

Distr.  
GÉNÉRALE

CES/AC.49/2001/14  
27 août 2001

FRANÇAIS  
Original: RUSSE

**COMMISSION DE STATISTIQUE et  
COMMISSION ÉCONOMIQUE POUR  
L'EUROPE**

**ORGANISATION INTERNATIONALE  
DU TRAVAIL (OIT)**

**CONFÉRENCE DES STATISTICIENS  
EUROPÉENS**

**Réunion commune CEE/OIT  
sur les indices des prix à la consommation  
(Genève, 1<sup>er</sup> et 2 novembre 2001)**

**QUESTIONS PRATIQUES LIÉES AU MAINTIEN DE LA REPRÉSENTATIVITÉ  
DE L'ÉCHANTILLON DANS LE CALCUL DE L'INDICE DES PRIX  
À LA CONSOMMATION AU KIRGHIZISTAN**

Document soumis par le Kirghizistan\*

**Résumé**

1. La construction de l'indice des prix à la consommation (IPC) est un processus complexe dans le cadre duquel toutes sortes de questions importantes doivent être résolues. L'un des principaux problèmes qui se posent aux responsables de l'enquête par échantillonnage est la représentativité des produits et des services retenus<sup>1</sup>. Les résultats des enquêtes sur les dépenses de consommation permettent de déterminer la part relative et l'éventail des produits à prendre en considération. Ils donnent également la possibilité de prendre des décisions concernant le nombre des produits et les méthodes d'échantillonnage à employer aux fins de l'indice, ainsi que les méthodes de remplacement et d'imputation des prix manquant au cours de la période d'enregistrement.

---

\* Établi par M<sup>me</sup> Boutabaeva Naïlya Rouslanovna, chef du service des statistiques des prix, Comité national de statistique du Kirghizistan.

<sup>1</sup> On entend par «produits» tous les biens et services dont les prix sont relevés.

## **Biens de consommation et services couverts**

2. Les renseignements nécessaires pour constituer un échantillon représentatif de produits proviennent des enquêtes sur les ménages ainsi que des données sur la structure du commerce de détail. Les dépenses de consommation des ménages englobent tous les produits acquis pour être consommés (exception faite des dépenses liées à leur commercialisation), les cotisations aux fonds de pension et aux caisses de sécurité sociale, l'impôt sur le revenu, l'épargne, les cadeaux, ainsi que les produits pour lesquels il n'existe pas de véritable prix du marché (autoconsommation de denrées agricoles produites dans des exploitations subsidiaires privées). La structure des dépenses de consommation se rapporte à la population tout entière.

## **Sélection des produits**

3. La sélection des produits aux fins de l'IPC repose sur les critères suivants:

- Le produit doit avoir un poids significatif dans la consommation des ménages;
- Le produit doit être assorti d'une spécification précise;
- Il faut que le produit puisse être mesuré;
- Le produit doit figurer parmi les principaux biens de consommation et être consommé pendant une période prolongée, même si sa part relative dans la consommation des ménages est peu significative.

4. L'échantillon englobe des produits de grande consommation, y compris des produits non indispensables (voitures particulières et services connexes d'entretien technique, bijoux, etc.). Ceux dont le poids dans la structure de la consommation n'est guère significatif sont néanmoins nécessaires à la constitution de sous-groupes (envoi de lettres par la poste, par exemple).

5. La constitution de l'échantillon de produits peut être définie comme une combinaison d'échantillons à choix intentionnel et d'échantillons reposant sur des seuils. La sélection de produits est faite au niveau national suivant une procédure en deux étapes. La première consiste à choisir un certain nombre de groupes restreints de produits en fonction des dépenses des ménages. Les spécifications des produits, notamment des biens de consommation durables, ont un caractère général en vue de faciliter l'identification des articles qui font l'objet de la plus forte demande dans chaque point de vente. Les critères retenus sont l'unité de mesure et des caractéristiques techniques.

6. Dans la seconde étape, on constitue un échantillon de produits représentatifs d'articles spécifiques relevant de chaque sous-groupe, en tenant compte des avis de spécialistes des prix d'autres départements. Pour déterminer la part relative de tel ou tel article, on utilise des renseignements complémentaires sur la structure du commerce de détail. Les critères permettant de déterminer le nombre de relevés de prix à effectuer pour les différents produits sont la part de ceux-ci dans les dépenses et les variations de prix. Les produits qui se caractérisent par les plus fortes variations de prix et qui sont les plus couramment consommés sont ceux qui font l'objet du plus grand nombre d'observations. Les enquêteurs de différentes régions donnent une description générale des produits les plus représentatifs à l'intérieur des sous-groupes de produits.

7. L'IPC comprend au total 347 produits. L'indice se décompose en trois sous-ensembles: les *produits alimentaires* (qui correspondent à 34 % des produits désignés dans l'indice général), les *produits autres qu'alimentaires* (51 %) et les *services* (15 %). Il se subdivise en outre en 10 groupes principaux, définis par branche d'activité conformément au système de comptabilité nationale (SCN).

Tableau

	<b>Principaux groupes</b>	<b>Nombre de produits</b>	<b>Part en pourcentage des produits désignés</b>
01	Produits alimentaires, boissons et tabac	117	34
02	Articles d'habillement et chaussures	85	24
03	Logement, eau, électricité, gaz et autre combustible	15	4
04	Meubles, articles de ménage et entretien courant de l'habitation	41	12
05	Santé	14	4
06	Transports	17	5
07	Loisirs, spectacles et culture	23	7
08	Enseignement	4	1
09	Hôtels, cafés et restaurants	6	2
10	Biens et services divers	25	7
	<b>TOTAL</b>	<b>347</b>	<b>100</b>

8. L'échantillonnage est fixe pendant une durée d'un an. Les marques de commerce, les quantités et d'autres caractéristiques peuvent être sujettes à modification, mais l'échantillon de référence des produits doit rester le même jusqu'à ce qu'on dispose de données sur les changements significatifs. Chaque mois, il est procédé au relevé de 40 000 prix environ.

#### **Méthodes particulières d'évaluation de certaines catégories de produits**

9. Des méthodes particulières d'évaluation sont utilisées pour recueillir des renseignements sur les prix de certaines catégories de produits aux fins du calcul de l'IPC.

### *Dépenses de logement*

10. Le logement est pris en considération dans l'IPC en fonction de la valeur locative. La Méthode retenue est fondée sur le calcul des dépenses consacrées aux travaux de réparation et aux services d'entretien technique. Un échantillon représentatif de cinq types ou tailles de logements en location est constitué aux fins de l'IPC. Les spécifications de ces logements doivent rester inchangées; les données sur les prix sont obtenues auprès des organismes compétents. On fixe un prix par mètre carré de surface habitable (utile). Les prix des biens immobiliers et des travaux d'équipement ne sont pas inclus dans le calcul de l'IPC, car il s'agit en l'occurrence d'investissements qui donnent la possibilité de vivre dans un logement et non de consommer quoi que ce soit.

### *Transports privés*

11. Le calcul de l'indice repose sur les prix d'achat de produits neufs en magasin. Le panier des biens de consommation de l'IPC ne comprend pas les dépenses de consommation consacrées à l'achat de véhicules d'occasion, vu que la valeur de telles opérations ne se retrouve que pour une faible part dans les revenus déclarés des personnes ayant vendu les véhicules en question: la différence entre les sommes correspondantes, qui entre sans doute dans le revenu d'intermédiaires, reste difficile à déterminer. Une estimation des prix du marché des véhicules d'occasion sera à l'avenir introduite dans le calcul de l'indice.

### *Services de santé*

12. Les relevés de prix sont effectués dans les polycliniques de l'État ou relevant d'administrations publiques. Ils portent sur le prix réel des services dispensés à une personne adulte qui en acquitte le montant en espèces ou par virement provenant d'un compte personnel. Les prix des services dispensés aux employés d'entreprises et d'organisations, et réglés par celles-ci au titre d'opérations hors caisse (conventions) ne sont pas pris en considération.

### *Fruits et légumes*

13. Les fruits et légumes vendus à la pièce ne sont pas exclus du panier des biens de consommation. Ces marchandises sont pesées en vue de déterminer le poids moyen d'un article. Par exemple, pour déterminer les caractéristiques pertinentes d'un citron de taille moyenne vendu au prix de 4 som la pièce, on se fonde sur le poids total de deux citrons divisé par deux, après quoi le prix du kilo de citrons est calculé en divisant le prix du citron vendu à la pièce par le poids moyen ainsi obtenu.

### *Prix des bouteilles consignées*

14. Le prix des bouteilles vides consignées n'est pas inclus dans le calcul de l'IPC, car le consommateur peut acheter une boisson et se contenter de jeter la bouteille vide ou la rendre à un prix inférieur à sa valeur. Aucune donnée n'est actuellement disponible au sujet de ce poste de dépense.

### Actualisation de l'échantillon

15. Il est procédé chaque année à l'actualisation de l'échantillon de produits en modifiant les coefficients de pondération de l'année de référence. L'indice des prix à la consommation repose sur les résultats de l'observation continue d'un échantillon de prix de produits déterminés. Si certains disparaissent, ils doivent être remplacés par de nouveaux produits, faute de quoi l'échantillon ne sera plus représentatif. De nouveaux produits sont introduits dans l'échantillon lorsque leur poids dans l'IPC devient significatif. Dans le cas des produits non saisonniers, le calcul des données manquantes sur les prix est fonction de la durée de la période considérée. S'il manque des données pendant un à deux mois, on utilise alors les résultats des relevés précédents; si elles font défaut pendant une période plus longue, les données sont estimées par extrapolation des prix enregistrés antérieurement en fonction des variations moyennes des prix disponibles pour des produits analogues.

### Exemple

16. L'échantillon de produits peut, à la longue, perdre son caractère représentatif pour différentes raisons, qu'il s'agisse de modifications des modes de consommation des ménages, de l'évolution des techniques, ou de tout autre facteur. En pareil cas, l'on procède au remplacement des produits. Le retrait de catégories de produits dépassés et l'introduction de nouveaux produits ne doivent pas influencer directement sur l'indice. Si le nouveau produit peut être comparé à l'ancien par toutes les caractéristiques qui ont une incidence sur le prix – autrement dit s'il ne présente aucune différence qualitative – la série des prix mesurés pourra être poursuivie après le remplacement. S'il y a d'importantes différences de qualité entre l'ancien produit et le nouveau, ceux-ci ne peuvent pas être directement comparés. Dans ce cas, l'on établit une nouvelle série de prix à partir d'une période de référence. On observait par exemple sur le marché, en février de l'année A, un téléviseur couleurs de marque «Horizon» vendu au prix de 3 000 som. L'indice de février de l'année A s'établissait comme suit (sur la base des prix moyens de l'année A-1):

$$102,7 \% = 3\ 000/2\ 920$$

En mars de l'année A, l'enquêteur a dû, en raison de la disparition pendant une période prolongée du téléviseur «Horizon», introduire dans ses observations un téléviseur couleurs de marque «Radouga» vendu au prix de 3 500 som, qui se distingue de la marque précédente par le diamètre du tube cathodique et d'autres caractéristiques techniques. On attribue au nouveau produit la même hausse de prix par rapport à la période de référence qu'à l'ancien: autrement dit, l'indice de prix du téléviseur «Radouga» en mars de l'année A est égal à l'indice de février, à savoir 102,7 % sur la base de l'année A-1 = 100. Du même coup, on attribue au téléviseur «Radouga» un prix de référence fictif calculé comme suit:

$$(3\ 500 * 100) / 102,7 = 3\ 407,98$$

et on établit une nouvelle série de prix. Le problème posé par le remplacement des produits diminue à mesure que le nombre des catégories de produits analogues s'accroît.

17. En excluant la composante «qualité» des données sur les produits au moyen d'un ajustement particulier, la série peut être poursuivie. L'indice sera alors influencé par de simples variations des prix. Cependant, pour procéder à l'ajustement en question, il faut tirer parti autant

que possible de toutes les sources d'information disponibles sur le produit en faisant appel à des spécialistes de différentes branches d'activité. Cette méthode reste fort complexe et sa mise au point nécessite toutes sortes de renseignements et d'importantes ressources. Une telle possibilité pourra sans doute être envisagée à l'avenir.

### **Conclusion**

18. L'éventail des biens et services retenus constitue un échantillon représentatif des produits les plus couramment consommés par la population dans toutes les régions du pays. Il englobe également différents articles non indispensables (bijoux, voitures, etc.). Le choix des produits représentatifs est effectué au niveau national. Les données primaires nécessaires à la sélection centralisée des produits sont à la fois les résultats des enquêtes effectuées auprès des ménages au sujet de la répartition des dépenses familiales consacrées à l'acquisition de biens et de services (qui se rapportent à l'ensemble de la population), et les données sur la circulation des marchandises. La procédure associe un échantillonnage à choix intentionnel et un échantillonnage «par seuil». L'échantillon de produits est actualisé une fois par an en modifiant les coefficients de pondération de l'année de référence. Les travaux futurs devraient notamment s'orienter vers une différenciation par district de la structure des coefficients de pondération dans le calcul de l'IPC et vers l'évaluation des prix du marché des voitures d'occasion, qui présente encore des difficultés, qu'il s'agisse de trouver des modèles comparables pour des périodes différentes ou de former les enquêteurs pour qu'ils puissent évaluer et trouver des véhicules d'occasion de qualité constante.

-----