



Office fédéral de la statistique
Bundesamt für Statistik
Ufficio federale di statistica
Uffizi federal da statistica
Swiss Federal Statistical Office

ACTUALITÉS OFS
BFS AKTUELL
ATTUALITÀ UST

5

Prix
Preise
Prezzi

Neuchâtel, Février 2006

Le nouvel indice suisse des prix à la consommation: décembre 2005 = 100

Aperçu des méthodes et pondération 2006

.....

Information:

Corinne Becker Vermeulen, Section Prix, tél.: 032 713 67 50

e-mail: Corinne.Becker@bfs.admin.ch

N° de commande: 388-0600

© OFS

Table des matières

1	La révision 2005	3	Graphiques et annexes	
			Graphique 1: Structure globale et pondération du panier-type	11
2	L'indice des prix à la consommation (IPC) en bref	3	Graphique 2: Comparaison de l'ancienne et de l'actuelle pondération du panier-type	11
3	Les bases méthodologiques du nouvel indice	4	Annexe 1: Panier-type avec pondération 2006	12
3.1	Le champ d'application et la périodicité	4	Annexe 2: Classifications supplémentaires	16
3.2	Le panier-type	5	Annexe 3: Exemple de la structuration hiérarchique du panier-type	17
3.3	La pondération	6	Annexe 4: Plan de relevé	18
3.4	Les prix déterminants	6	Annexe 5: Les régions de relevé des prix	19
3.5	Le système de relevé des prix	6	Annexe 6: Exemple de calcul	20
3.6	Les méthodes de calcul	8	Annexe 7: Changement d'assortiment et techniques d'ajustement de la qualité	22
3.7	Les ajustement de la qualité	8	Annexe 8: Dates de publication des communiqués de presse	23
3.8	L'indice des loyers	9		
4	Exploitation et diffusion	10		
5	Bases légales et protection des données	10		

Le nouvel indice des prix à la consommation (IPC) 2005

1 La révision 2005

Pour la huitième fois depuis sa création en 1922, l'indice des prix à la consommation (IPC) a été révisé et sera calculé, à partir de janvier 2006, sur une nouvelle base: décembre 2005 = 100.

Une révision permet de moderniser les fondements sur lesquels l'IPC est calculé et d'intégrer les plus récentes découvertes scientifiques et techniques. Elle assure également les utilisateurs d'une bonne adéquation des résultats à la réalité.

Dans la révision de l'IPC 2005, l'accent a été mis sur les objectifs et les points suivants:

- Révision en profondeur du panier-type
- Mise à jour des schémas de pondération (panier-type, canaux de distribution, régions)
- Evaluation et optimisation du système de relevé des prix
- Etude de nouvelles techniques de relevé afin d'améliorer encore la qualité des prix et de décharger les fournisseurs de données
- Evaluation des nouvelles méthodes de calcul introduites en 2000 (indice-chaîne de Laspeyres et moyenne géométrique)
- Recherche dans les techniques d'ajustement de la qualité
- Révision de l'indice des loyers
- Mise à jour des indices dans le domaine de la santé, des transports, des services et de la communication entre autres
- Evaluation du système modulaire d'indices mis en place en 2000
- Mise en place d'un système de gestion de la qualité
- Réduction des coûts de production tout en maintenant la qualité des résultats

A partir de janvier 2006, l'IPC sera également calculé sur une nouvelle plateforme informatique, plus moderne et plus flexible.

2 L'indice des prix à la consommation (IPC) en bref

L'indice des prix à la consommation est un indicateur économique important qui mesure au fil du temps l'évolution des prix des biens et services consommés par les ménages privés et détermine ainsi la variation du pouvoir d'achat des consommateurs et consommatrices. Il est utilisé par les milieux économiques, politiques et le public à diverses fins: évaluation de la situation économique par rapport à la politique économique en général et à la politique monétaire en particulier; estimation de la compétitivité de notre pays sur le plan international; indexation des salaires, des rentes, des loyers et d'autres valeurs monétaires; et déflateur de séries nominales pour déterminer en termes réels la croissance économique ainsi que l'évolution des salaires et des chiffres d'affaires.

L'IPC en tant qu'indicateur universel ne peut pas répondre à toutes les questions et à tous les besoins en informations. C'est pourquoi, depuis 2000, un système modulaire d'indices a été mis en place pour satisfaire de la manière la plus adéquate que possible aux demandes du public:

- L'évolution des primes d'assurance-maladie de base n'est-elle pas prise en considération dans le calcul du renchérissement? A défaut de pouvoir l'intégrer dans l'IPC (voir encadré), un indice des primes d'assurance-maladie est publié depuis 2000. Cet indicateur permet de suivre l'évolution des primes d'assurance-maladie au fil des années et de calculer l'impact des variations de primes sur le revenu disponible des ménages.

- Le renchérissement est-il différent entre les catégories de la population? Afin d'y répondre, des indices socio-économiques ont été calculés de 2000 à 2003 pour les rentiers, les familles monoparentales, les couples avec enfants, les actifs et les indépendants. L'ensemble de ces indicateurs démontre de quelle manière le renchérissement est subi selon les catégories socio-économiques.

Les calculs d'un indice des prix à la consommation harmonisé (IPCH) aux normes de l'Union européenne (UE) ainsi que d'un indice du coût de la vie avaient également été planifiés en 2000. Ils ne sont pourtant pas encore réalisés à ce jour. L'IPCH sera produit à partir de 2008 ou 2009 dans le cadre des accords bilatéraux avec l'UE. Quant à l'indice du coût de la vie, des difficultés méthodologiques et financières ont empêché et empêcheront encore à l'avenir sa production (voir encadré).

Un indice des prix ou un indice du coût de la vie?

Quelles sont les principales différences entre ces deux concepts?

Les concepts de base et la méthodologie: Ces deux concepts se distinguent tout d'abord par la question à laquelle ils sont censés répondre. Un indice des prix répond à la question suivante: *comment le coût d'un panier-type fixe sur une certaine période évolue-t-il suite à des changements de prix?* Un indice du coût de la vie mesure quant à lui le coût minimal pour la consommation d'un ensemble de biens et services qui sont d'une utilité constante pour le consommateur. Cette série de biens n'est pas fixe dans le temps mais varie selon l'évolution des prix relatifs.

Le panier-type: En règle générale, le panier-type d'un indice du coût de la vie au sens large doit être plus vaste que celui d'un indice des prix à la consommation. En effet, outre les dépenses de consommation, d'autres dépenses entrent dans le budget du ménage (impôts directs, cotisations sociales, etc.) et influent également sur le coût de la vie.

Le concept de mesure des prix: Pour mesurer les dépenses, un indice des prix à la consommation se fonde généralement sur le *concept d'acquisition*. Le prix considéré correspond donc au *prix d'achat actuel* d'un bien proposé aux consommateurs. Au contraire, l'indice du coût de la vie assimile la consommation d'un bien à son *utilisation*. Idéalement, ce n'est donc pas le prix d'achat, mais le prix «d'utilisation» (*utilité équivalente*) qu'il faudrait considérer pour les biens durables, soit le *flux de services* fournis par ces biens durant un certain laps de temps.

Le concept de l'indice du coût de la vie est convaincant en théorie mais ne peut guère être appliqué directement dans la pratique, l'utilité d'un bien ou d'un service n'étant pas mesurable. Il est toutefois possible de s'en approcher grâce à des données, des techniques d'enquête et des méthodes de calcul adaptées. Le meilleur instrument de mesure du renchérissement est-il à rechercher dans un indice des prix ou

dans un indice du coût de la vie? On ne peut répondre à cette question indépendamment de son utilisation. Dans l'ensemble, le point de vue qui prévaut est qu'un indice du coût de la vie serait plus adapté à l'indexation des salaires et des rentes, alors qu'un indice des prix à la consommation se prêterait mieux à la mesure de l'inflation et à l'observation conjoncturelle et économique.

3 Les bases méthodologiques du nouvel indice

L'IPC base décembre 2005 est, comme son prédécesseur, **un indice des prix** et non un indice du coût de la vie. Les concepts et méthodologies retenus pour son calcul sont en effet ceux d'un indice des prix: la structure de consommation reste constante pendant au moins une année et le panier-type ne comprend que les produits de consommation.

L'IPC fait partie intégrante du système statistique des prix en Suisse, dont le cadre global est formé par la comptabilité nationale (SEC95). Les concepts, méthodes, nomenclatures et définitions de l'IPC 2005 ont été harmonisés, dans une large mesure, avec les dispositions et principes internationaux en vue d'une meilleure comparabilité avec les indices des autres pays.

3.1 Le champ d'application et la périodicité

Les dépenses considérées dans l'IPC sont les **dépenses de consommation** telles que définies par la comptabilité nationale et conformément à la pratique internationale. Sont donc exclues du champ d'application les dépenses de transfert, telles les impôts directs et les assurances sociales, ainsi que les dépenses à caractère d'investissement et d'épargne.

Les dépenses de consommation prises en considération sont celles **des ménages privés résidant de manière permanente en Suisse**. Sont donc exclues du champ d'application les dépenses des ménages dont le séjour est de courte durée et des touristes.

Les prix entrant dans le calcul de l'IPC sont les **prix de vente payés sur le territoire suisse**.

L'IPC est calculé chaque mois, bien que tous les prix ne soient pas relevés mensuellement (cf. point 3.5 et annexe 4).

3.2 Le panier-type

Le panier-type de l'IPC (cf. annexe 1) reflète la consommation des ménages privés de la manière la plus complète que possible et se compose d'un large assortiment de biens et services. Il est structuré selon la nomenclature de la COICOP¹, utilisée au niveau national et international pour plusieurs statistiques, permettant ainsi la constitution d'agrégats comparables avec d'autres statistiques suisses et étrangères. Dans la COICOP, le panier-type est subdivisé en:

- **12 groupes principaux**, (voir graphique 1), eux-mêmes décomposés en
- **83 groupes de produits**,
- **218 postes de dépenses**, niveau pondéré et publié le plus fin, et
- **1046 variétés**, niveau inférieur du panier-type, non pondéré, qui désigne les biens et services dont les prix sont effectivement relevés (cf. exemple à l'annexe 3).

Dans l'IPC 2005 comme dans sa version précédente, on utilise par ailleurs des classifications supplémentaires pour compléter la nomenclature COICOP: les biens sont ventilés, par exemple, selon le genre (distinction entre biens et services, produits saisonniers) ou selon l'origine (produits indigènes ou importés) (cf. annexe 2). Ces indices spéciaux servent en premier lieu à analyser et à interpréter les résultats et fournissent aux utilisateurs de l'IPC des informations supplémentaires.

Le nouveau panier-type n'a pas subi de changement radical par rapport à son prédécesseur, ce dernier assurant une couverture déjà très étendue des biens et services, mais a plutôt fait l'objet d'une mise à jour:

- Information plus détaillée sur l'évolution des prix des carburants (essence et diesel), des tarifs de la téléphonie (fixe, mobile et internet) ainsi que des prix de l'écolage (formation scolaire de base et supérieure).
- Introduction de nouvelles variétés: les aubergines, le café en capsules, les boissons énergétiques, les préservatifs, l'essence sans plomb 100, les articles pour bébés ainsi que les documents officiels entre autres.
- Suppression de variétés plus assez représentatives: les choux de Bruxelles, le blanchissage, le papier peint, les friteuses, les magnétoscopes ainsi que les appareils photo instantané entre autres.

Le panier-type ne couvre toutefois pas la totalité des produits de consommation: les prix de certains biens et services ne sont pas relevés, en raison de leur moindre importance dans le budget des ménages (moins de 0.1 %) ou pour des questions de coûts excessifs. Figurent parmi ces biens et services, les leçons de conduite, la location d'appareils et de véhicules, la réparation de meubles et d'appareils ménagers, l'acquisition de caravanes, d'avions et de bateaux, les bijoux, les services funéraires ainsi que les dépenses des propriétaires pour leur propre logement. Toutefois, les dépenses des ménages pour l'achat de ces produits sont prises en considération dans le calcul des poids du panier-type, en étant soit attribuées à un poste apparenté ou à l'agrégat supérieur, soit réparties sur plusieurs postes de dépenses. Par exemple, les dépenses des propriétaires pour leur propre logement sont intégrées dans le coefficient de pondération des loyers des logements.

Pourquoi l'évolution des primes d'assurance-maladie obligatoire n'est-elle pas prise en compte dans l'IPC?

La délimitation des biens et services à inclure dans le panier-type se fonde sur l'agrégat de la consommation privée, tel que le définit la comptabilité nationale. Les primes d'assurance-maladie ne font pas partie de cet agrégat mais correspondent à des transferts versés aux assurances par les ménages; en cas de dommages, la majorité de ces versements sont restitués en guise de réparation. Les services médicaux contenus dans le panier-type de l'IPC (prestations médicales, dentaires, hospitalières, médicaments, etc.) font, elles, partie de la consommation privée. L'assurance-maladie sert à financer cette consommation. La délimitation décrite ci-dessus est appliquée dans la pratique internationale.

S'ajoute à cela le fait que l'évolution des primes d'assurance-maladie ne dépend pas seulement des prix pratiqués dans le secteur de la santé, mais aussi de la fréquence à laquelle on recourt aux prestations correspondantes. Même à prix constants, les coûts augmentent, et avec eux les primes d'assurance-maladie, à mesure que la fréquence des consultations médicales et des séjours hospitaliers s'accroît et que les examens médicaux et thérapies se compliquent. Cet effet quantitatif est plus ou moins marqué et s'oppose au but de l'indice des prix à la consommation qui consiste à mesurer l'évolution pure des prix.

Ces constatations d'ordre méthodologique et conceptuel mises à part, il ne fait aucun doute que l'augmentation croissante des primes d'assurance-maladie observée depuis quelque temps alourdit encore davantage le budget des ménages. Il s'agit d'y remédier non pas en modifiant l'indice des prix à la consommation pour mesurer l'évolution des prix, mais plutôt d'en tenir compte lors de l'application de la politique économique, dans le cadre notamment des négociations salariales ou de l'adaptation des rentes. C'est pour fournir aux utilisateurs de l'indice les informations nécessaires qu'a été créé, parallèlement à l'IPC, un indice des primes d'assurance-maladie, qui traduit l'évolution des primes et son impact sur le revenu disponible.

¹ COICOP = Classification of Individual Consumption by Purpose.

3.3 La pondération

La pondération du panier-type de l'IPC se fonde sur les résultats de l'enquête annuelle sur les revenus et la consommation (ERC). Celle-ci porte sur un échantillon aléatoire de 3300 ménages privés tirés de l'annuaire téléphonique, dont les dépenses sont relevées en détail et extrapolées pour obtenir la structure moyenne des dépenses. Pour les domaines sur lesquels l'ERC ne fournit pas d'informations suffisamment détaillées, d'autres sources de données, telles que des statistiques professionnelles et des études de marché, sont utilisées.

La pondération du panier-type est mise à jour chaque année depuis décembre 2001, afin de tenir compte de l'évolution de la structure de consommation des ménages privés.

Les nouveaux poids du panier-type 2006 ont été calculés à partir des résultats de l'ERC 2004. Ils sont présentés ci-dessous et figurent en détail dans l'annexe 1.

Panier-type 2006	
Groupes principaux et pondération	Pondération en %
Total	100,000
Alimentation et boissons non alcoolisées	10,998
Boissons alcoolisées et tabacs	1,962
Habillement et chaussures	4,259
Logement et énergie	25,175
Équipement ménager, entretien courant	4,335
Santé	16,719
Transports	10,286
Communications	2,636
Loisirs et culture	9,242
Enseignement	0,663
Restaurants et hôtels	9,009
Autres biens et services	4,716
<i>(cf. graphiques 1 et 2)</i>	

3.4 Les prix déterminants

Les prix relevés sont ceux effectivement payés par les consommateurs et consommatrices, y compris les impôts indirects (notamment la TVA), les droits de douane, les taxes d'incitation et les subventions.

Les réductions accordées aux consommateurs et consommatrices (actions, promotions, rabais, soldes) sont enregistrées dans le calcul de l'indice, mais à certaines conditions. Les réductions de prix doivent:

- se rapporter à un bien précis ou à un service défini figurant dans l'échantillon, dont la qualité est en tout point comparable à celle de la période de relevé précédente

- être accordées sans restriction à l'ensemble des ménages privés
- et n'être soumises à aucune condition particulière.

Le traitement des tarifs (transports publics, prestations médicales, hôpitaux, télécommunications, services postaux, électricité et gaz) dans la statistique des prix pose des problèmes méthodologiques lorsque la structure des tarifs se modifie au fil du temps. Ces derniers ne sont alors plus comparables directement, et il devient quasiment impossible d'identifier et de mesurer une éventuelle variation de prix. Pour cette raison, on construit des paquets de prestations qui soient aussi indépendants que possible de la structure tarifaire. Ceux-ci correspondent à des modèles de consommation fictifs reflétant des comportements typiques (concernant l'utilisation des transports publics, des télécommunications ou de la consommation d'énergie p. ex.). Au lieu des tarifs, c'est le coût de ces paquets qu'on intègre ensuite dans l'indice.

3.5 Le système de relevé des prix

Les observations de prix sont à la base du calcul de l'IPC. De leur qualité dépend la qualité finale de l'indice. Ainsi, il est très important de définir et d'organiser le système de relevé des prix de manière optimale afin de répondre aux questions suivantes: dans quelles régions et dans quels points de vente va-t-on relever les prix ? Quels articles va-t-on choisir ? À quelle fréquence et à quelle période les prix doivent-ils être relevés ? Qui va relever les prix ? Selon quelles techniques ? Comment s'assurer que les données récoltées sont de bonne qualité ?

Un des premiers éléments étudiés lors de la révision 2005 est les **régions de relevé**. Les études effectuées nous ont conduits à ne conserver qu'11 régions de relevé parmi les 16 choisies en 2000 (suppression de Bellinzona, Winterthur, Fribourg, Zug et Aarau). Cette réduction n'a pratiquement aucun impact sur la qualité des résultats et permet des économies non négligeables. Les 11 régions conservées sont des grands centres urbains (y compris l'agglomération), dans lesquels la consommation est concentrée. Chacune de ces régions est pondérée sur la base des dépenses de consommation des ménages privés relevées dans le cadre des enquêtes annuelles sur les revenus et la consommation. Le choix des régions ainsi que leur poids respectif sont présentés à l'annexe 5.

Dans ces régions est ensuite choisi un certain nombre de **points de vente**, de manière raisonnée. Sont représentés dans l'indice d'une part les points de vente les plus importants implantés sur tout le territoire helvétique et

d'autre part des points de vente régionaux. Ces derniers ont été sélectionnés selon la branche d'activité, le canal de distribution² et leur représentativité au niveau régional. Qu'est-ce qu'un point de vente représentatif? C'est un commerce qui représente les habitudes de consommation locales et qui dispose de l'assortiment désiré. Dans ce processus de sélection, les enquêteurs régionaux jouent un rôle primordial: connaissant le marché local, ils sont à même d'assister l'OFS et de fournir des renseignements sur l'évolution du marché. Au total, les prix d'environ 2200 points de vente rentrent dans le calcul de l'IPC.

Parmi l'assortiment de produits offerts dans les points de vente, les enquêteurs choisissent, en collaboration avec les responsables des commerces, un certain nombre d'**articles**. Ceux-ci correspondent à la structure du panier-type, doivent être vendus couramment et en quantité significative et sont supposés rester en vente sur une relativement longue période de temps. Le prix de ces articles est ensuite suivi au fil du temps. Environ 400'000 prix sont relevés par année.

La **fréquence** des relevés de prix est mensuelle pour les produits dont les prix fluctuent fréquemment (les produits frais et les produits pétroliers), trimestrielle voire semestrielle pour les autres biens et services du panier-type. A l'annexe 4 se trouve la périodicité détaillée du relevé des prix pour chaque groupe de produits. Dans le cadre de ces périodicités, les prix des articles choisis sont relevés durant les 6 premiers jours ouvrables du mois, à l'exception des prix des produits pétroliers. En raison de leur forte volatilité, les prix du mazout et de l'essence sont relevés, dès décembre 2005, deux fois par mois au lieu d'une (un jour fixe au début et au milieu du mois). Cette extension de la **période de relevé** pour les produits pétroliers améliore encore la précision des résultats.

Relever des prix est une tâche qui demande une grande disponibilité, de la flexibilité, de la rigueur, de la diplomatie et de l'expérience. En sous-traitant une partie du relevé des prix à l'institut de sondage IHA-GfK en 2000, l'OFS a sensiblement modernisé le relevé des prix et amélioré la qualité des données. Pour ces raisons, la sous-traitance se poursuivra jusqu'en 2010. Le système a subi quelques ajustements mineurs afin d'augmenter encore son efficacité. A partir de décembre 2005, **33 enquêteurs régionaux** relèvent environ deux tiers des prix dans les 11 régions de relevé. Le tiers des prix restant est relevé par l'**OFS**. Celui-ci s'occupe de domaines dans lesquels les prix sont déterminés à l'échelle nationale ou

cantonale, tels que les produits pharmaceutiques, les prestations médicales et hospitalières, la communication, l'énergie, les transports publics, etc. C'est également l'OFS qui gère le relevé des prix des plus grands distributeurs implantés sur tout le territoire.

Les **techniques de relevé** des prix ont fait l'objet d'une attention particulière lors de la révision 2005. Actuellement, les prix sont relevés sur des formulaires papier sur le terrain, par courrier électronique, sur internet, par poste ou par fax. La technique de relevé encore jamais étudiée est les données scannées, que les magasins saisissent à la caisse par lecture optique des codes barres apposés sur les produits. Ces données scannées contiennent des informations très importantes pour la statistique des prix à la consommation et permettent d'améliorer sensiblement la qualité des résultats. En effet, le chiffre d'affaires de chaque produit est connu, ce qui permet:

- de choisir les articles les plus vendus selon des critères objectifs
- de calculer le prix (moyen) effectivement payé par les consommateurs pour un article précis durant le mois en cours (compte tenu de toutes les actions, promotions, etc.)

De plus, les données scannées permettent de réduire la charge de travail des points de vente. Les utiliser dans le calcul du renchérissement pose cependant quelques problèmes techniques qui demandent un important investissement. D'une part, les nomenclatures varient parmi les différents distributeurs. Il faut donc définir une clé de répartition entre la classification de produits utilisée dans la statistique des prix et celle des fournisseurs de données. D'autre part, les changements d'assortiment et les ajustements de qualité sont plus difficiles à effectuer, étant donné qu'il n'y a plus de contact visuel avec les articles. Les données scannées d'un distributeur sont utilisées dans un premier temps en test pendant au moins un semestre. Si les résultats sont concluants, cette technique de relevé sera introduite en production et étendue à d'autres grands distributeurs.

L'**assurance de la qualité** est l'une des étapes les plus importantes dans le processus de production de l'IPC. Les prix sont non seulement plausibilisés dans le système informatique mais également contrôlés sur le terrain par IHA-GfK et par l'OFS, ce qui permet de juger de la qualité de prestations des enquêteurs et de garantir la qualité des résultats aux utilisateurs.

² par ex. Migros, Coop, magasins Discount, grandes surfaces, commerces spécialisés.

3.6 Les méthodes de calcul

Depuis 2000, deux nouvelles méthodes de calcul sont utilisées: la moyenne géométrique pour l'agrégation de base et l'indice-chaîne de Laspeyres pour l'agrégation supérieure. Ces deux méthodes ont fait l'objet d'une évaluation durant la révision 2005:

- La moyenne géométrique est utilisée pour calculer les variations de prix au niveau le plus fin (au sein d'un poste de dépenses, d'un canal de distribution et d'une région). Celle-ci présente de nombreux avantages par rapport aux moyennes arithmétiques: moins sensible aux fluctuations saisonnières, adéquate dans un contexte de chaînage et pour l'agrégation de postes de dépenses hétérogènes³, elle tient compte, de plus, de l'effet de substitution existant entre les produits lorsque les prix relatifs changent. Les résultats fournis par cette méthode de calcul sont donc parfaitement cohérents et justifient le maintien de son utilisation pour les cinq prochaines années.
- L'indice-chaîne de Laspeyres est la méthode de calcul appliquée au dernier niveau d'agrégation: les indices par poste de dépenses sont pondérés par leur poids respectif et agrégés arithmétiquement jusqu'au niveau du total. Un indice-chaîne de Laspeyres est une série d'indices directs de Laspeyres, dont le panier-type et les pondérations sont mises à jour à un rythme annuel. Mettre à jour annuellement les poids du panier-type assure une meilleure représentativité des résultats et permet d'intégrer assez vite les évolutions de structure de la consommation des ménages privés⁴, raison pour laquelle cette méthode de calcul est maintenue.

Un exemple de calcul est présenté à l'annexe 6.

3.7 Les ajustement de la qualité

Pour ne mesurer que l'évolution des prix, il faudrait que les biens et services restent de qualité identique au fil des mois. Tel n'est pas le cas en réalité: les biens et services évoluent, se modifient et s'adaptent au marché. Les ordinateurs en sont un exemple tout à fait significatif. Lorsque les produits changent, ne sont plus représentatifs ou disparaissent, quatre techniques de remplacement sont utilisées:

- La substitution directe est utilisée lorsque l'ancien et le nouveau produit présentent des caractéristiques très proches les unes des autres. Le nouveau produit remplace alors l'ancien et l'éventuelle différence de prix est prise en compte intégralement dans les calculs.
- La méthode du chaînage s'applique à des produits qui ont certes changé mais dont la fonction primaire reste la même. Pour utiliser cette méthode, l'ancien et le nouveau produit doivent se trouver simultanément sur le marché. La différence de prix existant entre les deux est décomposée en une différence de qualité et une différence de prix. Seule la différence de prix est prise en compte dans les calculs.
- Dans certains domaines, la différence de qualité peut être estimée et chiffrée directement sur la base des composants des produits. Elle est ensuite déduite du prix de sorte à ce que l'impact d'un changement qualitatif sur l'indice soit nul.
- Enfin, l'ancien et le nouveau produit sont tellement différents qu'il n'est guère possible de les comparer. L'ancienne série de prix disparaît et une nouvelle commence. Cette opération n'exerce aucun effet sur l'indice.

Un exemple présenté à l'annexe 7 illustre ces quatre techniques de changement de l'assortiment et d'ajustement de la qualité utilisées dans le calcul du renchérissement.

Les ajustements de la qualité restent l'un des thèmes les plus problématiques dans la statistique des prix. Au niveau international, les techniques hédoniques⁵ sont expérimentées et utilisées par certains pays pour effectuer des ajustements de la qualité. Au niveau suisse, elles ne le sont pas (encore), en raison de l'investissement important qu'elles exigent.

³ Les postes de dépenses hétérogènes sont des ensembles de produits présentant des différences tant sur le plan de leur utilisation, de leur fonction que du niveau de leur prix.

⁴ Par exemple, le poids du groupe principal «santé» était de 13,4% en 2000, de 14,5% en 2002, de 15,2% en 2003, de 16,3% en 2005 et est maintenant, pour l'année 2006, de 16,7%. Si les évolutions successives n'avaient pas été prises en considération, le poids de ce groupe aurait fait un saut de 13,4% à 16,7% entre 2000 et 2006 et le renchérissement aurait été sous-estimé.

⁵ Les techniques hédoniques consistent en le calcul d'un modèle de régression associant le prix d'un produit à ses caractéristiques.

3.8 L'indice des loyers

Les loyers des logements sont les dépenses qui pèsent le plus lourd dans le budget des ménages. Le poids qui leur est accordé dans le panier-type de l'IPC est d'environ 20%. Le but de l'indice des loyers est de mesurer l'évolution des prix des logements loués sur l'ensemble du territoire helvétique.

L'indice des loyers est et continue à être calculé selon le principe suivant:

Sont relevés les loyers d'un échantillon aléatoire simple d'environ 5000 logements tirés de l'annuaire téléphonique électronique de Swisscom. L'enquête est menée à un rythme trimestriel auprès du bailleur. Le huitième de l'échantillon est renouvelé chaque trimestre; la méthode de renouvellement utilisée (Bernoulli) permet de tenir compte de manière adéquate des logements nouvellement construits dans l'échantillon total.

Les logements considérés sont ventilés selon leur taille (nombre de pièces: de 1 à 6) et selon l'âge (4 classes d'âge):

Taille Age	1 pièce	2 pièces	3 pièces	4 pièces	5 pièces	6 pièces
0– 5 ans						
6–10 ans						
11–20 ans						
>20 ans						

Le principe consiste à calculer, pour chaque type de logement (par ex. un trois-pièces de la catégorie des 6 à 10 ans) le loyer moyen géométrique ainsi que sa variation par rapport à la période de base. Les indices qui en résultent sont ensuite agrégés à l'aide de la moyenne arithmétique pondérée pour obtenir l'indice des loyers total. Les coefficients de pondération utilisés correspondent à la répartition des dépenses des ménages pour la location de leur logement.

L'indice des loyers a subi quelques importants changements lors de la révision 2005:

- Introduction des logements de 6 pièces
- Poids des cellules calculés sur la base des dépenses des ménages pour la location de leur logement et non plus sur la base du nombre de logements.
- Utilisation de la moyenne géométrique pour l'agrégation de base (à l'intérieur d'une cellule), au lieu de la moyenne arithmétique.
- L'année effective détermine l'âge du logement et non plus l'année fictive.

Un des changements significatifs est la prise en compte de l'année effective de construction à la place l'année fictive. A partir de 2006, les rénovations effectuées dans les logements faisant partie de l'échantillon n'influenceront plus leur âge⁶. En effet, elles n'exercent plus l'effet escompté dans le modèle de calcul de l'année fictive dont la mise à jour aurait nécessité des ressources considérables. Ce nouveau procédé de calcul ne signifie pas que les changements de qualité ne sont plus pris en compte: pour l'amélioration de la qualité, l'hypothèse faite est que le taux de rénovation est constant dans le temps; pour la perte de qualité, les logements sont vieillissants en se déplaçant dans des cellules dont la classe d'âge est plus élevée.

Parallèlement aux changements méthodologiques, la logistique a été optimisée (amélioration des questionnaires, lecture optique des formulaires et développement d'une nouvelle plateforme informatique).

⁶ Jusqu'à récemment, des logements rénovés selon une certaine ampleur étaient rajeunis et une année de construction fictive leur était attribuée.

4 Exploitation et diffusion

L'indice des prix à la consommation a pour but premier de produire des indices reflétant l'évolution des prix. De tels indices sont calculés pour les 218 postes de dépenses et pour tous les agrégats supérieurs (groupes de produits, groupes principaux, total) de même que pour diverses classifications supplémentaires. Sont disponibles, outre les indices mensuels, des indicateurs analytiques de différentes natures, tels que les taux de variation, des valeurs annuelles et trimestrielles, des moyennes mobiles ou des indices cumulés. Au besoin, on pourra également fournir des indices et certains indicateurs analytiques à l'échelon des variétés, sous la forme d'exploitations ad hoc, pour autant qu'ils soient pertinents du point de vue statistique.

Afin de pouvoir procéder à des comparaisons à long terme, on continuera de calculer et de publier régulièrement les séries d'indices basés sur des périodes antérieures.

Les principaux résultats sont disponibles à la fin du mois sous revue ou au début du mois suivant. Ils sont publiés mensuellement dans un communiqué de presse mais peuvent être obtenus également auprès du service automatique de renseignement téléphonique ou en consultant le site Internet. Les résultats détaillés paraissent dans une publication à part et sont également disponibles sur demande sous forme électronique. Les utilisateurs nécessitant des informations spéciales peuvent également commander des exploitations ad hoc à l'Office fédéral de la statistique (cf. annexe 8).

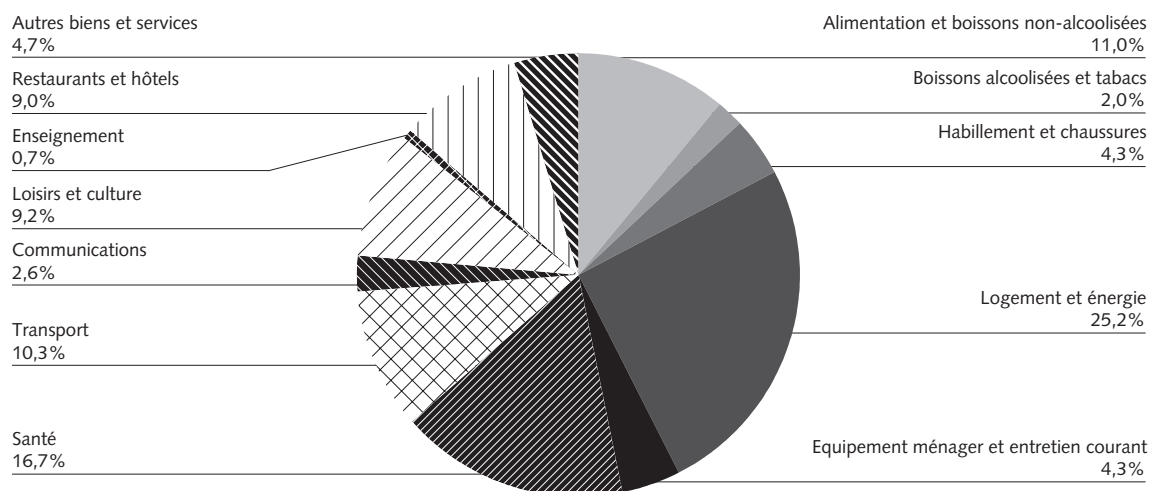
5 Bases légales et protection des données

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 concernant l'exécution des relevés statistiques fédéraux.

Les données relevées dans le cadre de l'IPC sont utilisées exclusivement à des fins statistiques. Les enquêtes n'ont rien à voir avec le contrôle des prix. L'OFS ainsi que les institutions privées participant aux enquêtes et leurs collaborateurs sont tenus au respect des dispositions fédérales en matière de protection des données. Les services d'enquête ne sont pas autorisés à communiquer les adresses ou d'autres informations spécifiques concernant les fournisseurs de données à des tiers, ni à d'autres offices de l'administration publique.

Structure globale et pondération du panier-type 2006

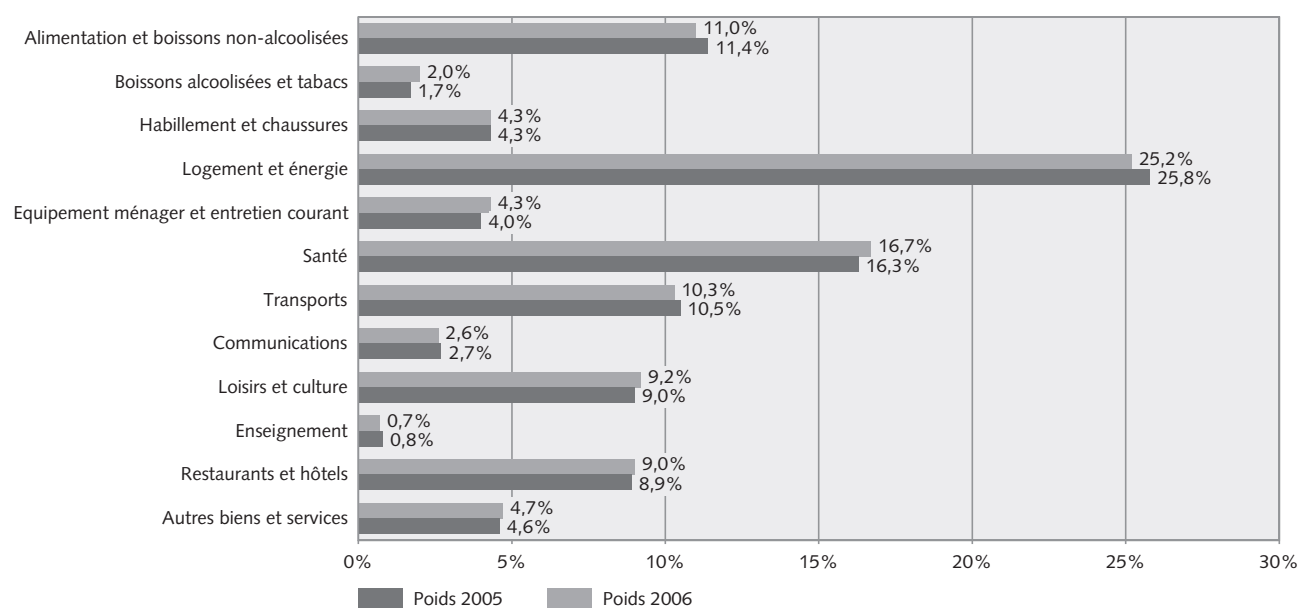
G 1



© Office fédéral de la statistique (OFS)

Comparaison de l'ancienne et de l'actuelle pondération du panier-type

G 2



© Office fédéral de la statistique (OFS)

Indice suisse des prix à la consommation, décembre 2005 = 100

Annexe 1: Panier-type avec pondération 2006

Position	Poids en %	Position	Poids en %
Total	100,000	Fruits, légumes et pommes de terre	1,947
Alimentation et boissons non-alcoolisées	10,998	Fruits	0,843
Alimentation	10,038	Fruits frais	0,674
Pain, farine et produits alimentaires	1,767	Agrumes	0,126
Riz	0,035	Fruits à noyaux	0,094
Farine	0,065	Fruits à pépins	0,159
Pain, pâtisserie et autres articles de boulangerie	1,329	Bananes	0,086
Pain	0,568	Autres fruits	0,209
Produits de petite boulangerie	0,186	Fruits secs, surgelés et en conserves	0,169
Viennoiseries, produits de pâtisserie	0,319	Légumes et pommes de terre	1,104
Produits de biscuiterie/biscotterie	0,256	Légumes frais et pommes de terre	0,850
Pâtes	0,145	Légumes-fruits	0,206
Autres produits céréaliers	0,193	Légumes-racines	0,145
Viande, Charcuterie et Saucisses	2,464	Légumes-salades	0,226
Viande, fraîche ou congelée	1,411	Légumes-choux	0,055
Viande de boeuf	0,315	Oignons	0,056
Viande de veau	0,132	Autres légumes	0,078
Viande de porc	0,355	Pommes de terre	0,084
Viande d'agneau	0,091	Légumes séchés, surgelés, en conserves, etc.	0,133
Volaille	0,323	Dérivés de la pomme de terre	0,121
Autre viande	0,195	Sucre, confiture, miel/autres al. sucrés	0,696
Produits carnés et saucisses	1,053	Confitures et miel d'abeilles	0,092
Saucisses	0,556	Chocolat	0,337
Produits carnés et viande cuisinée	0,497	Bonbons et chewing-gum	0,119
Poissons, crustacés et fruits de mer	0,320	Glaces	0,113
Poissons frais	0,186	Sucre	0,035
Poissons congelés	0,065	Autres produits d'alimentation	0,816
Conserves de poisson et poisson fumé	0,069	Soupes, épices, sauces	0,508
Lait, fromage, oeufs	1,757	Produits aliment. prêts à l'emploi	0,308
Lait	0,326	Boissons non-alcoolisées	0,960
Lait entier	0,186	Café, thé, cacao et boissons nutritives	0,303
Autre type de lait	0,140	Café	0,210
Fromage	0,851	Thé	0,061
Fromage à pâte dure et mi-dure	0,506	Cacao et boissons nutritives	0,032
Fromage frais, à pâte molle et fondu	0,345	Eaux minérales, boissons sucrées et jus	0,657
Autres produits laitiers	0,297	Eaux minérales naturelles	0,203
Crème	0,139	Boissons sucrées	0,292
Oeufs	0,144	Jus de fruits ou de légumes	0,162
Graisses et huiles comestibles	0,271	Boissons alcoolisées et tabacs	1,962
Beurre	0,133	Boissons alcoolisées	1,107
Margarine, graisses, huiles comestibles	0,138	Spiritueux	0,133

Indice suisse des prix à la consommation, décembre 2005 = 100

Annexe 1: Panier-type avec pondération 2006 (suite)

Position	Poids en %	Position	Poids en %
Eau-de-vie	0,089	Vêtements de sport d'été et pour toute l'année	0,114
Liqueurs et apéritifs	0,044	Autres articles d'habillement/tissus	0,198
Vin	0,833	Tissus pour l'habillement	0,032
Vin rouge	0,559	Mercerie et laine à tricoter	0,049
Vin rouge indigène	0,140	Autres accessoires pour l'habillement	0,117
Vin rouge étranger	0,419	Nettoyage et réparation de vêtements	0,122
Vin blanc	0,207	Retouches aux vêtements	0,031
Vin blanc indigène	0,162	Entretien des textiles	0,091
Vin blanc étranger	0,045	Chaussures y compris réparation	0,763
Vin mousseux	0,067	Chaussures	0,736
Bière	0,141	Chaussures pour femmes	0,373
Tabacs	0,855	Chaussures pour hommes	0,262
Cigarettes	0,812	Chaussures pour enfants	0,101
Autres tabacs	0,043	Réparations de chaussures	0,027
Habillement et chaussures	4,259	Logement et énergie	25,175
Habillement	3,496	Loyer	19,523
Articles d'habillement	3,176	Loyer du logement	18,724
Vêtements pour hommes	0,959	Location de garages et de places de parc	0,799
Manteaux, vestes et vestons	0,185	Entretien courant du logement	0,626
Complets	0,099	Produits entret./réparation du logement	0,142
Pantalons	0,246	Services entretien/réparation logement	0,484
Chemises	0,120	Taxes	0,472
Tricots	0,172	Energie	4,554
Sous-vêtements	0,137	Gaz	0,673
Vêtements pour femmes	1,721	Gaz, type de consommation II	0,122
Manteaux	0,053	Gaz, type de consommation III	0,145
Ensembles, ensembles à pantalons, robes	0,073	Gaz, type de consommation IV	0,188
Jupes	0,123	Gaz, type de consommation V	0,218
Pantalons	0,401	Electricité	2,072
Vestes	0,262	Electricité, type de consommation I	0,166
Blouses et chemisiers	0,104	Electricité, type de consommation II	0,352
Tricots	0,399	Electricité, type de consommation III	0,167
Sous-vêtements	0,306	Electricité, type de consommation IV	0,410
Vêtements pour enfants	0,306	Electricité, type de consommation V	0,415
Manteaux et vestes	0,023	Electricité, type de consommation VI	0,479
Pantalons et jupes	0,065	Electricité, type de consommation VII	0,083
Tricots	0,077	Mazout	1,683
Vêtements de bébés	0,088	Chauffage à distance	0,086
Bonneterie et sous-vêtements	0,053	Bois	0,040
Vêtements de sport	0,190	Équipement ménager et entretien courant	4,335
Vêtements de sport d'hiver	0,076	Aménagement, équipement et revêtements de sol	1,415

Indice suisse des prix à la consommation, décembre 2005 = 100

Annexe 1: Panier-type avec pondération 2006 (suite)

Position	Poids en %	Position	Poids en %
Ameublement et équipement	1,329	Voitures neuves	2,610
Séjour	0,438	Voitures d'occasion	1,253
Chambre à coucher	0,383	Motocycles	0,138
Cuisine et jardin	0,171	Bicyclettes	0,070
Articles d'équipement	0,337	Biens, services d'utilisation des véhicules	4,372
Revêtement de sol et tapis	0,086	Pièces de rechange et accessoires	0,333
Articles de ménage en textile et linges	0,330	Pièces de rechange	0,219
Draps de lit, art. textiles ménagers	0,249	Pneus et accessoires	0,114
Rideaux et éléments de rideaux	0,081	Carburant	2,833
Appareils ménagers	0,604	Essence	2,557
Appareils ménagers de grandes dimensions	0,268	Diesel	0,276
Appareils électroménagers de dimensions réduites	0,336	Services et travaux de réparations	0,726
Verrerie, vaisselle et autres ustensiles de ménage	0,462	Autres prestations p. transport individuel	0,480
Ustensiles de cuisine	0,184	Services de transport	1,843
Vaisselle et couverts	0,191	Services de transport public sur rail et route	1,561
Autres ustensiles de ménage	0,087	Transports publics: service direct	1,106
Outillage, petit matériel et accessoires pour la maison		Transports publics: unions tarifaires	0,455
et le jardin	0,519	Transports aériens	0,227
Outillage motorisé pour bricolage et jardinage	0,066	Taxi	0,055
Outillage pour la maison et le jardin	0,453	Communications	2,636
Outillage pour la maison et le jardin	0,075	Services postaux	0,140
Petit matériel et autres accessoires pour maison	0,378	Équipement et matériel téléphonique	0,109
jardin		Services de télécommunication	2,387
Biens et services pour l'entretien courant		Téléphonie réseau fixe	1,089
de l'habitation	1,005	Téléphonie réseau mobile	1,109
Biens pour l'entretien courant de l'habitation	0,680	Internet	0,189
Produits de lessive et de nettoyage	0,382	Loisirs et culture	9,242
Matériel de nettoyage	0,026	Equip. audiovisuels, fotogr. et informatiques	1,656
Autre matériel ménager	0,272	Téléviseurs et appareils audio-vidéos	0,419
Service de nettoyage de l'appartement	0,325	Téléviseurs	0,189
Santé	16,719	Appareils audio-vidéos	0,230
Produits et appareils thérapeutiques	3,569	Équipement fotogr., cinématogr., instr. d'optique	0,257
Médicaments	2,907	Ordinateurs personnels et accessoires	0,611
Matériel sanitaire	0,053	PC Hardware	0,558
Appareils thérapeutiques	0,609	Logiciel pour ordinateurs	0,053
Service de consultation externe	6,732	Supports d'enregistrement	0,347
Prestations médicales	3,906	Réparations et installations	0,022
Services dentaires	1,763	Instruments de musique	0,074
Autres prestations sanitaires	1,063	Autres articles et équipement de loisirs, jardin	
Services hospitaliers	6,418	et animaux d'agrément	2,066
Transport	10,286	Jeux, jouets et passe-temps	0,402
Voitures, motocycles et bicyclettes	8,443	Équipement de sport, camping et loisirs en plein air	0,430
Achat: voitures, motocycles, bicyclettes	4,071	Articles de sport d'hiver	0,201

Indice suisse des prix à la consommation, décembre 2005 = 100

Annexe 1: Panier-type avec pondération 2006 (fin)

Position	Poids en %	Position	Poids en %
Articles de sport d'été et toutes saisons,		Bière	0,467
articles de camping	0,229	Spiritueux, aut. boissons alcoolisées	0,107
Plantes et fleurs	0,616	Boissons non alcoolisées	1,428
Animaux d'agrément et produits liés	0,469	Café et thé	0,744
Services vétérinaires pour animaux d'agrément	0,149	Eaux minérales et boissons sucrées	0,670
Services récréatifs et culturels	2,798	Autres boissons non alcoolisées	0,014
Services sportifs et récréatifs	0,841	Restauration à l'emporter	0,783
Manifestations sportives	0,034	Cantines	0,746
Activités sportives et de loisirs	0,619	Repas dans les cantines	0,553
Ch. de fer de montagne, remontées méc.	0,188	Boissons dans les cantines	0,193
Services culturels et autres services	1,957	Hébergement	1,089
Cinéma	0,132	Hôtellerie	0,878
Théâtre et concerts	0,326	Para-hôtellerie	0,211
Concessions radio et télévision	0,912	Autres biens et services	4,716
Services pour la photo	0,144	Soins corporels	2,166
Cours de loisirs	0,443	Services des coiffeurs	0,863
Edition, presse et papeterie	1,467	Articles de soins corporels	1,303
Livres et brochures	0,398	Articles de toilette	1,181
Quotidiens et périodiques	0,745	Savons et mousse pour le bain	0,094
Au numéro	0,193	Articles de soins pour les cheveux	0,145
Par abonnement	0,552	Articles de soins dentaires	0,076
Autres imprimés	0,139	Produits de beauté et cosmétiques	0,574
Matériel d'écriture et de dessin	0,185	Articles de soins corporels en papier	0,292
Voyages à forfait	1,181	Appareils pour les soins corporels	0,122
Enseignement	0,663	Effets personnels	0,616
Formation scolaire et professionnelle de base	0,211	Montres	0,334
Formation prof. supérieure et hautes écoles	0,225	Autres effets personnels	0,282
Formation continue	0,227	Institutions sociales	0,260
Restaurants et hôtels	9,009	Assurances	1,352
Restauration	7,920	Assurance-ménage (incl. Responsabilité civile	
Restaurants et cafés	6,391	privée)	0,329
Repas dans les restaurants et cafés	3,627	Assurance-maladie privée	0,588
Boissons dans les restaurants et cafés	2,764	Assurance véhicules	0,435
Boissons alcoolisées	1,336	Services financiers	0,090
Vin	0,762	Autres services	0,232

Indice suisse des prix à la consommation, décembre 2005 = 100

Annexe 2 Classifications supplémentaires

Position	Poids en %	Position	Poids en %
	2006		2006
Type de biens		Classifications supplémentaires	
Marchandises	43,702	Services médicaux et dépenses de santé	16,719
Marchandises non durables	27,464	Indice sans services médicaux et dépenses de santé	83,281
Marchandises semi-durables	7,930		
Marchandises durables	8,308	Produits saisonniers	3,018
Services	56,298	Indice sans produits saisonniers	96,982
Services privés	46,315		
Services publics	9,983	Loyer du logement	18,724
		Indice sans loyer du logement	81,276
Provenance des biens			
Biens et services du pays	73,222	Produits pétroliers	4,516
Biens et services de l'étranger	26,778	Indice sans produits pétroliers	95,484
Inflation sous-jacente		Produits du tabac	0,855
Inflation sous-jacente 1 ¹	78,159	Indice sans produits du tabac	99,145
Inflation sous-jacente 2 ²	58,342		
<i>Alimentation, boissons, tabac sans produits saisonniers</i>	<i>11,436</i>	Boissons alcoolisées	2,443
<i>Produits saisonniers</i>	<i>3,018</i>	Indice sans boissons alcoolisées	97,557
<i>Energie et carburants</i>	<i>7,387</i>		
		Habillement et chaussures	4,259
		Indice sans habillement et chaussures	95,741
		Prix administrés	22,648
		Indice sans prix administrés	77,352

¹ Inflation sous-jacente 1 = total sans alimentation, boissons, tabacs, produits saisonniers, énergie et carburant

² Inflation sous-jacente 2 = inflation sous-jacente 1 sans les produits dont les prix sont administrés

Indice suisse des prix à la consommation, décembre 2005 = 100

Annexe 3: Exemple de la structuration hiérarchique du panier-type

Type de position	Total	Groupe principal (G)	Groupe de produits (GP)	Groupe de produits (GP)	Groupe de produits (GP)	Poste de dépenses (P)	Aggrégat intermédiaire (AI)	Variété (V)	Répartition en pour cent
Total	Total								100,000
G		Alimentation et boissons non-alcoolisées							10,998
GP		Alimentation							10,038
GP			Pain, farine et produits alimentaires						1,767
P						Riz			0,035
V								Riz	
P						Farine			0,065
V								Farine blanche	
V								Autres farines et semoules	
GP						Pain, pâtisserie et autres articles de boulangerie			1,329
P						Pain			0,568
V								Pain blanc	
V								Pain bis	
V								Pain mi-blanc	
V								Pain complet	
V								Tresse	
V								Pain régional courant	
P						Produits de petite boulangerie			0,186
V								Petit pain au lait	
V								Croissant	
V								Ballon	
V								Autres produits de petite boulangerie	
V								Produits frais de petite boulangerie en sachet	

les groupes principaux = première subdivision de la consommation privée en 12 catégories principale.

les groupes de produits = agrégations de postes de dépenses ou d'autres groupes de produits (constitution des groupes de produits possible à plusieurs niveaux hiérarchiques).

les postes de dépenses = dernières rubriques encore pondérées, restant fixes sur une période déterminée. C'est aussi le dernier échelon de la structure pour lequel on publie des indices.

les agrégats intermédiaire = regroupement de variétés en un agrégat non pondéré.

les variétés = niveau le plus bas du panier-type. Les variétés désignent les biens et les services dont les prix sont effectivement relevés. Ces positions peuvent être adaptées au fur et à mesure en fonction de l'évolution de l'offre et de la demande.

Indice suisse des prix à la consommation, décembre 2005 = 100

Annexe 4 Plan de relevé

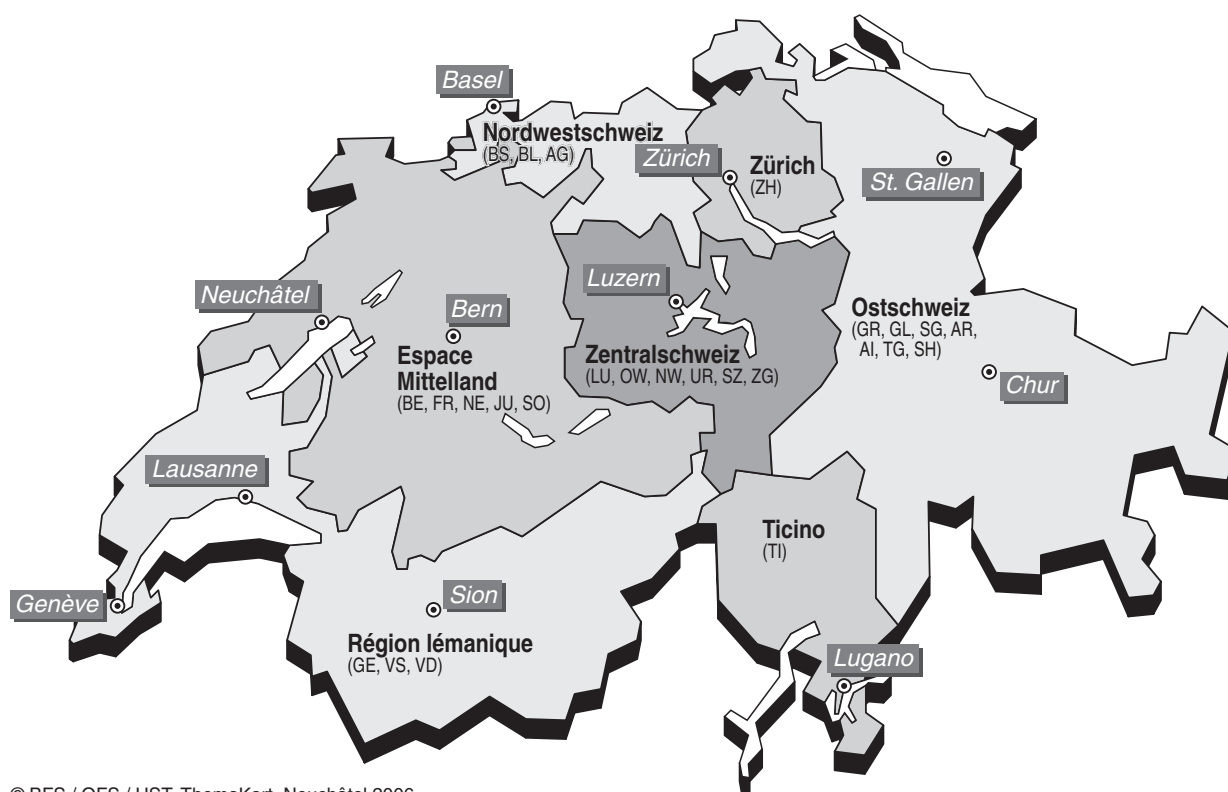
Groupe de produits	Périodicité	Mois des relevé des prix											
		J	F	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D
1. Alimentation et boissons non-alcoolisées	mensuelle	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Produits de biscuiterie	trimestrielle		X			X			X			X	
Conserves	trimestrielle		X			X			X			X	
Produits surgelés	trimestrielle		X			X			X			X	
Bonbons et chewing-gum	trimestrielle		X			X			X			X	
Autres produits d'alimentation	trimestrielle		X			X			X			X	
Café soluble et boissons nutritives	trimestrielle		X			X			X			X	
Eaux minérales, boissons sucrées et jus	trimestrielle		X			X			X			X	
2. Boissons alcoolisées et tabacs	trimestrielle				X		X			X			X
3. Habillement et chaussures	trimestrielle	X			X			X			X		
4. Logement et énergie	trimestrielle		X			X			X			X	
Mazout	2x par mois	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Taxes déchets, d'épuration, d'aliment. en eau	apériodique*												
Gaz, électricité et chauffage à distance	apériodique*												
Bois	semestrielle					X					X		
5. Equipement ménager et entretien courant	trimestrielle				X		X			X			X
6. Santé	trimestrielle	X			X			X			X		
Autres prestations sanitaires	apériodique*												
Prestations médicales	apériodique*												
Services hospitaliers	apériodique*												
7. Transport	trimestrielle	X			X			X			X		
Carburants	2x par mois	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Transports publics: service direct	apériodique*												
Transports publics: unions tarifaires	apériodique*												
8. Communications	trimestrielle				X		X			X			X
Services postaux	apériodique*												
Services de télécommunication	apériodique*												
9. Loisirs et culture	trimestrielle				X		X			X			X
Equipement de sport	trimestrielle	X			X			X			X		
Manifestations sportives: football	semestrielle						X			X			
Manifestations sportives: hockey sur glace	semestrielle									X			X
Activités sportives et de loisirs: piscines	semestrielle						X			X			
Activités sportives et de loisirs: patinoires	semestrielle									X			X
Concessions radio et télévision	apériodique*												
10. Enseignement	semestrielle				X					X			
Formation continue	trimestrielle				X		X			X			X
11. Restaurants et hôtels	trimestrielle	X			X			X			X		
Auberges de jeunesse	semestrielle	X						X					
12. Autres biens et services	trimestrielle		X			X			X			X	

* apériodique: les variations de prix influencent l'indice au moment de leur entrée en vigueur (notamment dans le cas des tarifs et des taxes).

Indice suisse des prix à la consommation, décembre 2005 = 100

Annexe 5 Les régions de relevé des prix

Grandes régions de la Suisse	Régions de relevé des prix	Pondération en %
Région lémanique	Genève	5,0
	Sion	3,3
	Lausanne	9,9
Espace Mittelland	Neuchâtel	6,2
	Berne	14,8
Suisse du Nord-Ouest	Bâle	14,7
Zurich	Zurich	20,6
Suisse orientale	Coire	2,3
	St.-Gall	10,3
Suisse centrale	Lucerne	8,6
Tessin	Lugano	4,3



© BFS / OFS / UST, ThemaKart, Neuchâtel 2006

Le nouvel indice suisse des prix à la consommation: décembre 2005 = 100

Annexe 6: Exemple de calcul

La méthode de calcul utilisée dans l'IPC est décrite ci-dessous de manière très simplifiée. L'exemple se limite aux observations de prix d'un kg de citrons et d'un kg d'oranges (données fictives).

Articles	Prix de base déc. 2005	Prix en janv. 2006	Prix en fév. 2006
Citrons (1 kg)	3.20	3.50	3.60
Oranges (1 kg)	2.50	2.–	2.50

Agrégation de base:

1) Calcul de la variations des prix de chaque article par rapport à la période de base décembre 2005 = 100:

Articles	Indice déc. 2005	Indice janv. 2006	Indice fév. 2006
Citrons (1 kg)	100	$\frac{3.50}{3.20} \times 100 = 109.4$	$\frac{3.60}{3.20} \times 100 = 112.5$
Oranges (1 kg)	100	$\frac{2}{2.50} \times 100 = 80$	$\frac{2.50}{2.50} \times 100 = 100$

L'indice des prix d'un kg de citrons en janvier 2006 est égal à 109.4, signifiant qu'entre décembre 2005 et janvier 2006 le prix d'un kg de citrons a augmenté de 9.4 %. A l'inverse, le prix d'un kg d'oranges a baissé de 20 % entre décembre 2005 et janvier 2006.

2) Les citrons et les oranges composent le poste de dépenses «agrumes». L'évolution des prix du poste de dépenses «agrumes» se calcule à l'aide la moyenne géométrique:

$$\text{Indice janvier 2006 «agrumes»} = \sqrt{109.4 \times 80} = 93.6$$

$$\text{Indice février 2006 «agrumes»} = \sqrt{112.5 \times 100} = 106.1$$

Entre décembre 2005 et janvier 2006, les prix du poste de dépenses «agrumes» ont baissé en moyenne de 6.4 %.

Entre décembre 2005 et février 2006, ils ont augmenté de 6.1 % en moyenne.

Agrégation intermédiaire:

L'indice des prix des «agrumes» est ensuite pondéré par l'importance de la région dans laquelle le prix est relevé (voir annexe 5) ainsi que par l'importance du canal de distribution auquel appartient le point de vente qui vend ce produit.

Agrégation supérieure:

Dans le panier-type, le poste de dépenses «agrumes» appartient au groupe de produit «fruits frais». Chacun des postes de dépenses qui composent ce groupe de produits a un poids:

Groupe de produits Poste de dépenses	Poids en %	Indice de déc. 2005	Indice de janvier 2006	Indice de février 2006
Fruits frais	0.674	100	102.1	104.4
Agrumes	0.126	100	93.6	106.1
Fruits à noyaux	0.094	100	105.0	102.5
Fruits à pépins	0.159	100	101.6	102.0
Bananes	0.086	100	110.3	112.5
Autres fruits	0.209	100	102.8	102.8

L'indice des prix des fruits frais représente la moyenne arithmétique pondérée des indices des postes de dépenses:

$$\text{Indice des fruits frais en janv.2006} = \frac{(93.6 \times 0.126) + (105.0 \times 0.094) + (101.6 \times 0.159) + (110.3 \times 0.086) + (102.8 \times 0.209)}{0.126 + 0.094 + 0.159 + 0.086 + 0.209} = 102.1$$

$$\text{Indice des fruits frais en février 2006} = \frac{(106.1 \times 0.126) + (102.5 \times 0.094) + (102.0 \times 0.159) + (112.5 \times 0.086) + (102.8 \times 0.209)}{0.126 + 0.094 + 0.159 + 0.086 + 0.209} = 104.4$$

Les prix des fruits frais ont, en moyenne, augmenté de 2.1 % entre décembre 2005 et janvier 2006 et de 4.4 % entre décembre 2005 et février 2006.

Le calcul se poursuit de la même manière jusqu'à l'obtention de l'indice total.

Le nouvel indice suisse des prix à la consommation: décembre 2005 = 100

Annexe 7: changement d'assortiment et techniques d'ajustement de la qualité

Exemple: Le prix du produit A est relevé chaque mois depuis décembre 2005. En février 2006, le produit A a disparu. Les techniques de remplacement sont les suivantes:

Technique 1: substitution directe

Articles	Prix	Prix déc. 2005 (base 100)	Prix janvier 2006	Prix février 2006
Article A	2.-	→	2.50	---
Article B	---		---	2.80
Indice des prix de A		100	125	140

Cette technique s'applique lorsque le produit B (produit de remplacement) est presque identique au produit A. Le produit A est alors directement remplacé par le produit B. La série de prix continue. La hausse de prix de 30 ct. entre janvier et février 2006 est considérée comme du renchérissement.

Technique 2: chaînage

Articles	Prix	Prix déc. 2005 (base 100)	Prix janvier 2006	Prix février 2006
Article A	2.-	→	2.50	---
Article B	---		2.70	2.80
Indice des prix de A		100	125	129.60

Le produit B a la même fonction que le produit A mais il a des caractéristiques supplémentaires qui augmentent sa valeur. L'article B était déjà présent sur le marché en janvier 2006 et son prix était de Fr. 2.70. Les deux articles étant simultanément sur le marché, la différence de prix en janvier correspond à la différence de qualité. La hausse de prix de 30 ct. entre janvier et février 2006 est décomposée en 2: 20 ct. est considéré comme une amélioration de la qualité et 10 ct. comme une augmentation de prix.

Technique 3: ajustement explicite de la qualité

Articles	Prix	Prix déc. 2005 (base 100)	Prix janvier 2006	Prix février 2006
Article A	2.-		2.50	---
Article B	---		---	2.80
Indice des prix de A		100	125	127.50

L'article B a des caractéristiques supplémentaires. La valeur de ces caractéristiques supplémentaires peut être estimée et chiffrée à 25 ct. La hausse de prix de 30 ct. entre janvier et février 2006 sera décomposée en 2: 25 ct. est considéré comme une amélioration de la qualité et 5 ct. comme une augmentation de prix.

Technique 4: non-remplacement

Articles	Prix	Prix déc. 2005 (base 100)	Prix janvier 2006	Prix février 2006
Article de A		2.–	2.50	---
Article de B		---	---	2.80
Indice des prix de A		100	125	---
Indice des prix de B		---	---	115

Le produit B est jugé très différent du produit A à tel point qu'il n'est pas possible de les comparer. La série de prix du produit A disparaît en janvier 2006. La nouvelle série de prix du produit B commence en février 2006. La différence de prix n'exerce donc aucun impact sur l'indice. En février 2006, un indice sera imputé au produit B: cet indice correspond la plupart du temps à l'indice de l'agrégat supérieur (admettons, dans notre exemple, qu'il est égal à 115).

Indice suisse des prix à la consommation, décembre 2005 = 100

Annexe 8: Dates de publication des communiqués de presse 2006

Heure de parution: 7h45:

IPC de	Date de publication
Janvier	10.02.2006
Février	09.03.2006
Mars	04.04.2006
Avril	04.05.2006
Mai	01.06.2006
Juin	29.06.2006
Juillet	03.08.2006
Août	05.09.2006
Septembre	03.10.2006
Octobre	02.11.2006
Novembre	30.11.2006
Décembre	04.01.2007

Les résultats de l'IPC sont diffusés chaque mois sous la forme d'un communiqué de presse et d'une **brochure** détaillée.

Les principaux résultats peuvent également être obtenus par le biais du service automatique de renseignement:

Tél: 0900 55 66 55 (0.50 frs + 0.50 frs/min)

Sur le site Internet de l'OFS, domaine PRIX, vous trouverez de nombreux résultats ainsi que d'autres informations sur l'IPC: www.statistique.admin.ch → Thèmes → Prix → Prix à la consommation

Pour les questions liées à l'IPC, vous avez la possibilité de nous contacter par e-mail: LIK@bfs.admin.ch

