



Actualités OFS

5 Prix

Neuchâtel, février 2011

L'indice suisse des prix à la consommation: décembre 2010 = 100

Aperçu des méthodes et pondération 2011

Renseignements:

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

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

Hans Markus Herren, OFS, Section Prix, tél.: 032 713 68 72

e-mail: Hans-Markus.Herren@bfs.admin.ch

N° de commande: 388-1100

Table des matières

L'indice des prix à la consommation (IPC) 2010	
1	La révision 2010 3
2	L'indice des prix à la consommation (IPC) en bref 3
3	Les bases méthodologiques de l'indice 4
3.1	Le champ d'application et la périodicité 4
3.2	Le panier-type 5
3.3	La pondération 6
3.4	Les prix déterminants 6
3.5	Le système de relevé des prix 6
3.6	Les méthodes de calcul 8
3.7	Les ajustements de la qualité 8
3.8	L'indice des loyers 9
4	Exploitation et diffusion 10
5	Bases légales et protection des données 10

Graphiques et annexes	
Graphique 1: Structure globale et pondération du panier-type	11
Graphique 2: Comparaison de l'ancienne et de l'actuelle pondération du panier-type	11
Annexe 1: Panier-type avec pondération 2011	12
Annexe 2: Classifications supplémentaires	16
Annexe 3: Exemple de la structuration hiérarchique du panier-type	17
Annexe 4: Plan de relevé	18
Annexe 5: Les régions de relevé des prix	19
Annexe 6: Exemple de calcul	20
Annexe 7: Changement d'assortiment et techniques d'ajustement de la qualité	22
Annexe 8: Dates de publication des communiqués de presse	24

Indice des prix à la consommation: base décembre 2010 = 100

1 La révision 2010

Pour la neuvième fois depuis sa création en 1922, l'indice des prix à la consommation (IPC) a été révisé et sera calculé, à partir de janvier 2011, sur une nouvelle base: décembre 2010 = 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 permet également d'intégrer dans l'indice les évolutions des habitudes de consommation et les structures de marché, assurant ainsi les utilisateurs d'une bonne adéquation des résultats à la réalité. Enfin, une révision offre l'occasion d'optimiser les processus de relevé et de réduire, dans la mesure du possible, la charge de travail des personnes et entreprises participant aux enquêtes.

Dans la révision de l'IPC 2010, l'accent a été mis sur les objectifs et les points suivants:

- Révision de l'indice des loyers: élargissement de l'échantillon, tirage stratifié de l'échantillon, ajustement de la qualité.
- Ajustement de la qualité amélioré pour les relevés des prix de l'habillement, des produits technologiques et des PCs.
- Perfectionnement des techniques de relevé de prix (amélioration de la mesure des prix et du contrôle-qualité correspondant).
- Mise à jour du relevé de certains sous-indices, en particulier dans le domaine de l'habillement, des voyages à forfait, des tarifs aériens et des assurances privées.
- Mise à jour de la périodicité des relevés: relevé mensuel dans les domaines de l'habillement, des chaussures, des livres et des meubles.
- Révision du panier-type.
- Mise à jour des schémas de pondération (panier-type, canaux de distribution, régions)
- Ajustement de la pondération du panier-type à l'évolution des prix: La pondération est effectuée

sur la base des données relatives aux dépenses de consommation mesurées deux ans auparavant. Les poids sont ajustés à l'évolution des prix jusqu'en décembre de l'année précédente. Jusqu'ici, cet ajustement se faisait jusqu'en octobre de l'année précédente.

L'IPC est calculé sur une plateforme informatique qui permet à la fois la saisie des prix et le calcul des indices. Dans le cadre de la révision, certains modules ont été mis à jour et adaptés aux besoins des utilisateurs.

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. Il est un indicateur pour la variation du pouvoir d'achat des consommatrices et consommateurs. 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; indexation des salaires, des rentes, des loyers et d'autres valeurs monétaires; et déflation de séries nominales pour déterminer en termes réels la croissance économique. Enfin, l'indice est utilisé pour calculer l'évolution réelle des salaires et des chiffres d'affaires, et pour évaluer la compétitivité de la Suisse sur le plan international. 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:

- Comparaison directe du renchérissement en Suisse avec celui des pays voisins européens. L'Indice des prix à la consommation harmonisé (IPCH) est calculé pour la Suisse depuis 2008. La publication est assurée par Eurostat, l'office statistique de l'Union européenne.

- L'évolution des primes d'assurance-maladie de base n'est 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 démontrait de quelle manière le renchérissement était subi selon les catégories socio-économiques. Jusqu'à nouvel avis, ces indices ne sont plus publiés.

Pour des raisons conceptuelles, il serait intéressant de publier non seulement des indices de prix, mais aussi des indices du coût de la vie. (voir encadré). Des raisons méthodologiques et financières s'opposent à la publication de tels indices.

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 de l'indice

L'IPC base décembre 2010 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 biens et services 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 2010 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 celles 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, et la plupart des prix sont relevés mensuellement (cf. point 3.5 et annexe 4).

3.2 Le panier-type

Le panier-type de l'IPC (cf. annexe 1) reflète les dépenses de 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
- **85 groupes de produits,**
- **215 postes de dépenses,** niveau pondéré et publié le plus fin, et
- **1008 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 2010 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 panier-type a été mis à jour pour tenir compte de l'évolution des habitudes de consommation. Hormis trois postes de dépenses, ce sont avant tout les variétés qui sont concernées:

- Des résultats détaillés sur l'évolution des prix du poste de dépenses «Services de bicyclettes» seront publiés.
- Dans l'habillement pour dames, le poste de dépenses «Ensembles, ensembles à pantalons, robes» est supprimé. L'évolution des prix n'est plus publiée non plus pour l'accès internet, relevé dorénavant au sein de la communication par réseau fixe.
- Introduction de nouvelles variétés, entre autres: pâte à pizza, rumsteak, crème fraîche, prunes, avocats, choucroute, hors d'œuvres préparés, pantalons d'été courts, vestes et pantalons de trekking, mazout écologique, bicyclettes électriques, taxe pour zone bleue,

produits forfaitaires pour téléphonie sur réseau fixe et Internet, appareils de photo compacts à objectifs interchangeable, festivals, abonnements de télévision, services des instituts de beauté, aide à domicile (spitex).

- Suppression de variétés qui ne sont plus représentatives: ragoût d'agneau, langue, conserves de viande, ensembles à pantalon ou jupe pour dames, moquettes, nettoyeur à vapeur, bicyclettes spéciales, appareils Hi-Fi pour la voiture, appareils photo analogiques, composants pour PC, films négatifs et pour diapositives, cassettes audio, fixations de skis séparées.

Le panier-type ne couvre 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 de relevé de prix excessifs. A titre d'exemple, ne sont pas relevés les prix des leçons de conduite, de la location d'appareils et de véhicules, de la réparation de meubles et d'appareils ménagers, ainsi que les prix de l'acquisition de caravanes, d'avions et de bateaux, de bijoux, de services funéraires et des logements occupés par leurs propriétaires. 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 soit à l'agrégat supérieur. Par exemple, les dépenses des propriétaires pour leur propre logement sont intégrées dans le poids des loyers des logements.

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

Les primes de l'assurance-maladie obligatoire 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. Ces primes sont, certes, obligatoires, mais ne servent pas à la consommation finale. L'IPC inclut, dans son panier-type, les services médicaux financés avec les primes (prestations médicales, dentaires, hospitalières, médicaments, etc.).

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 quantité s'oppose au but de l'indice des prix à la consommation qui consiste à mesurer l'évolution pure des prix.

¹ COICOP = Classification of Individual Consumption by Purpose.

Ces constatations d'ordre méthodologique et conceptuel mises à part, il ne fait aucun doute que l'augmentation des primes d'assurance-maladie alourdit les budgets des ménages. Il s'agit d'y remédier non pas en modifiant l'indice des prix à la consommation, conçu 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. Les utilisatrices et utilisateurs trouvent les informations nécessaires y relatives dans les résultats de l'indice des primes d'assurance-maladie (IPAM), qui traduit l'évolution des primes et son impact sur le revenu disponible.

3.3 La pondération

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

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

Les nouveaux poids du panier-type 2011 ont été calculés à partir des résultats de l'EBM 2009. Ils sont présentés ci-dessous et figurent en détail dans l'annexe 1.

Panier-type 2011

Groupes principaux et pondération	Poids en %
Total	100,000
Alimentation et boissons non alcoolisées	10,636
Boissons alcoolisées et tabacs	1,795
Habillement et chaussures	4,199
Logement et énergie	26,289
Équipement ménager, entretien courant	4,723
Santé	14,150
Transports	10,834
Communications	2,875
Loisirs et culture	9,861
Enseignement	0,672
Restaurants et hôtels	8,703
Autres biens et services	5,263
(cf. graphiques 1 et 2)	

3.4 Les prix déterminants

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

Les réductions accordées aux consommatrices et consommateurs (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 sont 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?

Les relevés de prix continuent à s'effectuer dans 11 régions de relevé. Celles-ci sont représentatives des habitudes de consommation en Suisse. En font partie les cinq grands centres urbains et six agglomérations de taille moyenne. Chacune de ces régions est pondérée sur la base des dépenses de consommation des ménages privés relevées dans le cadre des enquêtes sur le budget des ménages. Les 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 suisse 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 enquêtrices et 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 2700 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 pendant une période prolongée. Le prix de ces articles est ensuite suivi au fil du temps. Environ 500'000 prix sont relevés par année.

La **fréquence** des relevés de prix est mensuelle pour la plupart des produits du panier-type. Dans le cadre de la révision 2010, la fréquence de relevé de prix est mensualisée notamment pour l'habillement, les chaussures, les livres et les meubles. Pour l'habillement et les chaussures, le relevé de prix prendra en compte la disponibilité saisonnière des produits au niveau même des variétés. Pour certains produits dont les prix fluctuent moins fréquemment et pour certains services, les prix sont relevés trimestriellement, semestriellement ou de façon apériodique. 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 deux premières semaines du mois. Les prix du mazout et de l'essence continuent à être relevés deux fois par mois, durant un jour fixe au début et au milieu du mois. Cette extension de la **période de relevé améliore** la précision des résultats. Les prix des produits chez certains grands distributeurs sont relevés pendant les deux premières semaines du mois à l'aide de données scannées.

Relever des prix est une tâche qui demande une grande disponibilité, de la flexibilité, de la rigueur, de la diplomatie et de l'expérience. La sous-traitance d'une partie du relevé des prix à GfK Switzerland AG garantit un système de relevé de prix fiable qui produit des données de bonne qualité. Après une mise au concours, cette sous-traitance a été prolongée jusqu'en 2015. Les **40 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 ou les transports publics. C'est également l'OFS qui gère le relevé des prix à l'aide des données scannées auprès des 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 2010. Actuellement, les prix sont relevés sur des formulaires papier sur le terrain, par courrier électronique, sur Internet, par poste ou par fax. Pour le relevé sur le terrain, l'utilisation d'appareils de saisie est actuellement en cours d'évaluation. Ce procédé devrait permettre de plausibiliser les données au moment de leur saisie directement devant le rayon. La phase test et l'introduction sont prévues dans le courant de l'année 2011.

Depuis deux ans, une partie des relevés de prix auprès des grands distributeurs est effectuée à l'aide de données scannées. Il s'agit de données que les magasins saisissent à la caisse par lecture optique des code barres apposés sur les produits. Elles contiennent des informations très importantes pour la statistique des prix à la consommation et permettent d'améliorer sensiblement la qualité de l'indice. 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 difficultés liées à cette méthode de relevé de prix (le manque de contact visuel avec les produits relevés et l'affectation des articles selon le panier-type de l'IPC) ont été réglées

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

de façon satisfaisante. Ces deux prochaines années, de nouveaux distributeurs intégreront le relevé à l'aide de données scannées.

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 l'entreprise mandatée et par l'OFS, ce qui permet de juger de la qualité des données relevées par les enquêteurs et de garantir la qualité des résultats.

3.6 Les méthodes de calcul

Depuis 2000, deux méthodes de calcul sont utilisées: la moyenne géométrique pour l'agrégation de base et l'indice-chaîne selon la formule de Lowe³ pour l'agrégation supérieure.

- La formule de Jevons: la moyenne géométrique non pondérée 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 hétérogènes⁴, elle tient compte, de plus, de l'effet de substitution existant entre les produits lorsque les prix relatifs changent.
- L'indice-chaîne selon la formule de Lowe est la méthode de calcul appliquée au niveau supérieur d'agrégation: les indices par poste de dépenses sont pondérés par leur poids respectif et agrégés à l'aide de la moyenne arithmétique jusqu'au niveau de l'indice total. Un indice-chaîne de Lowe est une série d'indices directs de Lowe, 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 constamment les évolutions de structure de la consommation des ménages privés. Dans le cadre de la révision, plusieurs autres formules d'agrégation ont été testées et analysées. Les résultats de l'indice-chaîne selon la formule de Lowe se sont montrés très proches des indices supérieurs selon Törnqvist et Fisher.

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

³ L'indice Lowe est un indice-chaîne de type Laspeyres.

⁴ 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.

3.7 Les ajustements 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, différentes techniques de remplacement sont utilisées:

- La substitution directe est utilisée lorsque l'ancien et le nouveau produit présentent des caractéristiques identiques ou 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 durant un mois au moins. 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. Cette méthode est particulièrement adaptée au marché des voitures neuves, où les innovations techniques sont souvent introduites en tant qu'options, avant de devenir un équipement standard.
- Pour le relevé des articles d'habillement et de certains produits technologiques, une nouvelle méthode est introduite en 2011. Elle permet, lors de la substitution d'articles non comparables, d'imputer l'évolution du prix de l'agrégat supérieur aux articles remplaçants. La question de la comparabilité des articles est tranchée de façon centrale par l'OFS sur la base de certaines caractéristiques elles aussi relevées. Ce procédé doit permettre un traitement plus uniforme des remplacements dans ces domaines complexes.
- Dans des situations de remplacement données, dans les domaines des loyers et des PC, l'OFS utilisera également des méthodes hédoniques pour l'ajustement de la qualité. Les différences de qualité sont évaluées à l'aide d'une fonction hédonique puis exclues de l'indice.

- Enfin, si 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 direct sur l'indice.

Les ajustements de la qualité restent l'un des thèmes les plus problématiques dans la statistique des prix.

Les exemples présentés à l'annexe 7 illustrent les techniques utilisées dans le calcul du renchérissement pour le traitement des changements de l'assortiment et de l'ajustement de la qualité.

3.8 L'indice des loyers

L'indice des loyers est un sous-indice de l'IPC et vise à mesurer l'évolution des loyers sur l'ensemble du territoire suisse. Les loyers forment le poste de dépenses de consommation le plus important des ménages privés, leurs poids dans le panier-type de l'IPC d'environ 19% en est le témoin.

L'indice des loyers est calculé sur la base d'un échantillon aléatoire simple d'environ 10'000 logements tirés du registre des enquêtes auprès des ménages. Les ménages sont priés de répondre à un court questionnaire et de fournir le statut d'occupation du logement (résidence principale, propriétaire, locataire) et, le cas échéant, d'indiquer l'adresse du bailleur.

Le relevé des loyers proprement dits se déroule ensuite auprès des bailleurs qui participent à l'enquête pendant sept trimestres supplémentaires au maximum, après quoi, le logement est remplacé par un autre. Chaque trimestre, un huitième de l'échantillon est donc ainsi renouvelé. Ce procédé permet de tenir compte de manière adéquate de l'évolution sur le marché locatif en général et, en particulier, des logements nouvellement construits.

Les logements considérés sont ventilés selon leur taille (nombre de pièces: de 1 à 6) et selon l'âge (4 classes d'âge). Le prix des cellules correspondantes est suivi au cours du temps.

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 des logements qui sont restés dans l'échantillon depuis le trimestre précédent. Ensuite, ce loyer moyen est comparé avec celui de ces mêmes logements lors du trimestre précédent. Pour les logements nouvellement intégrés dans l'échantillon, la comparaison est opérée avec le loyer moyen des logements qui ont participé pour la dernière fois à l'enquête lors du trimestre précédent (remplacement de loge-

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						

ments). Le nombre d'observations fournit le poids qui permet d'agréger ces deux indices pour obtenir l'indice non chaîné de la cellule. Enfin, les indices des cellules sont agrégés à l'aide de la moyenne arithmétique pour obtenir l'indice des loyers global. Les poids des cellules correspondent à la répartition des dépenses des ménages pour la location des différents types de logements.

L'indice des loyers a subi quelques importants changements lors de la révision 2010:

- La taille de l'échantillon a été élargie de 5000 observations à 10'000 observations environ.
- Pour le tirage de l'échantillon, une stratification selon l'âge du bâtiment a été introduite, ce qui permet d'intégrer dans l'échantillon davantage de logements de construction récente.
- La probabilité du tirage et le comportement en matière de réponse dans les grandes régions sont pris en compte pour calculer un poids individuel de chaque observation.
- L'actualisation des poids est effectuée sur la base des informations actuellement disponibles. Dès que de nouvelles données concernant la structure du parc locatif seront publiées, ces poids seront à nouveau mis à jour.
- L'ajustement des différences de qualité lors du remplacement de logements est effectué à l'aide d'un modèle hédonique.
- Les mises à jour de l'application informatique concernent le tirage de l'échantillon et le calcul de l'indice, en particulier.

Parallèlement aux changements méthodologiques, la logistique a été optimisée. Ainsi, le nouveau questionnaire fournit en plus des informations sur le type de propriétaire. Le rappel écrit des ménages permet une importante amélioration du taux de réponse. Malgré ces efforts, il n'est pas possible de renoncer au rappel téléphonique. Ce dernier fournit environ un tiers des données exploitables.

4 Exploitation et diffusion

L'indice des prix à la consommation a pour but premier de produire des indices reflétant l'évolution des prix en Suisse. De tels indices sont calculés pour les 215 postes de dépenses du panier-type 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 tels que les taux de variation ainsi que des valeurs annuelles et trimestrielles.

Parmi les classifications supplémentaires, la définition de l'inflation sous-jacente a été revue et modifiée lors de cette révision. Seuls sont désormais exclus du calcul de l'inflation sous-jacente les biens et services saisonniers (notamment dans le domaine de l'alimentation) ou sujets à volatilité (domaine de l'énergie, et des carburants).

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 au début du mois suivant le mois sous revue. Ils sont publiés mensuellement dans un communiqué de presse et sur Internet (cf. annexe 8).

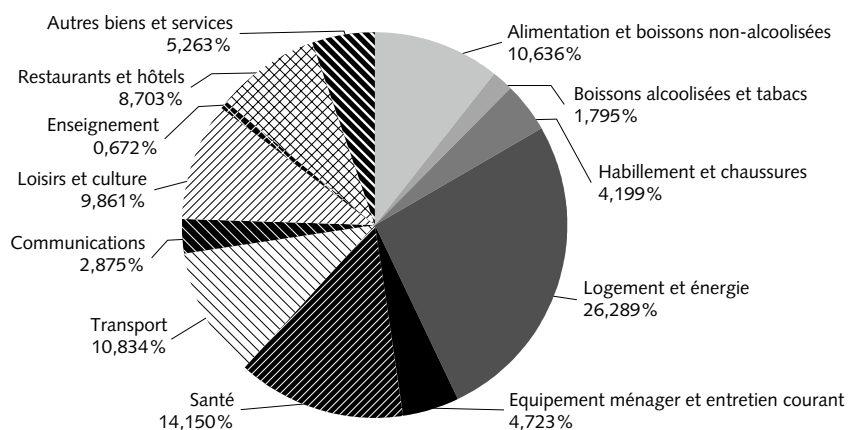
5 Bases légales et protection des données

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 forment la base légale de l'IPC.

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 2011

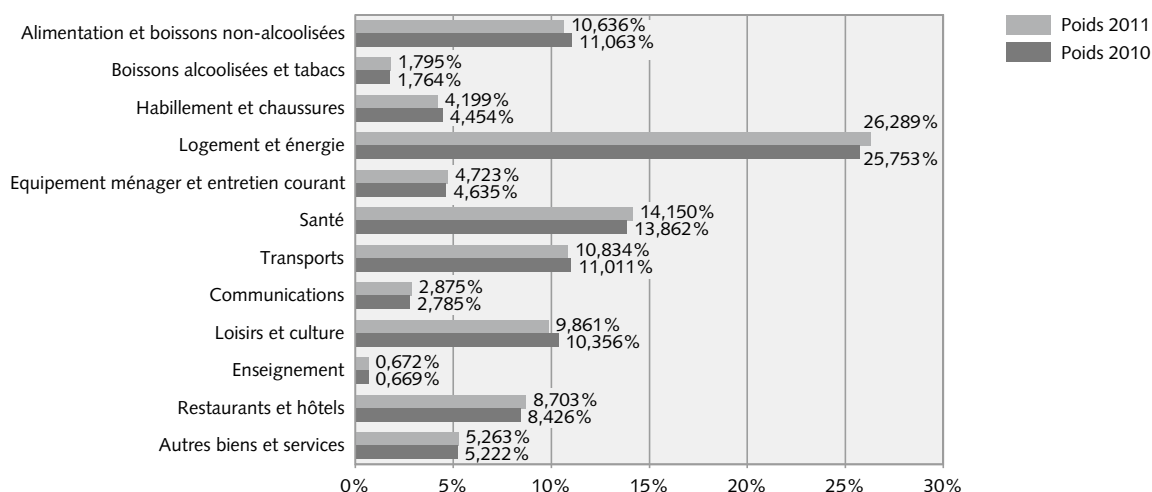
G 1



© 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 2010 = 100

Annexe 1: Panier-type avec pondération 2011

Position	Poids en %	Position	Poids en %
Total	100,000	Légumes, pommes de terre et champignons	1,106
Alimentation et boissons non-alcoolisées	10,636	Légumes frais, pommes de terre et champignons	0,859
Alimentation	9,650	Légumes-fruits	0,206
Pain, farine et produits alimentaires	1,649	Légumes-racines	0,160
Riz	0,041	Légumes-salades	0,242
Farine	0,064	Légumes-choux	0,053
Pain, pâtisserie et autres articles de boulangerie	1,212	Oignons	0,054
Pain	0,497	Autres légumes et champignons	0,057
Produits de petite boulangerie	0,158	Pommes de terre	0,087
Viennoiseries, produits de pâtisserie	0,307	Légumes et champignons séchés, surgelés et en conserve	0,129
Produits de biscuiterie, biscotterie	0,250	Dérivés de la pomme de terre	0,118
Pâtes	0,151	Sucre, confiture, miel, chocolat et autres aliments sucrés	0,695
Autres produits céréaliers	0,181	Confitures et miel d'abeilles	0,110
Viande, Charcuterie et Saucisses	2,450	Chocolat	0,326
Viande, fraîche ou congelée	1,483	Bonbons et chewing-gum	0,107
Viande de boeuf	0,389	Glaces	0,114
Viande de veau	0,182	Sucre	0,038
Viande de porc	0,293	Autres produits d'alimentation	0,694
Viande d'agneau	0,083	Soupes en poudre, épices, sauces	0,486
Volaille	0,340	Produits alimentaires prêts à l'emploi	0,208
Autre viande	0,196	Boissons non-alcoolisées	0,986
Produits carnés et saucisses	0,967	Café, thé, cacao et boissons nutritives	0,409
Saucisses	0,526	Café	0,323
Produits carnés et viande cuisinée	0,441	Thé	0,056
Poissons, crustacés et fruits de mer	0,323	Cacao et boissons nutritives	0,030
Poissons frais	0,172	Eaux minérales, boissons sucrées et jus	0,577
Poissons congelés	0,074	Eaux minérales naturelles	
Conserves de poisson et poisson fumé	0,077	(Commerce de détail)	0,141
Lait, fromage, oeufs	1,662	Boissons sucrées (Commerce de détail)	0,255
Lait	0,272	Jus de fruits ou de légumes	
Lait entier	0,139	(Commerce de détail)	0,181
Autre type de lait	0,133	Boissons alcoolisées et tabacs	1,795
Fromage	0,785	Boissons alcoolisées	1,088
Fromage à pâte dure et mi-dure	0,494	Spiritueux	0,138
Fromage frais, à pâte molle et fondu	0,291	Eau-de-vie (Commerce de détail)	0,085
Autres produits laitiers	0,325	Liqueurs et apéritifs (Commerce de détail)	0,053
Crème	0,127	Vin	0,804
Oeufs	0,153	Vin rouge	0,562
Graisses et huiles comestibles	0,259	Vin rouge indigène (Commerce de détail)	0,178
Beurre	0,130	Vin rouge étranger (Commerce de détail)	0,384
Margarine, graisses, huiles comestibles	0,129	Vin blanc	0,189
Fruits, légumes, pommes de terre et champignons	1,918	Vin blanc indigène (Commerce de détail)	0,132
Fruits	0,812	Vin blanc étranger (Commerce de détail)	0,057
Fruits frais	0,635	Vin mousseux (Commerce de détail)	0,053
Agrumes	0,102	Bière (Commerce de détail)	0,146
Fruits à noyaux	0,098	Tabacs	0,707
Fruits à pépins	0,148	Cigarettes	0,661
Bananes	0,072	Autres tabacs	0,046
Autres fruits	0,215		
Fruits secs, surgelés et en conserve	0,177		

Indice suisse des prix à la consommation, décembre 2010 = 100

Annexe 1: Panier-type avec pondération 2011 (suite)

Position	Poids en %	Position	Poids en %
Habillement et chaussures	4,199	Electricité, type de consommation II	0,350
Habillement	3,421	Electricité, type de consommation III	0,325
Articles d'habillement	3,134	Electricité, type de consommation IV	0,209
Vêtements pour hommes	0,884	Electricité, type de consommation V	0,614
Manteaux, vestes et vestons	0,173	Electricité, type de consommation VI	0,216
Complets	0,119	Electricité, type de consommation VII	0,216
Pantalons	0,197	Gaz	0,646
Chemises	0,125	Gaz, type de consommation II	0,188
Tricots	0,170	Gaz, type de consommation III	0,140
Sous-vêtements	0,100	Gaz, type de consommation IV	0,214
Vêtements pour femmes	1,650	Gaz, type de consommation V	0,104
Manteaux	0,083	Mazout	1,693
Jupes et robes	0,184	Bois	0,154
Pantalons	0,306	Chauffage à distance	0,101
Vestes	0,307	Equipement ménager et entretien courant	4,723
Blouses et chemisiers	0,119	Aménagement, équipement et revêtement de sol	1,924
Tricots	0,398	Ameublement et équipement	1,812
Sous-vêtements	0,253	Meubles de séjour	0,683
Vêtements pour enfants	0,333	Meubles de chambre à coucher	0,460
Manteaux et vestes	0,033	Meubles de cuisine et de jardin	0,362
Pantalons et jupes	0,063	Articles d'équipement	0,307
Tricots	0,085	Revêtement de sol et tapis	0,112
Vêtements de bébés	0,093	Articles de ménage en textile et linges	0,307
Bonneterie et sous-vêtements	0,059	Draps de lit et articles textiles ménagers	0,214
Vêtements de sport	0,267	Rideaux et éléments de rideaux	0,093
Vêtements de sport d'hiver	0,111	Appareils ménagers	0,718
Vêtements de sport d'été et pour toute l'année	0,156	Appareils électroménagers	
Autres articles d'habillement/tissus	0,200	de grandes dimensions	0,448
Tissus pour l'habillement	0,023	Appareils électroménagers	
Mercerie et laine à tricoter	0,036	de dimensions réduites	0,270
Autres accessoires pour l'habillement	0,141	Verrerie, vaisselle et autres ustensiles de ménage	0,347
Nettoyage et réparation de vêtements	0,087	Ustensiles de cuisine	0,149
Retouches aux vêtements	0,025	Vaisselle et couverts	0,120
Nettoyage à sec et blanchissage	0,062	Autres ustensiles de ménage	0,078
Chaussures y compris réparation	0,778	Outillage, petit matériel et accessoires	
Chaussures	0,760	pour la maison et le jardin	0,556
Chaussures pour femmes	0,414	Outillage motorisé pour le bricolage	
Chaussures pour hommes	0,252	et le jardinage	0,106
Chaussures pour enfants	0,094	Outillage et accessoires pour la maison	
Réparations de chaussures	0,018	et le jardin	0,450
Logement et énergie	26,289	Outillage pour la maison et le jardin	0,083
Loyer	19,605	Petit matériel et autres accessoires pour la maison	
Loyer du logement	18,912	et le jardin	0,367
Location de garages et de places de parc	0,693	Biens et services pour l'entretien courant	
Entretien courant du logement	1,439	de l'habitation	0,871
Produits d'entretien et de réparation du logement	0,136	Biens pour l'entretien courant de l'habitation	0,574
Services d'entretien et de réparation du logement	1,303	Produits de lessive et de nettoyage	0,346
Taxes	0,393	Matériel de nettoyage	0,017
Energie	4,852	Autre matériel ménager	0,211
Electricité	2,258	Service de nettoyage de l'appartement	0,297
Electricité, type de consommation I	0,328		

Indice suisse des prix à la consommation, décembre 2010 = 100

Annexe 1: Panier-type avec pondération 2011 (suite)

Position	Poids en %	Position	Poids en %
Santé	14,150	Equipement photographique, cinématographique	
Produits et appareils thérapeutiques	2,723	et instruments d'optique	0,135
Médicaments	2,218	Ordinateurs personnels et accessoires	0,519
Matériel sanitaire	0,047	PC Hardware	0,476
Appareils thérapeutiques	0,458	Logiciel pour ordinateurs	0,043
Service de consultation externe	5,913	Support de données et contenus	0,245
Prestations médicales	3,392	Réparations et installations	0,041
Services dentaires	1,514	Instruments de musique	0,087
Autres prestations sanitaires	1,007	Autres articles et équipement de loisirs,	
Services hospitaliers	5,514	jardin et animaux d'agrément	1,989
Transport	10,834	Jeux, jouets et passe-temps	0,443
Voitures, motocycles et bicyclettes	8,540	Equipement de sport et camping	0,401
Achat de voitures, motocycles et bicyclettes	4,065	Articles de sport d'hiver	0,203
Voitures neuves	2,760	Articles de sport d'été et toutes saisons,	
Voitures d'occasion	0,915	articles de camping	0,198
Motocycles	0,149	Plantes et fleurs	0,525
Bicyclettes	0,241	Animaux d'agrément et produits liés	0,340
Utilisation et maintenance de voitures,		Services vétérinaires	0,280
motocycles et bicyclettes	4,475	Services récréatifs et culturels	2,801
Pièces de rechange et accessoires	0,303	Services sportifs et récréatifs	0,741
Pièces de rechange	0,075	Manifestations sportives	0,056
Pneus et accessoires	0,228	Activités sportives et de loisirs	0,481
Carburant	2,392	Chemins de fer de montagne,	
Essence	1,911	remontées mécaniques	0,204
Diesel	0,481	Services culturels et autres services	2,060
Services et travaux de réparations		Cinéma	0,116
pour véhicules motorisés	1,254	Théâtre et concerts	0,371
Service pour bicyclettes	0,046	Redevances de réception (radio, TV),	
Autres prestations pour le transport individuel	0,480	abonnements TV	0,898
Services de transport	2,294	Services pour la photo	0,082
Services de transports publics sur rail et route	1,739	Cours de loisirs	0,593
Transports publics: service direct	1,160	Edition, presse et papeterie	1,161
Transports publics: unions tarifaires	0,579	Livres et brochures	0,356
Transports aériens	0,495	Quotidiens et périodiques	0,576
Taxi	0,060	Au numéro	0,124
Communications	2,875	Par abonnement	0,452
Services postaux	0,096	Autres imprimés	0,084
Equipement et matériel téléphonique	0,108	Matériel d'écriture et de dessin	0,145
Services de télécommunication	2,671	Voyages à forfait	2,408
Communication réseau fixe	1,135	Enseignement	0,672
Communication réseau mobile	1,536	Formation scolaire et professionnelle de base	0,256
Loisirs et culture	9,861	Formation professionnelle supérieure	
Equipements audiovisuels, photographiques		et hautes écoles	0,229
et informatiques	1,415	Formation continue	0,187
Téléviseurs et appareils audio-vidéos	0,475	Restaurants et hôtels	8,703
Téléviseurs	0,322	Restauration	7,378
Appareils audio-vidéos	0,153	Restaurants et cafés	5,436

Indice suisse des prix à la consommation, décembre 2010 = 100

Annexe 1: Panier-type avec pondération 2011 (fin)

Position	Poids en %	Position	Poids en %
Repas dans les restaurants et cafés	3,249	Autres biens et services	5,263
Boissons dans les restaurants et cafés	2,187	Soins corporels	2,041
Boissons alcoolisées	1,069	Services des coiffeurs et instituts de beauté	0,890
Vin	0,644	Articles de soins corporels	1,151
Bière	0,308	Articles de toilette	1,026
Spiritueux et autres boissons alcoolisées	0,117	Savons et mousse pour le bain	0,077
Boissons non alcoolisées	1,118	Articles de soins pour les cheveux	0,110
Café et thé	0,548	Articles de soins dentaires	0,061
Eaux minérales et boissons sucrées	0,514	Produits de beauté et cosmétiques	0,570
Autres boissons non alcoolisées	0,056	Articles de soins corporels en papier	0,208
Restauration à l'emporter	1,279	Appareils pour les soins corporels	0,125
Cantines	0,663	Effets personnels	0,666
Repas dans les cantines	0,530	Montres	0,446
Boissons dans les cantines	0,133	Articles de voyage et accessoires	0,220
Hébergement	1,325	Institutions sociales	0,400
Hôtellerie	0,987	Assurances	1,580
Para-hôtellerie	0,338	Assurance-ménage	
		(incl. Responsabilité civile privée)	0,295
		Assurance-maladie privée	0,664
		Assurance véhicules	0,621
		Services financiers	0,302
		Autres services	0,274

Indice suisse des prix à la consommation, décembre 2010 = 100

Annexe 2: Classifications supplémentaires

Position	Poids en %	Position	Poids en %
	2011		2011
Type de biens		Classifications supplémentaires	
Marchandises	41,678	Services médicaux et dépenses de santé	14,150
Marchandises non durables	25,346	Indice sans services médicaux et dépenses de santé	85,850
Marchandises semi-durables	7,478		
Marchandises durables	8,854	Produits saisonniers	3,006
Services	58,322	Indice sans produits saisonniers	96,994
Services privés	49,202		
Services publics	9,120	Loyer du logement	18,912
		Indice sans loyer du logement	81,088
Provenance des biens			
Biens et services du pays	73,419	Produits pétroliers	4,085
Biens et services de l'étranger	26,581	Indice sans produits pétroliers	95,915
Inflation sous-jacente		Produits du tabac	0,707
Inflation sous-jacente 1 ¹	88,095	Indice sans produits du tabac	99,293
Inflation sous-jacente 2 ²	69,352		
<i>Produits frais et saisonniers</i>	4,661	Boissons alcoolisées	2,157
<i>Energie et carburants</i>	7,244	Indice sans boissons alcoolisées	97,843
		Habillement et chaussures	4,199
		Indice sans habillement et chaussures	95,801
		Prix administrés	21,748
		Indice sans prix administrés	78,252

¹ Inflation sous-jacente 1 = total sans produits frais et 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 2010 = 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)	Poste de dépenses (P)	Aggrégat intermédiaire (AI)	Variété (V)	Répartition en pour cent
Total	Total							100,000
G		Alimentation et boissons non-alcoolisées						10,636
GP			Alimentation					9,650
GP				Pain, farine et produits alimentaires				1,649
P					Riz			0,041
V						Riz		
P					Farine			0,064
V						Farine blanche		
V						Autres farines et semoules		
[...]								
P					Autres produits céréaliers			0,181
AI						Pâte à gâteau		
V						Pâte à gâteau brisée		
V						Pâte à gâteau feuilletée		
V						Pâte à pizza		

- 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 intermédiaires = 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 2010 = 100

Annexe 4: Plan de relevé

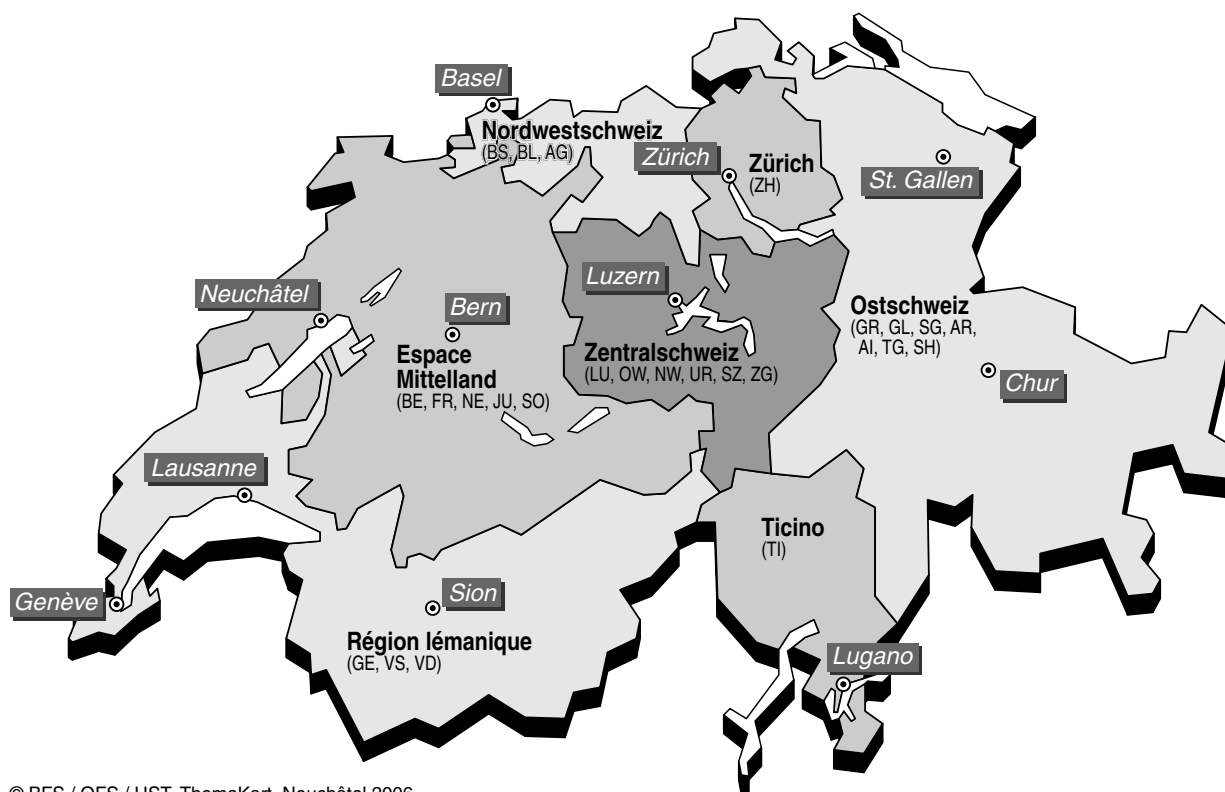
Groupe de produits	Périodicité	Mois de relevé de prix											
		J	F	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D
1. Alimentation et boissons non alcoolisées	mensuelle	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Fruits : Mandarines, fruits à noyau, autres fruits	saisonnière												
Légumes: chicorée, asperges	saisonnière												
2. Boissons alcoolisées et tabac	mensuelle	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Tabacs	trimestrielle			X			X			X			X
3. Habillement et chaussures	mensuelle	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Collection d'été, chaussures d'été (selon la position)	saisonnière			X	X	X	X	X	X				
Collection d'hiver, chaussures d'hiver (selon la position)	saisonnière	X	X								X	X	X
Nettoyage et réparation	trimestrielle		X			X			X			X	
4. Logement et énergie	trimestrielle		X			X			X			X	
Taxes pour élimination des ordures ménagères, taxes d'alimentation en eau et taxes d'élimination des ordures ménagères	apériodique*												
Mazout	2x par mois	XX	XX	XX	XX	XX	XX	XX	XX	XX	XX	XX	XX
Gaz, électricité, chauffage à distance	apériodique*												
Bois	mensuelle	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
5. Equipement ménager et entretien courant	mensuelle	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Service de nettoyage de l'appartement	trimestrielle			X			X			X			X
6. Santé	apériodique*												
Médicaments	mensuelle	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Appareils thérapeutiques	trimestrielle	X			X			X			X		
Services dentaires, soins à domicile	trimestrielle	X			X			X			X		
7. Transport	mensuelle	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Carburant	2x par mois	XX	XX	XX	XX	XX	XX	XX	XX	XX	XX	XX	XX
Service et travaux de réparation, taxes de parking	trimestrielle	X			X			X			X		
Transports publics	apériodique*												
Taxi	trimestrielle	X			X			X			X		
8. Communications	apériodique*												
Appareils téléphoniques	mensuelle	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
9. Loisirs et culture	mensuelle	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Instruments de musique	trimestrielle			X			X			X			X
Articles de sport d'hiver	saisonnière	X	X							X	X	X	X
Services vétérinaires	trimestrielle			X			X			X			X
Manifestations sportives : football	Annuelle								X				
Manifestations sportives : hockey	semestrielle			X						X			
Activités sportives et de loisirs : piscines	Annuelle						X						
Théâtres et concerts	Annuelle									X			
Chemins de fer de montagne, remontées mécaniques	semestrielle						X						X
Redevances de réception (radio, TV), abonnements TV	apériodique*												
10. Enseignement	semestrielle									X			X
Formation continue	semestrielle			X						X			
11. Restaurants et hôtels	mensuelle	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Cantines, parahôtellerie	trimestrielle	X			X			X			X		
12. Autres biens et services	mensuelle	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Services des coiffeurs et instituts de beauté, crèches	trimestrielle		X			X			X			X	
Assurances	apériodique*												
Services financiers, autres 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 2010 = 100

Annexe 5: Les régions de relevé des prix

Grandes régions de la Suisse	Régions de relevé des prix	Pondération en %
Région lémanique	Genève	5,6
	Sion	3,5
	Lausanne	10,0
Espace Mittelland	Neuchâtel	5,8
	Berne	14,8
Suisse du Nord-Ouest	Bâle	14,4
Zurich	Zurich	20,5
Suisse orientale	Coire	2,1
	St.-Gall	10,3
Suisse centrale	Lucerne	9,0
Tessin	Lugano	4,0



© BFS / OFS / UST, ThemaKart, Neuchâtel 2006

Indice suisse des prix à la consommation: décembre 2010 = 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. 2010	Prix janv. 2011	Prix fév. 2011
Citrons (1 kg)	3.20	3.50	3.60
Oranges (1 kg)	2.50	2.00	2.50

Agrégation de base:

1) Calcul de la variation des prix de chaque article par rapport à la période de base décembre 2010 = 100:

Articles	Prix de base déc. 2010	Prix janv. 2011	Prix fév. 2011
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	$\frac{2.00}{2.50} \times 100 = 80$	$\frac{2.50}{2.50} \times 100 = 100$

L'indice des prix d'un kg de citrons en janvier 2011 est égal à 109,4, signifiant qu'entre décembre 2010 et janvier 2011 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 2010 et janvier 2011.

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:

$$\text{Indice janvier 2011 «agrumes»} = \sqrt{109.4 \times 80} = 93.6$$

$$\text{Indice février 2011 «agrumes»} = \sqrt{112.5 \times 100} = 106.1$$

Entre décembre 2010 et janvier 2011, les prix du poste de dépenses «agrumes» ont baissé en moyenne de 6,4%. Entre décembre 2010 et février 2011, 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 déc. 2010	Indice janv. 2011	Indice fév. 2011
Fruits frais	0.635	100	102.2	104.2
Agrumes	0.102	100	93.6	106.1
Fruits à noyaux	0.098	100	105.0	102.5
Fruits à pépins	0.148	100	101.6	102.0
Bananes	0.072	100	110.3	112.5
Autres fruits	0.215	100	102.8	102.8

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

$$\text{Indice des fruits frais en janvier 2011} = \frac{(93.6 \times 0.102) + (105 \times 0.098) + (101.6 \times 0.148) + (110.3 \times 0.072) + (102.8 \times 0.215)}{0.102 + 0.098 + 0.148 + 0.072 + 0.215} = 102.2$$

$$\text{Indice des fruits frais en février 2011} = \frac{(106.1 \times 0.102) + (102.5 \times 0.098) + (102.0 \times 0.148) + (112.5 \times 0.072) + (102.8 \times 0.215)}{0.102 + 0.098 + 0.148 + 0.072 + 0.215} = 104.2$$

Les prix des fruits frais ont, en moyenne, augmenté de 2,1% entre décembre 2010 et janvier 2011 et de presque 2,0% entre décembre 2010 et février 2011.

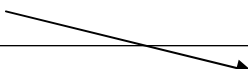
Le calcul se poursuit de la même manière jusqu'à l'obtention de l'indice total.

Indice suisse des prix à la consommation: décembre 2010 = 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 2010. En février 2011, le produit A a disparu. Les techniques de remplacement sont les suivantes:

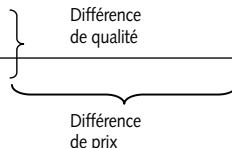
Technique 1: substitution directe

Article / Prix	Déc. 2010 (base 100)	Janvier 2011	Février 2011
Prix de A	2.- 	2.50 	---
Prix de B	---	---	2.80
Indice de prix	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 2011 est considérée comme du renchérissement.

Technique 2: chaînage

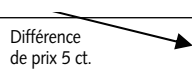
Article / Prix	Déc. 2010 (base 100)	Janvier 2011	Février 2011
Prix de A	2.- 	2.50	---
Prix de B	---	2.70	2.80
Indice de prix	100	125	129.63



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 2011 et son prix était de Fr. 2.70. Les deux articles étant simultanément sur le marché, la différence de prix en janvier est considérée comme une différence de qualité. La hausse de prix de 30 ct. entre janvier et février 2011 est décomposée en deux: 20 ct. est considéré comme une amélioration de la qualité et 10 ct. comme une augmentation de prix. Cette méthode ne peut être mise en œuvre que lorsque le prix de vente à la période précédente du nouvel article est connu. Elle convient en particulier au relevé de prix par données scannées.

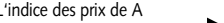
Technique 3: ajustement explicite de la qualité avec la méthode des options

Article / Prix	Déc. 2010 (base 100)	Janvier 2011	Février 2011
Prix de A	2.-	2.50	---
Prix de B	---	---	2.80
Indice de prix	100	125	127.27



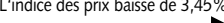
L'article B, dont on connaît le prix, possède des caractéristiques supplémentaires (options), qui lui confèrent une valeur plus élevée que celle de l'article A. La valeur de ces caractéristiques supplémentaires peut être estimée et chiffrée à 25 ct. Avec des caractéristiques similaires, l'article A aurait donc coûté Fr. 2.75 en janvier. La hausse de prix de 30 ct. entre janvier et février 2011 est décomposée en deux: 25 ct. est considéré comme une amélioration de la qualité et 5 ct. comme une augmentation de prix.

Technique 4 ajustement explicite de la qualité par imputation

Article / Prix	Déc. 2010 (base 100)	Janvier 2011	Février 2011
Indice du groupe de produits	100	100 	105.66
Prix de A	2.–	2.50	---
Prix de B	---	---	2.80
Indice de prix	100	125  L'indice des prix de A croît de 5,66%	132.08

L'article B a la même fonction que l'article A, mais n'est toutefois pas tout à fait de même qualité. La différence de qualité est difficilement quantifiable. Lors du remplacement de l'article, on considère donc que l'évolution de prix entre les deux articles de janvier à février est la même que celles des autres articles appartenant au même groupe de produits. Dans le cas présent, elle est de 5,66%. L'article B aurait donc coûté Fr. 2.65 en janvier. La hausse de prix entre les deux articles A et B est, dès lors, décomposée en une évolution de qualité de 15 ct. et une évolution de prix de 15 ct. Cette méthode est utilisée à partir de 2011 lors du remplacement des articles d'habillement et de certains produits technologiques.

Technique 5: ajustement explicite de la qualité au moyen d'une fonction hédonique

Article / Prix	Déc. 2010 (base 100)	Janvier 2011	Février 2011
Prix de A	2.–	2.50	---
Prix de B	---	2.90  Estimation: augmentation due à la qualité de 16%	2.80
Indice de prix	100	125  L'indice des prix baisse de 3,45%	120.69

L'article B ne possède pas les mêmes caractéristiques que l'article A. La différence de qualité n'est pas quantifiable. Une fonction hédonique qui permet d'estimer le prix des articles A et B à partir de leurs caractéristiques est utilisée pour mesurer la différence de qualité. Elle permet, entre autres, d'estimer le prix de l'article A en janvier 2011 si ce dernier avait possédé les caractéristiques que l'article B possède en février 2011, ce qui revient à estimer le prix de l'article B en janvier 2011. Dans l'exemple ci-dessus, le prix de l'article B en janvier 2011 est estimé à Fr. 2.90, ce qui correspond à une augmentation de la qualité de 16% par rapport à l'article A dont la valeur estimée des caractéristiques est moindre. Le prix estimé de l'article B en janvier est supérieur au prix réellement observé en février. Il en résulte une baisse de l'indice de 3,45% entre janvier et février 2011. Cette méthode est appliquée dès 2011 aux PC-Hardware et aux loyers.

Technique 6: non-remplacement

Article / Prix	Déc. 2010 (base 100)	Janvier 2011	Février 2011
Prix de A	2.–	2.50	---
Prix de B	---	---	2.80
Indice de prix de A	100	125	---
Indice de prix de B	---	---	125

Le produit B est jugé si différent du produit A qu'il n'est pas possible de les comparer. La série de prix du produit A disparaît en janvier 2011. La nouvelle série de prix du produit B commence en février 2011. La différence de prix n'exerce donc aucun impact sur l'indice. En février 2011, 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 125).

Indice suisse des prix à la consommation, décembre 2010 = 100

Annexe 8: Dates de publication des communiqués de presse

Heure de parution: 9h15.

IPC de	Date de publication
Janvier	10.02.2011
Février	09.03.2011
Mars	06.04.2011
Avril	10.05.2011
Mai	07.06.2011
Juin	07.07.2011
Juillet	05.08.2011
Août	06.09.2011
Septembre	06.10.2011
Octobre	07.11.2011
Novembre	06.12.2011
Décembre	06.01.2012

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

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, tarif du réseau fixe)

Sur le site Internet de l'OFS, domaine PRIX, vous trouverez de nombreux résultats ainsi que d'autres informations sur l'IPC: **www.ipc.bfs.admin.ch**

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