doivent toujours avoir un panier-type sous la main.

Relevés en ligne

Articles disponibles exclusivement en ligne

Pour les points de vente possédant aussi bien des magasins physiques que des boutiques en ligne : Ne pas sélectionner des articles disponibles exclusivement en ligne.

Pour le calcul de l'IPC, ces points de vente sont généralement attribués au canal de distribution « commerces filialisés » (voir chapitre 1.3.2). Les articles choisis dans la boutique en ligne doivent alors aussi être vendus dans le point de vente physique.

4.3 Informations permettant d'identifier l'article sélectionné

Le principe le plus important du relevé de prix est de **relever, au fil du temps, le prix des mêmes articles** afin de ne mesurer que l'évolution pure des prix. Par exemple, si l'article dont le prix à relever est un kg de riz sauvage Uncle Ben's, les enquêteurs relèvent chaque mois le prix d'un kilo de riz sauvage de la même marque et non pas le prix d'une autre sorte de riz ou d'une autre marque.

Afin de satisfaire à ce principe de base, les enquêteurs récoltent les informations suivantes lorsqu'ils sélectionnent un nouvel article :

- la **description détaillée** du produit,
- si nécessaire, les **caractéristiques qualitatives du produit** (voir chapitre 4.3.3),
- la **quantité** proposée.

4.3.1 La description d'article

Les enquêteurs doivent décrire les articles sélectionnés aussi précisément que possible, de sorte à pouvoir les identifier plus aisément lors du prochain relevé de prix. Une bonne description comprend des indications telles que

- la **désignation** de l'article, la **marque**, le **modèle**,
- la **couleur**, l'**arôme**, la **sorte** (p.ex. pour les produits d'alimentation),
- le **matériau**,
- le **volume**, la **contenance** (p.ex. le nombre de litres pour les sacs à dos), les **dimensions** (p.ex. pour les coussins),
- **pour les offres spéciales : des informations sur le packaging** (p.ex. duopack ou triopack).
- en fonction de la position, d'autres critères qui caractérisent l'article (p.ex. les spécifications techniques, la qualité, etc.).

Pour **certaines positions**, il existe des **recommandations spéciales quant au contenu de la description** de l'article. Elles se trouvent dans le panier-type (voir champ info) et dans la tablette (sous information sur la position). Il s'agit par exemple de :

- le **pays d'origine** (p.ex. pour les fruits et légumes),
- le **millésime** (p.ex. pour le vin), l'**année** (p.ex. pour les articles de sport),

- le **poids** (p.ex. pour les duvets et les sacs de couchage),
- le **diamètre** (p.ex. pour les pots de fleurs, les poêles, etc.),
- le **genre** (H/F/E) (p.ex. pour les vêtements de sport, certains articles de sport d'hiver),
- la **puissance** du moteur (p.ex. pour les bicyclettes électriques).

Pour certaines variétés, des caractéristiques de produits doivent également être relevées. Dans un tel cas, il n'est pas nécessaire de répéter les informations relevées dans les caractéristiques dans la description de l'article. Seule la marque doit être mentionnée aussi bien dans la description que dans les caractéristiques, lorsqu'elle y est requise.

Le champ de description ne doit en aucun cas être vide, même si la variété donne une description précise des articles à relever. Ces informations augmentent la qualité du relevé et de l'indice. Elles sont particulièrement utiles lors des remplacements d'articles et des contrôles de plausibilité. Elles permettent à l'OFS de mieux comprendre les relevés.

Attention

Lorsqu'il y existe différentes sortes ou variantes d'un article, il faut toujours choisir et garder la même sorte ou variante. Exemple : « yogourt, divers arômes » n'est pas permis. Il faut choisir, par exemple, le « yogourt fraise ».

Exemples de description d'article

Position	Description de l'article
1004 Riz (sans additif)	Riz sauvage, Uncle Ben's
1249 Yogourt aromatisé ou aux fruits 120-180gr	Yogourt aux myrtilles, Hirz
1362 Tomates	Tomates grappes, Suisse
2025 Autre vin rouge indigène, 7.5 dl	Ligornetto Merlot Ticino DOC Vinattieri 2013
4015 Revêtements de sol fixes	Parquet à l'anglaise, marque Skandor, bouleau 3 lames « Freedom Birch », verni, 2.5mm
5072 Duvet en plumes	Garant Clima Outlast Daune light, 160x210, 250g, duvet d'été
5147 Poêle	Poêle à frire Kuhn Rikon Gusto Star 22 cm
9219 Jouets pour bébés	Puzzle en bois Ravensburger, petits animaux, 10 pièces
9232 Ski de descente avec fixation	Ski pour hommes Salomon W-Max 165 cm modèle 2015/2016
9260 Tente	Tente, série Sierra Leone, marque Salewa, dimensions 250/300/150, pour 2 personnes
9261 Sac de couchage	Sac de couchage Deuter, Exosphere, rembourrage: synth. poids: 1420 g température de confort: -4°C
9266 Sac de montagne	Sac à dos Butterfly 500 regular, marque Mammut, capacité de 35 litres
9312 Géranium	Géranium, Pélargonium, 13 cm
12184 Bague (fantaisie)	Bague avec cristaux, marque SIX, en métal, doré

4.3.2 Le numéro d'article

Dans la tablette, un champ est prévu pour relever le numéro d'article d'un produit. Il **n'est pas obligatoire de saisir le numéro d'article pour tous les relevés**. Il peut l'être lorsqu'il est utile au relevé, comme par exemple pour les relevés en ligne.

Relevés en ligne

Relevé du numéro d'article obligatoire

Pour le relevé en ligne, il est obligatoire de relever le numéro d'article et le lien internet dans les champs prévus à cet effet dans la tablette.

4.3.3 Les caractéristiques de produit

Pour certains biens, dont l'évolution des prix est particulièrement difficile à suivre à cause de changements de qualité fréquents, il est demandé aux enquêteurs de relever des informations sur les **caractéristiques qualitatives** en plus des informations standard. Elles sont mentionnées dans la dernière colonne du panier-type sous « Infos,

caractéristiques » et doivent **obligatoirement** être relevées. Si la colonne « propriété du produit » est vide, cela signifie qu'il n'est pas nécessaire de relever des caractéristiques de produits en plus.

Ces informations sont à relever en plus de la description de l'article dans l'onglet caractéristiques de produit. Lorsque des caractéristiques de produits doivent être relevées, cela peut conduire à une double saisie de ces informations, la marque notamment. Les autres informations saisies sous caractéristiques, n'ont pas à être mentionnées dans la description. Elles peuvent toutefois l'être, si l'enquêteur juge que cela facilite son travail lors des relevés.

Il peut arriver, pour certains produits, qu'aucune information concernant les caractéristiques de produit ne soit mentionnée sur l'étiquette. Dans un tel cas, l'enquêteur inscrit le texte suivant dans le champ concerné : **ND** (= non disponible).

L'importance des caractéristiques de produit lors de remplacements

La saisie des caractéristiques de produit est importante pour pouvoir déterminer la comparabilité de deux articles lors des remplacements. En effet, lors de remplacements de produits les caractéristiques de produits doivent rester similaires (voir les critères pour le remplacement d'article dans le chapitre 5.3.2).

Exemples de caractéristiques de produit à saisir

Position	Description de l'article	Caractéristiques de produits
3062 Manteau d'hiver, femmes	Manteau croisé long Cerutti, noir	Marque : Cerutti Fibre 1 : 100% pure laine vierge Fibre 2 : - Longueur : longueur du genou
3254 Bottes et bottines, femme	Bottes à lacets Timberland, noir	Marque : Timberland Matière extérieure : cuir Matière intérieure : textile Type d'article : bottes à lacets
5025 Lit	Lit Campesino, 180x200, blanc	Dimensions : 180X200 Matériau : chêne massif
5185 Ponceuse électrique	Ponceuse électrique, Bosch, modèle PBS 75AE	Marque : Bosch Puissance : 750W Type : ponceuse à bande
9232 Ski de descente avec fixation	Skis Salomon S 24X Kart Max	Marque : Salomon Fonctionnalité : free-style

4.3.4 La quantité

Le prix des articles se réfère toujours à une unité quantitative précise. C'est pourquoi la quantité vendue doit toujours être saisie dans le champ prévu à cet effet. Elle ne correspond pas toujours à la quantité standard.

Si la quantité relevée peut différer de la quantité standard prescrite dans le panier-type, elle doit par contre **toujours être saisie selon l'unité standard définie**.

Des changements dans la quantité offerte (par exemple emballage de 380g au lieu de 400g) peuvent cacher des variations de prix. Il est donc très important de **toujours contrôler à quelle quantité** le prix se réfère et de noter soigneusement et sans délai dans la tablette, en plus du prix, tout changement de quantité.

Exemple de relevé de prix dans une boulangerie

Une enquêtrice doit relever le prix de différents pains dans une boulangerie à Sion.

Les positions pain blanc, pain bis et pain mi-blanc étant précisément définies, le choix de l'enquêtrice est limité.

Par contre, la boulangerie propose différentes sortes de pains spéciaux « autres pains frais », la vendeuse en boulangerie propose à l'enquêtrice :

- un pain de seigle, spécialité valaisanne, particulièrement apprécié par la clientèle de la boulangerie
- un pain du vendangeur, spécialité saisonnière, qui se vend uniquement en automne
- un pain « Crustigrains », pain complet, qui se vend très bien tout au long de l'année

L'enquêtrice doit relever deux articles pour cette position et choisit la spécialité locale, le pain de seigle, ainsi que le pain « Crustigrains ». Le pain du vendangeur étant une spécialité saisonnière, il ne correspond pas aux articles dont les prix doivent être relevés.

Enfin, l'enquêtrice choisit également une tresse. Cette boulangerie ne vend toutefois pas de tresse de 400 gr (quantité standard), mais seulement des tresses de 500 gr ou de 1 kg. Elle choisit la tresse de 500 gr, car c'est celle qui se rapproche le plus de la quantité standard (400 gr). Elle mentionne la différence de quantité dans la tablette.

Si la boulangerie ne vendait que des tresses de 1 kg, elle aurait alors inscrit 1000 gr sur le formulaire ou dans la tablette, et non 1 kg (car l'unité standard est le gramme et non le kilo).

4.3.4.1 Unités de mesure convertibles

La saisie d'une quantité dans une unité standard fautive (p.ex. kilo au lieu de gramme) est l'une des erreurs les plus souvent commises par les enquêteurs. Il est donc important de vérifier si la quantité de produit saisie a bien été introduite dans l'unité standard demandée.

En cas de doute, les enquêteurs se reportent au **tableau de conversion** suivant :

Tableau 2 Tableau de conversion des unités de mesure

Litre	Décilitre	Centilitre	Millilitre
1 l	= 10 dl	= 100 cl	= 1000 ml
Kilogramme	Gramme		
1 kg	= 1000 gr		

Exemple de relevé d'article avec unité de mesure convertible

Une enquêtrice relève le prix d'un berlingot de crème entière. L'unité standard donnée dans le panier-type est le millilitre, toutefois sur l'emballage figure 2.5 dl.

Dans la quantité, l'enquêtrice saisit la quantité correspondant en ml, soit 250 et non 2.5 qui correspond à la quantité formulée en dl.

4.3.4.2 Unités de mesure non convertibles

Il peut arriver qu'un **article ne soit pas offert dans un point de vente dans une unité standard convertible par rapport à celle demandée** dans le panier-type. Par exemple, le panier-type demande de relever le prix d'un produit au gramme, mais ce dernier n'est offert qu'à la pièce dans le point de vente visité. Si tel est le cas, les enquêteurs **renoncent à relever le prix du produit** en question. **Jamais ils ne pèseront un article pour en connaître le poids.**

En outre, dans le panier-type, il existe des articles qui peuvent être relevés à la pièce ou au poids. C'est le cas des citrons p.ex. Si les citrons sont vendus à la pièce, ils doivent être saisis dans la position 1311 Citrons (pièce) ; s'ils sont vendus au poids, ils doivent être saisis dans la position 1313 Citrons (kg). En aucun cas, l'enquêteur ne pèse un citron et en saisit le prix dans la position 1313.

Exemples d'unités de mesure non convertibles

Exemple 1 saucisse de veau

Un enquêteur relève les prix de la viande dans une boucherie. Dans la vitrine, l'enquêteur voit des saucisses de veau, dont il pourrait relever le prix. Le boucher lui dit que le prix des saucisses de veau est de CHF 10.- / kilo. En vérifiant l'unité standard, l'enquêteur constate que le prix des saucisses de veau doit être relevé à la pièce.

→ *Ne connaissant pas le prix d'une pièce, l'enquêteur renoncera à relever le prix. En aucun cas, il ne demandera au boucher de peser une saucisse pour en connaître le poids.*

Exemple 2 chicken nuggets

Un enquêteur relève des chicken nuggets dans un stand take-away. Jusqu'ici le prix affiché comprenait 6 pièces de nuggets. Depuis ce mois, le stand affiche le prix pour 100g.

→ *L'unité standard de la position 11133 autres repas de restauration rapide étant la pièce, l'enquêteur doit renoncer à relever les chicken nuggets auprès de ce take-away.*

4.3.4.3 Quantité pour les boîtes de conserve

Sur l'emballage des légumes en boîte ou des fruits en boîte, il y a souvent plusieurs poids différents qui sont indiqués.

- Poids égoutté (contenu sans liquide) ;
- Poids brut (contenu avec liquide plus poids de la boîte) ;
- Poids net (contenu avec liquide) ;

L'enquêteur indique toujours le **poids net**.

4.4 Prix

Lors de chaque relevé, les enquêteurs vérifient et adaptent si nécessaire le prix de l'article sélectionné. Ils identifient les réductions qui doivent être prises en compte et les indiquent au moyen de la coche action.

Attention

Un seul prix peut être introduit et il doit être précis. L'indication de fourchettes de prix, comme « entre 10 et 15 francs la pièce » n'est pas acceptée, pas plus que l'indication d'un prix minimal p.ex. « à partir de 10 francs ».

4.4.1 Le prix déterminant

Le prix déterminant est le prix **au comptant, effectivement payé** par le consommateur, c'est-à-dire, la plupart du temps, le prix affiché dans le magasin le jour du relevé.

Ce prix **inclut la TVA** (la taxe sur la valeur ajoutée fait partie intégrante du prix d'achat) mais **exclut les coûts du petit crédit ou les intérêts** (par exemple le supplément que doit prendre à sa charge un client qui ne paie pas comptant de suite, mais en plusieurs versements).

Exemples de prix déterminants

Exemple 1 lave-vaisselle

Un enquêteur relève le prix d'un lave-vaisselle : prix CHF 2'000.- TVA comprise avec possibilité de paiement à 3 mois (intérêt 5%).

→ Le prix qu'il faut inscrire dans la tablette est CHF 2'000.- (et non CHF 2'100.-, comme en cas de paiements échelonnés).

Exemple 2 eau minérale

Une enquêtrice relève le prix d'un litre d'eau minérale au prix de CHF 1.20. Durant le mois courant, elle apprend que le point de vente ne vend désormais plus que des bouteilles d'eau minérale d'1,5 litre au prix de CHF 1.60.

→ L'enquêtrice doit inscrire CHF 1.60 et remplacer la quantité : 1.5 litre au lieu de 1 litre.

4.4.2 Les réductions de prix : rabais, actions, soldes

4.4.2.1 Les réductions à prendre en compte

Une partie des réductions de prix doit être prise en compte. Il s'agit, d'une manière générale, des réductions de prix qui sont valables pour l'ensemble des consommateurs, sans discrimination, dont :

- les **actions**, sur des articles dont les propriétés et la qualité sont inchangées.
- les **rabais de quantité** lorsque la quantité offerte n'excède pas 3 fois la quantité originale.

Exemple de rabais de quantité

La position 5261 du panier-type (sacs à ordures) mentionne une quantité standard de 20 pièces. Ainsi, si un produit avec 20 pièces est relevé, les promotions avec des quantités jusqu'à 60 pièces peuvent être prises en compte. Positions semblables : pastilles pour lessive, articles à jeter après usage, serviettes en papier et cosmétiques, etc.

- les **rabais**, s'ils sont **accordés à tout le monde**, sans discrimination.
- les **soldes**, pour autant que le produit en soldes soit le même que celui de la période précédente, qu'il ne soit pas endommagé ou que sa date limite ne soit pas expirée.

Signaler les actions à l'aide de la coche action

Les enquêteurs signalent toute action (ou soldes) figurant dans cette liste en **cochant la case « action »** dans la tablette. Quand l'action se termine, les enquêteurs enlèvent la coche signalant l'action. Cette démarche est importante pour les deux raisons suivantes:

- elle permet à l'OFS de plausibiliser les baisses de prix,
- elle permet de retrouver le dernier prix hors action en cas de remplacement du produit. Dans un tel cas, l'application de la tablette compare le prix avant réduction de l'article manquant avec le prix hors action du nouvel article et avertit si les limites d'écart (+/- 25%) ne sont pas respectées.

Relevés en ligne

Quand mettre la coche action, quand ne pas la mettre ?

Pour les relevés en ligne, il n'est pas toujours très clair si un produit est en action ou pas.

Un produit est offert au prix 20% plus bas que le mois précédent, avec signe de rabais -20% :

→ *L'enquêteur coche la case action*

Un produit est offert au prix 20% plus bas que le mois précédent sans signe de rabais :

→ *L'enquêteur suit la règle sur les baisses de prix sans action du chapitre 4.4.3 et ne coche pas la case action.*

4.4.2.2 Les réductions non prises en compte

Ne sont pas prises en compte les réductions de prix suivantes :

- les **rabais spéciaux** destinés aux étudiants, aux rentiers ou à tout autre groupe de la population (exceptions faites des places de cinéma qui sont indiquées comme telles dans le panier-type) ;
- les **remises consenties sur des biens abîmés ou proches de la date d'expiration** (sur les produits alimentaires notamment), respectivement des biens dont la qualité n'est plus la même qu'auparavant ;
- les **offres promotionnelles sous forme de cadeaux** (un produit offert lors de l'achat d'un bien particulier) ;
- les **rabais de quantité** excédant un rapport de 3 (p.ex. 25 % de rabais à l'achat de 4 articles identiques, multipacks) car il y a, dans ces offres, un effet « volume » indéniable. Pour les consommateurs, ces multipacks ne sont pas tout à fait comparables avec un article individuel, surtout si ces derniers sont périssables ou volumineux ;
- les **réductions accordées aux clients sur présentation d'une carte de fidélité** car, soit elles ne sont pas associées à un bien ou un service individuel, soit elles sont discriminatoires ;
- les **actions avec une hausse de prix**, qui se présentent lorsqu'à la période actuelle le prix en action d'un produit est plus haut que le prix hors action de la période précédente.
- les **actions** qui proviennent de la **comparaison** du prix pratiqué par le point de vente avec le **prix de la concurrence** ou de la comparaison du **prix de lancement** avec un prix normal hypothétique. Ces actions

peuvent être signalées par des chiffres ou des lettres à côté du prix soit disant réduit. Ces lettres renvoient à de notes de bas de page qui expliquent la nature du prix.

Relevés en ligne

Actions offertes uniquement en ligne

Pour les points de vente qui possèdent aussi bien un point de vente physique qu'une boutique en ligne, les actions qui sont exclusivement accordées en ligne ne doivent pas être prises en compte.

Pour le calcul de l'IPC, ces points de vente sont généralement attribués au canal de distribution « commerces filialisés » (voir chapitre 1.3.2). Les articles choisis dans la boutique en ligne doivent alors être offerts au même prix dans le point de vente physique.

En revanche, dans les points de vente qui vendent leurs produits seulement en ligne ou par catalogue (vente par correspondance) tous les rabais peuvent être pris en compte.

Exemples d'actions

Une enquêtrice relève le prix de 2.5dl de crème entière Emmi chez Coop à CHF 2.80. Elle réagira comme suit dans les situations décrites ci-dessous :

Exemple 1 action

La crème entière Emmi, 2.5 dl, est en action à CHF 2.10.

Cette action s'applique au même produit, à la même qualité, à la même quantité, et tout le monde peut en profiter.

→ il faut inscrire CHF 2.10 dans la tablette et cocher la case action.

Exemple 2 action

La crème entière Emmi, 2.5 dl, se vend à CHF 2.80. Sur l'étalage, on trouve également la crème entière de la marque Cremo, 2.5dl en action à CHF 1.90 au lieu de CHF 2.90. Cette action ne s'applique pas au même produit.

→ il faut inscrire le prix de la crème entière Emmi, soit CHF 2.80, dans la tablette et non le prix de la crème entière Cremo.

Exemple 3 date d'expiration

Quelques exemplaires de la crème entière Emmi se vendent avec 50% de rabais, parce qu'ils expirent le lendemain. Les autres crèmes entières Emmi à 2.5dl se vendent au prix de CHF 2.80.

L'offre s'applique sur un produit qui n'est pas de même qualité (produit proche de la date d'expiration)

→ il faut inscrire CHF 2.80 dans la tablette, soit le prix du produit normal.

Exemples d'actions

Exemple 4 rabais de quantité 2x

La crème entière Emmi se vend le mois de l'enquête en duo pack, soit 2 x 2.5dl, pour CHF 5.40 mais également en quantité unitaire à CHF 2.80.

Cette action s'applique au même produit et la quantité vendue en action n'excède pas trois fois la quantité originale.

→ il faut inscrire CHF 5.40 et 5dl dans la tablette en cochant la case action et ajouter « duopack » dans la description de l'article.

Exemple 5 rabais de quantité 5x

La crème entière Emmi se vend le mois de l'enquête en paquet de 5, soit 5 x 2.5dl, pour CHF 11.90 mais également en quantité unitaire à CHF 2.80.

La quantité vendue en action excède cinq fois la quantité originale.

→ il faut inscrire CHF 2.80 dans la tablette, vu que l'action porte sur une quantité plus de trois fois supérieure à la normale.

Exemple d'action avec hausse de prix

	octobre	novembre
Prix hors action	1'200.-	1'800.- 1'300.-
Prix en action	-	1'300.-

Selon les informations disponibles sur internet, une armoire coûte CHF 1'300.- au lieu de CHF 1'800.- en novembre, alors que selon les informations du dernier relevé, elle coûtait CHF 1'200 hors action en octobre.

Le prix payé par le consommateur passe de CHF 1'200.- à CHF 1'300.- (+8%), alors que le consommateur croit bénéficier d'un rabais de -28% (1'800-1'300) / 1'300. Le prix hors action de novembre (CHF 1'800.-) est un prix de liste ou un prix marketing, qui n'a probablement pas été effectivement pratiqué. **La case action ne doit pas être cochée.**

→ L'enquêteur introduit CHF 1'300.- comme prix de la période actuelle et ne coche pas l'action.

Exemple d'une comparaison de prix qui n'est pas une action

	Magasin en ligne	Enquêteur
Prix hors action	1'499.- (C)	799.-
Prix en action	799.-	

Sur le site internet d'un magasin d'électroménager, le nouveau réfrigérateur Samsung RB37J501 est proposé au prix de CHF 799.- au lieu de CHF 1'499.- L'enquêteur qui procède au relevé remarque une annotation à côté du prix « normal » : CHF 1'499.- (C). En scrollant pour savoir ce que signifie ce (C), l'enquêteur découvre la mention **(C) prix de la concurrence.**

La baisse de prix qui résulte de la comparaison du prix de vente avec le prix de la concurrence n'est pas une action, mais une technique marketing qui vise à faire penser au consommateur qu'il bénéficie d'un rabais important lors de l'achat.

→ L'enquêteur saisit le prix sans action.

4.4.3 Les baisses de prix sans action

Parfois, les prix baissent considérablement, sans qu'aucune action ne soit signalée au consommateur. Dans ce cas, l'enquêteur **ne peut pas cocher la case action**. Par conséquent, l'application n'enregistre pas le dernier prix hors action à utiliser dans le futur en cas de substitution directe de l'article. Ceci se répercute directement sur l'évolution de l'indice.

Lors d'une **baisse de prix de plus de -15% sans action**, l'enquêteur procède comme suit:

- il inscrit le dernier prix hors action du produit dans la description du produit avec la mention « VP » et le montant.
- en cas de remplacement de produit dans le futur, il se base sur le prix de référence mentionné dans la description de l'article, et non sur le prix hors action.

Les groupes de produits suivants sont particulièrement concernés par cette problématique :

- articles saisonniers (en fin/début de saison),
- articles dont les modèles sont renouvelés d'année en année,
- ameublement,
- tous les articles des shops en ligne.

En revanche, **l'alimentation, les produits périssables, l'habillement et les services ne sont pas concernés par ces mesures.**

Exemple de réduction de prix sans action

Lors du relevé de février, une paire de skis passe de CHF 399.- (prix en septembre) à CHF 299.- (-25%), mais aucune action n'est signalée.

→ en février, il faut ajouter "VP CHF 399.-" dans la description du produit. Ne pas cocher la case action dans ce cas.

4.4.4 Les variations de prix non habituelles

Lorsque des **évolutions de prix non habituelles** sont constatées, les enquêteurs peuvent utiliser une **technique de questionnaire particulière** de sorte à détecter des renseignements erronés.

Il vaut mieux **confronter le personnel de vente aux raisons** qui laissent penser que quelque chose paraît étrange, plutôt que de simplement demander « ce prix est-il vraiment correct » ?

Cette technique est particulièrement utile pour le mazout (voir aussi chapitre 7.4.4).

Exemple de technique de questionnement lors d'une variation de prix inhabituelle

Lors du relevé de prix du mazout une enquêtrice constate une évolution de prix inhabituelle : Le prix par 100l pour 4000 litres de mazout a nettement évolué (+ 7.3%), alors que le prix par 100l de petites quantités de mazout a baissé de 2-3%.

→ L'enquêtrice se renseigne sans attendre auprès du point de vente en utilisant la technique de questionnement.

Exemple de question 1 : « Si je vous comprends bien, toutes les quantités en vente sont devenues meilleur marché par rapport au mois précédent, sauf si j'achète 4000l. Là, je paie davantage que le mois précédent. C'est correct ? ».

Exemple de question 2 : « Alors en tant que consommateur je paie davantage par 100l si j'achète une grande quantité que si j'achète une quantité moindre ? »

Le personnel du point de vente est confronté avec les raisons qui laissent penser que l'évolution de prix d'une quantité donnée est inhabituelle. Des renseignements erronés peuvent ainsi, selon toute vraisemblance, être évités.

4.5 Contrôle des données relevées

Dans la mesure où les prix et la disponibilité des produits sur internet peut évoluer de façon rapide, les enquêteurs doivent enregistrer les articles relevés dans le panier d'achat puis l'enregistrer en format PDF.

Relevés en ligne

PDF des prix relevés en ligne

Au terme du relevé de prix, les enquêteurs envoient les fichiers **PDF au mandataire** qui les transmettra à l'OFS.

Les articles suivants doivent être enregistrés dans le panier d'achat:

- Tous les articles qui sont **relevés pour la première fois** (nouvellement introduits avec un code 3 ou lors des remplacements avec code 1).
- Tous les articles dont le **prix a évolué**.

Nommer correctement les fichiers PDF transmis: numéro point de vente suivi de la période de relevé.

Par exemple pour le PMS 12586 en janvier 2021:

Un seul PDF : 12586_01.2021

Plusieurs PDF : 12586_01.2021_1, 12586_01. 2021_2, 12586_01. 2021_3, etc.

4.6 Communication avec l'OFS

Tous les prix qui sont relevés par les enquêteurs sont plausibilisés une fois encore par les collaborateurs de l'OFS. De sorte à ce que ces derniers puissent déterminer de façon plus aisée si une évolution de prix a été saisie correctement, ils sont dépendants des informations complémentaires qui leur sont transmises par les enquêteurs.

Souvent il n'est pas possible de comprendre ce qui s'est réellement passé sans une remarque à l'attention de l'OFS.

L'OFS n'exige toutefois pas des enquêteurs qu'ils étudient la politique de prix des points de vente et qu'ils lui communiquent la raison de chaque évolution de prix. Il s'agit pour l'OFS de glaner de l'expérience qui lui permettra de déterminer si un prix a été saisi correctement ou non. Même un commentaire concernant la vérification d'un prix qui n'a pas changé depuis longtemps peut être utile dans certaines circonstances. Dans la tablette il existe deux champs pour la communication avec l'OFS :

- **Commentaire sur le mois en cours:** dans ce champ les enquêteurs transmettent à l'OFS uniquement des informations quant au mois de relevé actuel (par ex. la raison d'un changement de prix). Le contenu de ce champ est effacé de mois en mois.

Afin de simplifier le travail des enquêteurs, dans certains cas, des messages d'avertissement ont été programmés dans la tablette. L'enquêteur doit alors confirmer la saisie et selon sa réponse des commentaires automatiques sont créés. Ainsi, les commentaires les plus fréquents ne doivent pas être ressaisis à chaque fois (voir les exemples ci-après).

- **Questions et réponses:** dans ce champ les enquêteurs peuvent poser des questions à l'OFS ou y saisir des remarques générales. L'OFS utilise également ce champ pour poser des questions ou répondre aux enquêteurs. Lorsque l'enquêteur a lu et accepté une réponse de l'OFS, il appuie sur la touche "complété". Le contenu du champ sera ensuite effacé le mois suivant.

Champ "Mes notes"

Le champ « **Mes notes** » est à disposition des enquêteurs dans la tablette **pour toute note personnelle** concernant l'article relevé, afin de faciliter le relevé. Ils peuvent, par exemple, noter l'endroit dans le magasin ou du rayon où se trouve l'article relevé. Les informations saisies dans le champ « Mes notes » sont **reprises de mois en mois** et ne sont **pas visibles pour le personnel de l'OFS**.

Exemples de commentaires sur le mois en cours

Les exemples suivants clarifient aux yeux des enquêteurs, pourquoi et comment des commentaires doivent être saisis.

Exemple 1 commentaire suite à une grande variation de prix

Le prix d'un miroir baisse soudainement de 20 %. L'enquêtrice saisit le nouveau prix, mais ne coche ni la case action, ni n'écrit une quelconque remarque.

Dans la tablette un message d'avertissement apparaît : « variation de prix importante. Le prix et la quantité saisis sont-ils corrects ? » L'enquêtrice doit ensuite soit confirmer cette variation de prix avec « oui », soit la corriger ou la commenter. Si elle confirme la variation de prix, un commentaire de confirmation automatique est saisi dans le champ « Commentaire sur le mois actuel ».

Pour le collaborateur de l'OFS il est ainsi clair qu'il ne s'agit-il pas d'une action et que l'enquêtrice ne s'est pas trompée dans la saisie.

L'enquêtrice peut aussi saisir son propre commentaire.

→ *Remarque utile : « Evolution de prix contrôlée, pas d'action, baisse de prix généralisée sur les articles d'équipement ».*

Exemple 2 commentaire suite à une suppression d'article

L'enquêtrice supprime un article sans remplacement avec un code 0. Par conséquent, il n'y a plus assez d'articles qui sont relevés dans la position en question.

Dans la tablette un message d'avertissement s'affiche : « Seuls 1 / 2 articles sont enregistrés dans cette position. Voulez-vous relever un nouvel article ? » Si l'enquêtrice répond « non » à cette question, un commentaire automatique est saisi dans le champ « Commentaire sur le mois actuel » : « pas d'articles disponibles dans l'assortiment ».

Pour le collaborateur de l'OFS il est ainsi clair que l'enquêtrice n'a pas oublié de chercher ou n'a pas trouvé d'article de remplacement.

→ *Remarque utile : « Pas de remplaçant disponible, contrôlé ».*

Exemple 3 commentaire concernant un remplacement d'article

Un article est à nouveau remplacé alors qu'il l'a déjà été le mois précédent.

Le collaborateur de l'OFS se demande : L'enquêtrice s'est-elle renseignée pour savoir si l'article avait définitivement été sorti de l'assortiment ?

→ *Remarque utile : « Article définitivement sorti de l'assortiment, contrôlé ».*

5 Règles générales relatives au relevé de prix

Comme mentionné au chapitre 4.3, le principe de base le plus important du relevé de prix est de **relever au fil du temps le prix d'un même article** de sorte à pouvoir mesurer l'évolution pure des prix. Les marchés de consommation se développent cependant rapidement et, aussi, il arrive que des nouveaux articles arrivent sur le marché alors que d'autres en disparaissent et doivent être remplacés. Il arrive également que certains articles soient en rupture de stock pendant une certaine période.

Observer l'évolution des marchés et tenir à jour l'échantillon de produits est l'une des tâches les plus importantes des enquêteurs. Lorsqu'un nouvel article doit être sélectionné, lorsqu'un article est momentanément hors stock ou qu'il a disparu du marché et doit être remplacé, les enquêteurs doivent l'indiquer au moyen d'un système de codage. Ils décident du code à utiliser. Celui-ci permet de mettre en lumière les adaptations effectuées dans le relevé et permet à l'OFS de les suivre.

5.1 Introduction d'un nouvel article (code 3)

Lorsque dans un point de vente,

- le relevé de prix est effectué pour la première fois,
- de nouveaux articles arrivent dans l'assortiment, et qu'aucun relevé de prix n'était effectué jusqu'alors,
- un article disparaît du marché et que le nombre d'articles de l'échantillon doit être maintenu,

...un nouvel article doit être choisi en utilisant le **code 3**.

Attention

Un article ne peut être relevé que dans une seule position. Les enquêteurs évitent de relever un même article (à double) dans deux positions différentes.

5.1.1 Introduction d'un article avec prix de la période précédente (code 2)

Les enquêteurs du mandataire n'utilisent plus cette méthode. Elle sera dorénavant réservée aux relevés centralisés effectués par données scannées.

5.1.2 Critères de sélection d'un nouvel article

Lors de la sélection d'un nouvel article, l'enquêteur prête une attention particulière au fait que l'article choisi soit représentatif de l'assortiment du point de vente et qu'il soit saisi dans la bonne position. En outre, il veille à saisir correctement toutes les informations demandées (chapitre 4.3).

Si le relevé a été effectué correctement, la réponse aux questions suivantes doit toujours être OUI :

Tableau 3 Critères de sélection d'un nouvel article

Critères de sélection d'un nouvel article	OUI	NON
L'article choisit est-il représentatif de l'assortiment et des ventes du point de vente ? → Observer les points forts dans l'assortiment du point de vente. Exemples d'articles non représentatifs d'un point de vente: - Relever du sel marin dans une boulangerie qui vend des produits alimentaires supplémentaires - Relever des bijoux de mode dans un point de vente où seuls quelques accessoires sont vendus à la caisse	✓	
L'article a-t-il été saisi dans la bonne position ? → Les positions du panier-type adjacentes doivent être observées, les exemples lus et comparés.	✓	
La quantité relevée correspond-elle approximativement à la quantité standard ? A-t-elle été saisie dans la bonne unité ? → Voir recommandations du panier type / de la tablette	✓	
Le nombre d'articles relevés par position est-il suffisant / ne dépasse-t-il pas le nombre d'articles recommandé ? → Voir recommandations du panier type / de la tablette	✓	

5.1.3 Compléter le relevé avec plusieurs nouvelles positions d'un groupe de produits

Lorsque les enquêteurs souhaitent compléter le relevé avec plusieurs nouvelles positions d'un groupe de produits, ils en informent au préalable le mandataire. L'OFS décide par la suite si les enquêteurs peuvent effectuer le relevé de nouveaux groupes de produits lors du prochain relevé. Ceci évite que des articles ne soient relevés puis supprimés par l'OFS.

5.2 Indisponibilité temporaire d'un article (code R)

Attention

Les règles sur le report de prix s'appliquent à la fois au relevé sur le terrain et au relevé en ligne.

Des règles spéciales s'appliquent aux produits saisonniers (chapitre 6), aux articles d'habillement (chapitre 7.2.1.3) et aux chaussures (chapitre 7.2.2.2). Les règles spéciales sont valables également pour les relevés en ligne.

5.2.1 Le report de prix (code R)

Lorsqu'un article est manquant, les enquêteurs s'informent auprès du personnel de vente et demandent si l'article va réapparaître dans les rayons prochainement ou s'il a été définitivement sorti de l'assortiment.

Lorsqu'il a de fortes raisons de penser que **l'article sera à nouveau disponible prochainement**, par exemple, si cela a été confirmé par le personnel de vente ou que les enquêteurs savent d'expérience que ce type d'article est parfois hors stock pendant un certain temps dans le point de vente en question, les enquêteurs reconduisent le prix actuel au moyen du **code R**.

Le prix de la période précédente sera alors automatiquement reporté sur la période en cours. Lors du relevé suivant le code « R » sera indiqué dans la tablette.

De plus, si les enquêteurs disposent d'informations sur la raison pour laquelle l'article n'est pas disponible, ils le notent dans un commentaire sur le mois actuel.

Les enquêteurs reconduisent également les prix au moyen du code R, lorsque le point de vente est temporairement fermé (pour rénovations ou vacances p.ex., chapitre 3.2).

S'il n'y a au contraire aucune raison de penser que l'article reviendra en rayon, les enquêteurs doivent le remplacer et suivent les recommandations du chapitre 5.3.

En cas de doute, il vaut mieux **reconduire le prix** (attention au maximum autorisé, deux fois en principe).

Relevés en ligne

Dans un magasin en ligne, l'enquêteur relève uniquement les articles :

- qu'il peut acheter en ligne et donc ajouter au panier d'achat.
- dont le délai de livraison est prévisible (par ex. demain, 1-2 semaines ou 2 mois, etc.)

Dans un magasin en ligne l'enquêteur ne relève en principe pas d'articles :

- sans information sur le délai de livraison
- avec un délai de livraison non confirmé (ex. précommandes)

Comment interpréter l'indisponibilité temporaire d'un article en ligne?

→ *Lorsqu'un article est épuisé (c'est-à-dire qu'il ne peut pas être ajouté au panier d'achat), l'enquêteur évalue si l'article l'est temporairement ou définitivement.*

Article temporairement indisponible

Lorsqu'il y a une indication sur le moment auquel l'article épuisé sera à nouveau disponible, l'enquêteur peut saisir un R. Si le délai de livraison est plus long que 3 mois, il vaut mieux remplacer l'article.

Articles définitivement non disponible

Si un article est introuvable ou qu'il n'y a aucune indication sur le délai de livraison, l'OFS recommande de remplacer l'article.

D'une manière générale, l'OFS recommande à l'enquêteur d'observer les pratiques du magasin en ligne en matière de réassort au fur et à mesure des mois. Il pourra ainsi mieux évaluer la marche à suivre en cas de rupture de stock. Par exemple, l'enquêteur peut de temps à autre vérifier s'il retrouve des articles manquants remplacés à la période précédente et adapter ses futures décisions en fonction, tout en respectant les règles du report de prix.

5.2.2 Le nombre maximal de reports de prix par type de produit

Les règles suivantes s'appliquent pour le report de prix :

- Pour les produits dont les prix sont relevés à un **rythme mensuel**, le prix peut être reporté au **maximum deux fois**. Le troisième mois, si l'article est toujours manquant, il doit être remplacé.

Exception

Si le responsable du point de vente peut confirmer que l'article manquant sera à nouveau disponible le mois suivant, le prix de l'article pourra être prolongé une troisième fois. Dans ce cas, il est obligatoire de faire un commentaire sur le mois actuel. Pour les **relevés en ligne**, un troisième R est possible exceptionnellement, si l'expérience de l'enquêteur montre que les articles épuisés reviennent généralement en stock quelques temps après dans le magasin en ligne en question (max. après 3 mois).

- Pour les produits dont les prix sont relevés à un **rythme trimestriel**, le report de prix ne peut être effectué qu'**une seule fois**. A partir de la deuxième période, l'article doit être remplacé.

Exemples de report de prix

Exemple 1 problème de livraison

Une enquêtrice relève chaque mois le prix d'un kilo de riz sauvage (le mois précédent, ce prix était de CHF 2.20). Or, elle s'aperçoit que ce produit n'est plus en rayons. Le responsable du rayon l'informe qu'ils ont eu un problème de livraison et que le riz sauvage sera livré dans 2 jours. De plus, il n'a pas connaissance d'un éventuel changement de prix.

→ L'enquêtrice introduit donc un « R » dans le champ correspondant de la tablette, ainsi qu'une remarque pour l'OFS « problème de livraison temporaire ». Le prix de ce riz sauvage de la période précédente, soit CHF 2.20, sera automatiquement reporté sur la période courante.

Exemple 2 nouvelles étiquettes

Un enquêteur s'aperçoit qu'un des produits à relever n'est plus en rayons. Toutefois, le responsable du rayon lui dit avec certitude que le retard est dû au fait qu'ils sont en train de préparer les étiquettes afin d'offrir ce produit en action, soit CHF 1.80.

→ L'enquêteur inscrit CHF 1.80 dans la tablette et coche la case action.

Exemple 3 deuxième report de prix sans informations supplémentaires du point de vente

Une enquêtrice ne trouve pas le paquet de riz qu'elle doit relever. Néanmoins, le prix de ce riz a déjà été reporté le mois précédent et le champ correspondant de la tablette comporte déjà un « R » pour ce produit.

→ L'enquêtrice peut ce mois-ci encore reporter le prix en introduisant un second « R ». Le mois prochain si le produit est toujours manquant, l'enquêtrice devra le remplacer.

5.3 Indisponibilité définitive d'un article et procédure de remplacement

Lorsqu'il y a des raisons de penser que **l'article ne sera PLUS disponible**, les enquêteurs le **remplacent tout de suite**.

C'est notamment le cas,

- lorsque le personnel de vente confirme que l'article a été sorti de l'assortiment ou que dans ce point de vente respectivement ce groupe de produits, l'article n'a jusqu'à présent jamais été manquant ;
- quand les enquêteurs concluent qu'un **article non saisonnier a été sorti de l'assortiment ou qu'il manque depuis plus de 2 mois**, ce dernier doit être remplacé (voir chapitre 5.3.1).

Dans ce cas, les enquêteurs saisissent un commentaire sur le mois actuel (quelle est la raison de cette hypothèse ?).

En outre, quand au fil du temps certains articles subissent une **transformation significative** ou qu'ils **ne se vendent presque plus**, les enquêteurs procèdent également au remplacement des articles quand bien même ceux-ci sont encore disponibles.

Les articles ne devraient être remplacés que pour les raisons susmentionnées. Quand les enquêteurs préféreraient, par exemple, relever un article d'une autre marque, ils attendent jusqu'à ce que l'article actuel doive vraiment être remplacé.

Attention

Des règles spécifiques s'appliquent aux articles d'habillement (chapitre 7.2.1.4).

5.3.1 Procédure de remplacement d'article

1) Déterminer l'utilité du produit

En premier lieu, les enquêteurs déterminent l'utilité de l'article à remplacer : l'ancien et le nouvel article doivent posséder la **même utilité** pour les consommateurs respectivement ils doivent satisfaire au même besoin.

Les enquêteurs se posent la question suivante « **Un consommateur normal achèterait-il cet article en remplacement de l'article manquant ?** ». Si la réponse est oui, l'article peut être considéré comme un remplaçant potentiel.

Les enquêteurs prennent par ailleurs en compte les éléments suivants :

- Pour que deux articles puissent être jugés d'utilité identique, le **facteur de différence** entre la **quantité** de l'ancien et du nouveau produit **ne doit pas dépasser 3 (resp. 1/3)**.

Exemples

Exemple 1 jus d'orange

Un litre de jus d'orange peut être directement substitué (code 1) par le même jus d'orange proposé dans un berlingot **entre 0.33 l** (1/3 x 1l) **et 3 l** (3 x 1l). Si le seul produit de remplacement disponible était un berlingot de 0.25 l, l'enquêteur saisirait un code 0/3. En effet, l'utilité des deux articles n'est plus la même. De même, si lors du remplacement, il n'y a qu'un six-pack de jus d'orange (6 l) en vente, l'enquêteur saisirait un code 0/3, car des effets de quantité non souhaités pourraient influencer les résultats.

Exemple 2 framboises

300g de framboises peuvent être directement substituées (code 1) par une autre barquette **entre 100g** (1/3 x 300g) **et 900g** (3 x 300g). Si la quantité de la barquette de remplacement est inférieure à 100g ou supérieure à 900g, l'enquêteur saisirait un code 0/3.

- Pour que deux articles puissent être jugés d'utilité identique, les **dimensions**, le **volume** ou la **capacité** du nouvel article ne doivent **pas être supérieures ou inférieures de plus de 25%** à celles de l'ancien article. Les positions suivantes sont concernées :
 - 5134 Bouilloire
 - 5145 Bouteille isotherme
 - 5149 Boîte de conservation
 - 9266 Sac de montagne

2) Déterminer la qualité du produit à remplacer

L'indice des prix à la consommation mesure l'évolution pure des prix. Toute évolution de prix qui serait due à une différence de qualité doit être exclue du calcul de l'indice.

Pour ne mesurer que l'évolution des prix, **il faut être sûr que l'on compare des articles qui sont de même qualité**. Ceci n'est possible que si la qualité a été déterminée aussi précisément que possible, puis décrite. Cette démarche est extrêmement importante et doit être effectuée de la manière la plus exacte que possible.

Comment la qualité d'un article peut-elle être évaluée ?

Juger de la différence de qualité entre deux articles fait partie des tâches les plus exigeantes des enquêteurs. C'est pourquoi les enquêteurs doivent déterminer les principales caractéristiques du produit lors de chaque remplacement de produit. Un article est, en effet, la somme de ses caractéristiques (p.ex. marque, matériel, dimensions, fonction, composition, etc.). A cette fin, les enquêteurs utilisent les astuces suivantes :

- **Astuce n°1** : Pour certains groupes de produits l'OFS fixe de façon détaillée les caractéristiques qui doivent impérativement être relevées (cf. chapitre 4.3.3). Ces caractéristiques de produit permettent de déterminer la qualité d'un produit. Lorsque celles-ci restent semblables entre l'ancien et le nouveau produit, on considère que la qualité est comparable (code 1).
- **Astuce n°2** : Dans la mesure où le panier-type de l'IPC compte plus de 1100 variétés et que dans certaines d'entre elles différents produits peuvent être sélectionnés, il n'est pour des raisons pratiques pas possible de définir ni d'actualiser des caractéristiques qualitatives pour chacune des catégories de produits. Cependant, certains groupes de produits, dans lesquels des erreurs fréquentes sont constatées, sont discutés durant les formations. Les enquêteurs peuvent **se baser sur les éléments discutés durant les formations** pour déterminer la qualité d'un produit.

- **Astuce n°3** : Le cas échéant, les enquêteurs utilisent leur connaissance de l'assortiment et du marché ainsi que leur **bon sens et leur propre expérience en tant que consommateur** pour les aider à déterminer la qualité d'un produit.

3) Choisir un article de remplacement, qui possède, si possible, la même utilité et les mêmes caractéristiques

Les enquêteurs choisissent un article qui possède la même utilité ainsi que les mêmes caractéristiques. Si possible, ils choisissent le modèle successeur.

Relevés en ligne

Filtres et tri

Les enquêteurs peuvent utiliser les filtres et les options de tri pour faciliter la recherche d'un article de remplacement.

4) Choisir un article de remplacement qui n'est pas en action

Un article ne doit **JAMAIS** être remplacé par un article en action/soldé. De nombreux articles dont le prix est réduit (notamment dans les domaines suivants : meubles, équipements électroménagers, habillement et articles de sport) vont soit disparaître du marché prochainement soit être réduits jusqu'à épuisement du stock (les liquidations ne doivent pas être relevées). Aussi, lors du remplacement, l'enquêteur choisit toujours un article non soldé.

Exceptions

Il est permis de remplacer un produit par un produit en action:

- pour la **viande** et les **fruits et légumes frais** (si seulement l'origine du pays change)
- pour le **vin** (si seulement le millésime change)

Comment procéder lorsque tous les articles sont en action et qu'il n'y a de fait aucun article de remplacement ?

Dans ce cas, les enquêteurs **reportent le prix de la période précédente au moyen du code R** et rédigent un commentaire sur le mois actuel, p.ex. « pas de remplacement possible » ou « tous les articles sont soldés ». Ceci est possible également lorsque l'article est manquant depuis plus de 2 mois ou que le report de prix est en principe interdit (cf. point *Lors du premier relevé de la saison* dans le chapitre 6.5).

Comment procéder lorsque la majorité des articles proposés dans un point de vente sont soldés en quasi permanence ?

Dans un tel cas, l'enquêteur procède comme suit:

- si l'enquêteur constate que la grande majorité des articles d'un point de vente est toujours en action, il vérifie si des annotations sont mentionnées à côté du prix action (p.ex. prix de lancement) ou du prix normal (p.ex. prix de la concurrence). Si tel est le cas, il peut procéder au remplacement et considère le prix comme un prix normal (cf. Exemple d'action avec hausse de prix du chapitre 4.4.2.2) et ne coche pas l'action dans la tablette.
- si aucune information de ce type n'est disponible, il informe l'OFS qui s'occupera d'analyser le cas. Une fois l'accord de l'OFS obtenu pour le point de vente en question, l'enquêteur peut effectuer des remplacements avec des nouveaux articles en action dès le prochain relevé, selon l'exemple ci-dessous.

Exemple de remplacement dans un point de vente avec articles soldés en permanence

Dans un magasin de meubles, l'enquêteur ne trouve fréquemment pas d'article de remplacement non soldé pour les remplacements de produit. Ainsi, en octobre il souhaite remplacer la table Serena manquante dont le prix est en action à CHF 99.00 (prix hors action = 149.00). Il trouve la table Nadia comparable dont le prix est actuellement également réduit à 95.00 (prix hors action = CHF 140.00).

→ en octobre, il remplace la table 1 avec la table 2 à l'aide du code 1. Il saisit ce nouvel article comme suit: Il saisit CHF 95.00 comme prix de la période actuelle et coche la case action. De plus, il saisit CHF 140.00 comme prix avant réduction.

5) Contrôler que le prix entre dans la marge définie par l'OFS

Le prix est certes un indicateur important pour la qualité d'un article, mais la plupart du temps, **JAMAIS le plus important**. Un prix identique ne dit rien sur la comparabilité de deux articles (voir l'encadré *Exemple de jugement de la comparabilité qualitative* (2) à la fin de ce chapitre).

Pour juger de la substituabilité de deux articles, il est admis par hypothèse dans le cadre des relevés de prix, que **deux articles présentant une différence de prix de +/-25% peuvent être considérés comme parfaitement substituables**.

Exceptions à la règle des +/-25%

Il est exceptionnellement possible de considérer deux articles comme substituables lorsque la différence de prix n'est pas incluse dans cette marge, **lorsqu'il est possible de prouver que l'ancien article et le nouvel article sont pratiquement identiques** :

- Par exemple, lorsque seul **l'emballage** a changé. La différence de prix est alors entièrement considérée comme une évolution de prix.
- Par exemple, lorsque la **quantité vendue** évolue. Deux articles ne peuvent toutefois être considérés comme substituables que si la quantité vendue correspond au maximum à 3 fois la quantité vendue auparavant (cf. utilité différente).

Dans de tels cas, les enquêteurs saisissent toujours un commentaire sur le mois actuel.

Quel prix faut-il comparer lorsque l'article à remplacer était en action à la période précédente ?

Pour déterminer à combien s'élève la différence de prix entre deux articles, il faut toujours considérer le prix normal et non le prix en action. Si, au moment de la comparaison, le prix de l'ancien article est en action ou soldé, alors le prix réduit ne doit pas être utilisé pour la comparaison.

Comparaison de prix avec ancien article en action

	Février	Mars	Avril (période actuelle)	Mai
Ancien article	10.00	5.00 (action)	manquant	remplacé
Nouvel article			12.00	12.00

La différence de prix se calcule toujours selon la formule suivante :

$(\text{Prix normal du nouvel article} - \text{Prix normal de l'ancien article}) / \text{Prix normal de l'ancien article} \times 100$

$= (12 \text{ CHF} - 10 \text{ CHF}) / 10 \text{ CHF} \times 100 = 20 \%$

6) Déterminer la méthode de remplacement

Le choix de la méthode de remplacement dépend de la réponse qui peut être donnée aux questions suivantes :

1. L'ancien et le nouveau produit ont-ils la **même utilité** pour le consommateur respectivement répondent-ils au même but ? Le consommateur « normal » achèterait-il le nouvel article en lieu et place de l'ancien ?
2. La **qualité** des articles est-elle **comparable** ? Le matériau utilisé, la composition et la conception des articles sont-ils de qualité comparable ?
3. La **quantité** vendue de l'article sélectionné s'inscrit-elle dans la marge définie (1/3 à 3) ?
4. La **différence de prix** entre l'ancien et le nouvel article est-elle incluse dans la marge de **+/-25%** définie ?
5. Le **prix** de l'article sélectionné est-il à son **niveau normal** (hors action) ?

Recommandation

Si les enquêteurs répondent à toutes ces questions par l'affirmative, ils peuvent considérer les articles comme comparables et appliquer la substitution directe (chapitre 5.3.2).

Si par contre, pour au moins une des questions 1 à 4 la réponse est négative, les articles ne sont pas substituables. L'ancien article doit être supprimé et un nouvel article doit être sélectionné (chapitre 5.3.3).

Si tous les articles de remplacement potentiels sont en action ou soldés, aucun remplacement n'est possible. Le prix de l'article actuel doit être reporté (chapitre 5.2.1). L'enquêteur procédera au remplacement lors du prochain relevé.

Exemple de jugement de la comparabilité qualitative (1)

Eau minérale Evian, 6x1.5L, CHF 6.-



Eau minérale Contrex, 6x1.5L, CHF 7.50



Jugement de la comparabilité qualitative	OUI	NON
L'ancien et le nouveau produit ont-ils la même utilité pour le consommateur respectivement répondent-ils au même but ? → Utilité : Le client veut acheter de l'eau minérale.	✓	
La qualité des articles est-elle comparable ?	✓	
Le matériau utilisé, la composition et la conception de l'article sont-ils de qualité identique ? → Matériau : eau minérale	✓	
Le consommateur « normal » achèterait-il le nouvel article en lieu et place de l'ancien → Marques connues	✓	
La quantité vendue des articles s'inscrit-elle dans la marge définie (1/3 à 3) ? → Quantité : 6x1.5L	✓	
La différence de prix entre l'ancien et le nouvel article est-elle inférieure à 25 % ? → Différence de prix : 25%	✓	
→ Résumé : toutes les réponses sont positives. Les articles sont directement comparables (code 1, voir chapitre 5.3.2).		

Exemple de jugement de la comparabilité qualitative (2)

Casserole, À Table, acier inoxydable 24cm,
CHF 39.90



Poêle à frire, À Table, acier inoxydable 24 cm,
CHF 39.90



Jugement de la comparabilité qualitative	OUI	NON
L'ancien et le nouveau produit ont-ils la même utilité pour le consommateur respectivement répondent-ils au même but ? → Utilité : avec une casserole, il n'est p.ex. pas possible de griller une escalope		✗
La qualité des articles est-elle comparable ? Le matériau utilisé, la composition et la conception de l'article sont-ils de qualité identique ? → Matériau : acier inoxydable	✓	✗
Le consommateur « normal » achèterait-il le nouvel article en lieu et place de l'ancien → Non, soit il cherche une poêle à frire soit il cherche une casserole.		✗
La quantité vendue des articles s'inscrit-elle dans la marge définie (1/3 à 3) ? → Quantité : 1 pièce	✓	
La différence de prix entre l'ancien et le nouvel article est-elle inférieure à 25 % ? → Différence de prix : 0%	✓	
→ Résumé : La réponse apportée à deux des questions est non. L'article ne peut donc pas être considéré comme directement comparable. (Code 0 / Code 3 voir chapitre 5.3.3).		

Exemple meilleur article de remplacement			
Article à remplacer :	Remplaçant 1	Remplaçant 2	Remplaçant 3
Nettoyant Ajax Shower Power 500ml, CHF 4.60	Ajax nettoyant cuisine 500ml, CHF 4.60	Oecoplan nettoyant bain 500ml, CHF 3.25	Sipuro nettoyant bain 500ml, CHF 4.50
			
Choix de l'articles de remplacement			
			OUI NON
Ajax nettoyant cuisine, 500ml, CHF 4.60			
→ Non, car un nettoyant cuisine ne peut pas être utilisé de la même façon qu'un nettoyant salle de bains (autre but).			✗
Oecoplan nettoyant salle de bains, 500ml, CHF 3.25			
→ Non, car la différence de prix est trop élevée. Les deux marques ne sont pas positionnées sur le même segment de prix.			✗
Sipuro nettoyant salle de bains, 500ml, CHF 4.50			
→ Oui, parce que le but du nettoyant Sipuro est le même que celui du produit à remplacer Ajax (nettoyant salle de bains) et la différence de prix est inférieure à 25%.			✓

5.3.2 Remplacement de deux articles comparables (code 1)

Si lors du choix d'un article de remplacement, il ressort de l'évaluation des enquêteurs (chapitre 5.3),

- que l'article sélectionné a la **même utilité** que celui qui a disparu,
- que la **qualité est identique**,
- que le **facteur** de différence entre la quantité de l'ancien et du nouveau produit ne dépasse pas **3 (resp. 1/3)**,
- que son **prix** entre dans la marge de prix définie (**25% de différence**),

ils peuvent dès lors remplacer l'article directement et utiliser le **code 1**.

Dans la tablette, les enquêteurs indiquent la description et le prix du nouvel article, ainsi que les caractéristiques de produits, si nécessaire.

5.3.2.1 Les cas pour lesquels un code 1 est nécessaire

Même si l'article n'a pas foncièrement changé ou que très peu, les enquêteurs mettent un code 1 de sorte à indiquer à l'OFS qu'une adaptation a eu lieu. Ceci permettra à l'OFS, lors des contrôles de plausibilité, de déterminer l'importance des changements intervenus. Un code 1 est nécessaire quand :

- le **millésime** d'un vin change ;
- le **pays d'origine** pour les fruits, des légumes ou de la viande change ;
- l'**arôme** d'un yogourt change ;
- la **couleur** change (excepté pour l'habillement et les chaussures) ;
- la **quantité** d'un produit change (quand il s'agit du même produit) ;

5.3.2.2 Les cas pour lesquels un code 1 n'est pas nécessaire

Il n'est pas nécessaire de mettre un code 1, lorsque :

- seul le **numéro d'article** change ;
- en cas d'action, un **multipack** est sélectionné en lieu et place du produit unitaire ;
- la **couleur d'un vêtement ou de chaussures** change ;
- seule la **description** de l'article change, mais qu'il s'agit du même article. C'est le cas, par exemple, lorsqu'une marque change de nom (p.ex. Uncle Ben's devient Ben's Original).

Dans chacun de ces cas, les enquêteurs rédigent un commentaire sur le mois actuel.

Exemple de substitution directe (code 1)

Un enquêteur relève chaque mois le prix d'un paquet de 500 gr de Bircher Muesli marque Alnatura à CHF 3.- dans une grande surface. Le commerçant cesse de vendre cette marque. En remplacement, il vend du Bircher Muesli Familia Bio à CHF 2.80 les 500 gr. Selon le responsable du point de vente, ce bircher est plus ou moins semblable à l'ancien. En regardant le paquet et en comparant les caractéristiques du nouveau produit et de l'ancien, l'enquêteur estime que le Bircher Muesli Familia Bio répond aux mêmes besoins et est de même qualité que le Bircher Muesli Alnatura.

→ L'enquêteur remplace alors l'ancien par le nouveau par substitution directe. En pratique, à la place de la désignation « Bircher Muesli Alnatura », l'enquêteur inscrit dans la tablette « Bircher Muesli Familia Bio » à CHF 2.80 et le code 1.

Raisonnement schématisé :

Article	Prix période précédente	Prix période courante
Muesli Alnatura	CHF 3.00	max. 25 % -
Muesli Familia Bio	-	CHF 2.80 (code 1)

Une évolution de prix de -7% entre dans l'IPC.

Exemples de produits qui ne peuvent pas être remplacés par substitution directe

Les produits suivants ne peuvent pas être considérés comme substituables car ils présentent...

...une différence d'utilité

- Une visseuse à accu n'est pas directement remplaçable par une visseuse à brancher sur secteur.
 - Une bouilloire avec une capacité de 1.0l n'est pas comparable avec une bouilloire avec une capacité de 2l.
 - Un plat végétarien ne peut pas être remplacé par un plat à base de viande.
 - Des skis allmountain ne peuvent pas être remplacés avec des skis freestyle.
- Seuls des skis dont l'utilisation est identique ont la même utilité.

...une différence de qualité

- Une commode en bois massif (p.ex. chêne) ne peut pas être remplacée directement par une commode en mélaminé ou en contreplaqué.
- Seuls les meubles constitués du même type de bois peuvent être remplacés avec un code 1.
- Un plat à base de viande de bœuf ne peut pas être remplacé directement par un plat à base de viande de porc.
- Seuls les plats à base de la même sorte de viande peuvent être remplacés avec un code 1.

Exceptions

Dans les positions 11005 assiette du jour, 11152 Menu du jour, 11112 Menu restaurants self-service et 11136 Menu restauration rapide il est autorisé de remplacer différentes sortes de viande.

La méthode du chaînage (code 7)

Les enquêteurs du mandataire n'utilisent plus la méthode du chaînage. Elle sera dorénavant réservée aux relevés centralisés effectués par données scannées.

5.3.3 Remplacement de deux articles non comparables (codes 0 / 3)

Si deux **articles ne sont pas directement substituables**, l'ancien article doit être **supprimé** et un nouvel article doit être sélectionné (chapitre 5.3.3.2).

5.3.3.1 Suppression de l'article manquant (code 0)

Il y a, en règle générale, deux raisons pour lesquelles un article doit être supprimé du relevé :

- Lorsqu'au moment de remplacer un article, les enquêteurs ne trouvent **aucun article de remplacement de qualité identique**, ils doivent supprimer l'ancienne série de prix. Pour maintenir le nombre d'articles dans l'échantillon, ils sélectionnent un nouvel article durant la période actuelle (avec un code 3, voir chapitre 5.3.3.2).

Exception

Le code 0 ne doit jamais être utilisé pour un produit saisonnier, à moins que celui-ci n'ait définitivement disparu du marché (chapitre 6.5).

- Lorsqu'une partie de l'**assortiment disparaît** ou qu'un **point de vente ferme**, les enquêteurs doivent également supprimer les séries de prix concernées.

La suppression d'une série de prix est effectuée au moyen du **code 0**. Dans la tablette, les enquêteurs saisissent un code 0 à la période actuelle.

Recommandation

Lorsque les enquêteurs ont le sentiment, que certains groupes de produits ne se vendent plus très bien dans un point de vente, ils en informent le mandataire et discutent de la procédure à suivre. Les enquêteurs ne suppriment pas de groupes de produits dans leur ensemble avant d'en avoir parlé avec le mandataire.

5.3.3.2 Introduction du nouvel article (code 3)

Le nouvel article sélectionné est introduit en utilisant le **code 3**.

Exemple : suppression d'un article avec code 0 et sélection d'un nouvel article avec code 3

Un enquêteur relevait jusqu'ici le prix de la table Stockholm en hêtre massif, 200x90, CHF 389.00. Cette table était en action à la période précédente (CHF 289.00).

Le magasin ne vend plus cet article. A sa place, la table Amsterdam est dans l'offre : placage de chêne, teinté, 90x200, CHF 279.00. Le matériau étant un élément déterminant fortement la qualité du meuble et dans la mesure où ceux-ci ne sont pas identiques, l'enquêteur estime que **les deux tables ne sont pas comparables**.

→ L'enquêteur décide que la méthode de « remplacement de deux articles non comparables » est la plus appropriée. Il saisit le prix du nouvel article (CHF 279.00) à l'aide du code 3 dans une nouvelle série de prix et il arrête l'ancienne série de prix avec un code 0.

Raisonnement schématisé :

Article	Prix période précédente	Prix période courante
Table Stockholm	CHF 289.00 (action)	CHF 289.00 (action) (code 0)
Table Amsterdam		CHF 279.00 (code 3)

En période actuelle, aucune évolution de prix n'est mesurée entre ces deux articles.

6 Produits saisonniers

L'offre de produits saisonniers est fonction de la période de l'année. Les produits saisonniers ne sont ainsi pas disponibles toute l'année et subissent, pour la plupart, de grandes variations de prix.

Les fruits, les légumes et les plantes sont, typiquement, des produits saisonniers. Beaucoup de fruits et légumes ne peuvent être obtenus que durant une période précise de l'année : en janvier, on ne trouve que rarement du raisin et en novembre que rarement des fraises. La période de relevé de prix d'un grand nombre de produits coïncide avec la saison durant laquelle ils sont disponibles. Il se peut naturellement que certains produits arrivent sur le marché plus tardivement et en disparaissent plus précocement.

Sont également des produits saisonniers : l'habillement, les chaussures, les outils de jardin, les pneus d'hiver et d'été, les entrées aux piscines couvertes et de plein air, la viande de gibier (pendant la période de chasse), les fleurs, etc.

La **saisonnalité** d'un groupe de produits **peut varier selon le point de vente**. Lorsqu'un produit relevé en principe toute l'année est manquant (p.ex. le brocoli, salade, gibier), les enquêteurs doivent se renseigner auprès du point de vente pour savoir si éventuellement le produit n'y est disponible que de façon saisonnière.

Les enquêteurs essaient toujours de choisir un article vendu pour une durée aussi longue que possible. Si un article n'est disponible que pour quelques mois dans un point de vente, cet article n'est pas représentatif. Dans ce cas, les enquêteurs renoncent à en relever le prix.

6.1 Positions saisonnières

Les enquêteurs utilisent les moyens suivants pour déterminer quand un article doit être relevé :

- Dans la **tablette** les mois de relevé d'une position sélectionnée sont visibles sous « Information sur la position du panier-type ».
- Dans le **rapport mensuel de l'OFS** figure la liste de toutes les positions qui doivent être relevées pour la première fois et celle des positions qui doivent être relevées pour la dernière fois durant le mois à venir.
- Dans le **plan de relevé** (liste de périodicités).

6.2 Report de prix d'un produit saisonnier

Le prix d'un produit saisonnier manquant est **généralement reporté au moyen d'un code R** (Exemple de report de prix d'un produit saisonnier ci-après). Le prix et la quantité de la période précédente sont ainsi automatiquement reportés sur la période actuelle.

Le report de prix est autorisé au **maximum pour 2 mois consécutifs**. Si l'article est encore manquant un troisième mois, il doit être remplacé.

Exception

Quand le responsable du point de vente confirme que l'article manquant sera selon toute vraisemblance à nouveau disponible le mois prochain, l'enquêteur peut exceptionnellement reporter le prix une nouvelle fois. Dans ce cas, il rédige obligatoirement un commentaire sur le mois actuel.

Exemple de report de prix d'un produit saisonnier

Une enquêtrice relève un ananas chez Volg. Selon le panier-type, l'ananas est relevé de novembre à avril. En février, elle constate que l'ananas n'est plus disponible en rayon.

→ L'enquêtrice saisit donc un code R dans la tablette.

En mars et en avril, l'ananas n'est pas disponible non plus. L'enquêtrice se renseigne auprès du responsable du point de vente. Celui-ci lui confirme que l'ananas n'a pas été retiré de l'assortiment, mais qu'il n'est actuellement pas disponible pour des raisons saisonnières.

→ L'enquêtrice saisit également un code R pour les mois de mars et avril. En aucun cas l'ananas ne doit être supprimé avec un code 0.

1344 Ananas	Jan	Fév	Mar	Avr	Mai	Juin	Jui	Aoû	Sep	Oct	Nov	Déc
Périodicité (cf. plan de relevé)	X	X	X	X							X	X
Report de prix avec code R (exceptionnellement 3x)		R	R	R								

6.3 Suppression d'un article non représentatif

L'OFS définit la périodicité de relevé des articles saisonniers en fonction de leur disponibilité sur le marché, principalement dans les points de vente de grande importance. Lorsque dans un point de vente, un produit saisonnier n'est pas disponible durant plus de la moitié des mois de relevés définis par l'OFS, il ne doit pas être relevé respectivement il doit être supprimé au moyen du code 0.

Exemple de suppression d'un article saisonnier non représentatif

Une enquêtrice relève un **géranium** chez un fleuriste. Selon le panier-type, les géraniums doivent être **relevés d'avril à juin**. En avril et en juin, l'enquêtrice constate qu'aucun géranium n'est disponible. Elle met alors un code R. Dans la mesure où la période de relevé est très courte et que le géranium n'a pu être relevé qu'une seule fois, l'enquêtrice se demande si ce produit est véritablement représentatif de l'assortiment du point de vente. Le responsable lui confirme que les géraniums ne sont en principe vendus qu'un à deux mois dans son commerce.

→ L'enquêtrice décide alors de ne plus relever de géraniums dans ce commerce à l'avenir. En juin, elle met un code 0 et rédige un commentaire ad hoc.

9312 Géranium	Jan	Fév	Mar	Avr	Mai	Juin	Jui	Aoû	Sep	Oct	Nov	Déc
Périodicité (cf. plan de relevé)				X	X	X						
Report de prix avec code R				R	-	0						

6.4 Disponibilité saisonnière d'un article toute l'année

Quand un **produit** doit, selon le panier-type, **être relevé toute l'année** mais qu'il n'est temporairement **pas disponible** dans un point de vente pour des **raisons saisonnières** (p.ex. certains légumes ou certaines plantes, certains outils), les enquêteurs utilisent le **code S**.

Ceci n'est autorisé que lorsque le responsable du point de vente confirme à l'enquêteur qu'un produit n'est en rayon que de façon saisonnière. Dans ce cas, il est obligatoire de rédiger un commentaire sur le mois actuel.

Le prix et la quantité de la période précédente sont automatiquement reportés sur la période actuelle et cela jusqu'à ce que l'article soit à nouveau disponible sur le marché.

Exemple d'article à relever toute l'année, disponible de façon saisonnière dans un point de vente

Une enquêtrice relève un brocoli dans une épicerie. Selon le panier-type, le brocoli est relevé toute l'année. En décembre, l'enquêtrice constate que le brocoli n'est plus disponible. Elle se renseigne auprès de la vendeuse qui lui confirme que le brocoli n'est pas vendu pendant les mois d'hiver et qu'il sera à nouveau dans les rayons dès le mois de mai.

→ De décembre à avril l'enquêtrice saisit donc un code S pour le brocoli, même si selon le panier-type il s'agit d'un produit « toute l'année ». Pour que le collaborateur de l'OFS puisse comprendre cette démarche, l'enquêtrice lui transmet la remarque suivante : « article saisonnier, disponible de mai à novembre ».

1395 Brocoli	Jan	Fév	Mar	Avr	Mai	Juin	Jui	Aoû	Sep	Oct	Nov	Déc
Périodicité (cf. plan de relevé)	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Report de prix avec code S	S	S	S	S								S

6.5 Remplacement d'un produit saisonnier

Lors du remplacement d'un article saisonnier, les points suivants doivent être pris en considération :

- 1) **Le code 0 ne doit jamais être utilisé pour les fruits et légumes saisonniers** (et généralement pas pour les fruits et légumes), à moins que l'article n'ait définitivement disparu du marché. S'il n'y a vraiment aucun article de remplacement comparable, l'enquêteur rédige un commentaire et y mentionne la justification (p.ex. Bio vs qualité normale).
- 2) **Lors du premier relevé de la saison :**
 - ... tous les **articles manquants** doivent être remplacés. Si aucun article de remplacement non soldé n'est disponible, l'enquêteur peut saisir un **code R** et justifier à l'aide d'un commentaire ;
 - ... tous les **articles de la saison précédente** encore **réduits** doivent être remplacés ;
- 3) **Lors du dernier relevé de la saison :**
 - ... **aucun article ne doit être remplacé**. Un article qui est choisi en fin de saison ne sera dans bien des cas plus dans l'offre au début de la nouvelle saison (et devra à nouveau être remplacé). Lorsqu'un article saisonnier est manquant en fin de saison, les enquêteurs saisissent un code R ;
 - ... **aucun nouvel article ne peut être introduit** au moyen d'un code 3 ;
 - ... **aucun article ne doit être supprimé** au moyen du code 0, à moins qu'il n'ait totalement disparu du marché. Si tel est le cas, les enquêteurs rédigent un commentaire sur le mois actuel.

Exemple d'un article saisonnier manquant en fin de saison

Un enquêteur relève le prix de skis dans un magasin de sport. En février, il constate que les skis en question ne sont plus en rayon. Dans la mesure où il s'agit du dernier mois de relevé, il ne peut pas remplacer cette paire de skis.

→ L'enquêteur met donc un code R en février. Lors du premier relevé de la saison prochaine, en octobre, l'enquêteur remplacera ces skis, si possible, avec le modèle successeur.

9232 Skis alpins avec fixations	Jan	Fév	Mar	Avr	Mai	Jui	Jui	Aoû	Sep	Oct	Nov	Déc
Périodicité (cf. plan de relevé)	X	X								X	X	X
Report de prix avec code R (exceptionnellement 3x)		R								1		

7 Règles spécifiques par groupe

Les règles de relevé de prix décrites au chapitre 5 sont des directives générales qui s'appliquent à la plupart des biens et services. Certains groupes de produits nécessitent toutefois des règles de relevé de prix spéciales, décrites ci-après.

7.1 Groupe 1

7.1.1 Alimentation et boissons non alcoolisées

7.1.1.1 Précisions concernant l'utilisation du code 1

De manière générale, il n'est pas permis de remplacer un produit standard par un produit bio avec le code 1. Dans un tel cas, il faut utiliser le 0/3.

7.1.2 Fruits et légumes

7.1.2.1 Précisions concernant l'utilisation du code 1

Dans les fruits et légumes, la limite générale de 25% pour le code 1 peut exceptionnellement être dépassée, car le code 0 n'est pas autorisé.

7.1.3 Viande de poulet

Dans le commerce, sont vendus de nombreux produits élaborés à base de viande poulet. De sorte à ce que les produits soient attribués à la bonne position, lorsque les enquêteurs relèvent des produits à base de poulet, ils doivent donc **lire attentivement la description du produit sur l'emballage**. On distingue entre les deux catégories de viande élaborée suivantes :

- **Produit à base de viande poulet : viande précuite et transformée** à laquelle des ingrédients comme par exemple des épices, du sel, des additifs, de la panure, du jambon etc. ont été ajoutés. Elle est appelée „produits à base de viande” sur les emballages dans le commerce.
- **Viande de poulet préparée : viande crue préparée** avec des épices, du sel, de la panure, du jambon, etc. La viande de poulet préparée est appelée „préparation de viande” sur les emballages dans le commerce.

Selon la description que l'on trouve sur l'emballage, le poulet peut être relevé dans les positions suivantes dans le panier-type:

- 1131 **Produit à base de viande** de poulet, surgelé
- 1177 Tranche panée à base de **viande crue**
- 1176 Cordon bleu à base de **viande crue**

Le tableau suivant indique à quelles positions les produits à base de viande de poulet doivent être attribués.

Tableau 4 Positions dans lesquelles la viande de poulet prête à cuisiner peut être relevée

Produit	Description	Position du panier-type
Tranche de poulet panée	Produit à base de poulet (du rayon réfrigéré)	Ne pas relever!
	Produit à base de poulet (surgelé)	1131 Produit à base de viande de poulet, surgelé
	Préparation de viande (du rayon réfrigéré ou vente au détail)	1177 Tranche panée à base de viande crue
Chicken nuggets	Produit à base de poulet (du rayon réfrigéré)	Ne pas relever !
	Produit à base de poulet (surgelé)	1131 Produit à base de viande de poulet, surgelé
	Préparation de viande (du rayon réfrigéré ou vente au détail)	Ne pas relever !
Cordon bleu de poulet	Produit à base de poulet (du rayon réfrigéré)	Ne pas relever !
	Produit à base de poulet (surgelé)	1131 Produit à base de viande de poulet, surgelé
	Préparation de viande (du rayon réfrigéré ou vente au détail)	1176 Cordon bleu à base de viande crue

Attention

Les produits à base de viande de poulet (comme par ex. les chicken nuggets, les tranches panées de poulet) **du rayon réfrigéré ne peuvent pas être relevés**. Dans le panier-type il existe seulement une position pour les produits à base de poulet surgelés.

Dans les positions „tranche panée à base de viande crue“ et „cordon bleu à base de viande crue“ il n'est pas possible de relever des produits à base de viande de poulet, mais seulement de la viande de poulet crue (préparée).

Exemple de relevé pour la viande de poulet

Une enquêtrice doit relever un nouvel article dans la position **1176 cordon bleu à base de viande crue**. Dans le rayon réfrigéré, elle trouve deux cordons bleus de poulet et un cordon bleu de porc. Au premier coup d'œil, il n'est pas clair lequel des cordons bleus est à base de viande crue.

L'enquêtrice **lit les informations sur l'emballage**.

Sur l'emballage du premier cordon bleu de poulet elle trouve l'indication « **viande hachée et moulée** ». Sur l'emballage du deuxième cordon bleu de poulet elle trouve l'indication « **produit à base de viande** » (traduction allemande, si les informations sur l'étiquette n'ont pas été traduites : Fleischerzeugnis).

Sur l'emballage du cordon bleu de porc elle trouve l'indication „**préparation de viande de porc**” (traduction allemande, si les informations sur l'étiquette n'ont pas été traduites : « Schweinefleischzubereitung mit Käse und Schweinefleischerzeugnis, paniert ». Le terme „préparation de viande” signifie que le cordon bleu contient principalement de la viande crue.

→ L'enquêtrice choisit donc le cordon bleu de porc.

L'enquêtrice ne peut pas relever les cordons bleus de poulet, car ce sont des produits à base de viande se trouvant au rayon réfrigéré, pour lesquels il n'existe pas de position dans le panier-type (voir le Tableau 4).

7.2 Groupe 3

7.2.1 Habillement

7.2.1.1 Le choix des articles

Style

L'habillement étant un secteur fortement soumis aux influences de la mode, le **choix de l'article s'effectue dans la mesure du possible parmi les classiques²**. Cette restriction permet d'éviter des remplacements ou des suppressions d'articles trop fréquents induits par des évolutions de forme, de longueur et de matière dues aux influences de la mode.

Recommandation

- Choisir un article avec plusieurs couleurs à choix et disponible en plusieurs tailles.
- Sélectionner des articles parmi les marques pour lesquelles le choix est assez grand.

² Par articles classiques sont entendus les articles « basics » qui ne suivent pas les tendances de la mode. Les enquêteurs choisiront ainsi de préférence un jean droit plutôt qu'un jean slim ou une blouse blanche simple plutôt qu'une blouse avec col à jabot ou une blouse couleur léopard. Ces articles ont plus de chance d'être retrouvés à la saison prochaine.

Gamme de prix

En fonction du nombre d'articles à relever défini dans le panier-type³, les enquêteurs choisissent les articles comme suit :

- si seul un article doit être relevé : un article se situant dans la gamme de prix qui représente le mieux le point de vente.
- si plusieurs articles doivent être relevés : au moins un article se situant dans la gamme de prix représentant le mieux le point de vente, et un moins un article se situant dans une autre gamme de prix. Dans tous les cas, les enquêteurs choisissent des articles de marques différentes.

7.2.1.2 Précisions concernant la description des articles

Les enquêteurs mentionnent les éléments suivants dans la description de l'article :

- la **marque**
- le **type d'article** (pantacourts, shorts, bermudas)
- la **forme**
- la **couleur**
- pour les articles de sport, relever le nom de **fibres techniques** également (p.ex. Goretex, Teflon, etc.)

Exemples de description d'articles pour l'habillement

Position	Description de l'article	Caractéristiques de produit
3062 Manteau d'hiver	Guess, Manteau croisé, beige, longueur mi-cuisses, avec ceinture	Marque : Guess Fibre 1 : 70 % laine Fibre 2: 30 % polyester Longueur : mi-cuisses
3315 Veste de sport d'hiver, enfants	La Redoute Collections, veste de ski avec capuche, rose, fille	Marque: La Redoute Collections Fibre 1 : 100% polyamide Fibre 2: -
3024 Short et bermuda, hommes	Billabong bermuda beige	Marque : Billabong Fibre 1 : 100% coton Fibre 2: - Type d'article : bermuda

Caractéristiques à relever

Les enquêteurs relèvent certaines caractéristiques des articles d'habillement qui sont nécessaires pour que l'OFS puisse effectuer les ajustements de qualité. Il s'agit notamment de la marque et de la matière des vêtements. Ces caractéristiques sont reprises dans les champs de caractéristiques spécifiquement prévus à cet effet. Les enquêteurs indiquent impérativement toutes les caractéristiques du vêtement qui sont demandées, sans quoi l'OFS s'autorise à renvoyer les enquêteurs dans le point de vente pour relever les caractéristiques manquantes.

³ Le nombre de prix défini dans le panier-type est un nombre maximal basé sur l'assortiment des plus grands points de vente. Les enquêteurs qui effectuent des relevés de prix dans les boutiques régionales font de leur mieux en fonction de l'assortiment du point de vente.

7.2.1.3 Le report de prix d'un article manquant

L'habillement est un marché de consommation particulier. Les assortiments y sont beaucoup moins stables que sur d'autres marchés de consommation et, compte tenu de la saisonnalité des collections, les stocks disponibles limités. Ainsi, il n'est pas rare qu'un article ne soit pas réapprovisionné une fois le stock épuisé. Aussi, plutôt que de reporter le prix d'un article manquant, l'article sera si possible directement remplacé (voir chapitre 7.2.1.4).

En règle générale, **le report de prix n'est autorisé que durant les mois de soldes**, durant lesquels tout remplacement est interdit.

Si toutefois, lors d'un relevé hors période de soldes, un article manquant ne pouvait être remplacé faute de pouvoir trouver un article de remplacement, alors l'enquêteur est autorisé à reporter le prix. Dans ce cas, le report de prix s'effectue avec un code R et l'enquêteur écrit un commentaire sur le mois actuel *p.ex. pas d'article de remplacement, tous sont soldés*.

Période de soldes

En dehors des périodes de soldes « officielles » en **janvier** et **juillet**, un mois de relevé peut être considéré comme période de soldes...

- ...si tous les articles d'une variété sont soldés
- OU
- ...si, par exemple, une réduction de 20% est accordée sur toute la collection pour femmes.

Dans ces cas, le remplacement d'articles n'est pas permis non plus et les articles doivent être reportés avec le code R.

Article de toute l'année disponible de façon saisonnière

Lorsqu'un article devrait être relevé durant toute l'année selon le panier-type et qu'il n'est pas disponible durant une certaine période dans un point de vente (p.ex. les t-shirts à manches longues), l'enquêteur est exceptionnellement autorisé à reporter le prix au moyen du code S. Dans ce cas, il rédige un commentaire p.ex. article saisonnier, à nouveau en rayon dès octobre.

Exemple de report de prix pour l'habillement

En juillet, l'enquêteur qui relève les prix chez Bayard s'aperçoit que le pantalon dont il relevait le prix depuis près de deux ans n'est plus disponible. Les autres pantalons du même type qui pourraient être des remplaçants potentiels sont tous soldés.

→ L'enquêteur met un R et cherchera un article de remplacement lors du prochain relevé de prix, si l'article relevé est toujours manquant.

7.2.1.4 Le remplacement d'un article

Un article est remplacé tout de suite,

- s'il **manque** ou qu'il est **soldé lors du premier relevé de la saison**,
- s'il **manque** lors d'un mois de relevé normal (hors période de soldes).

Exception

Exceptionnellement, les enquêteurs peuvent reporter un prix à l'aide d'un code R, s'ils savent par expérience ou que le personnel de vente leur confirme, qu'un article est momentanément manquant et qu'il sera disponible à nouveau d'ici peu. Dans un tel cas, les enquêteurs rédigent un commentaire sur le mois actuel.

Articles relevés dans une boutique en ligne

Si dans la boutique en ligne il est mentionné que l'article sera livrable à nouveau d'ici peu, il est possible de reporter le prix à l'aide d'un code R (au maximum 1 fois). Voir aussi les informations de l'encadré *Relevés en ligne* dans le chapitre 5.2.1)

- s'il est en **action deux mois** de suite. L'OFS signale à l'enquêteur que l'article doit être remplacé en introduisant « 2xaction » dans le champ commentaire sur le mois actuel.

Le remplacement d'article est une démarche extrêmement importante et doit être effectuée de la manière la plus exacte possible. Lors du remplacement d'articles les enquêteurs respectent les directives suivantes :

- Le remplacement d'un article se fait si possible par un autre article similaire de l'assortiment du point de vente. **Les enquêteurs cherchent en priorité à maintenir les caractéristiques quant à la marque, à la matière (% proche de la teneur en fibre), au type et à la forme du vêtement.**
- S'il n'est pas possible de maintenir les caractéristiques de l'article remplacé, les enquêteurs choisissent un autre article similaire de l'assortiment qui correspond à la définition de la variété.
- **Tous les remplacements d'articles sont indiqués à l'aide d'un code 1**, que l'article de remplacement soit comparable ou non à l'article remplacé aux yeux des enquêteurs. En principe, seule la disparition définitive d'une variété peut être indiquée à l'aide d'un code 0.
- **Aucun remplacement d'article n'a lieu en période de soldes.** Si pour cette raison, l'article ne peut être remplacé durant le mois en cours, il est indiqué comme manquant (R) et sera remplacé lors du prochain relevé (mois hors soldes).
- **Le remplacement d'article se fait toujours avec un article non soldé.** L'article soldé est, en effet, lui aussi appelé à disparaître de l'assortiment très prochainement et a de très fortes probabilités de devoir être remplacé également lors du prochain relevé de prix.

Ce changement important de pratique par rapport aux autres articles du panier-type fait suite à une volonté d'uniformiser le traitement des ajustements de la qualité. Seuls les collaborateurs spécialisés de l'OFS sont habilités à prendre des décisions quant à la comparabilité de la qualité entre l'article de remplacement et l'article remplacé. C'est pourquoi à chaque remplacement d'article, **toutes les caractéristiques demandées doivent être impérativement adaptées dans les champs prévus à cet effet.**

Tableau 5 Vue d'ensemble des règles de remplacement d'articles manquants pour l'habillement

Période	Articles saisonniers	Articles toute l'année
Périodes de soldes: janvier juillet	Aucun remplacement autorisé. Reporter les prix d'articles manquants à l'aide du code R et remplacer lors du premier relevé de la nouvelle saison / après les soldes.	Comme les articles saisonniers.
1^{er} relevé de la saison:	Remplacer immédiatement (code 1): - les articles soldés - les articles manquants Choisir si possible un article de même qualité, non soldé. Si aucun article de remplacement non soldé disponible, saisir un code R avec commentaire.	-
Autres périodes	Remplacer immédiatement (code 1): - les articles manquants Remplacer après max 2 mois: - les articles soldés Choisir si possible un article de même qualité, non soldé. Si aucun article de remplacement non soldé disponible, saisir un code R avec commentaire.	Comme les articles saisonniers.

Exemple de remplacement d'un article d'habillement

En octobre, une enquêtrice se rend chez Manor pour y relever le prix de l'habillement. Elle relève pour la première fois de la saison les prix des manteaux d'hiver. Jusqu'à présent, elle relevait le prix d'un manteau de la marque JJBenson, 90 % laine vierge, 10 % cachemire, au prix de CHF 698.00. En octobre, lors du premier relevé de prix de la saison ce manteau n'est pas en rayon.

L'enquêtrice entreprend alors de le remplacer. Deux choix s'offrent à elle :

- Un manteau JJBenson, 90% laine vierge, 10 % cachemire au prix de CHF 548.00. Sur l'étiquette de prix, l'enquêtrice constate qu'il s'agit d'un article soldé dont le prix initial était de 688.00
- Un manteau Maddison, 100 % laine vierge, au prix de 720.00

→ Même si elle ne peut pas maintenir les caractéristiques de l'article, l'enquêtrice choisit l'article de marque Maddison qui n'est pas soldé.

7.2.1.5 L'introduction d'une nouvelle variété⁴

Un article d'une variété qui fait son apparition dans un point de vente est **toujours** introduit à l'aide d'un **code 3**. Lors de l'introduction d'un nouvel article les points suivants doivent être pris en compte :

- **Jamais** un nouvel article n'est introduit **en période des soldes**
- **Il n'est pas permis d'introduire un article soldé à l'aide d'un code 3**

Les enquêteurs vérifient régulièrement l'assortiment du point de vente et prennent en compte les nouvelles variétés dès que celles-ci atteignent un niveau de vente conséquent. **S'il s'agit d'une grande quantité d'articles à intégrer dans l'enquête, l'enquêteur en informe au préalable le mandataire, qui décidera avec l'accord de l'OFS.**

Comme pour le remplacement d'articles, les enquêteurs veillent à relever les caractéristiques de produit demandées.

7.2.1.6 La disparition d'une variété

En règle générale, seuls les articles de variétés qui **disparaissent complètement et définitivement** de l'assortiment d'un point de vente **sont supprimés à l'aide du code 0**. C'est le cas si un point de vente ne vend plus de vestes en cuir p.ex. Dans ce cas les enquêteurs rédigent un commentaire sur le mois actuel : « toute la variété a disparu de l'assortiment de manière définitive ».

Exemple de suppression d'article

En novembre, une enquêtrice relève le prix des manteaux d'hiver. A son grand étonnement, plus aucun manteau d'hiver n'est disponible. Elle s'en enquiert auprès du chef de rayon qui lui annonce que désormais le point de vente ne vend plus de manteaux d'hiver.

En janvier, le manteau recherché était soldé au prix de CHF 120.00. Son prix hors soldes était de CHF 210.00.

Décembre 2016	Janvier 2017	Novembre 2017
CHF 210.00	CHF 120.00	CHF 120.00 (action) code 0

→ L'enquêtrice met un code 0 et rédige le commentaire suivant sur le mois actuel: la variété été retirée de l'assortiment de manière définitive.

⁴ Par variété, on entend « type d'article », p.ex. les manteaux, les t-shirts, les pantalons, etc.

7.2.1.7 Le schéma des règles de relevé de prix pour l'habillement

Règles de relevé de prix de l'habillement : remplacement d'article, report de prix, introduction et suppression d'article

Articles de toute l'année	Fév.	Mar.	Avr.	Mai	Juin	Juil.	Août.	Sep.	Oct.	Nov.	Déc.	Jan.
Remplacement d'article code 1												
Report de prix code R												
Introduction de nouveaux articles code 3												
Suppression d'articles code 0												
En février et août, les articles de toute l'année sont les seuls à être relevés. Les soldes peuvent être pris en compte, si le nombre d'article restant est suffisant et que la majorité des tailles est encore disponible. Sinon, il mieux vaut remplacer l'article au moyen du code 1.												

Articles des collections saisonnières	Fév.	Mar.	Avr.	Mai	Juin	Juil.	Août.	Sep.	Oct.	Nov.	Déc.	Jan.
Collection printemps/été												
Remplacement d'article code 1												
Report de prix code R												
Introduction de nouveaux articles code 3												
Suppression d'articles code 0												
Collection automne/hiver												
Remplacement d'article code 1												
Report de prix code R												
Introduction de nouveaux articles code 3												
Suppression d'articles code 0												
Lors du premier relevé de la saison tous les articles manquants doivent être remplacés.												

Aide à la compréhension du tableau

- Code 1 Tout article manquant durant les relevés de prix hors période de soldes doit être remplacé immédiatement, par un article non soldé.
- Code R Les articles manquants durant les soldes sont reportés au moyen du code R. Durant les mois hors période de soldes, le code R n'est utilisé que s'il est impossible de trouver un article de remplacement.
- Code 3 L'introduction d'un nouvel article peut se faire en tout temps, sauf durant les périodes de soldes.
- Code 0 La suppression d'article est autorisée en tout temps.

Autorisé

Autorisé, uniquement s'il est impossible de remplacer l'article (p.ex. quand la variété n'est pas en rayon lors du premier relevé de la saison)

Non autorisé

Pas de relevé de prix

7.2.2 Chaussures

D'une façon générale, les règles qui s'appliquent aux autres articles du panier-type s'appliquent également au relevé de prix des chaussures. **Seul le report de prix suit des règles différentes.**

7.2.2.1 Les caractéristiques à relever

Les enquêteurs relèvent certaines caractéristiques des chaussures, dont la **marque**, la **matière extérieure** et **intérieure**. Ces caractéristiques sont introduites dans les champs de caractéristiques spécifiquement prévus à cet effet.

7.2.2.2 Le report de prix d'un article manquant

Le nombre de reports de prix autorisé varie en fonction de la variété relevée.

Article de toute l'année

Lorsqu'un article de toute l'année est **momentanément manquant**, la règle habituelle s'applique. Son **prix peut être reporté durant deux mois consécutivement** au maximum, après quoi il doit être remplacé.

Article de toute l'année disponible de façon saisonnière

Lorsqu'un article devrait être relevé durant toute l'année selon le panier-type et qu'il n'est pas disponible durant une certaine période dans un point de vente (p.ex. les chaussures de trekking), l'enquêteur est exceptionnellement autorisé à reporter le prix au moyen du code S. Dans ce cas, il rédige un commentaire p.ex. article saisonnier, à nouveau en rayon dès mars.

Article saisonnier

Lorsqu'un article saisonnier est **manquant**, son **prix ne peut être reporté que durant les périodes de soldes**. En dehors des périodes de soldes, les articles sont remplacés dès qu'ils sont manquants.

Exception pour les articles relevés dans un magasin en ligne

Si dans le magasin en ligne il est mentionné que l'article sera livrable à nouveau d'ici peu, il est possible de reporter le prix à l'aide d'un code R.

Exemple de report de prix dans le groupe des chaussures

En janvier, l'enquêtrice ne retrouve pas la paire d'escarpins qu'elle avait sélectionnée en septembre. Ces escarpins étaient déjà manquants lors des deux relevés précédents en novembre et en décembre.

→ Bien que l'article soit déjà assorti de deux R, l'enquêtrice mettra exceptionnellement un troisième R, car elle n'est pas autorisée à remplacer un article pendant les soldes.

7.2.2.3 Le remplacement d'un article

Le moment où un article manquant doit être remplacé varie en fonction du type d'article relevé. Dans tous les cas, le **remplacement d'article est interdit durant les périodes de soldes**.

Article de toute l'année

Un **article de toute l'année** sera remplacé

- s'il est définitivement manquant, ou
- si l'article n'est disponible que dans des pointures non communes,
- si l'article est soldé depuis plus de 2 mois, ou
- s'il est manquant depuis plus de 2 mois (max 2xR)

Article saisonnier

Un **article saisonnier qui est manquant sera immédiatement remplacé**.

Comme pour les autres articles du panier-type, le remplacement des chaussures s'effectue :

- au moyen d'un **code 1**, quand **l'article de remplacement est de qualité comparable** à l'article remplacé (cf. chapitre 5.3.2).

Par exemple : cuir à cuir, textile à textile, etc.

- au moyen des **codes 0 et 3**, quand **l'article de remplacement n'est pas de qualité comparable** à l'article remplacé (cf. chapitre 5.3.3).

Par exemple: synthétique avec cuir, textile avec suède, etc.

Exception

Le prix d'un article qui ne pourrait pas être remplacé, car aucun article de remplacement n'est disponible, peut exceptionnellement être reporté. Dans un tel cas, les enquêteurs rédigent un commentaire sur le mois actuel.

Tableau 6 Vue d'ensemble des règles de remplacement d'articles manquants pour les chaussures

Période	Articles saisonniers	Articles toute l'année
Périodes de soldes: janvier juillet	Aucun remplacement autorisé. Reporter les prix des articles manquants à l'aide du code R et remplacer lors du premier relevé de la nouvelle saison / après les soldes.	Comme les articles saisonniers.
1^{er} relevé de la saison:	Remplacer immédiatement: - les articles manquants - les articles soldés Choisir si possible un article de même qualité, non soldé (code 1, sinon code 0/3). Si aucun article de remplacement non soldé disponible, saisir un code R avec commentaire.	-
Autres périodes	Remplacer immédiatement: - les articles manquants Remplacer après max 2 mois: - les articles soldés Choisir si possible un article de même qualité, non soldé (code 1, sinon code 0/3). Si aucun article de remplacement non soldé disponible, saisir un code R avec commentaire.	Remplacer après max. 2 mois: - les articles manquants - les articles soldés Choisir si possible un article de même qualité, non soldé (code 1, sinon code 0/3). Si aucun article de remplacement non soldé disponible, saisir un code R avec commentaire.

Quand peut-on considérer que deux articles sont comparables ?

Un article ne peut être remplacé directement par un autre article (code 1) que lorsque la marque, la matière extérieure de la chaussure sont maintenues constantes, et que la différence de prix est au maximum de +/- 25 % entre l'article remplacé et l'article remplaçant.

Comme c'est le cas pour l'habillement, **jamais un article n'est remplacé par un autre article en soldes.**

Exemple de remplacement d'article - chaussures

En mai, l'enquêtrice qui relève les prix chez Ochsner Shoes recherche la paire de sandalettes pour femme dont elle avait relevé les prix la saison dernière. Il s'agissait d'une paire de sandalettes en cuir à talons hauts de marque OxmoX au prix de CHF 125.00 en soldes (prix normal CHF 169.00). Ces sandalettes sont introuvables. S'agissant d'un article saisonnier, elle ne peut pas utiliser le code R et doit les remplacer immédiatement.

Elle trouve une paire de sandalettes en cuir de la même marque dont le prix est de CHF 120.00. Bien que possédant des caractéristiques identiques, la différence de prix entre les deux articles est supérieure à 25 % ($120/169=0.71$ soit 29% de moins).

→ L'enquêtrice procédera au remplacement au moyen des codes 0 / 3. Le nouvel article est introduit durant le mois en cours avec un code 3.

7.2.2.4 L'introduction d'un nouvel article

L'introduction d'un nouvel article se fait toujours **au moyen du code 3**. Les éléments suivants doivent être pris en compte lors de l'introduction d'un nouvel article :

- Jamais un nouvel article n'est introduit en période de soldes.
- Il n'est pas autorisé de sélectionner un nouvel article dont le prix est réduit.

Lors de l'introduction d'un nouvel article, les enquêteurs veillent à saisir les caractéristiques demandées.

7.2.2.5 La suppression d'un article

La suppression d'un article qui ne peut être remplacé directement s'effectue au **moyen du code 0**. Les enquêteurs veilleront dans la mesure du possible à sélectionner un nouvel article de la même variété de sorte à maintenir le nombre de prix dans l'échantillon.

Articles de toute l'année

La suppression d'articles est possible en tout temps. Toutefois, **en périodes de soldes, elle n'est autorisée que si la variété est appelée à disparaître du point de vente**. Dans ce cas, l'enquêteur rédige un commentaire sur le mois actuel et précise que le point de vente a sorti la variété de son assortiment (c'est le cas, lorsqu'un point de vente renonce à vendre des chaussures pour homme par exemple).

Articles saisonniers

La suppression d'articles n'est en principe pas autorisée en fin de période de relevé (soldes). En effet, il vaut mieux attendre le premier relevé de la saison suivante pour effectuer un remplacement. Toutefois, si la variété a totalement disparu de l'assortiment du point de vente et que l'enquêteur en a obtenu confirmation auprès du personnel du point de vente, il peut supprimer les articles concernés. Dans ce cas, l'enquêteur rédige un commentaire sur le mois actuel et précise que le point de vente a sorti la variété de son assortiment.

7.2.2.6 Les schémas des règles de relevé de prix pour les chaussures

Règles de relevé de prix des chaussures : remplacement d'article, report de prix, introduction et suppression d'article

Articles de toute l'année	Fév.	Mar.	Avr.	Mai	Juin	Juil.	Août.	Sep.	Oct.	Nov.	Déc.	Jan.
Remplacement d'article code 1												
Report de prix code R												
Introduction de nouveaux articles code 3												
Suppression d'articles code 0												

En février et août, les articles de toute l'année sont les seuls à être relevés. Les soldes peuvent être pris en compte, si le nombre d'article restant est suffisant et que la majorité des tailles est encore disponible. Sinon, il mieux vaut remplacer l'article au moyen du code 1.

Aide à la compréhension du tableau

Code 1

Tout article définitivement manquant doit être remplacé sans attendre.

Code R

Les articles manquants durant les soldes sont reportés au moyen du code R.
Durant les mois hors période de soldes, les prix des chaussures de toute l'année peuvent être reportés au maximum deux fois (RR).

Code 3

L'introduction d'un nouvel article peut se faire en tout temps, sauf durant les périodes de soldes.

Code 0

La suppression d'article est en principe autorisée en tout temps. En période soldes, la suppression d'article n'est toutefois autorisée que si la variété a définitivement disparu

Autorisé

Autorisé, si la variété a totalement disparu du point de vente.

Non autorisé

Règles de relevé de prix des chaussures : remplacement d'article, report de prix, introduction et suppression d'article

Articles des collections saisonnières	Fév.	Mar.	Avr.	Mai	Juin	Juil.	Aoû.	Sep.	Oct.	Nov.	Déc.	Jan.
Collection printemps/été												
Remplacement d'article	code 1											
Report de prix	code R											
Introduction de nouveaux articles	code 3											
Suppression d'articles	code 0											
Collection automne/hiver												
Remplacement d'article	code 1											
Report de prix	code R											
Introduction de nouveaux articles	code 3											
Suppression d'articles	code 0											

Les articles des collections saisonnières doivent être remplacés dès qu'ils sont manquants. Le remplacement d'article n'est toutefois pas autorisé en période de soldes. Dans ce cas-là, les prix sont reportés et l'article sera remplacé lors du premier relevé de la saison prochaine.

Aide à la compréhension du tableau

- Code 1

Tout article manquant durant les relevés de prix hors période de soldes doit être remplacé immédiatement, par un article non soldé.
- Code R

Les articles manquants durant les soldes sont reportés au moyen du code R.

Durant les mois hors période de soldes, le code R n'est utilisé que s'il est impossible de trouver un article de remplacement.
- Code 3

L'introduction d'un nouvel article peut se faire en tout temps, sauf durant les périodes de soldes.
- Code 0

La suppression d'article est en principe autorisée en tout temps. En période soldes, la suppression d'article n'est toutefois autorisée que si la variété a définitivement disparu du point de vente.

Autorisé

Autorisé, si (voir ci-dessus les règles définies en fonction des codes)

Non autorisé

Pas de relevé de prix

7.3 Groupe 5

7.3.1 Équipement ménager et meubles

Ce groupe de marchandises contient des biens très différents qui se distinguent de façon non négligeable que ce soit au niveau de leur utilisation ou au niveau de leur qualité de fabrication. De plus, l'assortiment offert évolue de façon constante, un peu comme c'est le cas de l'habillement. C'est pourquoi il est important de décrire l'article dont le prix est relevé de façon la plus précise que possible.

En plus de la description standard préconisée au chapitre 4.3.1, **il est nécessaire de prêter une attention particulière aux propriétés de l'article**, soit : **matériau** (p.ex. variété de bois) et **qualité de fabrication**. La qualité, a en effet, une importance particulière dans ce domaine du panier-type. Les enquêteurs doivent donc évaluer aussi précisément que possible la qualité des articles, de sorte à ce que, dans des cas donnés, elle puisse être comparée à celle d'autres produits (p.ex. lorsque le produit doit être remplacé). Si besoin, il est recommandé de s'adresser au personnel de vente de sorte à obtenir ses conseils et son soutien.

Lors des remplacements de produits, il est parfois difficile pour les collaborateurs de l'OFS de déterminer dans quelle mesure l'article remplacé et l'article de remplacement sont réellement comparables. Les enquêteurs relèvent, pour les meubles et les appareils électroménagers, des caractéristiques de produits qui soutiendront le processus d'ajustement de la qualité.

7.3.1.1 Précisions concernant l'utilisation du code 1 pour les meubles

En cas de substitution directe avec un code 1, les conditions suivantes doivent être remplies :

- **Matériau** (cuir, verre, bois, métal, etc.) identique.
Pour les meubles en bois: type de fabrication identique (contreplaqué, mélaminé, massif) et variété de bois identique (hêtre, chêne, etc.).
- **Dimensions** similaires (+/-25%)

Ainsi, un meuble en chêne massif ne peut d'une part pas être directement remplacé par un meuble en contreplaqué ou en mélaminé et, d'autre part, il ne peut pas être remplacé directement non plus par un meuble à base d'une autre essence de bois (p.ex. en hêtre massif).

7.3.1.2 Précisions concernant les rabais octroyés pour les appareils électroménagers de grandes dimensions

Dans le domaine des appareils électroménagers de grandes dimensions, certains points de vente accordent des rabais qui ne sont pas forcément affichés, mais plutôt accordés individuellement. Les enquêteurs questionnent de temps à autre le personnel de vente pour savoir si pour des appareils spécifiques des rabais supplémentaires sont accordés.

Exemples de description d'article pour les articles ménagers et les meubles

Position	Description	Caractéristiques de produit
5044 Table	Table, collection classique „Arthurs Rittertafel“, en chêne, ronde, diamètre 160 cm	Matériau : chêne massif Dimensions en cm (LxP ou Ø): 160cm
5072 Duvet en plumes	Duvet basic, Billerbeck, plumes, 160x210cm	Poids : 650gr Saison : printemps/été
5103 Congélateur	Congélateur Electrolux GKS 501, 96 l, Classe énergétique A+	Marque : Electrolux Modèle : GKS 501 Capacité (l) : 96 l Type : à pose libre

7.4 Groupe 7

7.4.1 Bicyclettes

Pour les bicyclettes un certain nombre de caractéristiques qualitatives sont à relever dans les champs caractéristiques du produit, ainsi que dans la description de l'article. Les enquêteurs se réfèrent au panier-type (champs info et propriété du produit) pour connaître les caractéristiques à relever pour chaque position.

7.4.1.1 Précisions concernant la description de l'article

Exemples d'informations supplémentaires à mentionner dans la description de l'article pour les variétés de la position bicyclette:

- **Matériau du cadre** : acier, aluminium, carbone, titane
- **Type de frein** (disque, gomme)

7.4.1.2 Précisions concernant l'utilisation du code 1

En règle générale, pour tous les types de bicyclettes, les caractéristiques suivantes doivent être maintenues identiques pour pouvoir effectuer un remplacement direct avec code 1 :

- **Marque**
- **Modèle**
- **Genre** (homme/femme/enfant)

Pour les VTT, le **type de suspensions** doit également être identique (p.ex. avant uniquement vs avant et arrière).

Pour les bicyclettes électriques, la **puissance du moteur** en watts doit également être identique.

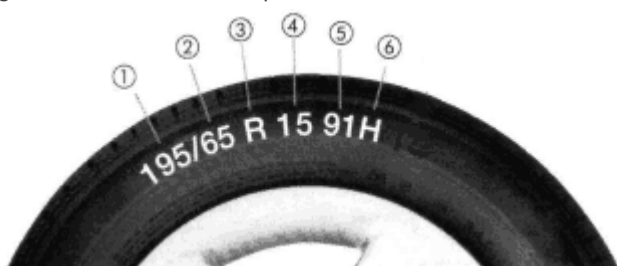
7.4.2 Pneus

Dans cette branche, les consommateurs se voient souvent offrir de gros rabais. Aussi, les prix de liste ne correspondent bien souvent pas aux prix effectivement payés par les consommateurs. Les enquêteurs doivent **relever le prix de transaction effectivement payé** par le consommateur. Ils doivent s'en enquérir auprès du personnel de vente ; si le relevé est effectué par Internet, ils doivent, de temps à autre, se faire confirmer les rabais par téléphone.

Les pneus standards les plus courants sont à relever. Il s'agit des dimensions suivantes :

- 195/65 R15
- 205/55 R16

Figure 5 Les dimensions d'un pneu



(1) Largeur du pneu en mm

(2) Rapport hauteur/largeur du pneu en %

(3) Conception du pneu (R =radial, norme actuelle)

(4) Diamètre de la jante en pouces (1 pouce = 2.54cm)

Les caractéristiques 5 et 6 sont moins importantes pour le relevé de prix.

Exemple de description d'article pour les pneus

Position	Description
7097 Pneus d'hiver	Michelin Alpin 5 205/55 R16

7.4.2.1 Précisions concernant l'utilisation du code 1

En règle générale, la qualité du pneu est considérée comme comparable, si les critères suivants restent identiques

- Marque
- Dimensions du pneu (par ex. 195/55 R15)

7.4.3 Taxes de parking

Pour le relevé de la **taxe de parking par jour** et de la **taxe de parking par heure** les enquêteurs doivent définir une plage horaire précise et un jour de semaine concret. Ainsi, les tarifs devront toujours être relevés pour la même période, indépendamment des adaptations tarifaires du parking.

7.4.3.1 Précisions concernant la description de l'article

Les enquêteurs indiquent les éléments suivants dans la **description de l'article** :

- le jour de semaine choisi

- l'horaire choisi
- le détail des tarifs qui ont été utilisés pour le calcul du prix de stationnement (un ou plusieurs).

Pour la position **taxe de parking de longue durée** il n'est pas nécessaire de choisir un mois particulier (les tarifs sont les mêmes indépendamment du mois en général). Néanmoins la **description de l'article** doit être aussi **précise** que possible et contenir toutes les informations importantes.

Exemples de description d'article pour les taxes de parking

Position	Description	Quantité	Prix
7132 Taxe de parking par heure	Mardi de 18h30 - 20h00, tarifs applicables: lu-sa 8h00-19h00 4.-/heure ; 19h00-8h00 3.-/ heure (0.5h x 4.- + 1h x 3.-)	1.5h	Fr. 5.00
7133 Taxe de parking par jour (24h)	Lundi 8h00 - mardi 8h00 (24h), tarif applicable: tarif journalier max. 40.00 CHF par jour/24h	1 jour	Fr. 40.00
7134 Taxe de parking de longue durée	Parking de longue durée souterrain, place fixe 365 j / 24h (facturation par trimestre)	3 mois	Fr. 972.00

Procédure à suivre en cas de changement de tarif (exemple 7132 Taxe de parking par heure) :

→ Si le parking change ses tarifs, par ex. nouveau tarif applicable lu-sa 8h00-20h00, 4.-/h. et lu-sa 20h00-8h00, 3.-/h, l'enquêteur continue à calculer le tarif pour un stationnement le **mardi de 18.30-20h**, mais à l'aide du nouveau tarif applicable, soit : nouveau prix = 1.5h. x 4.- = 6.-, ce qui représente une augmentation de prix de 20%.

7.4.4 Essence et mazout

Les prix de l'essence, du diesel et de l'huile de chauffage sont très volatils et peuvent évoluer à très court terme. Raison pour laquelle ils sont relevés, deux fois par mois, lors de deux jours de référence prédéfinis. Les enquêteurs sont attentifs aux points suivants :

- Le jour de référence (JR 1 ou 2) doit être indiqué dans la description de l'article.
- En ce qui concerne les catégories quantitatives de l'huile de chauffage, le prix d'une quantité précise, qui se situe si possible au milieu de celles définies dans le panier-type, doit être indiqué. Important : La **quantité choisie doit être maintenue chaque mois** et ne doit plus être modifiée.
- Les prix relevés et, en particulier, leur évolution doivent être comparés, ceci uniquement à des fins d'assurance-qualité. **Lors de chaque relevé de prix trois questions se posent :**
 1. L'évolution de tous les prix au sein d'un même point de vente est-elle similaire ?
 2. L'évolution de tous les prix du point de vente est-elle similaire à celle des autres points de vente ?
 3. Les grandes quantités commandées par 100 litres coûtent-elles toujours moins que les petites quantités ? (Le mazout éco est à traiter à part)

Si l'une des réponses est négative, les enquêteurs peuvent, en règle générale, considérer qu'un ou plusieurs prix sont faux.

- Les prix relevés doivent être **transmis** au mandataire le **jour même** !

Afin d'**éviter** d'avoir des **informations erronées**, les enquêteurs :

- obtiennent, si possible, toujours les informations de prix de la même personne ;

- si l'informateur habituel n'est pas disponible (maladie, vacances, etc.), ils indiquent au mandataire que les informations de prix ont été obtenues d'une autre personne.

Exemple de contrôle-qualité des prix pour l'huile de chauffage

Les prix suivants sont relevés par une enquêtrice dans le point de vente « Mazout extra plus » :

Position	Texte	Prix du mois en cours pour 100L	Prix du mois précédent pour 100L	Evolution de prix
4091 800 - 1500 l, par 100 l	1JR:1100 l	113.80	116.50	-2.4%
4092 1501 - 3000 l, par 100 l	1JR:2000 l	103.45	105.90	-2.4%
4093 3001 - 6000 l, par 100 l	1JR:3100	101.40	103.80	-2.4%
4094 6001 - 9000 l, par 100 l	1JR:6100	99.75	102.10	-2.4%
4095 9001 - 14000 l, par 100 l	1JR:9100	99.10	101.40	-2.4%
4096 14001 - 20000 l, par 100 l	1JR:14100 l	98.40	100.70	-2.4%
4097 plus 20000 l, par 100 l	1JR:19000 l	106.41	100.10	5.9%

Directement après avoir terminé le relevé dans le point de vente, l'enquêtrice vérifie si tous les prix évoluent de façon similaire et si le prix par 100 litres lors de commandes de grandes quantités est toujours inférieur à celui des petites quantités. De la sorte, elle constate tout de suite que le prix pour 19'000 litres de mazout est le seul à avoir augmenté de façon significative (+5.9%), alors que tous les autres prix ont baissé (-2.4%). De plus, l'enquêtrice constate que le prix pour 100 litres est plus élevé lorsque l'on commande une grande quantité de mazout (19'000 litres) que lorsque l'on en commande une quantité plus petite (1'100 litres). Elle en conclut que le prix relevé doit être faux.

Elle se renseigne sans attendre auprès du point de vente en utilisant la technique de questionnement (voir le chapitre 4.4.4), pour savoir s'il s'agit d'un prix erroné.

L'enquêtrice peut dans ce cas-ci poser la question suivante :

« Alors en tant que consommateur je paie davantage par 100l si j'achète une grande quantité que si j'achète une quantité moindre ? »

Le point de vente confirme qu'il s'agit effectivement d'une erreur.

→ Il est mieux de confronter le personnel du point de vente avec les raisons qui laissent penser que quelque chose est inhabituel.

7.5 Groupe 9

7.5.1 Skis

Dans la position 9232 ski de descente avec fixations, les enquêteurs relèvent uniquement des skis de descente. Les skis de randonnée ne peuvent pas être relevés.

7.5.1.1 Précisions concernant l'utilisation du code 1

La fonctionnalité (type de ski) est une caractéristique à relever pour la position 9232 ski de descente. Les types de ski les plus courants sont les suivantes:

Tableau 7 Vue d'ensemble des types de ski

Fonctionnalité	Utilisations
Ski all round / all mountain	- Piste damée ou hors-piste - Skieur débutant / intermédiaire - Gamme de prix : basse à moyenne
Ski de performance : racing, race, slalom, géant	- Piste damée - Skieur avancé - Description: racing, elite, worldcup, slalom géant - Gamme de prix : élevée
Ski free-style ou free-skiing	- Piste damée + hors-piste ou parc free-style - Deux spatules, 1 avant – 1 arrière
Ski de free-ride	- Hors-piste uniquement - Plus larges que les skis free-style

Les notions "carving" et "ski alpin" sont à éviter, car elles ne décrivent pas la fonctionnalité du ski.

Seuls les skis de même fonctionnalité peuvent être remplacés avec un code 1. La marque doit être maintenue dans la mesure du possible.

7.5.2 Chaussures de ski

7.5.2.1 Précisions concernant la description de l'article

Pour les chaussures de ski, les enquêteurs notent toujours l'indice Flex sous caractéristiques du produit.

L'indice flex détermine la rigidité de la chaussure. Plus cette valeur est importante, plus la coque est rigide. On considère qu'un Flex de 60 à 80 est conçu pour des skieurs intermédiaires, alors que le 90-110 s'adresse à des skieurs sportifs. Au-delà, les produits s'adressent aux compétiteurs avec des rigidités de 120 à 150.

7.5.2.2 Précisions concernant l'utilisation du code 1

Seules les chaussures de ski avec un indice flex identique peuvent être remplacées avec un code 1.

7.6 Groupe 11

7.6.1 Restauration

7.6.1.1 Types de restaurants

Dans le domaine de la restauration, on distingue entre 3 types de restaurants : les restaurants et cafés, les restaurants self-service et la restauration rapide. Chaque point de vente est attribué à une seule de ces catégories. **Les enquêteurs ne peuvent y relever que les prix des variétés qui, selon le panier-type, sont attribuées à la catégorie de restaurant à laquelle il appartient.**

Les caractéristiques des trois types de restaurant sont décrites ci-après. Pour certains points de vente, il est possible que l'attribution ne soit pas tout à fait claire. En cas de doutes, l'OFS décidera en concertation avec l'enquêteur à quelle catégorie de restaurants attribuer le point de vente en question.

Restaurants et cafés

Il s'agit de restaurants traditionnels proposant un choix de repas et boissons à la carte avec service. Sont compris aussi les cafés et bistrotts qui servent seulement des boissons.

Exemples : restaurants traditionnels, cafés, bars.

Restaurants self-service

Il s'agit de restaurants proposant une sélection de repas préparés à l'avance et dans lesquels le client doit se servir lui-même. Souvent les menus et plats sont proposés à plusieurs comptoirs ou servis sous forme de buffets.

Exemples : restaurants Migros, Coop et Manor, restaurants self-service dans les piscines, les stations de ski ou dans les restoroutes.

En principe, les restaurants self-service sont relevés par l'OFS. Les restaurants Manor font figure d'exception et sont relevés par le mandataire.

Restauration rapide

Il s'agit de restaurants ou de stands qui vendent principalement du fast food et des snacks, soit à consommer sur place soit à l'emporter.

Exemples: Mc Donald's, Burger King, Migros Take Away, Coop Take it, Kebab, stands take-away, etc.

Précisions concernant les take-away auprès des grands distributeurs et des magasins d'alimentation

Dans les positions de la restauration rapide, seuls les produits qui se trouvent dans les stands suivants peuvent être relevés : ceux qui sont vendus dans un stand take-away en dehors du magasin (p.ex. take-away Migros/Gourmessa) ou ceux qui sont vendus dans un rayon take-out, mais en aucun cas, les produits vendus dans des rayons traditionnels. Le rayon take-out est un rayon réfrigéré ou chauffé qui se trouve à proximité de l'entrée du magasin, dans lequel des produits à l'emporter ou à consommer de suite sont proposés.

Exemple de relevé de prix dans le domaine de la restauration rapide

Une enquêtrice relève les prix chez Burger King. En plus des plats traditionnels (hamburger, frites) Burger King propose depuis peu aussi des expresso, cafés et cappuccino. En concertation avec le personnel de vente l'enquêtrice décide d'introduire le prix des cappuccinos dans le relevé.

✗ Elle ne relève pas le prix du cappuccino dans la position 11095 autres cafés.

✓ Elle relève le prix du cappuccino dans la position 11141 café et thé restauration rapide.

Burger King est un point de vente typique de la restauration rapide. On peut y relever uniquement les prix des variétés qui se trouvent dans le groupe de produits „restauration rapide“ du panier-type.

7.6.1.2 Règles spéciales

Ne pas relever de plats saisonniers, comme par exemple la chasse, des vermicelles, etc. Ces produits ne sont proposés que pour une courte durée et ne sont pas comparables avec d'autres plats.

7.6.1.3 Précisions concernant l'utilisation du code 1

Un plat peut être remplacé à l'aide d'un **code 1**, si tous les critères suivants sont remplis (chapitre 5.3.1),

- le produit sélectionné a la **même utilité** que celui qui a disparu (une entrée n'a pas la même utilité qu'un plat principal ou un dessert),
- la **qualité** est **identique**/similaire,

Evaluation de la qualité d'un plat

La qualité d'un plat est le critère le plus difficile à évaluer lors d'un remplacement de produit. Deux plats ne peuvent être considérés comme étant de qualité comparable que dans la mesure où les conditions suivantes sont remplies.

De manière générale, un code 1 est accepté si les plats contiennent la même catégorie d'aliments:

- viande : prendre en compte le **type de viande**
 - poisson
 - légumes (y.c. champignons)
 - pâtes : prendre en compte le **type d'ingrédient** dans la **sauce** (poisson, viande ou végétarienne)
 - salades : prendre en compte avec ou sans viande / poisson.
- le **facteur** de différence entre la **quantité** de l'ancien et du nouveau produit ne dépasse pas 3 (resp. 1/3),
 - son **prix** entre dans la marge de prix définie (25% de différence),

Critères pour la saisie d'un code 1 en cas de remplacement

Les **critères** suivants doivent être remplis **pour saisir un code 1** selon la position en question:

Positions concernées	Critères
Plats à base de viande par ex.: 11006 Tranche pannée avec accompagnement, 11007 Emincé garni, 11008 Entrecôte garnie, 11019 Autres plats chauds, 11020 Mets de brasserie, etc.	Le type de viande (bœuf, veau, porc, volaille, etc.) doit être identique. Les abats (foie, rognon, etc.) ne sont pas comparables aux autres sortes de viande (entrecôte, filet, etc.). ✗ <i>tranche pannée de poulet ≠ tranche pannée de veau (poulet ≠ veau)</i> ✗ <i>entrecôte de bœuf ≠ entrecôte de porc (bœuf ≠ porc)</i> ✗ <i>foie de volaille ≠ tranche de poulet (foie ≠ filet)</i>
Plats à base de pâtes par ex.: 11012 Pâtes	Le type d'ingrédient dans la sauce (poisson, viande ou végétarienne) doit être identique. ✗ <i>tagliatelles au saumon ≠ tagliatelles sauce tomate (poisson ≠ légumes)</i> ✓ <i>spaghetti bolognaise = spaghetti carbonara (viande hachée = jambon, lard)</i> ✓ <i>pâtes sauce tomate = spaghetti sauce à l'ail (légumes = légumes)</i>
11041 Autres desserts	Le type de d'ingrédient doit être maintenu. ✗ <i>tiramisù ≠ crème caramel ≠ gâteau au chocolat (café, biscuit ≠ crème ≠ farine, chocolat)</i> ✓ <i>coupe Danemark = une autre coupe de glace (glace = glace)</i> ✓ <i>crème catalane = crème caramel ou crème brûlée (produits laitiers, œufs = produits laitiers, œufs)</i>
11027 Assiette de salade 11028 Sandwich 11131 Sandwich restauration rapide	Le type d'ingrédient (viande, poisson, légumes) doit être maintenu. ✗ <i>salade de thon ≠ salade césar avec poulet (thon ≠ poulet)</i> ✗ <i>salade verte ≠ salade césar avec poulet (légumes ≠ poulet)</i> ✗ <i>sandwich à la truite fumée ≠ sandwich au jambon (poisson ≠ viande)</i> ✓ <i>salade verte = salade mêlée, sans viande ou poisson (légumes = légumes)</i> ✓ <i>sandwich à la truite fumée = sandwich au saumon (poisson = poisson)</i>

Exceptions concernant la saisie d'un code 1 en cas de remplacement

1. Le code 1 est **accepté** pour les positions suivantes, même si la **qualité n'est pas directement comparable**:

Positions concernées	Conditions et exemples
Toutes les positions	La substitution d'un plat ou d'une boisson bio avec un plat ou une boisson non bio est permise dans la mesure où la différence de prix ne dépasse pas les 25%.
Toutes les positions vin	Choisir un vin de même couleur. Le changement de pays est autorisé. Essayer de garder la variation de prix aussi faible que possible.
11136 Menu restauration rapide	Selon l'offre du jour. Avec ou sans viande, directement remplaçable. Exception: les offres combinées ne peuvent pas être remplacées par d'autres types de menu (ex. grande portion). Par exemple, un menu combo (sandwich + boisson) ne peut pas être remplacé par un menu chaud grande portion. Sinon, pas d'exigences particulières.
11112 Menu restaurants self-service	Choisir un plat à base du même type d'aliment (viande, poisson, végétarien). Le changement de sorte de viande (par. ex. bœuf – porc) ou de la sorte de poisson (saumon – perches) est permis.
11021 Soupe	Offre saisonnière. Pas d'exigence particulières.
11011 Filet de poisson garni	Le type de poisson peut varier. Un poisson de mer peut être remplacé par un poisson du lac ou vice versa.
11015 Assiette végétarienne	Choisir un plat aussi comparable que possible. Sinon, pas d'exigences particulières.

2. Il n'est **pas nécessaire de saisir un code 1** dans les cas suivants :

Positions concernées	Conditions et exemples
11005 Assiette du jour 11152 Menu du jour	Le contenu des menus du jour change à chaque relevé et il n'est donc pas nécessaire de saisir un code 1, même en cas de changement du contenu. Le code 1 est seulement nécessaire, en cas de changement de catégorie de menu (ex. le menu basique du jour n'existe plus et doit être remplacé avec le menu gourmet).

7.7 Groupe 12

7.7.1 Bijoux fantaisie

Il est important de différencier les bijoux fantaisie des bijoux de valeur. Le relevé des bijoux de valeur est effectué par les collaborateurs de l'OFS. Les prix des bijoux fantaisie sont relevés avant tout par les enquêteurs du mandataire.

Qu'est-ce qu'un bijou fantaisie ?

Dans le cadre du relevé des prix pour l'IPC, les bijoux fantaisie sont définis comme des bijoux bon marché qu'on trouve, par exemple, dans le rayon des accessoires des magasins de mode, des grands magasins ou des petites boutiques de bijoux (par ex. SIX, Claire's). Les **bijoux fantaisie** sont en matières pas chères, telles que le **métal blanc**, l'**acier**, l'**acier inoxydable**, le **laiton**, le **plastique**, le **verre**, ou la **céramique**.

Attention

Il n'est **pas permis de relever des bijoux fantaisie en métaux précieux** (or, argent, platine, palladium), ainsi qu'en **titane** et **carbone**.

Comment effectuer le choix des bijoux fantaisie ?

Les bijoux fantaisie sont fortement influencés par les tendances de la mode. Les enquêteurs choisiront les bijoux selon les critères suivants :

- Des bijoux plutôt **classiques** avec **design simple**. Eviter les bijoux extravagants.
- **Ne pas relever** des bijoux en **or, argent, platine, palladium, titane, carbone**.
- **Ne pas relever** des **bijoux de marque** comme par ex. Guess, Calvin Klein, Swarovski, etc.
- Les bijoux dorés, argentés, rhodiés, vermeil, sont acceptés si le titre de la matière est en-dessous de 375/9K ou non spécifié.
- Si possible, **éviter** de relever **les multipacks**.

7.7.1.1 Précisions concernant l'utilisation du code 1

Pour le remplacement des bijoux fantaisie, les mêmes règles que celles définies pour la plupart des autres articles du panier-type sont applicables.

Si les 4 critères suivants sont remplis, un article peut être remplacé avec un **code 1** :

- L'ancien et le nouveau bijou ont la **même utilité** pour le consommateur.
- Les articles sont **substituables** (comparer le design des bijoux). Le consommateur « normal » achèterait le nouvel article en lieu et place de l'ancien.
- La **matière** et la **conception** des bijoux sont de **qualité comparable** (voir tableau ci-après).
- La **différence de prix** entre l'ancien et le nouvel article est **inférieure à 25%**.

Tableau 8 Liste des matériaux comparables pour les bijoux de fantaisie

Matériau du produit manquant	Matériau du produit remplaçant
Métal	Les métaux comme l'acier, le métal blanc et le laiton sont de qualité comparable et donc substituables.
Acier inoxydable (cas spécial)	Ne devrait être remplacé qu'avec l'acier inoxydable.
Plastique	Ne devrait être remplacé qu'avec du plastique
Céramique	Ne devrait être remplacé qu'avec de la céramique
Verre	Ne devrait être remplacé qu'avec du verre

Exemple de remplacement pour les bijoux de fantaisie

Une enquêtrice doit remplacer une paire de boucles d'oreilles, qu'elle ne trouve plus depuis le dernier relevé et qui, selon le vendeur, ne sera plus remise en rayon. Il s'agit de grandes créoles en métal, dorées d'environ 4cm de diamètre pour CHF 19.90. L'enquêtrice trouve les bijoux de remplacement suivants dans le magasin et évalue les différentes options.

Pour quelles options un remplacement à l'aide d'un code 1 serait-il possible ?

	OUI	NON
Option 1: grandes créoles (env. 4cm Ø), noires, en plastique pour CHF 19.90 → Non, car le métal et le plastique ne sont pas des matières comparables (cf. Tableau 8).		✗
Option 2: grandes créoles (env. 4cm Ø), argentées, en acier inoxydable pour CHF 21.90 → Non, car l'article de remplacement est en acier inoxydable et ne peut donc remplacer seulement un produit de la même matière. Le type de métal du produit manquant n'est pas spécifié dans ce cas.		✗
Option 3: petites créoles (env. 2cm Ø), argentées, en métal blanc pour CHF 18.90 → Oui, même si les créoles sont plus petites. Le métal blanc et le métal (non spécifié) sont des matières comparables. La différence de prix est également inférieure à 25%.	✓	
Option 4: grandes créoles avec strass (env. 4cm Ø), dorées, en laiton, pour CHF 19.90 → Oui, ces créoles pourraient aussi être choisies comme article de remplacement. Le prix et les matières sont comparables.	✓	

Si plusieurs options de remplacement valables se présentent, les enquêteurs se posent la question suivante et choisissent une option : lequel de ces articles le consommateur achèterait-il en lieu et place de l'ancien ?

8 Résumé des codes de traitement

Tableau 9 Vue d'ensemble des codes de traitement

Code	Description
Code 0	Suppression d'un article relevé précédemment
Code 1	Substitution directe d'un article avec un nouvel article de qualité identique
Code 3	Introduction d'un nouvel article
Code R	Prolongation du prix de la période précédente (autorisé sous conditions)
Code S	Prolongation du prix de la période précédente d'un article toute l'année, non disponible pour des raisons de saison
Action	Case à cocher si l'article est soldé ou en action

8.1 L'utilisation du code 0

8.1.1 Recommandations de base

Le code 0 s'utilise pour supprimer un article (cf. chapitre 5.3.3.1).

Tableau 10 Recommandations de base pour l'utilisation du code 0

	Règle de base	Exceptions possibles
Relevés mensuels (produits toute l'année)	Code 0 autorisé.	- Pas autorisé pour les fruits et les légumes. - Pas autorisé pour le remplacement d'articles dans l'habillement. - Pas autorisé pendant les périodes de soldes pour les chaussures.
Relevés de produits saisonniers	Code 0 pas autorisé.	Autorisé dans les cas suivants: - le produit disparaît définitivement du marché - le point de vente ferme définitivement - le produit n'est plus représentatif de l'assortiment du point de vente

8.1.2 Applications spécifiques

Tableau 11 Applications spécifiques du code 0

	Règles spécifiques	Exceptions possibles
Groupe 1 Fruits et légumes	Le code 0 n'est pas autorisé pour les fruits et légumes (relevés mensuels + saisonniers).	-
Groupe 3 Habillement	Le code 0 n'est pas autorisé pour le remplacement d'articles dans l'habillement.	Autorisé si une variété disparaît définitivement du point de vente. Commentaire nécessaire dans ce cas.
Groupe 3 Chaussures	Le code 0 n'est pas autorisé pendant les périodes de soldes en janvier et juillet.	Autorisé en périodes de soldes uniquement si une variété disparaît définitivement du point de vente. Commentaire nécessaire dans ce cas.

8.2 L'utilisation du code 1

8.2.1 Recommandations de base

Le code 1 s'utilise pour la substitution directe d'un produit comparable.

Attention

Ne pas introduire d'article en action (voir l'encadré *Exceptions* dans le chapitre 5.3.1).

Tableau 12 Recommandations de base pour l'utilisation du code 1

Règle de base	Exceptions possibles
La substitution directe est permise si: - même utilité - qualité identique - facteur quantité jusqu'à 3 resp. 1/3 - différence de prix jusqu'à +/- 25%	Fruits et légumes: différence de prix +/-25% peut être dépassée, car pas de code 0 autorisé. Habillement: tous les remplacements sont indiqués à l'aide du code 1.
Le code 1 doit être utilisé à chaque changement d'article comparable, y compris pour les changements de: - millésime d'un vin - pays d'origine (fruits, légumes, viande) - arôme (yogourt) - couleur (sauf habillement et chaussures) - quantité	Le code 1 n'est pas nécessaire en cas de changement de: - numéro d'article - couleur d'un vêtement ou de chaussures - multipack (action) - description

8.2.2 Applications spécifiques

En règle générale, la **qualité** du produit est considérée comme **comparable**, si les caractéristiques de produit relevées selon le panier-type restent identiques.

Tableau 13 Applications spécifiques du code 1

	Règles spécifiques	Exceptions possibles
Groupe 1 Alimentation et boissons Groupe 2 Boissons alcoolisées	Code 1 pas autorisé pour remplacer un produit standard par un produit bio.	-
Groupe 3 Habillage	Code 1 pour tous les remplacements	-
Groupe 3 Chaussures	Matière intérieure identique Matière extérieure identique	-
Groupe 5 Meubles	Matériau identique (métal, verre, étoffe, cuir, bois) Pour les meubles en bois: Type de fabrication identique (massif, contreplaqué, mélaminé) Variété de bois identique (hêtre, chêne, etc.): uniquement pour le type de bois massif. Dimensions similaires (+/- 25%)	--
Groupe 7 Pneus	Marque identique Dimensions identiques (Largeur du pneu, rapport hauteur/largeur, diamètre de la jante)	-
Groupe 7 Bicyclettes	Marque identique Modèle identique Genre identique (homme / femme / enfants) Pour les VTT : Suspensions identiques (avant / avant et arrière)	-
Groupe 7 Bicyclettes électriques	Marque identique Modèle identique Genre identique (homme / femme / enfants) Puissance du moteur (en watts) identique Pour les VTT électriques : Suspensions identiques (avant / avant et arrière)	-
Groupe 9 Skis	Marque identique Fonctionnalité identique (all round/all mountain, performance, free-style, free-ride)	-

	Règles spécifiques	Exceptions possibles
Groupe 9 Chaussures de ski	Marque identique Indice flex identique	-
Groupe 11 Restauration	Type d'aliment identique (viande, poisson, légumes et champignons, pâtes, salades)	11021 Soupe: pas d'exigences. 11011 Filet de poisson garni et 11136 Menu restauration rapide: différentes sortes de poisson possibles 11015 Assiette végétarienne: pas d'exigences Vin: Différent pays d'origine possible.
	Type de viande identique (bœuf, veau, porc, volaille, abats)	Différents types de viande possibles pour: 11005 Assiette du jour 11152 Menu du jour 11136 Menu restauration rapide 11112 Menu restaurants self-service
	Type de pâtes identique (pâtes fraîches, spaghetti, etc.)	-
	Type de dessert identique (gâteau, glace, crème, etc.)	-
Groupe 12 Bijoux fantaisie	Type de matériau identique (métal, plastique, céramique, verre).	-

8.3 L'utilisation du code 3

8.3.1 Recommandations de base

Le **code 3** est utilisé pour **introduire un nouvel article** (cf. chapitre 5.3.3.2).

Tableau 14 Recommandations de base pour l'utilisation du code 3

	Règle de base	Exceptions possibles
Tous les relevés	Ne jamais introduire un article en action!	-
Relevés de produits saisonniers	Code 3 pas autorisé lors du dernier relevé de la saison.	-

8.3.2 Applications spécifiques

Tableau 15 Applications spécifiques du code 3

	Règle de base	Exceptions possibles
Groupe 3 Habillement et chaussures	Code 3 interdit en périodes de soldes (janvier et juillet)	-

8.4 L'utilisation du code R

8.4.1 Recommandations de base (ne s'appliquent pas pour l'habillement et les chaussures)

Lorsqu'il a de fortes raisons de penser que **l'article sera à nouveau disponible prochainement**, les enquêteurs reconduisent le prix actuel au moyen du **code R** (cf. chapitre 5.2.1).

Tableau 16 Recommandations de base pour l'utilisation du code R

	Règle de base	Exceptions possibles
Relevés mensuels <i>sur le terrain et en ligne</i>	Code R autorisé max. 2x	Max. 3x avec commentaire si confirmation retour du point de vente ou que la date de réassort indiquée sur internet est inférieure à 12 semaines.
Relevés trimestriels <i>sur le terrain et en ligne</i>	Code R autorisé max. 1x	-
Relevés de produits saisonniers <i>sur le terrain et en ligne</i>	Code R autorisé max. 2x, sauf pour premier relevé de la saison (non autorisé). Attention: ne pas utiliser le code S pour les positions saisonnières selon le panier-type!	Max. 3x avec commentaire si confirmation retour du point de vente

8.4.2 Applications spécifiques (pour l'habillement et les chaussures)

Des règles spéciales s'appliquent quant à l'utilisation du code R pour l'habillement (cf. chapitre 7.2.1.3) et les chaussures (cf. chapitre 7.2.2.2).

Tableau 17 Applications spécifiques du code R pour l'habillement et les chaussures

	Règle de base	Exceptions possibles
Habillement, tous les articles	Code R non autorisé, sauf en janvier et juillet (soldes).	Permis, si aucun article de remplacement non soldé n'est disponible: commentaire obligatoire.
Chaussures, article saisonnier	Code R non autorisé, sauf en janvier et juillet (soldes).	Permis, si aucun article de remplacement non soldé n'est disponible: commentaire obligatoire. Relevés en ligne: Code R permis si article livrable à nouveau d'ici peu.
Chaussures, article toute l'année	Code R autorisé max. 2x,	-

8.5 L'utilisation du code S

8.5.1 Recommandations de base

Tableau 18 Recommandations de base de code S

	Exemples	Règle de base	Exceptions possibles
Relevés mensuels (articles toute l'année)	Légumes, plantes, outils, habillement, etc.	Quand un produit relevé mensuellement n'est temporairement pas disponible pour des raisons saisonnières. Doit être confirmé par le point de vente. Commentaire obligatoire.	-

8.5.2 Applications spécifiques

Il n'y a pas d'applications spécifiques pour le code S.

8.6 L'utilisation du champ commentaire

Tableau 19 Recommandations sur l'utilisation des commentaires

	Type de relevé / groupes concernés	Dans quels cas la saisie d'un commentaire est-elle obligatoire?
Code 0	Tous	- lorsque le code 0 est utilisé en raison de la disparition d'une variété. - lorsqu'un article est supprimé sans report de prix, l'enquêteur note la raison pour laquelle il pense que l'article ne sera définitivement plus disponible. - lorsqu'un article est supprimé sans remplacement et que le nombre minimum de prix par position n'est pas atteint (justifier la raison).
Code 1	Tous	- lorsque l'enquêteur substitue un article à l'aide d'un code 1, malgré une différence de prix plus élevée de +/- 25%, pour confirmer que le produit remplaçant est pratiquement identique. - lorsque seul le n° d'article, la couleur (habillement et chaussures) ou la description d'article change - lorsque la quantité passe de produit unitaire à multipack lors d'une action et que l'enquêteur ne saisit pas de code 1.
Code 3	Tous	-
Code R	Relevés mensuels, trimestriels, saisonniers, relevés en ligne	- lorsque l'enquêteur dispose d'informations sur la raison pour laquelle l'article n'est pas disponible. - lorsque le code R est saisi exceptionnellement une 3^{ème} fois. - lors de la fermeture temporaire ou définitive d'un point de vente, saisir un commentaire pour le premier article.
	Habillement (articles de saison + toute l'année) Chaussures (article de saison)	- lorsque le code R est saisi hors période de soldes parce qu'aucun article de remplacement non soldé n'est disponible.
Code S	Relevés toute l'année	- dans tous les cas, pour signaler que le point de vente a confirmé que l'article a été temporairement sorti de l'assortiment pour des raisons saisonnières
Variations de prix	Tous	- en cas de forte variation de prix sans raison apparente, pour confirmer l'évolution de prix.

9 Annexes

La structure du panier-type et le plan de relevé avec les périodicités sont livrés séparément.

9.1 Aperçus schématiques des règles de relevé de prix pour l'habillement et les chaussures

Règles de relevé de prix de l'habillement : remplacement d'article, report de prix, introduction et suppression d'article

Articles de toute l'année	Fév.	Mar.	Avr.	Mai	Juin	Juil.	Août.	Sep.	Oct.	Nov.	Déc.	Jan.
Remplacement d'article	code 1											
Report de prix	code R											
Introduction de nouveaux articles	code 3											
Suppression d'articles	code 0											
En février et août, les articles de toute l'année sont les seuls à être relevés. Les soldes peuvent être pris en compte, si le nombre d'article restant est suffisant et que la majorité des tailles est encore disponible. Sinon, il mieux vaut remplacer l'article au moyen du code 1.												

Articles des collections saisonnières	Fév.	Mar.	Avr.	Mai	Juin	Juil.	Août.	Sep.	Oct.	Nov.	Déc.	Jan.
Collection printemps/été												
Remplacement d'article	code 1											
Report de prix	code R											
Introduction de nouveaux articles	code 3											
Suppression d'articles	code 0											
Collection automne/hiver												
Remplacement d'article	code 1											
Report de prix	code R											
Introduction de nouveaux articles	code 3											
Suppression d'articles	code 0											
Lors du premier relevé de la saison tous les articles manquants doivent être remplacés.												

Aide à la compréhension du tableau

Code 1	Tout article manquant durant les relevés de prix hors période de soldes doit être remplacé immédiatement, par un article non soldé.
Code R	Les articles manquants durant les soldes sont reportés au moyen du code R. Durant les mois hors période de soldes, le code R n'est utilisé que s'il est impossible de trouver un article de remplacement.
Code 3	L'introduction d'un nouvel article peut se faire en tout temps, sauf durant les périodes de soldes.
Code 0	La suppression d'article est autorisée en tout temps.
	Autorisé
	Autorisé, uniquement s'il est impossible de remplacer l'article (p.ex. quand la variété n'est pas en rayon lors du premier relevé de la saison)
	Non autorisé
	Pas de relevé de prix

Règles de relevé de prix des chaussures : remplacement d'article, report de prix, introduction et suppression d'article

Articles de toute l'année	Fév.	Mar.	Avr.	Mai	Juin	Juil.	Aoû.	Sep.	Oct.	Nov.	Déc.	Jan.
Remplacement d'article code 1												
Report de prix code R												
Introduction de nouveaux articles code 3												
Suppression d'articles code 0												

En février et août, les articles de toute l'année sont les seuls à être relevés. Les soldes peuvent être pris en compte, si le nombre d'article restant est suffisant et que la majorité des tailles est encore disponible. Sinon, il mieux vaut remplacer l'article au moyen du code 1.

Aide à la compréhension du tableau

- Code 1

Tout article définitivement manquant doit être remplacé sans attendre.
- Code R

Les articles manquants durant les soldes sont reportés au moyen du code R.
Durant les mois hors période de soldes, les prix des chaussures de toute l'année peuvent être reportés au maximum deux fois (RR).
- Code 3

L'introduction d'un nouvel article peut se faire en tout temps, sauf durant les périodes de soldes.
- Code 0

La suppression d'article est en principe autorisée en tout temps. En période soldes, la suppression d'article n'est toutefois autorisée que si la variété a définitivement disparu

Autorisé

Autorisé, si la variété a totalement disparu du point de vente.

Non autorisé

Règles de relevé de prix des chaussures : remplacement d'article, report de prix, introduction et suppression d'article

Articles des collections saisonnières		Fév.	Mar.	Avr.	Mai	Juin	Juil.	Aoû.	Sep.	Oct.	Nov.	Déc.	Jan.
Collection printemps/été													
Remplacement d'article	code 1												
	code R												
	code 3												
	code 0												
Collection automne/hiver													
Remplacement d'article	code 1												
	code R												
	code 3												
	code 0												

Les articles des collections saisonnières doivent être remplacés dès qu'ils sont manquants. Le remplacement d'article n'est toutefois pas autorisé en période de soldes. Dans ce cas-là, les prix sont reportés et l'article sera remplacé lors du premier relevé de la saison prochaine.

Aide à la compréhension du tableau

- Code 1

Tout article manquant durant les relevés de prix hors période de soldes doit être remplacé immédiatement, par un article non soldé.
- Code R

Les articles manquants durant les soldes sont reportés au moyen du code R.
Durant les mois hors période de soldes, le code R n'est utilisé que s'il est impossible de trouver un article de remplacement.
- Code 3

L'introduction d'un nouvel article peut se faire en tout temps, sauf durant les périodes de soldes.
- Code 0

La suppression d'article est en principe autorisée en tout temps. En période de soldes, la suppression d'article n'est toutefois autorisée que si la variété a définitivement disparu du point de vente.

Autorisé

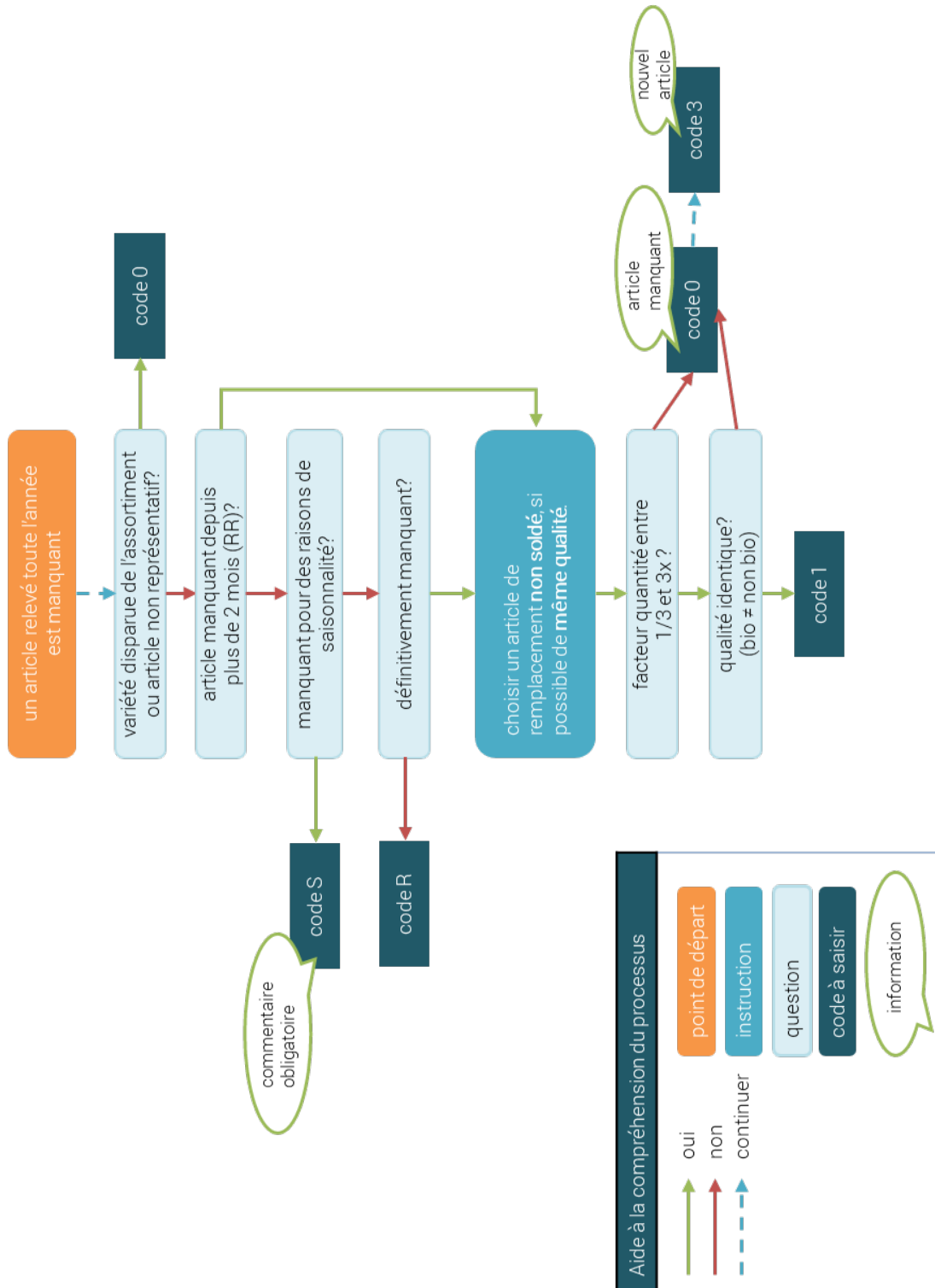
Autorisé, si (voir ci-dessus les règles définies en fonction des codes)

Non autorisé

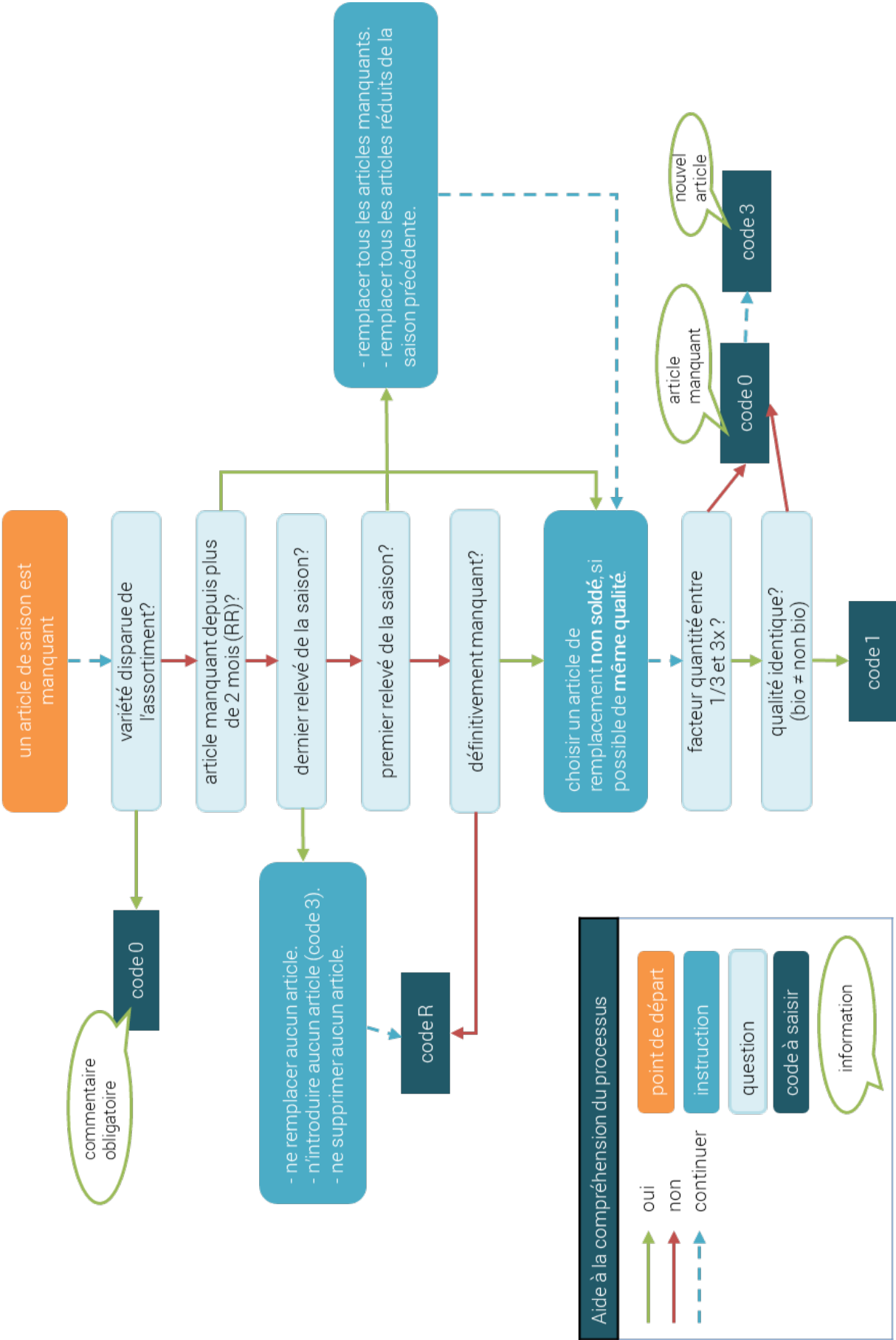
Pas de relevé de prix

9.2 Aperçus schématiques des règles de remplacement d'articles

Remplacement d'un article toute l'année - groupe 1 fruits et légumes



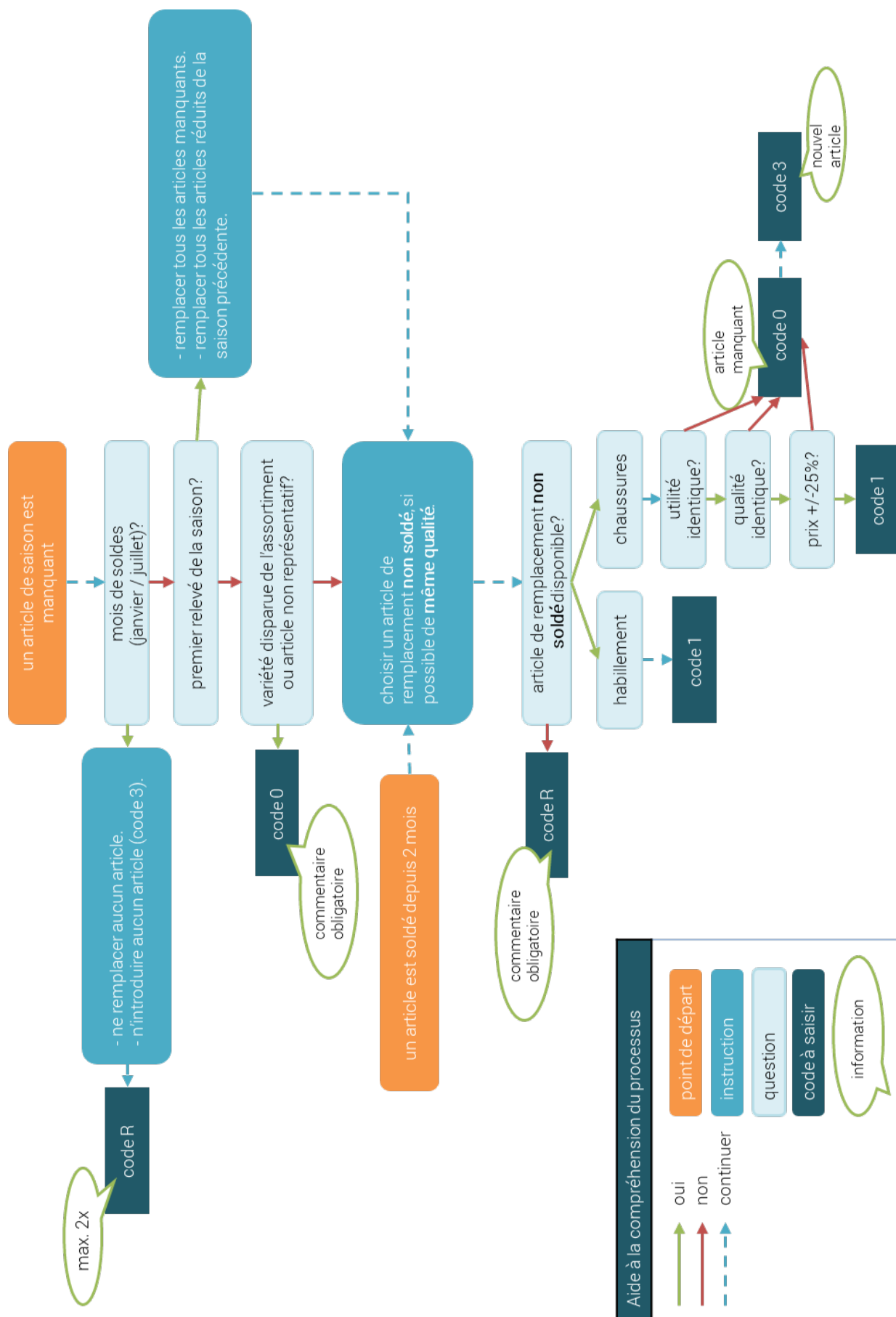
Remplacement d'un article saisonnier - groupe 1 fruits et légumes



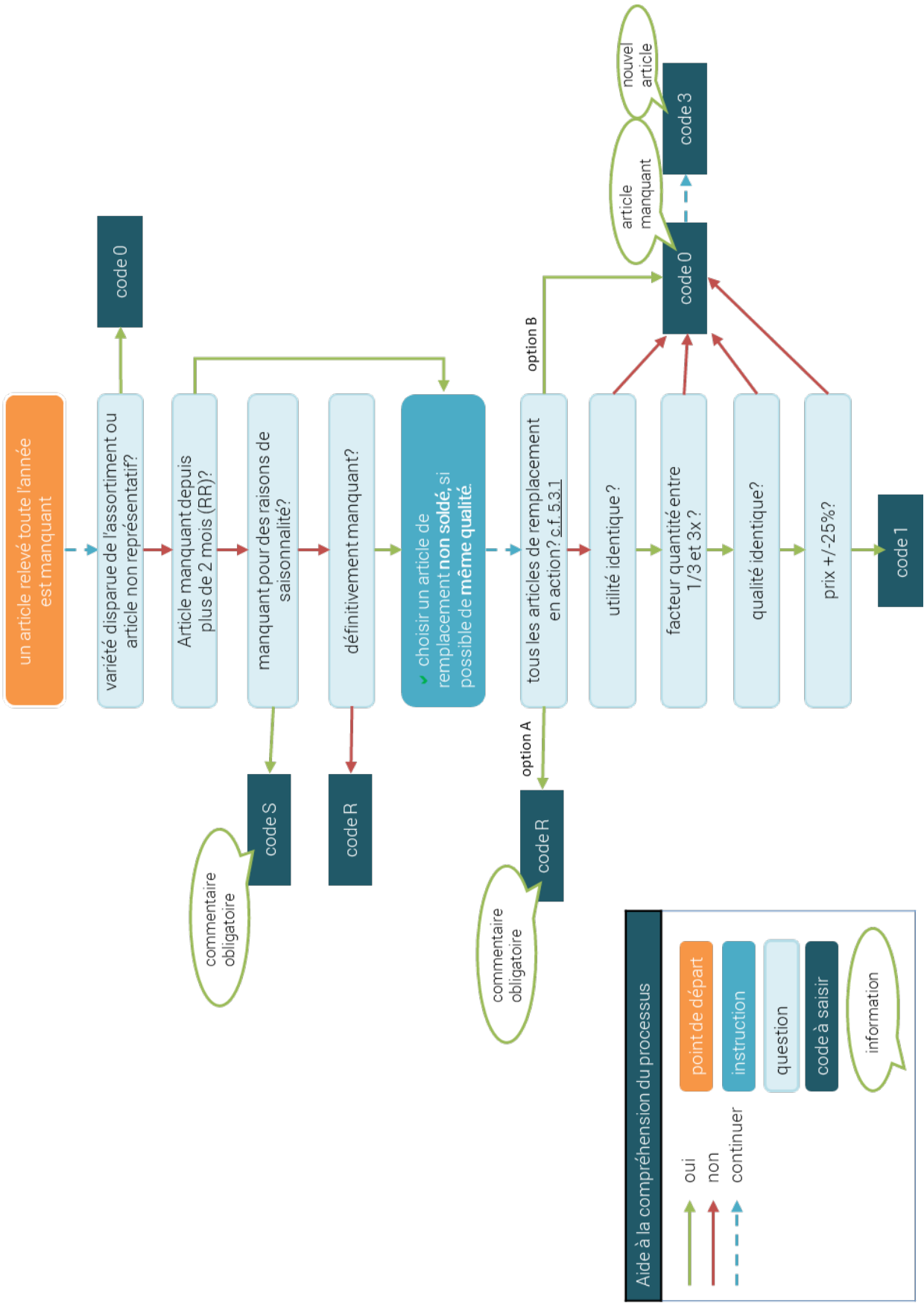
OFS 2021



Remplacement d'un article saisonnier - groupe 3 habillement et chaussures



Remplacement d'un article toute l'année – autres groupes



Remplacement d'un article saisonnier – autres groupes

