

**MINISTERE DE LA PLANIFICATION, DU
DEVELOPPEMENT ET DE L'AMENAGEMENT DU
TERRITOIRE**

REPUBLIQUE TOGOLAISE
TRAVAIL – LIBERTE – PATRIE

**INSTITUT NATIONALE DE LA STATISTIQUE ET DES
ETUDES ECONOMIQUES ET DEMOGRAPHIQUES**

**DIRECTION DE LA COMPTABILITE NATIONALE ET
DES ETUDES ECONOMIQUES**

**DIVISION DES ETUDES DE PRIX ET DES
CONDITIONS DE VIE DES MENAGES**

**GUIDE METHODOLOGIQUE POUR L'ELABORATION DE
L'INDICE HARMONISE DES PRIX A LA CONSOMMATION AU TOGO**

**GUIDE METHODOLOGIQUE POUR L'ELABORATION DE
L'INDICE HARMONISE DES PRIX A LA CONSOMMATION AU TOGO**

AVANT-PROPOS

Depuis 1996 ou 1998, à l'instar des autres pays membres de l'UEMOA, le Togo produit mensuellement l'indice harmonisé des prix à la consommation (IHPC) en se servant d'une méthodologie dérivée de la méthodologie commune de l'IHPC mise en place avec l'appui de la Commission de l'UEMOA. La méthodologie adaptée aux spécificités du Togo et utilisée pour le calcul de l'inflation n'avait pas fait l'objet d'une diffusion formelle.

Dans un souci de transparence et pour satisfaire aux exigences internationales en matière de production statistique, à savoir la disponibilité de document de normes sur les productions statistiques, l'Institut national de la statistique et des études économiques et démographiques met à la disposition du public le **«Guide méthodologique pour l'élaboration de l'indice harmonisé des prix à la consommation au Togo»**.

Ce guide, facile d'utilisation, décrit de façon détaillée tout le processus ainsi que les normes qui sous-tendent la production de l'IHPC au Togo. Il constitue un document de référence nécessaire à la compréhension de la méthodologie d'élaboration de l'indice harmonisé des prix à la consommation au Togo.

Pour l'élaboration de ce document, l'INSEED s'est inspirée du *guide méthodologique de l'Indice Harmonisée des Prix à la Consommation dans la zone UEMOA*. La finalisation de ce guide a bénéficié de l'appui financier de la Banque Mondiale à travers le troisième round du *Trust* N°TF 013880.

Ce document s'adresse à tous les utilisateurs, notamment ceux intéressés par l'indice harmonisé des prix à la consommation.

Je voudrais remercier, au nom du Gouvernement togolais, tous ceux qui ont contribué par leurs appuis technique et financier à l'élaboration de ce guide.

Le Directeur Général

SOMMAIRE

INTRODUCTION	2
CHAPITRE 1 : DEFINITIONS ET DESCRIPTION DE L'UNIVERS.....	3
1.1. ARCHITECTURE DES CONCEPTS : NOMENCLATURES – VARIETES – PRODUITS ELEMENTAIRES.....	4
1.2. LE CONCEPT DE PRIX.....	6
1.3. NOMENCLATURE DE CONSOMMATION ADAPTEE POUR LE CALCUL DE L'IHPC (NCOA-IHPC).....	8
1.4. NOMENCLATURES SECONDAIRES.....	11
CHAPITRE 2 : DEFINITION ET CHAMP DE L'IHPC AU TOGO	13
2.1. DEFINITION	14
2.2. CHAMP DE L'INDICE AU TOGO	15
2.3. COUVERTURE ET TYPOLOGIE DES POINTS DE VENTE.....	15
2.4. ECHANTILLONNAGE.....	21
CHAPITRE 3 : COLLECTE DES DONNEES	25
3.1. PRIX DE BASE	26
3.2. LES PONDERATIONS.....	26
3.3. PROCEDURE DE MISE A JOUR.....	29
3.4. PRIX DU MOIS EN COURS.....	30
3.5. OBSERVATION DES PRIX	32
3.6. COLLECTE DE PRODUITS PARTICULIERS.....	35
3.7. MODIFICATIONS DU PANIER.....	40
CHAPITRE 4 : CONTROLE DES DONNEES.....	47
4.1. LE CONTROLE D'EXHAUSTIVITE DES PRIX	47
4.2. LE CONTROLE D'EXHAUSTIVITE DES QUANTITES.....	50
4.3. LE CONTROLE DE COHERENCE DES PRIX	52
4.4. LE CONTROLE INFORMATIQUE DE LA QUALITE DE LA COLLECTE.....	53
4.5. LE CONTROLE INFORMATIQUE DE SUIVI DE LA QUALITE DE LA GESTION DE L'INDICE	55
Chapitre 5 : CALCUL DES INDICES	56
5.1. CALCUL DES INDICES ELEMENTAIRES	57
5.2. CALCUL DES INDICES PARTICULIERS	58
5.3. CALCUL DES AUTRES INDICATEURS	61
CHAPITRE 6 : CALCUL DES INDICATEURS DE QUALITE DE L'INDICE.....	66
6.1. INDICATEURS DE QUALITE ABSOLUE	67
6.2. INDICATEURS D'EXHAUSTIVITE.....	68
6.3. INDICATEURS DE COHERENCE	68
6.4. INDICATEURS DE SUIVI DE LA QUALITE DE COLLECTE	69

6.5.	CALCUL DES COEFFICIENTS DE RACCORDEMENT	70
	CHAPITRE 7 : PRECISION DES INDICES	72
7.1.	PRECISION ET IMPRECISION DES INDICES	72
7.2.	INDICES DES VARIETES SAISONNIERES :	76
	CHAPITRE 8 : PUBLICATION DES RESULTATS	78
7.3.	RESULTATS	78
7.4.	ANALYSE.....	79
7.5.	SUPPORT, FREQUENCE ET CONTENU DES PUBLICATIONS	79
7.6.	DIFFUSION	79
7.7.	METHODOLOGIE DE CALCUL D'INDICE NATIONAL HARMONISE DES PRIX A LA CONSOMMATION	80
7.8.	SUPPORT, FREQUENCE ET CONTENU DES PUBLICATIONS DES INDICES NATIONAUX	80
7.9.	AGREGATION DES INDICES REGIONAUX.....	80
	ANNEXES.....	81

INTRODUCTION

L'indice des prix à la consommation est une statistique aux multiples utilisations. Il sert à la fois pour l'indice d'indexation de revenus, d'indicateur de mesure de l'inflation dans l'économie, de déflateur pour certains agrégats de la comptabilité nationale. Cette pluralité de son utilisation fait de cette statistique l'un des produits phares des instituts nationaux de statistique.

Le taux d'inflation est un des critères clés de la surveillance multilatérale pour l'appréciation de la convergence des performances et politiques macroéconomiques en zones CEDEAO et UEMOA.

Suite à la dévaluation du FCFA, la Commission de l'UEMOA, avec l'appui technique et financier de ses partenaires, notamment l'Union européenne et AFRISTAT, a engagé en 1994 un chantier visant à améliorer la qualité des indices des prix à la consommation. Depuis 1998, les pays membres de l'UEMOA disposent d'une méthodologie commune pour l'élaboration des indices harmonisés des prix à la consommation. Dix ans plus part, cette méthodologie a été rénovée.

La mise en place de l'IHPC a été accompagnée du développement d'une application informatique qui devrait garantir l'harmonisation dans la pratique. Au plan institutionnel, un comité de suivi de la qualité de l'IHPC composé des Directeurs généraux des INS ainsi que des responsables des services statistiques des institutions d'intégration sous régionale (Commission de l'UEMOA, BCEAO et AFRISTAT), a été mis en place.

Pour mieux prendre en compte les réalités locales, il a été recommandé d'élaborer des documents pays. Initialement utilisé comme document de travail, les guides méthodologiques de l'IHPC des pays doivent être mis à la disposition du public pour renforcer la crédibilité de cet indicateur et constituer la mémoire en vue de la pérennité de la méthodologie. C'est dans le cadre de la mise en œuvre de cette recommandation, que l'INSEED, avec l'appui financier de la Banque mondiale a procédé à la finalisation de la méthodologie de l'IHPC du Togo en vue de sa diffusion.

Outre l'introduction, le guide comporte huit (8) chapitres :

- Le premier chapitre porte sur la description et la définition des éléments fondamentaux qui entre dans l'élaboration de l'indice de prix et sur la présentation des principaux concepts ;
- Le deuxième chapitre traite de la définition et du champ de l'IHPC ;
- Les troisième et quatrième chapitres sont relatifs à la collecte, au traitement et au contrôle de la qualité des données de base ;

- Les cinquième, sixième et septième chapitres portent sur le calcul des indices, des principaux indicateurs y relatifs et la précision des indices ;
- Le huitième chapitre traite de la publication des résultats.

Le guide comporte également des annexes.

CHAPITRE 1 : DEFINITIONS ET DESCRIPTION DE L'UNIVERS

1.1. ARCHITECTURE DES CONCEPTS : NOMENCLATURES – VARIETES – PRODUITS ELEMENTAIRES

Les biens et services retenus pour l'élaboration des indices harmonisés des prix à la consommation au Togo sont classés, tout comme dans les autres pays de l'Union Economique et Monétaire Ouest Africaine (UEMOA), à l'aide de la Nomenclature de Consommation Ouest Africaine (NCOA), dérivée directement de la nomenclature internationale COICOP (Classification Of Individual Consumption by Purpose).

1.1.1. NOMENCLATURE

Dans les pays de l'UEMOA, une nomenclature adaptée pour les besoins de l'Indice Harmonisé des Prix à la Consommation (IHPC) est établie et nommée **NCOA-IHPC**.

Tous les produits consommés sont classés selon une nomenclature en 12 fonctions dénommée la NCOA (Nomenclature de Consommation Ouest Africaine). Chaque fonction est subdivisée en groupes, sous-groupes et postes. Tout produit consommé est affecté à un poste et un seul de la nomenclature NCOA.

Par exemple, la *"sardine en boîte"* appartient au poste *"Autres conserves de poissons"*, sous-groupe *"Poissons et fruits de mer"*, groupe *"Produits alimentaires"*, fonction *"Produits alimentaires et boissons non alcoolisées"*. La liste des fonctions et groupes utilisés dans l'IHPC figure en annexes (Annexes 1 et 2).

1.1.2. VARIETES

Une variété est un ensemble de produits ou de services, définis de manière plus ou moins large et appartenant à un même poste. L'ensemble des variétés d'un poste est un échantillon de ce poste.

Les variétés sont décrites selon des caractéristiques structurées. Elles devraient se composer de groupes de biens et services aussi similaires que possible. Chaque variété est composée d'un ou plusieurs produits élémentaires. L'ensemble des produits élémentaires d'une variété est supposé représentatif de la variété. Les biens et services couverts par la définition de la variété diffèrent sensiblement ou sont très disparates.

A l'instar des autres Instituts Nationaux de Statistique, les variétés sont déterminées au Togo par l'INSEED (ex Direction Générale de la Statistique et de la Comptabilité Nationale (DGSCN)). Une liste de variétés a été initialisée par

AFRISTAT à partir des paniers IHPC de 1996 et complétées avec les descriptions structurées des produits du Programme de Comparaison Internationale pour l'Afrique (PCI-Afrique).

La liste de variétés qui est actuellement utilisée pour le calcul de l'indice est issue de l'Enquête sur les Dépenses des Ménages de Lomé (EDML) réalisée en 2008. Cette enquête en plus de la liste retenue pour les produits a permis d'établir les différents points de vente selon leur typologie. Cette enquête a duré douze (12) mois (de mars 2008 à février 2009).

Pour l'élaboration de l'IHPC, on distingue deux types de variétés : les variétés homogènes et hétérogènes.

1.1.3. LES VARIETES HOMOGENES

Une variété homogène est une variété dans laquelle les produits sont très proches les uns des autres. Un produit de cette variété peut aisément se substituer à un autre de la même variété. Le riz en vrac vendu au kilo au marché est un exemple de variété homogène. Les variétés homogènes peuvent être de trois types :

- O1 si elles sont vendues en unités standard, par exemple le kilo, le litre, etc.
- O2 si elles sont vendues en unités non standard identiques, par exemple le riz vendu au petit bol, etc.
- O3 dans les autres cas. Par exemple, les tomates vendues au tas, le poulet vivant à l'unité, etc.

Pour une variété homogène, le calcul d'un prix moyen pour la variété a un sens. Le kilo de riz en vrac vaut en moyenne 375 FCFA pour le mois de mars 2008.

Une variété est saisonnière lorsque les produits ou les services couverts par la définition présentent un caractère saisonnier marqué au niveau de leur prix et/ou de leur abondance dans les points de vente. Une variété est ordinaire lorsqu'elle n'est pas saisonnière.

1.1.4. LES VARIETES HETEROGENES

Une variété hétérogène est une variété dans laquelle les produits sont assez dissemblables. L'automobile haut de gamme est un exemple de variété hétérogène. Parmi les variétés hétérogènes, on distingue les variétés ordinaires, les tarifs et les loyers.

Conséquence de cette classification, le prix moyen d'une variété hétérogène n'a pas de sens : le prix moyen du mobilier de maison n'a aucune signification.

N.B. La classification des produits en variétés diffère éventuellement d'un pays à un autre.

1.1.5. PRODUITS ELEMENTAIRES

Chaque variété observée donne lieu à la création d'un ou plusieurs produits élémentaires.

Pour une variété donnée, un produit élémentaire est défini par un produit précis correspondant à la définition de cette variété, observée dans un point de vente.

Par exemple, la *sardine à l'huile végétale suivie dans le marché* est un produit élémentaire différent du produit élémentaire la *sardine à l'huile végétale suivie dans une boutique de proximité*.

1.1.6. SERIES

Si un produit élémentaire vient à ne plus être représentatif, il est remplacé par un autre produit élémentaire censé assurer la continuité de la représentativité de l'échantillon.

La succession de ces produits élémentaires est appelée série.

1.1.7. RELEVES

Un relevé c'est l'information du prix du produit élémentaire qui est renseigné sur le questionnaire. Pour un mois donné, chaque produit élémentaire défini donne lieu à un ou plusieurs relevés de prix.

Pour les produits homogènes, en plus du prix, sont relevées également les informations sur la quantité correspondante à ce prix.

1.2. LE CONCEPT DE PRIX

Les indices des prix à la consommation ont pour vocation de mesurer les variations de prix pure, c'est-à-dire en dégageant les effets de changement de qualité de produits. Il y a différence de prix lorsque des biens ou services, en tous points identiques, sont vendus à des prix différents au même moment.

Différents points de vente peuvent vendre exactement le même produit à des prix différents ou le même produit peut être vendu à partir d'un seul et même point de vente à des catégories différentes de clients à des prix différents.

Les indices des prix à la consommation doivent rendre compte de l'expérience des consommateurs auxquels ils se rapportent et doivent donc faire état des prix que ces derniers paient pour les biens et services qui entrent dans le champ de l'indice. Aussi, les prix utilisés dans l'IHPC sont-ils offerts par les vendeurs ou effectivement payés par les ménages (cas du loyer et des services domestiques) pour acquérir des biens et services individuels dans le cadre d'opérations monétaires.

Le prix d'acquisition représente le montant proposé par le vendeur ou effectivement payé par l'acheteur au moment de l'achat des produits. Il comprend les éventuels impôts et taxes moins les subventions sur les produits.

Il tient compte des réductions de prix des biens et services individuels si de telles réductions :

- peuvent être attribuées à l'achat d'un bien ou d'un service individuel ;
- sont accessibles à l'ensemble des consommateurs potentiels sans être assorties de conditions particulières ;
- sont connues de l'acheteur au moment où il s'engage à acheter le produit concerné au vendeur et
- sont proposées au moment de l'achat ou dans un délai tel qu'elles devraient influencer sensiblement les quantités que l'acheteur est disposé à acquérir.

La définition couverte par le concept de prix exclut :

- les intérêts ou les services qui viennent s'ajouter en cas d'octroi d'un crédit ;
- les éventuelles charges supplémentaires supportées en cas de défaut de paiement dans le délai convenu ;
- les réductions de prix qui ne sont pas accessibles à tous les consommateurs potentiels ;
- les réductions de prix qui ne sont pas accessibles au moment de l'achat ou dans un délai tel par rapport au moment d'achat qu'elles sont susceptibles d'influer de façon significative sur les quantités que les acheteurs sont désireux d'acquérir.

1.2.1. CALENDRIER D'INTRODUCTION

Les prix utilisés dans l'IHPC sont les prix d'acquisition payés au comptant par les ménages pour acquérir des biens ou des services individuels dans le cadre d'opérations monétaires.

Les règles suivantes sont adoptées pour harmoniser le calendrier d'introduction et d'enregistrement des prix d'achat dans l'indice harmonisé des prix à la consommation (IHPC) :

-Les prix des biens sont enregistrés dans l'IHPC du mois au cours duquel ils sont observés ;

-Les prix des services sont enregistrés dans l'IHPC du mois durant lequel peut commencer la consommation du service au prix observé.

1.2.2. TRAITEMENT DU MARCHANDAGE

Le marchandage s'entend d'une situation où les prix ne sont pas fixés à l'avance, mais sont négociés au cas par cas par l'acheteur et le vendeur.

On suppose que l'évolution du prix annoncé par le vendeur est analogue à celle du prix de marchandage.

Le prix annoncé à l'agent enquêteur par le vendeur est le prix relevé.

1.3. NOMENCLATURE DE CONSOMMATION ADAPTEE POUR LE CALCUL DE L'IHPC (NCOA-IHPC)

1.3.1. DEFINITION

La Nomenclature de consommation ouest africaine adoptée pour la construction des indices harmonisés des pays de l'UEMOA (NCOA-IHPC) est directement dérivée de la nomenclature internationale COICOP.

Elle décompose la consommation des ménages en :

- *12 fonctions ; (confère annexe 1)*
- *41 groupes de consommation ; (confère annexe 2)*
- *78 sous-groupes de consommation ; (confère annexe 3)*
- *126 postes de consommation. (confère annexe 4)*

1.3.2. EXCLUSION

En raison des conventions internationales et du champ retenu pour l'indice, les groupes suivants de la COICOP n'ont pas été retenus dans la NCOA-IHPC:

042. Loyers fictifs ;

122. Prostitution.

De même, en raison de leur faible poids dans la consommation des ménages dans les pays de l'UEMOA et à cause des difficultés de suivi des prix des biens et services, les regroupements suivants de la COICOP ne figurent pas dans la nomenclature NCOA-IHPC :

07.3.5. *Transport combiné de passagers ;*

12.5.1. *Assurance vie.*

1.3.3. MODIFICATION

Les sous-groupes suivants ont été modifiés par rapport à la base 1996 dans le cadre du projet de rénovation de l'IHPC en :

Anciens libellés	Libellés modifiés
<i>3.1.4. Nettoyage, réparation et location d'articles d'habillement</i>	<i>3.1.4. Confection, nettoyage, réparation et location d'articles d'habillement</i>
<i>5.3.2. Petits appareils électroménagers et ménagers</i>	<i>5.3.2. Petits appareils électroménagers ou ménagers et réparation</i>
<i>6.1.1. Produits pharmaceutiques</i>	<i>6.1.1. Produits pharmaceutiques et pharmacopée</i>
<i>8.3.0. Service de téléphonie, télégraphie</i>	<i>8.3.0. Service de téléphonie, télégraphie et connexion Internet.</i>

1.3.4. FUSION

Les groupes et sous-groupes suivants ont été fusionnés en raison de leur faible poids dans la dépense de consommation des ménages du champ de l'indice :

Anciens libellés	Libellés fusionnés
<i>02.2. Tabac 02.3. Stupéfiants</i>	<i>02.2. Tabac et Stupéfiants</i>
<i>05.1.01. Meubles et articles d'ameublement 05.1.02. Tapis et revêtements de sol divers 05.1.03. Réparation de meubles, d'articles d'ameublement et de revêtements souples pour le sol</i>	<i>05.1.01. Mobiliers et réparation</i>
<i>05.3.01. Gros appareils ménagers,</i>	<i>05.3.00. Appareil</i>

<p><i>électriques ou non</i> 05.3.02. <i>Petits appareils électroménagers</i> 05.3.03. <i>Réparation d'appareils ménagers</i></p>	<p><i>électroménagers, ménagers et réparation</i></p>
<p>06.2.01 <i>Services médicaux</i> 06.2.02 <i>Services dentaires</i></p>	<p>06.2.01. <i>Services médicaux et dentaires</i></p>
<p>07.3.01. <i>Transport ferroviaire de passagers</i> 07.3.04. <i>Transport maritime et fluvial de passagers</i> 07.3.06. <i>Services de transport divers</i></p>	
<p>09.1.02. <i>Matériel photographique et cinématographique et appareils optiques et</i> 09.02. <i>Autres biens durables à fonction récréative et culturelle</i> 09.1.03. <i>Matériel de traitement de l'information,</i> 09.1.04. <i>Supports d'enregistrement et</i> 09.1.05. <i>Réparation de matériel audiovisuel, photographique et de traitement de l'information</i></p>	<p>09.1.01. <i>Appareils de réception, d'enregistrement et de reproduction</i> 09.1.02. <i>Équipement photographique, cinématographique, optique, autre</i> 09.1.03. <i>Matériel de traitement de l'information et supports d'enregistrement de l'image et du son</i></p>
<p>09.3.01. <i>Jeux, jouets et passe-temps</i> 09.3.02. <i>Articles de sport, matériel de camping et matériel pour activités de plein air</i></p>	<p>09.3.01. <i>Jeux et jouets, passe-temps et articles de sport et divers</i></p>
<p>09.3.03 <i>Produits pour jardins, plantes et fleurs</i> 09.3.04 <i>Animaux de compagnie et articles connexes</i> 09.3.05 <i>Services vétérinaires et autres services pour animaux de compagnie</i></p>	<p>09.3.03 <i>Produits pour jardins, plantes et fleurs, animaux de compagnie</i></p>
<p>09.4.01. <i>Services récréatifs et sportifs</i> 09.4.02. <i>Services culturels</i></p>	<p>09.4.01. <i>Services récréatifs et sportifs et services culturels</i></p>

<i>09.5.03. Imprimés divers et 09.5.04. Papeterie et matériel de dessin</i>	<i>09.5.03. Papeterie et matériel de dessin et imprimés divers</i>
<i>10.3. Enseignement post secondaire non supérieur 10.5. Enseignement non défini par niveau.</i>	<i>10.5. Enseignement post- secondaire non supérieur et Enseignement non défini par niveau</i>
<i>11.1.01. Restaurants, cafés et établissements Similaires et 11.1.02 Cantines</i>	<i>11.1.01. Restaurants, cafés et établissements similaires</i>
<i>12.1.02. Appareils électriques pour soins corporels 12.1.03. Autres appareils, articles et produits pour soins corporels</i>	<i>12.1.03. Autres appareils, électriques ou non, et articles pour soins</i>
<i>12.3. Protection sociale 12.4. Assurance</i>	<i>12.4. Protection sociale et assurance</i>

1.4. NOMENCLATURES SECONDAIRES

Au Togo tout comme dans les autres pays de l'UEMOA, pour analyser et diffuser les résultats des indices harmonisés selon des approches particulières, il est mis en place quatre (04) types d'indices à nomenclatures secondaires.

1.4.1. SECTEUR DE PRODUCTION

Cette nomenclature complémentaire fait référence au secteur de production de biens et services.

1. Produits du secteur primaire ;
2. Produits du secteur secondaire ;
3. Produits pour secteur tertiaire.

1.4.2. ORIGINE DES VARIETES

1. Origine locale;
2. Origine importée.

1.4.3. DURABILITE DES BIENS ET SERVICES

1. Produits durables ;
2. Produits semi-durables ;
3. Produits non durables ;
4. Services.

N.B. Les produits classés dans les Services sont les mêmes que ceux du secteur tertiaire.

1.4.4. INDICE D'INFLATION SOUS-JACENTE

Dans le double souci de trouver une indication plus stable de la tendance de l'inflation à moyen et long terme et de retrouver une dimension de l'inflation plus dépendante de la politique économique menée par les autorités nationales, AFRISTAT a conduit la mise en place d'un indice d'inflation sous-jacente qui consistait à sortir de l'indice général des postes les plus perturbateurs de la tendance à moyen terme de l'indice sur la base de l'expérience sur quelques années.

Par la suite, les instances de la Zone Franc ont adopté cet indicateur d'inflation sous-jacente comme un indicateur complémentaire au critère de premier rang sur l'inflation globale.

Dans les pays de l'UEMOA, Il est mis en place, pour les besoins de la surveillance multilatérale et pour l'analyse économique un indice d'inflation sous-jacente. La nomenclature secondaire suivante est établie à cet effet :

1. *Energie*
2. *Produits frais ;*
3. *Hors énergie et produits frais*

L'indice d'inflation sous-jacente est l'indice hors énergie et produits frais.

CHAPITRE 2 : DEFINITION ET CHAMP DE L'IHPC AU TOGO

2.1. DEFINITION

L'IHPC sert principalement à mesurer les variations moyennes pures de prix des biens et services de consommation finale des ménages dans l'économie nationale.

Il sert à calculer le taux d'inflation qui est un des critères de premier rang dans le cadre de la surveillance multilatérale.

Le champ théorique de l'indice des prix est constitué des dépenses monétaires de consommation finale des ménages. La dépense monétaire de consommation finale des ménages couvre la dépense de consommation finale effectuée :

- par les ménages résidents, indépendamment de leur nationalité ;
- sur le territoire économique du pays ;
- dans des opérations monétaires ;
- pour l'acquisition des biens et services servant à satisfaire directement les besoins individuels ;
- au cours de la période étudiée.

2.1.1. EXCLUSION

Sont exclues du champ théorique de l'indice, les dépenses suivantes :

- les transferts (cotisations sociales et impôts sur le revenu et le patrimoine, dons et souscriptions, pourboires et gratifications, (si celles-ci ne facilitent pas grandement l'obtention d'un bien ou d'un service) ;
- les opérations d'investissement (achats de logements) ;
- l'assurance-vie ;
- les opérations financières et emprunts ;
- les opérations d'épargne ;
- les opérations sur actifs financiers ;
- la création d'un actif/passif financier ;
- les impôts directs, les cotisations sociales, les intérêts versés, les dons ou pensions versés à d'autres ménages ;
- les dépenses à titre professionnel, notamment dans le cadre principalement des entreprises individuelles.

En raison de conventions internationales et des difficultés de suivi, sont exclus :

- les échanges de biens d'occasion entre ménages ;

- les produits d'occasion semi-durables importés (friperie, chaussures d'occasion, etc.), sauf les accessoires automobiles ;
- l'autoconsommation des ménages (produits alimentaires, services de logement pour compte propre, etc.).

Par ailleurs, en raison de leur faible poids dans la consommation des ménages et/ou à cause des difficultés d'estimation des dépenses et/ou du suivi des prix des biens et services, les biens et services suivants sont exclus du suivi de l'indice harmonisé ; leur poids est réparti le cas échéant, sur d'autres biens ou services proches :

- les services subsidiaires de l'enseignement (cantine, hébergement, etc.),
- les services d'action sociale,
- certains services relatifs au logement (assainissement),
- certains services médicaux (lorsque les dépenses sont en totalité prises en charge par l'Etat ou par des organismes publics d'assurance santé),
- certains biens pour les loisirs et la culture (horticulture et animaux d'agrément).
- les dépenses des ménages hors de leur lieu de résidence.

2.2. CHAMP DE L'INDICE AU TOGO

2.2.1. COUVERTURE GEOGRAPHIQUE ET DEMOGRAPHIQUE

La population de référence retenue pour l'élaboration de l'IHPC est constituée par les ménages résidant à Lomé et ses périphéries.

2.2.2. EXCLUSION

Sont exclus du champ de l'IHPC du fait des difficultés pratiques relatives à la collecte des données sur les dépenses pour l'estimation des coefficients de pondération et à la disparité des revenus que cela peut induire:

- Les ménages non- résidents (touristes, personnels d'ambassades et consulats) ;
- Les ménages vivant en collectivité ;
- Les ménages non africains ;
- Les ménages africains expatriés dont un des membres occupe un emploi dans un organisme international.

2.3. COUVERTURE ET TYPOLOGIE DES POINTS DE VENTE

2.3.1. COUVERTURE DES POINTS DE VENTE

Les points d'observation couverts par la collecte des prix à la consommation sont constitués de l'ensemble des points de vente présents sur le champ géographique de l'indice et que les ménages fréquentent pour leurs besoins de consommation finale. Ce sont : Grands magasins ; Boutiques (magasins) spécialisés ; Supermarchés et hypermarchés ; Magasins de gros; magasin à prix réduits ; Mini-marchés, boutiques de station-service, kiosques, magasin de proximité ; Magasins de détail non spécialisés (à l'intérieur ou à l'extérieur de marchés) ; Marchés (ouverts ou couverts) ; Sociétés de services spécialisés privés ; Sociétés de services publics et parapublics ; Ménages ; Autres points de vente n.d.a.

2.3.2. TYPOLOGIE DES POINTS D'OBSERVATION

Le point de vente des produits peut être un facteur de différence importante de leurs prix. Par exemple, un costume vendu dans un supermarché peut avoir un niveau et une évolution de prix différents du même costume vendu dans un marché. Il convient donc que la représentativité des points de vente soit assurée.

L'ensemble des points de vente de Lomé est structuré en classes homogènes ou types de points de vente. Dans chacun de ces types sont mis en place des échantillons de points d'observation de façon indépendante.

Type 1: Grands magasins

Les grands magasins sont à prédominance libre-service, avec des vendeurs. Il y a la possibilité pour un acheteur de passer la commande de certains produits. Les grands magasins disposent d'un service après-vente et de réparation.

Le type 1 peut être subdivisé en « grands magasins » et « grandes surfaces spécialisées ».

a) Grands magasins

- point de vente multi spécialisé ;
- large et grande variété ; segments de haute qualité pour plusieurs groupes de produits ;
- large surface de vente;
- emplacement : généralement au centre-ville ;
- parking généralement non assuré ;
- situation : regroupés par définition ;
- stocks : quantités moyennes par ligne de produit.

b) Grandes surfaces spécialisées

- point de vente spécialisé (par exemple quincaillerie ; Bricolage ; jardinerie)
- Variété moyenne à large ;
- Large surface de vente;
- Emplacement : généralement à la périphérie des villes;
- Parking généralement assuré ;
- Stocks : grandes quantités.

Type 2 : Boutiques (magasins) spécialisés

Il est similaire au type 1. Cependant, les surfaces sont plus modestes.

- Ils ne sont souvent pas en libre-service.
- Les choix et les quantités en stock par ligne de produits sont limités.
- Le parking généralement non assuré.
- Ils sont généralement situés sur les grandes artères des villes.

Exemples de magasins spécialisés : boucheries, boulangeries- pâtisserie ou des boutiques spécialisées en équipement électrique, boutique de pièces détachées, garages, vendeurs de voitures, salon de coiffure, magasins de vins et spiritueux, magasins de matériaux de constructions.

Type 3. Supermarché

Les supermarchés sont essentiellement en libre-service. Le rôle du personnel consiste, pour l'essentiel, à charger les étagères et à faire la caisse.

- Il s'agit de point de vente non spécialisé vendant principalement des produits alimentaires,
- Il vend également d'autres biens de consommation non durables (produits de nettoyage, articles ménagers, produits d'hygiène personnelle, produits de beauté, produits de quincaillerie, parfois des vêtements, de petits articles d'électricité, .etc.),
- Il a une large surface de vente.

Type 4: Magasins de gros; magasins à prix réduits,

En libre-service; le personnel ne travaille qu'aux caisses ;

- les rayons sont approvisionnés par les livreurs ou fournisseurs ;
- Très simple exposition des marchandises (pas d'étagère en tant que telle, pas d'endroit fixe pour les différents types de produits)
- Principe de vente à des prix réduits et (parfois) de vente en gros (les clients doivent acheter une certaine quantité de produits).

Type 5 : Mini-marchés, boutiques de station-service, kiosques, boutiques de proximité

Généralement en libre-service (excepté les kiosques et les boutiques de proximité) ; compte tenu de la taille limitée du magasin, seul un certain niveau de prestations peut être offert. Les quantités par ligne de produits sont limitées. Ils sont implantés généralement dans les quartiers d'habitation, à proximité de la clientèle.

Le type 5 peut être subdivisé en plusieurs sous-groupes.

- a) Mini-marchés et autres magasins non- spécialisés qui vendent principalement des produits alimentaires:
 - points de vente non- spécialisés qui vendent principalement des produits alimentaires et des biens de consommation non durables, avec peu de variétés.
 - petite surface de vente;
 - emplacement : centre-ville ou banlieue.
 - parking non assuré.
 - situation : magasins regroupés (ex. au sein d'une station-service) ou isolés.
 - stocks : généralement de petites quantités, par famille de produits.

- b) Magasins ou boutiques de proximité:
 - spécialisés dans les produits demandés journalièrement.
 - variété limitée
 - petite surface de vente
 - heures d'ouverture plus longues (ex. dimanches, jours fériés, nuits).
 - ne sont généralement pas de libre-service
 - emplacement : généralement situés proche du consommateur ;
 - stocks : généralement de petites quantités, par famille de produits ;
 - Possibilité de fractionnement des produits pour être accessible aux ménages.

- c) Boutique de station-service
Similaire à a) mais avec une sélection de produits spécifiques (ex. accessoires et produits pour autos) et courants (produits alimentaires, papeterie, petits articles à emporter);
 - longues heures d'ouverture
 - Emplacement : au sein d'une station-service.

Type 6 : Magasins de détail non spécialisés (à l'intérieur ou à l'extérieur de marchés)

Points de vente non- spécialisés qui vendent principalement des produits non alimentaires et des biens de consommation durables ou semi-durables, avec beaucoup de variété.

- petite surface de vente;
- emplacement : centre-ville ou banlieue à l'intérieur ou en bordure des marchés.
- parking non assuré ;
- petite surface de vente ;
- ne sont généralement pas de libre-service.

Type 7 : Marché

Les marchés sont caractérisés par leur emplacement et la possibilité de marchander les produits.

Ils offrent une gamme étendue de biens et services.

Le type 7 est subdivisé en « marché » et « kiosques au marché »

a) Marché

- Point de vente traditionnel, caractérisé par sa situation dans un lieu public.
- Possibilité de marchander les prix.
- Il peut être à ciel ouvert ou couvert.
- Il peut s'ouvrir tous les jours ou périodiquement (ex. une fois par semaine).
- Il peut être animé par des commerçants professionnels et/ou des producteurs.

NB : Les magasins mobiles sont exclus de cette catégorie.

A Lomé, les marchés qui font l'objet de la collecte des prix sont : les marchés d'Adawlato (Assigamé), de Bè, d'Akodesséwa, de Hédzranawoé, de Gbossimé et de Hanoukopé (Le Togo)

b) Kiosques au marché

- Peuvent être spécialisés ou non
- Surface de vente : petite
- Offre : petites quantités
- Sont localisés dans les marchés.

Type 8 : Services spécialisés (point de vente au détail traditionnel) privés

Services de vente complets (pas de libre-service) y compris conseils, consultation, possibilité de commander d'autres produits, service après-vente, réparations comme service standard.

- Ils sont normalement dirigés par du personnel professionnel.
- Les surfaces de vente sont généralement petites et les offres sont limitées.

Exemple de services spécialisés privés : clinique, laboratoires médicaux, écoles et les hôpitaux privés, salon de coiffure, service de réparation auto, etc.

Sont également classés dans ce groupe, les hôtels, restaurants, bars, cafés-restaurants.

Type 9 : Services Publics

Caractérisés par un prix constant de biens et service pendant une longue période, comprenant la fourniture d'eau, d'électricité, les services postaux, les services de téléphone/télévision par câble.

Il s'agit d'entreprises dans lequel le capital est à majorité publique ou dont l'influence de l'Etat sur les prix est prédominante.

Il s'agit pour la plupart, des entreprises en réseau (sociétés d'eau et d'électricité, de transport public, etc.), des administrations publiques tels que les services des impôts, et des écoles publiques, etc.

Type 10 : Ménages

Il s'agit essentiellement d'un point de vente particulier, où sont collectées les informations sur les loyers d'habitation et sur le prix des services de personnels domestiques.

Contrairement aux autres points de vente où il s'agit de prix de vente aux ménages, ce point de vente est caractérisé par le fait que le prix collecté correspond au prix effectivement payé par le consommateur.

Type 11 : Autres points de vente (au détail) traditionnel

Il s'agit de tous les autres points de vente non classés ailleurs.

Il couvre en particulier les kiosques dans la rue, les marchands ambulants, les points de vente sur Internet, les maisons de vente par correspondance et par téléachat, les boutiques réservées aux membres ayant acquitté un droit d'inscription, les cireurs de chaussure, les agences immobilières, etc.

NB : Sont exclus du suivi des prix, en raison des difficultés de suivi et de la faible représentativité, les types de points de vente suivants :

- les marchands ambulants ;
- les kiosques dans la rue ;
- les points de vente sur Internet ;
- les maisons de vente par correspondance et par téléachat;
- les boutiques réservées aux membres ayant acquitté un droit d'inscription.

2.4. ECHANTILLONNAGE

2.4.1. DETERMINATION DES VARIETES

La consommation des ménages faisant partie du champ de l'indice est décrite à l'aide de la nomenclature NCOA-IHPC.

Pour élaborer l'IHPC, il est mis en place un panier qui est un échantillon de biens et services représentatifs de la consommation des ménages à la période de base.

Le critère de représentativité de la consommation utilisé est la part budgétaire dans la dépense totale du poste de consommation des ménages du champ géographique et démographique de l'indice.

2.4.2. COMPOSITION

Le panier de l'IHPC au Togo est décrit à l'aide de : 12 fonctions, 41 groupes, 78 sous-groupes et 126 postes. Il comprend 647 variétés et 3712 produits élémentaires.

2.4.3. MODE DE CONSTITUTION

Le choix des variétés doit être guidé par les critères suivants :

- La variété doit être un sous-ensemble du poste et de lui seul.
- La variété ne doit pas représenter une part trop faible du poste de consommation.
- La définition de la variété doit être aussi précise que possible et stable dans le temps.
- Les biens et services répondant à la définition de la variété doivent être faciles à observer.

La sélection des variétés doit se baser :

- Sur les résultats d'enquêtes sur la consommation des ménages.
- Sur les statistiques disponibles auprès des organismes publics et privés et sur toutes informations qualitatives ou quantitatives sur

le comportement des ménages et le fonctionnement du marché des biens et services.

2.4.4. DESCRIPTION

Les variétés et leurs produits élémentaires représentatifs sont décrits de manière structurée. Les descriptifs sont catégorisés en :

- caractéristiques obligatoires de la variété ;
- caractéristiques variables des produits élémentaires, ayant une influence sur les prix ;
- caractéristiques complémentaires, n'ayant pas une influence sur les prix, permettant de retrouver les produits
- exclusions.

2.4.5. UTILISATION DU CLASSEMENT

Le classement de la variété selon le type influe sur la méthode de collecte du prix et sur le mode de calcul de l'indice élémentaire.

2.4.6. NOMBRE ET FREQUENCE DES OBSERVATIONS

Le nombre de relevés de prix des biens et services figurant dans le panier dépend du type de produit.

Marchés :

- Pour les produits vendus en unités non standard, 30 relevés au minimum, répartis sur l'ensemble des marchés-échantillons, sont effectués mensuellement.
- Pour les produits vendus en unité standard, on effectue au moins 20 relevés par mois.

Grand magasin/ Boutiques (Magasins) Spécialisés / Supermarché / Magasin de gros; magasin à prix réduits / Mini-marché, boutique de station-service, kiosque, magasin de proximité :

Pour une variété donnée, les prix d'au moins 6 produits élémentaires sont relevés chaque mois, ces produits élémentaires sont répartis sur l'ensemble des points de vente de Lomé.

Sociétés de services spécialisés privés/Sociétés de services publics ou parapublics :

Les prix de certains biens sont observés à partir de documents administratifs ou tarifaires, ou après consultation des organismes compétents (électricité, eau, téléphone, transport public, etc.). Pour d'autres, les prix sont relevés chaque mois.

Dans tous les cas, une visite mensuelle est effectuée auprès du service compétent pour relever les changements éventuels de qualité du service ou du produit et vérifier si les tarifs ont changé.

On ne relève pas les prix dans un type de points de vente pour les variétés d'un poste si le poids des achats des ménages est inférieur à 10% des achats des ménages pour le poste.

Ménages :

- Pour les loyers : On constitue un échantillon de 150 logements fixes répartis sur les différentes variétés retenues en fonction de leur pondération, mais en retenant au moins 10 logements pour une variété donnée. Pour chaque variété, on enquête chaque mois 1/3 des ménages occupant des logements fixes retenus. Un ménage est donc visité une fois par trimestre. Pour le mois d'enquête d'un ménage donné, le prix déclaré est relevé. Les deux mois suivants, le prix déclaré par ce ménage est reconduit.

Remarque : pour le calcul de l'indice des loyers, on interroge également des agents immobiliers (formels ou non) sur les variations des loyers en cas de changement d'occupant.

- Les services domestiques: On définit un certain nombre de variétés de services domestiques. Chaque variété de services domestiques est suivie auprès d'au moins trois ménages différents chaque mois. Un panel de ménages est mis en place. Chaque ménage est visité une fois chaque trimestre.

2.4.7. FREQUENCE

L'observation du prix d'un produit élémentaire est effectuée à des jours et semaines identiques, chaque mois.

Pour les biens et services à plusieurs relevés mensuels, les relevés sont uniformément répartis dans le mois.

Pour les produits non manufacturés observés sur les marchés, la fréquence des relevés dans le mois est déterminée en tenant compte du nombre de marchés suivis et du nombre de relevés à effectuer un jour donné sur un marché.

Dans la mesure du possible, une optimisation de la fréquence des relevés est réalisée, en fonction des variétés.

2.4.8. NORME

Elles sont au nombre de deux (02):

- On n'observe pas plus de cinq produits élémentaires par point de vente, sauf dans les marchés, grands magasins, supermarchés et hypermarchés ;
- Hors marché, on n'observe qu'un produit élémentaire d'une variété.

2.4.9. ECHANTILLONNAGE DES POINTS DE VENTE

L'échantillonnage des points de vente n'est pas aléatoire.

Le choix des lieux d'enquête est raisonné : des quotas de points de vente sont établis par type, par implantation géographique, par importance présumée de la fréquentation des consommateurs.

Ces quotas sont obtenus à partir d'informations quantitatives (enquêtes sur les dépenses des ménages, autres sources statistiques) et d'informations de type qualitatif.

2.4.10. MENAGES

Un panel de logements, répartis sur l'ensemble du champ géographique, est mis en place au Togo tout comme dans chacun des pays de l'UEMOA pour le suivi des prix des loyers et des services domestiques. Ce panel est stratifié en plusieurs types (ou variétés) de logement à définir.

Un panel d'agences immobilières (formelles ou non) est également constitué pour estimer les mouvements des loyers lors des changements d'occupants.

2.4.11. MISE A JOUR DES POINTS DE VENTE

La liste des points de vente est régulièrement actualisée, en particulier dans les cas suivants :

- remplacement forcé par des points de vente comparables de
- points de vente fixes existants qui cessent de faire du commerce
- refus de coopérer plus longtemps,
- non représentativité manifeste d'un point de vente
- apparition de nouvelles formes de points de vente totalisant un chiffre d'affaires significatif de la consommation finale des ménages,
- tous les cas où l'observation devient difficile dans un point de vente.

CHAPITRE 3 : COLLECTE DES DONNEES

3.1. PRIX DE BASE

Les prix de base sont les prix de référence par rapport auxquels les indices de série (pour les variétés hétérogènes) et les indices de variété (pour les variétés homogènes) sont calculés.

Pour l'IHPC, la période de référence pour le calcul des prix de base est d'une année.

3.1.1. METHODES DE CALCUL

Variété hétérogène

Calcul du prix de base de la série (moyenne simple des prix mensuels de la série)

Variété ordinaire de type O1

- 1- Calcul du prix moyen mensuel de la série (moyenne simple des relevés de la série)
- 2- Calcul du prix moyen mensuel de la variété (moyenne pondérée des prix des séries composant la variété)
- 3- Calcul du prix de base de la variété (moyenne simple des prix moyens mensuels de la variété)

Variété ordinaire de types O2, O3

- 1- Calcul du prix à l'unité de référence moyen mensuel de la série (moyenne simple des prix à l'unité de référence des relevés de la série)
- 2- Calcul du prix à l'unité de référence moyen mensuel de la variété (moyenne pondérée des prix à l'unité de référence moyens mensuels des séries composant la variété)
- 3- Calcul du prix de base de la variété (moyenne simple des prix à l'unité de référence moyens mensuels de la variété)

Variété saisonnière

Calcul du prix de base de la variété par une moyenne pondérée des prix moyens mensuels de la variété.

3.2. LES PONDERATIONS

3.2.1. PONDERATIONS DES POSTES

Les estimations des coefficients budgétaires pondérant les indices des 126 postes de consommation retenus sont issues des enquêtes sur les

dépenses des ménages. Ces enquêtes ont été réalisées de mars 2008 à février 2009 auprès des ménages résidant à Lomé.

Les pondérations de l'IHPC sont les dépenses agrégées que les ménages du champ de l'indice consacrent à une catégorie donnée de biens et services couverts par l'IHPC, exprimées en pourcentage du total des dépenses monétaires de consommation finale des ménages effectuées à Lomé.

TABLEAU DE REPARTITION DES PONDERATIONS SELON LES
"FONCTIONS"

	Libellés des FONCTIONS	Pondérations
I	Produits alimentaires et boissons non alcoolisées	2 867
II	Boissons alcoolisées, tabac et stupéfiants	83
III	Articles d'habillement et chaussures	874
IV	Logement, eau, électricité, gaz et autres combustibles	1 064
V	Meubles, articles de ménage et entretien courant du foyer	356
VI	Santé	368
VII	Transports	1 230
VIII	Communications	609
IX	Loisirs et culture	191
X	Enseignement	199
XI	Restaurants et hôtels	1 573
XII	Biens et services divers	586
	INDICE GLOBAL	10 000

Le tableau ci-dessus donne une répartition des pondérations selon la nomenclature "fonction". L'indice global à Lomé a une pondération de 10 000. La fonction "Produits alimentaires et boissons non alcoolisées" a une pondération de 2 867. Ce qui signifie qu'à Lomé, pour une dépense de 10 000

FCFA, les ménages consacrent 2 867 FCFA aux produits alimentaires et boissons non alcoolisées.

**TABLEAU DE REPARTITION DES PONDERATIONS DE LA
NOMENCLATURE SECONDAIRE**

Nomenclatures secondaires	Libellé	Pondération
Etat des produits	Produits frais	1 670
	Energie	835
	Hors Energie et Produits frais	7 495
Global pour "Etat des produits"		10 000
Origine des produits	Importé	3 098
	local	6 902
Global pour "Origine des produits"		10 000
Secteurs de production	Primaire	1 352
	secondaire	6 110
	Tertiaire	2 538
Global pour "Secteurs de production"		10 000
Durabilité des produits	Durable	842
	Non durable	5 663
	Semi Durable	957
	Services	2 538
Global pour "Durabilité des produits"		10 000

3.2.2. PONDERATIONS DES VARIETES

La pondération d'un poste de consommation étant estimée, il convient de déterminer la répartition de ce poids entre les différentes variétés choisies pour représenter ce poste :

- S'il existe des sources de données quantitatives ou qualitatives disponibles (enquêtes sur les dépenses des ménages, statistiques douanières, statistiques agricoles, statistiques industrielles, données provenant des opérateurs économiques),

alors la répartition du poids du poste est effectuée en tenant compte de ces données.

- Si aucune source fiable n'existe, le poids du poste est réparti forfaitairement, souvent uniformément entre chacune des variétés choisies pour représenter le poste.

3.2.3. PONDERATIONS DES SERIES

Dans certains cas, pour une variété donnée, il est affecté des pondérations aux points de vente pour éviter d'avoir à augmenter le nombre d'observations de façon à auto-pondérer l'échantillon.

3.3. PROCEDURE DE MISE A JOUR

3.3.1. QUALITE ET MISE A JOUR DES PONDERATIONS DES POSTES

Les pondérations des postes doivent être révisées au moins tous les cinq ans.

Ces révisions doivent être réalisées sur la base de sources de données dont la méthodologie de collecte et d'estimation et les paramètres sont jugés par la Commission de l'UEMOA comme au moins comparables à l'enquête dépenses auprès des ménages de 2008.

Les coefficients de pondérations des postes et variétés doivent être revus en cas de modification importante du schéma de consommation dans l'intervalle de révision des cinq (5) ans, sur la base des sources disponibles ou de prix.

3.3.2. PROCEDURE DE MISE A JOUR DES PONDERATIONS DES POSTES, DES VARIETES, DES SERIES

A la fin de chaque année, les Etats membres procèdent à un examen des pondérations afin de garantir qu'elles sont suffisamment fiables.

Lors de l'examen, l'INS vérifie l'existence ou l'absence de variations importantes intervenues depuis la période de référence des pondérations dans la consommation des ménages ou dans la prise en compte de la dépense afférente des postes d'un sous-groupe, des variétés ou des séries. S'il s'avère que les évolutions constatées entraînent une variation de pondération susceptible d'affecter la variation de l'IHPC, l'INS procède à l'ajustement approprié des pondérations :

- du poste après avis favorable de la Commission de l'UEMOA ;
- de la variété et en avise la commission de l'UEMOA ;

Par ailleurs, les pondérations des séries du panier peuvent être ajustées en cours d'année en cas de besoin, par l'ajout ou la suppression d'une série.

3.4. PRIX DU MOIS EN COURS

3.4.1. COLLECTE PERMANENTE

METHODES D'OBSERVATION SELON LE TYPE DE VARIETE

	VARIETES HOMOGENES			VARIETES HETEROGENES		
	Produits vendus en unités standard	Produits vendus en unités non standard		Produits vendus sur les marchés	Produits et services vendus en dehors des marchés	Produits vendus sur et en dehors des marchés
CODE	O1	O2	O3	E1	E2	E3
METHODE D'OBSERVATION DES PRIX	Relevé des prix	Relevé des prix Achat et pesée d'une unité de vente par mois	Relevé des prix Achats et pesées de tous les produits	Relevé des prix	Relevé des prix	Relevé des prix
FREQUENCE D'OBSERVATION	Au minimum 20 relevés par mois	Au minimum 30 relevés par mois	Au minimum 30 relevés par mois	Au minimum 1 relevé par marché par mois	Au minimum 6 relevés par mois	Au minimum 1 relevé par marché et 5 relevés en dehors des marchés par mois

3.4.2. ORGANISATION DE LA COLLECTE

Marchés, Boutiques de quartier, etc.

Les prix des produits vendus sur les marchés sont obtenus auprès des vendeurs. Ces produits sont généralement exprimés dans les unités suivantes :

- **Produits vendus en unités standards** (kg, litre, mètre etc.) : les relevés sont les prix pratiqués.
- **Produits vendus en unités non standards** (morceau, tas, boule, bol, paquet, sachet, assiette, panier, mesure, bidon, bouteille, filet, sac, etc.) :
 - si, sur les points de vente suivis (marché, boutique de quartier, etc.), les vendeurs n'utilisent pas tous une unité de vente identique, le produit est acheté chez tous les vendeurs échantillons à chaque passage, pour être pesé au bureau.

Exemple : du gombo vendu en tas variable.

- si, sur les points de vente suivis (marché, boutique de quartier, etc.), les vendeurs utilisent une unité de vente identique, les prix sont relevés auprès de tous les vendeurs échantillons, mais le produit n'est acheté qu'une fois par point de vente et par mois pour être pesé au bureau.

Exemple : c'est le cas du maïs vendu au bol et qui est acheté une fois dans le mois par point de vente.

- pour certains produits (poulet, pintade, etc.), la pesée est réalisée directement sur le marché à l'aide de balance.

Magasins, Supermarchés, etc.

- Le prix du produit observé est affiché : les prix relevés sont les prix affichés.
- Le prix du produit observé n'est pas affiché : les prix relevés sont les prix obtenus auprès du vendeur.

Tarifs

Les tarifs sont pris dans un sens large. Ils sont relevés auprès des organismes compétents, périodiquement et lors de chaque modification. La date précise de la modification est relevée, afin d'en tenir compte dans le calcul de l'indice.

Un cahier de veille des prix est tenu pour suivre la modification ou non du tarif.

Ménages

Les ménages sont enquêtés uniquement pour ce qui concerne l'évolution du coût du service du logement (locataires) et du coût des services domestiques.

Coût du service de logement :

Un panel de logements est mis en place. Les ménages occupant ces logements, au titre de locataires, sont enquêtés une fois par trimestre.

Chaque mois, 1/3 logements par type de logement sont visités.

Pour le mois d'enquête d'un ménage donné, le prix déclaré est relevé. Les deux mois suivants, le prix déclaré par ce ménage est reconduit.

Coût des services domestiques:

On définit un certain nombre de variétés de services domestiques.

Chaque variété de services domestiques est suivie auprès de trois ménages différents par mois.

Un panel de ménages est mis en place, à raison d'au moins 9 ménages par variété de service domestique. Chaque mois, chaque type de variété de service domestique est suivi auprès d'au moins trois ménages. Chaque ménage est visité une fois chaque trimestre.

Le prix relevé est net de tout avantage en nature, sauf si ces avantages en nature, quantifiable, sont partie intégrante du contrat. Dans ce cas, le ménage fournit les informations permettant d'estimer ces avantages en nature.

Pour le mois d'enquête d'un ménage donné, le prix déclaré est relevé. Les deux mois suivants, le prix déclaré par ce ménage est reconduit.

Les ménages sont enquêtés uniquement pour ce qui concerne l'évolution du coût du service du logement (locataires) et du coût des services domestiques.

Coût du service de logement :

Un panel de logements est mis en place. Les ménages occupant ces logements, au titre de locataires, sont enquêtés une fois par trimestre.

Chaque mois, 1/3 logements par type de logement sont visités.

Pour le mois d'enquête d'un ménage donné, le prix déclaré est relevé. Les deux mois suivants, le prix déclaré par ce ménage est reconduit.

3.5. OBSERVATION DES PRIX

Cette observation se fait par les fiches de relevés des variétés hétérogènes et homogènes.

3.5.1. FICHE DE RELEVES DES VARIETES HETEROGENES

Chaque année, pour les variétés hétérogènes, une fiche par série est éditée par l'Institut National de la Statistique et Etude Economique et Démographique (INSEED).

Les fiches de relevés éditées comportent les informations qui figurent sur l'exemple de fiche de relevé en annexe 3.

3.5.2. RELEVES DES PRIX

- **Informations pré-remplies**

L'enquêteur dispose des informations suivantes avant d'effectuer le relevé :

- Caractéristiques du point de vente ;
- Caractéristiques de la série ;
- Prix de la période de base
- Prix de l'unité de vente pour les mois précédents de l'année en cours.

- **A chaque relevé** : l'enquêteur contrôle l'exactitude des informations pré-remplies

- **Informations à relever** :

L'enquêteur relève le prix de vente et renseigne les autres cases, notamment pour informer les gestionnaires d'événements éventuels relatifs au point de vente ou au produit observé.

3.5.3. FICHE DE RELEVES DES VARIETES HOMOGENES O1

Pour les variétés homogènes O1, une fiche par point de vente et par jour de relevé est éditée par le service des prix de l'Institut National de la Statistique.

Les fiches de relevés éditées comportent les informations qui figurent sur l'exemple de fiche de relevé en annexe 4.

3.5.4. RELEVES DES PRIX

A chaque relevé, l'enquêteur contrôle l'exactitude des informations pré-remplies.

- **Informations à relever** :

Le produit étant vendu en unité standard, l'enquêteur relève le prix de vente et renseigne les autres cases.

3.5.5. FICHE DE RELEVES MARCHE DES VARIETES HOMOGENES O2 ET O3

Les variétés O2 et O3 sont achetées au moins une fois pour être pesées au bureau.

Pour l'ensemble des variétés homogènes O2 et O3, une fiche par marché et par jour de relevé est éditée par le service des prix des Institut National de la Statistique.

Les fiches de relevés éditées comportent les informations suivantes :

Les fiches de relevés éditées comportent les informations qui figurent sur l'exemple de fiche de relevé en annexe 5.

3.5.6. RELEVES DES PRIX

A chaque relevé, l'enquêteur contrôle l'exactitude des informations pré-remplies.

Unité de vente identique sur le marché

L'enquêteur relève les prix de vente nécessaires et, la première visite du mois, achète une unité et effectue la pesée en bureau.

Unité de vente différente sur le marché

L'enquêteur achète l'unité sur le point de vente et pèse en bureau cette unité de vente (assiette, bidon, bol, boule, filet, paquet, panier, mesure, sac, morceau, tas, sachet, etc.)

3.5.7. FICHE DE RELEVES AUTRES POINTS DE VENTE : CAS DES MARCHES DE QUARTIER

Les prix des variétés homogènes O2 et O3 sont relevés dans certains points de ventes en dehors des grands marchés. Ces points de vente sont communément appelés marchés de quartier.

Variétés homogènes O2 et O3

Les variétés O2 et O3 sont achetées au moins une fois pour être pesées au bureau.

Pour l'ensemble des variétés homogènes O2 et O3, une fiche par point de vente et par jour de relevé est éditée par le service des prix des Instituts Nationaux de la Statistique.

Les fiches de relevés éditées comportent les informations du tableau ci-dessus.

Relevés des prix

A chaque relevé, l'enquêteur contrôle l'exactitude des informations pré-remplies.

Unité de vente identique sur le marché

L'enquêteur relève les prix de vente nécessaires et, la première visite du mois, achète une unité et effectue la pesée en bureau.

Unité de vente différente sur le marché

L'enquêteur achète l'unité sur le point de vente et pèse en bureau cette unité de vente (assiette, bidon, bol, boule, filet, paquet, panier, mesure, sac, morceau, tas, sachet, etc.).

3.6. COLLECTE DE PRODUITS PARTICULIERS

3.6.1. LES TARIFS

Il s'agit de :

- tarifs publics proprement dits (poste, transports publics, etc.)
- des prix réglementés (services médicaux publics)
- ou des prix faisant l'objet de catalogues ou de barèmes (prix de revue, etc.)

Ils présentent deux particularités :

- ils sont définis sans ambiguïté sur le domaine d'observation ;
- ils changent de prix à des dates annoncées à tous les consommateurs.

Exemples : services des eaux, de l'électricité, du téléphone fixe, transports collectifs, journaux et périodiques, etc.

Mode d'observation

La collecte des données est effectuée à partir des documents administratifs ou tarifaires mis à disposition, ou après consultation des organismes compétents.

On procède chaque mois à la vérification de la modification ou non du prix pratiqué.

Pour tenir compte des changements éventuels de qualité de ces biens et services, leurs définitions sont vérifiées mensuellement.

Les prix sont introduits dans l'indice en tenant compte de la date de chaque modification.

3.6.2. LES LOYERS

Seuls, les loyers réels des locataires sont pris en compte.

Les loyers fictifs des propriétaires occupants et les loyers fictifs des ménages logés gratuitement ou ne payant qu'un loyer réduit ne font pas partie du champ des indices harmonisés.

Le loyer comprend le paiement pour la consommation finale du ménage:

- de l'usage du terrain,

- de l'espace occupé et des installations fixes.

Mode d'observation

Auprès des ménages :

Il est retenu un échantillon d'au moins 150 logements. L'échantillon est reparti sur les différentes variétés retenues en fonction de leur poids en évitant d'avoir moins de 10 logements par variété. Les logements sont suivis auprès des ménages occupants, mais sont enquêtés, par rotation, une fois tous les 3 mois.

NB : le logement continue à être observé même après le déménagement du locataire.

Auprès des agences immobilières :

L'observation est complétée par l'étude des variations de loyers lors de changements d'occupants auprès d'agents immobiliers (agences immobilières gérant un portefeuille de logement ou intermédiaires sans portefeuille).

Des méthodes appropriées sont employées pour estimer les changements de prix dus au changement de qualité (du fait des réfections par exemple).

3.6.3. LES SERVICES DOMESTIQUES

Les services domestiques comprennent entre autre les services suivants:

- domestiques
- femmes de ménage
- cuisinières
- chauffeurs
- jardiniers
- gouvernantes
- baby-sitter, etc.

Mode d'observation

La collecte est effectuée directement auprès d'un panel de ménages.

Le salaire de la catégorie (ou des catégories) de personnel la plus proche de celle employée par la plus grande partie de la population est relevé.

Une description structurée de ces catégories établie donne des variétés. Ces descriptions incluent le type de logement habité par le ménage, la qualification du personnel, le quartier de résidence, etc.

La fréquence d'observation d'un ménage est trimestrielle par rotation. Pour un mois considéré, la variété est suivie auprès d'au moins trois types de logement.

Le nombre minimum de ménages suivis pour chaque variété est de 9.

3.6.4. LES BIENS D'OCCASION

Il existe dans tous les Etats un marché florissant de biens d'occasion de toute sorte : biens durables (voiture, motocyclette) et biens semi-durables.

Ces biens d'occasion sont, pour la plupart, importés et rentrent dans le champ théorique des indices des prix à la consommation.

Les biens d'occasion rentrant dans le champ de l'indice sont les biens d'occasion importés et ceux échangés entre les autres secteurs et le secteur ménage.

Couverture

Les biens d'occasion suivis dans le cadre de l'IHPC sont :

- les véhicules automobiles ;
- les matériels électroménagers ;
- le matériel de traitement de l'information ;
- les pièces de rechange et accessoires pour véhicules de tourisme (par exemple pneu d'occasion ou rechapé).

Exclusion

Les biens semi-durables d'occasion sont exclus du suivi sauf les pièces de rechange et accessoires pour véhicules de tourisme (par exemple pneu d'occasion ou rechapé).

Sont exclus, en raison de leur non-représentation ou des difficultés de suivi et des faibles montants en jeu, les biens d'occasion durables relevant des groupes suivants :

- gros outillage et matériel ;
- meubles et articles d'ameublement ;
- tapis et revêtements de sol divers ;
- appareils et matériels thérapeutiques ;
- matériel de réception, d'enregistrement et de reproduction du son et de l'image ;
- matériel de téléphonie et de télécopie ;
- matériel photographique et cinématographique et appareils optiques ;
- motocyclette et bicyclettes ;
- instruments de musique et biens durables destinés aux loisirs d'intérieur ;
- biens durables pour loisirs de plein air ;
- articles de bijouterie et horlogerie.

Coefficients de pondération

Les dépenses sur les biens d'occasion sont prises nettes des reventes des ménages.

La formule de calcul de la dépense consacrée à un bien d'occasion (tout confondu) sur la période de référence des pondérations sera :

Dépenses totales des ménages pour les achats du bien d'occasion

-

Dépenses des ménages pour les achats directs à d'autres ménages

-

Valeur des recettes des ménages pour les ventes directes à d'autres secteurs.

Mode d'observation

Il est fait l'hypothèse que les biens durables et semi-durables suivis arrivent en groupes ou sous-groupes relativement homogènes selon les marques, références, année de sortie du modèle, etc.

Au moins 5 points d'observation sont définis pour chaque variété suivie.

Chaque point d'observation est visité au moins deux fois par mois.

Classement et méthode de calcul des indices élémentaires

Les variétés définies pour les produits d'occasion sont traitées comme des variétés hétérogènes.

3.6.5. LES SERVICES D'ASSURANCES

Principe et définition

La prime d'assurance couvre en principe les remboursements en cas de sinistre et la constitution éventuelle d'une garantie financière pour l'assuré. Le solde entre masse des prix reçues d'une part et remboursements des sinistres et garantie financière d'autre part, couvre en principe les frais de gestion, c'est-à-dire le coût du service rendu aux assurés.

Ce solde consiste en une rémunération de service qui devrait être couverte par l'IHPC.

Les deux (ou trois) composantes ne sont toutefois pas répertoriées séparément. Les assurances considérées dans l'IHPC sont celles qui sont contractées directement par les ménages et excluent celles qui sont le fait des employeurs ou d'autres organismes.

Couverture

Les services d'assurance couverts par l'indice incluent les services d'assurances suivants:

- assurances transport ;
- assurances maladie non obligatoires ;
- assurances habitation.

Coefficients de pondération

Les dépenses d'assurances considérées pour le calcul des coefficients de pondération sont les dépenses nettes des primes reçues.

La formule de calcul de la dépense consacrée aux services d'assurances sur la période de référence des pondérations sera :

$$\text{PT-VR}$$

Où PT est primes totales versées par le secteur des ménages aux sociétés d'assurance et

VR, la valeur des remboursements reçus par le secteur des ménages au titre de l'assurance concernée.

Mode d'observation

Les prix observés sont les primes brutes (supposées évoluer comme le prix des services d'assurances auxquelles elles se rapportent).

On suit les produits des sociétés d'assurance à risque individuel constant, c'est à dire que le risque couvert reste le même dans le temps.

Les observations se font auprès d'un échantillon de sociétés d'assurance et des courtiers en assurance, une fois par mois.

Classement et méthode de calcul des indices élémentaires

Les variétés définies pour les primes d'assurances sont classées et traitées comme des variétés hétérogènes.

3.6.6. LES JEUX DE HASARD

Principe et définition

Une fraction des sommes versées en paiement des jeux de hasard constitue un transfert courant à la réserve sur laquelle les gagnants sont payés et le solde est une commission de service implicite (relevant des dépenses de consommation).

Les deux composantes ne sont toutefois pas répertoriées séparément.

Couverture

Les jeux de hasard suivis dans le cadre de l'indice incluent les jeux de hasard organisés de manière permanente par les entreprises spécialisées (PMU, loterie nationale, etc.).

Exclusion

Sont exclus du suivi de l'indice, en raison de leur faible poids dans la consommation des ménages du champ de l'indice et des difficultés de suivi, les jeux de société donnant lieu à paiement, les jeux de carte, etc.

Coefficients de pondération

Les dépenses des jeux de hasard considérées pour le calcul des coefficients de pondération sont les dépenses nettes des gains reçus.

La formule de calcul de la dépense consacrée aux jeux de hasard sur la période de référence des pondérations sera :

$$\mathbf{MT-VG}$$

Où MT est le montant total des dépenses effectuées par le secteur des ménages dans les jeux de hasard,

VG est la valeur des gains reçus par le secteur des ménages au titre des jeux de hasard.

Mode d'observation

Les prix observés sont les mises brutes.

On suit les produits à gain individuel constant, c'est à dire que l'espérance de gain et les montants des gains restent le même dans le temps.

Les observations se font auprès d'un échantillon de sociétés de jeux, une fois par mois.

Classement et méthode de calcul des indices élémentaires

Les variétés définies pour les jeux de hasard sont classées comme des variétés hétérogènes.

3.7. MODIFICATIONS DU PANIER

3.7.1. PRODUITS MANQUANTS

Variétés hétérogènes et homogènes

Un produit est considéré comme "manquant", dans un point de vente donné, dans les deux cas suivants :

- il y a abandon définitif de la vente du produit,
- il y a une rupture temporaire du stock du produit.

Principe de traitement

Pour le calcul des indices des prix le nombre de séries pour une variété doit être rigoureusement constant d'un mois au suivant.

Règle

• **Abandon de la fabrication ou de la vente d'un produit de façon définitive** :

L'enquêteur signale la disparition du produit au responsable du service et propose si possible un produit de remplacement,

• **Rupture temporaire de stock :**

- Aucun prix n'est relevé lors du passage de l'enquêteur sur la fiche de relevés,
- Si la rupture temporaire de stock est très récente (la veille du jour de relevé), l'agent enquêteur relève le prix du dernier jour de disponibilité du produit.

Si ce défaut d'approvisionnement est constaté plus de deux mois consécutifs, la règle de remplacement adéquate est appliquée lors du troisième mois d'absence. Le responsable du service décide du choix de la méthode de traitement la plus adaptée au cas à traiter.

3.7.2. REMPLACEMENT D'UN PRODUIT ELEMENTAIRE:

Choix du produit élémentaire

Un produit élémentaire doit être remplacé lorsque :

- L'approvisionnement du produit est abandonné définitivement dans le point de vente considéré ;
- Le produit manque durant trois mois consécutifs ;
- Sur dix observations consécutives, le produit manque plus de cinq fois sur le même point de vente.

Règle

Le produit remplaçant doit être un produit bien vendu aussi proche que possible du produit qu'il remplace.

Il est :

- Un produit équivalent dans le même point de vente,
- à défaut, le même produit ou un équivalent dans un autre point de vente du même type,
- à défaut, le même produit ou un équivalent dans un point de vente d'un autre type,
- à défaut, un produit différent dans le même point de vente,
- à défaut, un produit différent dans un autre point de vente.

VARIETE HETEROGENE : CAS N°1

Hypothèse

Le produit élémentaire peut être remplacé par un produit suffisamment proche.

Règle de calcul

Le prix de base du nouveau produit est considéré comme égal au prix de base de l'ancien produit.

VARIETE HETEROGENE : CAS N°2

Hypothèses

- Le produit à remplacer appartient à une variété hétérogène,
- Le produit de remplacement n'est pas jugé suffisamment proche de l'ancien,
- La proportionnalité du prix à une caractéristique quantitative du produit a pu être établie.

Un prix de base pour le nouveau produit doit être déterminé.

Règle de calcul

La méthode dite de la " variable privilégiée ", est appliquée pour calculer le prix fictif du nouveau produit à la période de base.

Le prix de base du nouveau produit est calculé en tenant compte de la proportionnalité admise, de la façon suivante :

Valeur de la variable privilégiée

$$Pf = Pr \times \frac{PaxVPn}{VPa}$$

Pf : Prix fictif du nouveau produit à la période de base

Pr : Prix réel du nouveau produit à la période de base

VPn : Valeur de la variable privilégiée du nouveau produit

VPa : Valeur de la variable privilégiée de l'ancien produit.

VARIETE HETEROGENE : CAS N°3

Hypothèses

- Le produit à remplacer appartient à une variété hétérogène,
- Le produit de remplacement n'est pas jugé suffisamment proche de l'ancien,
- Les produits de cette variété peuvent être classés en groupes "homogènes" en utilisant les caractéristiques de ces produits, de telle façon que les prix des produits d'un même groupe soient voisins,

Un prix de base doit être déterminé pour le nouveau produit.

Règle de calcul

Pour calculer le prix fictif du nouveau produit à la période de base, la méthode dite " des classes d'équivalence " est appliquée.

Le prix de base du nouveau produit est considéré comme égal au prix moyen de base des produits de la classe à laquelle appartient le nouveau produit.

$$Pf = PMr$$

Pf : Prix fictif du nouveau produit à la période de base

PMr : Prix Moyen réel des produits de la même classe à la période de base.

VARIETE HETEROGENE : CAS N°4

Hypothèses

- Le produit à remplacer appartient à une variété hétérogène,
- Le produit de remplacement n'est pas jugé suffisamment proche de l'ancien,
- La hausse des prix, depuis la période de base, de l'ancien produit peut s'appliquer au nouveau produit, et il n'y a pas de classement de prix entre le mois précédent et le mois en cours.

Un prix de base doit être déterminé pour le nouveau produit.

Règle de calcul

Pour calculer le prix fictif du nouveau produit à la période de base, la méthode dite « décentralisée » est appliquée.

Le prix fictif à la période de base du nouveau produit est calculé en enchaînant les variations du nouveau produit à celles de l'ancien produit, en négligeant la variation inconnue due uniquement à la substitution :

$$Pf = Pr \frac{Pn}{Dp} \text{ avec:}$$

Pf : Prix Fictif du nouveau produit à la période de base

Pr : Prix Réel de l'ancien produit à la période de base

Pn : Prix du nouveau produit

Dp : Dernier Prix de l'ancien produit.

VARIETE HETEROGENE : CAS N°5

Hypothèses

- Le produit à remplacer appartient à une variété hétérogène,
- Le produit de remplacement n'est pas jugé suffisamment proche de l'ancien,

Les méthodes précédentes ne sont pas jugées suffisamment adaptées.

Un prix de base doit être déterminé pour le nouveau produit.

Règles de calcul

Le responsable du service déterminera la méthode permettant d'obtenir le prix de base fictif. Par exemple il pourra utiliser les méthodes économétriques.

Le manuel sur la gestion de l'indice donne des indications détaillées sur les méthodes qui pourraient être employées.

3.7.3. APPARITION DE BIENS ET SERVICES NOUVEAUX

Des biens et services nouveaux apparaissent en permanence dans la consommation des ménages.

Pour conserver aux indices des prix harmonisés leur caractère de représentativité de la consommation des ménages, des biens et des services nouveaux sont introduits dans les paniers.

Ceci se traduit par l'introduction d'une nouvelle variété.

Un prix de base doit être déterminé pour une variété homogène ou pour chaque produit élémentaire de la variété hétérogène.

On s'assure que l'introduction du nouveau produit ne perturbe pas, au moment de son introduction, le niveau de l'indice du poste auquel il est introduit.

Pondération

On définit la pondération dans le poste de la nouvelle variété en fonction des sources diverses.

La pondération restante du poste est répartie entre les variétés anciennes selon la répartition ancienne entre ces variétés.

Règle de calcul

• Date d'introduction du bien ou du service dans le panier :

La nouvelle variété est introduite dans le panier de consommation quand sa diffusion est suffisamment importante sur le marché.

• Calcul du prix de base fictif :

La méthode dite " décentralisée " est appliquée pour le calcul du prix de base fictif de la nouvelle variété dans le panier,

On postule que, si la nouvelle variété avait existé à la période de base, son indice aurait évolué comme celui du poste dans lequel elle est introduite.

VARIETE HOMOGENE

$$Pf = \frac{Pm}{Di} \text{ avec}$$

Pf est le PRIX FICTIF de la nouvelle variété à la période de base,

Pm est le Prix moyen de la nouvelle variété et

Di est le Dernier indice du poste.

VARIETE HETEROGENE

$$Pf = \frac{Pe}{Di}$$

Pf est le PRIX FICTIF d'une série de la nouvelle variété à la période de base,
Pe est le prix du produit élémentaire de la nouvelle variété et
Di est le Dernier indice du poste

3.7.4. REMPLACEMENT, SUPPRESSION, CREATION DE PRODUITS ELEMENTAIRES

PONDERATIONS : variété hétérogène ou homogène

Remplacement d'un produit élémentaire

La pondération de la série remplaçante est égale à la pondération de la série remplacée.

Le prix de base de la variété homogène n'est pas modifié.

Généralement, le prix de base de la série (variété hétérogène) est calculé à l'aide du dernier indice connu de la série remplacée.

Suppression d'un produit élémentaire sans remplacement

La pondération de la série remplacée est répartie entre les autres séries de la variété dans les points de vente de même type (ou de la même catégorie).

La somme des pondérations des séries restantes doit rester égale à la pondération de la variété.

Les prix de base des séries restantes (variétés hétérogènes) ou de la variété ne sont pas modifiés.

Création d'un produit élémentaire

La pondération de la nouvelle série provient des pondérations des séries appartenant à la même variété dans les points de vente de même type (ou de la même catégorie).

La somme des pondérations de l'ensemble des séries doit rester égale à la pondération de la variété.

Le prix de base de la variété homogène n'est pas modifié. Le prix de base de la nouvelle série (variété hétérogène) est calculé à l'aide du dernier indice connu de la variété.

3.7.5. REMPLACEMENT, SUPPRESSION, CREATION DE VARIETES

PONDERATIONS : variété hétérogène ou homogène

Remplacement d'une variété

La pondération de la variété remplaçante est égale à la pondération de la variété remplacée.

Les pondérations des séries de la variété remplaçante doivent être déterminées en tenant compte des séries remplacées.

Le prix de base de la variété homogène est égal au prix moyen de la nouvelle variété divisé par le dernier indice connu de la variété remplacée.

Le prix de base d'une série d'une variété remplaçante (variété hétérogène) est égal au prix observé de la série divisé par le dernier indice connu de la variété remplacée.

Suppression d'une variété

La pondération de la variété remplacée est répartie entre les autres variétés du poste.

Dans une variété, la pondération supplémentaire est répartie proportionnellement entre les séries la composant.

La somme des pondérations des variétés restantes doit rester égale à la pondération du poste.

Création d'une variété

La pondération de la nouvelle variété provient des pondérations des variétés appartenant au même poste. La pondération de la nouvelle variété est répartie entre les séries la composant.

Les pondérations des anciennes variétés sont diminuées proportionnellement à leurs anciennes pondérations. A l'intérieur d'une variété, la pondération retirée se fait proportionnellement pour chaque série composant la variété.

La somme des pondérations de l'ensemble des variétés doit rester égale à la pondération du poste.

Le prix de base de la variété homogène est égal au prix moyen de la nouvelle variété divisé par le dernier indice connu du poste.

Le prix de base d'une série d'une variété remplaçante (variété hétérogène) est égal au prix observé de la série divisé par le dernier indice connu du poste.

CHAPITRE 4 : CONTROLE DES DONNEES

4.1. LE CONTROLE D'EXHAUSTIVITE DES PRIX

4.1.1. VARIETES HETEROGENES

Objet

Après un contrôle manuel des questionnaires, le contrôle informatique d'exhaustivité a pour but de repérer l'ensemble des informations manquantes.

Au niveau des prix, différents statuts d'un prix sont donnés par les agents enquêteurs:

- observation normale (statut N),
- absence temporaire du produit (statut T),
- absence définitive du produit (statut D),
- manquement dû à un problème de collecte (statut E),
- consultation (Co).

A ces statuts s'ajoute,

- instance de remplacement (I).

Gestion des prix manquants

Quand le statut est T :

- si les deux mois précédents le statut n'était pas T, on estime le prix par des méthodes appropriées à la situation constatée,
- si les deux mois précédents le statut était T, la série est mise en instance de remplacement (statut I). La série est alors désactivée et une nouvelle série est créée.

Quand le statut est D : la série est désactivée et une nouvelle série est créée.

Quand le statut est E : on estime le prix par des méthodes appropriées à la situation constatée.

Quand le statut est Co : le chef de bureau des prix prend la décision adéquate, en fonction des circonstances.

Gestion des séries défailtantes

Lorsque, sur les 9 dernières observations consécutives, il y a 4 absences temporaires de prix et que, sur le mois en cours, le statut des prix est T, le statut des prix est transformé en I.

Lorsqu'une disparition d'une variété est connue à l'avance, le produit est classé en I.

Les séries dont le statut des prix est D ou I sont éditées pour être remplacées.

Les séries dont le statut des prix est I continuent à être actives jusqu'à ce que le remplacement soit effectué.

Méthode de gestion des prix manquants

Pour estimer le prix manquant, on a le choix entre deux méthodes : la méthode d'estimation itérative ou la méthode exogène.

Méthode d'estimation itérative :

- **M1** : l'évolution moyenne du même mois par rapport au mois précédent des autres séries (hors les prix estimés) de la variété dans le même type de point de vente est appliquée à la série manquante ;
- **M2** : l'évolution moyenne du même mois par rapport au mois précédent des autres séries de la variété (tout type de point de vente confondu, hors les prix estimé) est appliquée à la série manquante ;
- **M3** : l'évolution moyenne du même mois par rapport au mois précédent des autres variétés du poste est appliquée à la série manquante.

Si la M1 n'est pas possible, la M2 est sélectionnée.

Si la M1 et la M2 ne sont pas possibles, la M3 est sélectionnée.

Méthode exogène :

Un prix est déterminé de manière exogène par le responsable du service.

4.1.2. VARIETES HOMOGENES

Objet

Après un contrôle manuel des questionnaires, le contrôle informatique d'exhaustivité a pour but de repérer l'ensemble des informations manquantes.

Au niveau des prix, différents statuts d'un prix sont donnés par les agents enquêteurs:

- observation normale (statut N),
- absence temporaire du produit (statut T),
- absence définitive du produit (statut D),
- manquement dû à un problème de collecte (statut E),
- consultation (Co).

A ces statuts s'ajoute,

- instance de remplacement (I).

Méthode de gestion des prix manquants

Pour estimer le prix manquant, on a le choix entre deux méthodes : la méthode d'estimation itérative ou la méthode exogène.

Méthode d'estimation itérative :

- **M1** : Le prix manquant est remplacé par le prix moyen unitaire des relevés de prix des points de vente de même type du même jour,

- **M2** : S'il n'y a pas de relevé de prix sur les points de vente de même type du même jour, le prix manquant est remplacé par le prix moyen unitaire des relevés de prix du point de vente de même type de la même semaine,
- **M3** : S'il n'y a pas de relevé de prix sur les points de vente de même type du même jour, le prix manquant est remplacé par le prix moyen unitaire des relevés de prix des autres types de point de vente de la même semaine,
- **M4** : S'il n'y a pas de relevé de prix sur les points de vente de la même semaine, le prix manquant est remplacé par le prix moyen unitaire des relevés de prix du point de vente du même mois,
- **M5** : S'il n'y a pas de relevé de prix sur le point de vente le même mois, le prix manquant est remplacé par le prix moyen unitaire des relevés de prix du point de vente de même type du même mois,
- **M6** : S'il n'y a pas de relevé de prix sur le point de vente de même type le même mois, le prix manquant est remplacé par le prix moyen unitaire des relevés de prix des autres points de vente du mois,
- **M7** : S'il n'y a pas de relevé de prix sur l'ensemble des points de vente durant le mois, le prix manquant est remplacé par le prix moyen unitaire de la variété du mois précédent.

Méthode exogène :

Le prix manquant est remplacé par un prix calculé à partir de données exogènes.

Choix de la méthode

Le Chef du Service des prix est responsable du choix de la méthode.

Mais quoi qu'il en soit, la méthode 1 est préférable à moins de disposer d'informations exogènes précises.

Dans tous les cas, la reconduction des prix du mois précédent doit être le dernier recours.

4.2. LE CONTROLE D'EXHAUSTIVITE DES QUANTITES

4.2.1. VARIETES HOMOGENES

Objet

Après un contrôle manuel des questionnaires, le contrôle informatique d'exhaustivité a pour but de repérer l'ensemble des informations manquantes.

Au niveau des poids, les différents statuts d'un poids sont :

- observation normale (statut N),
- manquement dû à un problème de collecte (statut E).

A ces statuts s'ajoute,

- quantité non usuelle (U).

Gestion des quantités manquantes

Variétés de type O2

La quantité manquante est remplacée par la quantité de l'unité de vente du même point de vente du mois précédent.

Variétés de type O3

- Méthode 1

La quantité manquante est remplacée par la quantité moyenne des relevés de quantité des points de vente du même jour,

- s'il n'y a pas de relevé de quantité sur les points de vente du même jour, la quantité manquante est remplacée par la quantité moyenne des relevés de quantité des points de vente de la même semaine,
- s'il n'y a pas de relevé de quantité sur les points de vente du même jour, la quantité manquante est remplacée par la quantité moyenne des relevés de quantité des points de vente de la même semaine,
- s'il n'y a pas de relevé de quantité sur les points de vente la même semaine, la quantité manquante est remplacée par la quantité moyenne des relevés de quantité des autres points de vente du mois,
- s'il n'y a pas de relevé de quantité sur l'ensemble des points de vente durant le mois, la quantité manquante est remplacée par la quantité moyenne de la variété du mois précédent.

- Méthode 2

La quantité manquante est remplacée par une quantité calculée à partir de données exogènes.

Choix de la méthode

Le Chef du Service des prix est responsable du choix de la méthode.

La méthode 1 est préférable à moins de disposer d'informations exogènes précises.

Gestion des quantités non usuelles

Les séries dont le statut des quantités est U sont éditées pour être contrôlées.

4.3. LE CONTROLE DE COHERENCE DES PRIX

Le contrôle de cohérence des prix des variétés hétérogènes et homogènes se base sur le même objet, la même procédure et le même choix de la méthode sauf que les méthodes en elles-mêmes diffèrent d'une variété à l'autre.

Objet

Le contrôle informatique de cohérence a pour but :

- de repérer l'ensemble des données aberrantes, souvent suite à une mauvaise collecte des données ou à une mauvaise saisie des données,
- de procéder à un traitement spécifique des données aberrantes.

Procédure

Une fourchette d'évolution mensuelle possible du prix d'une série est définie pour chaque variété. Le pourcentage minimum est négatif (prix en baisse) et le pourcentage maximum est positif (prix en hausse).

L'évolution mensuelle du prix de la série est égale au rapport du prix du mois en cours sur celui du prix du mois précédent.

Si le prix est hors fourchette :

- on peut le conserver en le justifiant à l'aide des codes suivants :
- | | |
|--|---------------------------|
| C : changement de tarif, | H : hausse normale |
| B : baisse normale, | S : solde |
| R : sortie de solde ou retour à un prix normal, | CO : Consultation. |
- on peut le modifier suivant diverses méthodes.

Choix de la méthode

Le Chef du Service des prix est responsable du choix de la méthode au vu de la qualité des données utilisées pour les estimations.

Si la méthode 1 n'est pas possible, la méthode 2 est sélectionnée.

Si les méthodes 1 et 2 ne sont pas possibles, la méthode 3 est sélectionnée.

Gestion des prix aberrants à remplacer

Variétés hétérogène

- Méthode 1 : Le nouveau prix est estimé à partir de données exogènes.

- Méthode 2 : Le nouveau prix est estimé à partir de l'évolution mensuelle d'une ou plusieurs séries.
- Méthode 3 : Le nouveau prix est égal au prix du mois précédent.

Variétés homogènes de type o1

- Méthode 1 : Le nouveau prix est égal au prix moyen de la série du jour (ou semaine ou mois) en cours dans les points de vente du même type ou de la même catégorie, le ou les prix hors fourchette étant exclus.
- Méthode 2 : Le nouveau prix est estimé à partir de données exogènes.
- Méthode 3 : Le nouveau prix est égal au prix moyen de la série du mois précédent (moyenne mensuelle des prix du marché correspondant).

Variétés homogènes de type O2 et O3

- *Méthode 1* : Le nouveau prix unitaire est égal au prix unitaire moyen de la série du jour (ou semaine ou mois) en cours dans les points de vente du même type ou de la même catégorie, le ou les prix hors fourchette étant exclus.
- *Méthode 2* : Le nouveau prix unitaire est obtenu en appliquant au prix unitaire moyen de la série du mois précédent, le ou les prix hors fourchette étant exclus, la même évolution que celle des prix des autres séries de la même variété.
- *Méthode 3* : Le nouveau prix unitaire est estimé à partir de données exogènes.
- *Méthode 4* : Le nouveau prix unitaire est égal au prix unitaire moyen de la série du mois précédent (moyenne mensuelle des prix du marché correspondant).

Ici outre les autres conditions sur les trois première méthodes, si les méthodes 1, 2 et 3 ne sont pas possibles, la méthode 4 est sélectionnée.

NB : D'autres procédures de contrôle sont définies dans le manuel du gestionnaire de l'indice pour les types O2 et O3. Ces méthodes font appel à un ensemble de données concernant notamment plusieurs variétés ou plusieurs mois.

4.4. LE CONTROLE INFORMATIQUE DE LA QUALITE DE LA COLLECTE

Objet

Le contrôle informatique de la réalisation de la collecte a pour but de repérer l'ensemble des séries qui :

- subissent des variations mensuelles très fortes ;
- ou qui sont stables sur un certain nombre de périodes d'observations ; afin d'alerter les responsables de la production de l'indice sur d'éventuels défauts de collecte, d'échantillonnage et de changement de qualité non signalés par les agents enquêteurs.

Procédure

Le contrôle informatique de la réalisation de la collecte a pour but de repérer l'ensemble des séries qui :

- subissent des variations mensuelles très fortes ;
- ou qui sont stables sur un certain nombre de périodes d'observations ; afin d'alerter les responsables de la production de l'indice sur d'éventuels défauts de collecte, d'échantillonnage et de changement de qualité non signalés par les agents enquêteurs.

Une période d'observation est définie pour chaque produit élémentaire. Des indicateurs de dispersion sont définis comme le coefficient de variation (rapport entre écart-type et prix unitaire moyen) ainsi qu'une fourchette d'évolution mensuelle possible de cet indicateur de dispersion.

- Si le coefficient de variation est nul sur la durée de la période d'observation définie
 - on peut le conserver en le justifiant à l'aide des codes suivants :
CT : tarif
CN : stabilité normale
 - ou alors on choisit le code CD : descente sur le terrain à faire le mois suivant.

On demande à l'agent contrôleur de vérifier et, le cas échéant, de confirmer la description du produit pour s'assurer qu'il n'y a pas eu de changement de qualité non répercuté sur les prix.

- Si le coefficient de variation, calculé à partir des données moyennes mensuelles est hors fourchette ou relativement trop élevé :
 - on peut le conserver en le justifiant à l'aide des codes suivants :
CTT : changement de tarif
CNN : instabilité normale
 - ou alors on choisit le code CDD : descente sur le terrain à faire le mois suivant.

on peut demander au superviseur de revérifier et le cas échéant de confirmer la description du produit pour s'assurer qu'il n'y a pas eu de changement de produits dû à un changement de qualité non signalé par l'agent enquêteur.

- Si non, on choisit le code CCF. On procède alors à l'augmentation du nombre de relevés de cette variété au mois de décembre de l'année en cours.

4.5. LE CONTROLE INFORMATIQUE DE SUIVI DE LA QUALITE DE LA GESTION DE L'INDICE

Objet

Le contrôle informatique de la réalisation de la collecte a pour but de repérer et de suivre l'ensemble des tâches qui doivent être exécutés:

- Les produits élémentaires qui devraient être remplacées et qui ne l'ont pas été ;
- Les points de vente défaillants qui n'ont pas encore été remplacés.

Une liste de ces produits élémentaires et points de vente est dressée.

Il est anormal de ne pas pouvoir relever un seul prix sur une longue période. Ce contrôle est conçu pour alerter les responsables de la production de l'indice sur d'éventuels défauts de collecte signalés par les agents enquêteurs mais non mis en œuvre par le service.

Procédure

La procédure part des règles de remplacement de variétés et de points de vente.

- si le délai pour remplacer un point de vente ou une variété est dépassé, l'application indexe les variétés et ou les points de vente correspondants par « dépassement de délai » (DD)
- une liste de produits élémentaires dont les prix n'ont pas été collectés est constituée.

Cette liste indique les produits pour lesquels il n'y a pas eu de prix relevés pendant les 4, 5, 9, 13 derniers mois. La liste est constituée par agent enquêteur.

Le responsable du service demande alors une descente sur le terrain afin de procéder immédiatement au remplacement adéquat du produit ou du point de vente.

Cette procédure est à exécuter chaque début de mois.

Chapitre 5 : CALCUL DES INDICES

5.1. CALCUL DES INDICES ELEMENTAIRES

5.1.1. BASE DE CALCUL

Au Togo, les indices harmonisés des prix à la consommation sont calculés mensuellement.

La période de base des indices harmonisés des pays de l'UEMOA est constituée par la période allant du 1^{er} janvier au 31 décembre 2008.

5.1.2. INDICE ELEMENTAIRE

Deux cas se présentent lors du calcul d'un indice élémentaire d'une variété :

- La variété est **homogène**, l'indice de la variété est égal au rapport des prix moyens unitaires des séries observées dans cette variété :

$$I_{t/0}^i = \frac{\sum_j P_{ij}^t}{\sum_j P_{ij}^0}$$

où P_{ij}^t est le prix unitaire de la série j de la variété i pour la période t

- La variété est **hétérogène**, l'indice de la variété est égal au rapport des moyennes géométriques des prix de chaque série représentant la variété.

$$I_{t/0}^i = \frac{\prod (p_{ij}^t)^{w_{ij}}}{\prod (p_{ij}^0)^{w_{ij}}} = \prod \left(\frac{p_{ij}^t}{p_{ij}^0} \right)^{w_{ij}}$$

Où w_{ij} est la pondération de la série j de la variété i

$$I_{t/0}^i = \frac{[\prod (p_{ij}^t)]^{\frac{1}{n}}}{[\prod (p_{ij}^0)]^{\frac{1}{n}}} = \prod \left(\frac{p_{ij}^t}{p_{ij}^0} \right)^{\frac{1}{n}}$$

Où n est le nombre des séries observées de la variété i dans le cas où les séries sont équipondérées

REMARQUE

On peut calculer l'indice élémentaire d'un type ou d'une catégorie de point de vente en ne retenant que les seules observations réalisées dans les points de vente du type ou de la catégorie.

5.2. CALCUL DES INDICES PARTICULIERS

5.2.1. PRODUITS SAISONNIERS

Certains produits alimentaires de nature périssable présentent un caractère saisonnier marqué, qui affecte non seulement les prix proposés, mais aussi les quantités offertes.

Dix postes de consommation sont concernés par ce type de produits :

- 1.1.3.1 Poissons frais
- 1.1.3.2 Autres produits frais de la mer ou de fleuve
- 1.1.6.1 Agrumes
- 1.1.6.2 Autres fruits frais
- 1.1.6.3 Fruits secs et noix
- 1.1.7.1 Légumes frais en fruits ou racine frais
- 1.1.7.2 Légumes frais en feuilles
- 1.1.7.3 Légumes secs et oléagineux
- 1.1.7.4 Tubercules et plantain
- 1.1.7.5 Autres produits à base de tubercules et de plantain

LES VARIETES DES PRODUITS SAISONNIERS SONT CONSIDEREES COMME HOMOGENES.

La répartition mensuelle de la consommation des variétés du poste est connue. En effet, pour un mois donné, la pondération d'un poste est toujours fixe. Ainsi, la pondération d'un produit saisonnier absent au cours d'un mois, est répartie sur celle des produits présents du même poste suivant le calendrier de présence défini lors de l'enquête sur les dépenses des ménages effectuée en 2008.

REGLE

Le calcul de l'indice d'un poste saisonnier s'effectue en deux étapes :

- Etape 1 : Calcul du prix moyen d'une variété du poste pour un mois donné, moyenne arithmétique des prix des séries composant la variété.
- Etape 2 : Calcul de l'indice d'un poste saisonnier pour un mois donné, moyenne géométrique des indices élémentaires des variétés du poste.

Les pondérations mensuelles affectées à chaque variété correspondent aux dépenses de consommations mensuelles de l'année de base.

$$I_{t/0}^P = \frac{\prod (p_i^t)^{w_{iP}^{t/0}}}{\prod (p_i^0)^{w_{iP}^{t/0}}} = \prod \left(\frac{p_i^t}{p_i^0} \right)^{w_{iP}^{t/0}}$$

Avec $I_{t/0}^P$ Indice d'un poste saisonnier au mois t

p_i^t : Prix moyen d'une variété i le mois t

p_i^0 : Prix moyen d'une variété i à l'année de base 0

$w_{iP}^{t/0}$: Part de la dépense de la variété i dans la dépense du poste P pour le mois considéré t à la période initiale.

5.2.2. PRODUITS A PRIX SAISONNIERS

Les prix de certains produits présentent un caractère saisonnier marqué, qui affecte les quantités consommées dans le temps.

Deux postes de consommation sont concernés par ce type de produits :

1.1.1.1 Céréales non transformées

1.1.3.3 Poissons et autres produits séchés ou fumés

*LES VARIETES DES PRODUITS A PRIX SAISONNIERS SONT CONSIDERES COMME **HOMOGENES**.*

REGLE

Le calcul de l'indice d'un poste à prix saisonniers s'effectue en deux étapes :

- Etape 1 : Calcul du prix moyen de la variété pour un mois donné, moyenne arithmétique des prix des séries composant la variété.
- Etape 2 : Calcul de l'indice d'un poste saisonnier pour un mois donné, moyenne géométrique des indices élémentaires des variétés du poste.

$$I_{t/0}^P = \frac{\prod (p_i^t)^{w_{iP}^0}}{\prod (p_i^0)^{w_{iP}^0}} = \prod \left(\frac{p_i^t}{p_i^0} \right)^{w_{iP}^0}$$

Avec $I_{t/0}^P$ Indice d'un poste saisonnier au mois t

p_i^t : Prix moyen d'une variété i le mois t

p_i^0 : Prix moyen d'une variété i à l'année de base 0

w_{iP}^0 : Part de la dépense de la variété i dans la dépense du poste P au cours de l'année de base

5.2.3. LES TARIFS

Le calcul tient compte des durées respectives de l'ancien et du nouveau tarif (calcul dit *prorata temporis*).

Si le changement de tarif s'effectue le jour j d'un mois de n jours,
 Si P1 et P2 sont les prix avant et après le changement, le prix Pm pour le mois m donné est égal à :

$$P_m = \left(\frac{1}{n}\right) \times (j \times P_1 + (n - j) \times P_2)$$

Le calcul de l'indice élémentaire se rapporte à la formule F11

5.2.4. LES LOYERS

Soit N le nombre d'observations obtenues sur une variété (logement changeant d'occupant) le mois t. L'indice du mois t par rapport au mois t-1 est obtenu comme moyenne géométrique des indices du mois t par rapport au mois t-1 des observations.

$$I_c^{t/t-1} = \frac{\prod_i (p_i^t)^{\frac{1}{N}}}{\prod_i (p_i^{t-1})^{\frac{1}{N}}} = \prod_i \left(\frac{p_i^t}{p_i^{t-1}} \right)^{\frac{1}{N}}, i = 1, 2, \dots, N$$

L'indice du mois t par rapport à la période de base de cette variété est obtenu par chaînage

$$I_c^{t/0} = I^{t-1/0} \times I^{t/t-1}$$

NB :

L'indice de la variété logement correspondante est obtenu comme moyenne arithmétique pondérée des indices à base fixe de la variété –logement changeant d'occupant et variété – logement fixe.

5.2.5. CALCUL DES INDICES AGREGEGES

INDICE GLOBAL

Le calcul de l'indice harmonisé des prix à la consommation du Togo se base sur les principes suivants :

- La période de référence des pondérations est l'année 2008
- Les indices harmonisés sont des indices de type **LASPEYRES** des indices élémentaires des variétés ou dans des cas particuliers des postes :

$$I_{t/0} = \sum_i w_{i0} I_{t/0}^i$$

Où w_{i0} est la part de la dépense de la variété i dans la dépense globale des ménages à la période de référence des pondérations.

$\sum_i w_{i0} = 1$ Et $I_{t/0}^i$ représente l'indice élémentaire correspondant.

INDICES DES REGROUPEMENTS

Les indices des regroupements sont les indices des postes, des sous-groupes, des groupes et des fonctions de la NCOA-IHPC.

Tous les indices des regroupements sont des indices de LASPEYRES des indices de niveau inférieur. Par exemple, l'indice d'un sous-groupe $I_{SG}^{t/0}$ est une moyenne pondérée des indices des postes I_{pj} :

$$I_{SG}^{t/0} = \frac{1}{\sum_j w_{j0}} \sum_j w_{j0} I_{pj}^{t/0}$$

Où w_{j0} est la part de la dépense consacrée au poste j dans la dépense globale des ménages à la période de référence des pondérations.

5.2.6. CALCUL DES INDICES D'INFLATION SOUS-JACENTE

L'indice d'inflation sous-jacente est l'indice hors énergie et produits frais.

5.3. CALCUL DES AUTRES INDICATEURS

5.3.1. CALCUL DES INDICES ANNUELS

Les indices annuels sont principalement utilisés dans le cadre de la surveillance multilatérale et dans l'analyse économique, en particulier lors de l'élaboration des comptes nationaux.

PROCEDURE DE CALCUL

L'indice global est obtenu en effectuant la moyenne arithmétique simple des indices globaux mensuels sur l'année.

Pour tout regroupement de la NCOA-IHPC (poste, sous-groupe, groupe, fonction), l'indice annuel est obtenu en effectuant la moyenne arithmétique simple des indices mensuels des regroupements.

Pour tout regroupement d'une nomenclature secondaire, l'indice annuel est obtenu en effectuant la moyenne arithmétique simple des indices mensuels des regroupements.

Pour chaque mois, le taux d'inflation en moyenne annuelle est obtenu comme le rapport entre l'indice moyen des douze derniers mois sur l'indice des douze mois précédents.

En fin d'année (décembre), ce ratio correspond au taux d'inflation moyen annuel du critère de convergence.

5.3.2. CALCUL DES VARIATIONS DES INDICES

Les calculs des variations des indices sont principalement utilisés pour faciliter l'analyse conjoncturelle.

Ils sont effectués au niveau :

- d'une variété,
- de chaque regroupement de la NCOA-IHPC (poste, sous-groupe, groupe, fonction),
- de l'indice global,
- de chaque regroupement d'une nomenclature secondaire,
- de chaque indice partiel.

PROCEDURE DE CALCUL

La variation mensuelle d'un indice du mois m d'un niveau donné est égale à :

$$\frac{\text{Indice mois } m - \text{indice mois } (m - 1)}{\text{Indice mois } (m - 1)}$$

La variation trimestrielle d'un indice du mois m d'un niveau donné est égale à :

$$\frac{\text{Indice mois } m - \text{indice mois } (m - 3)}{\text{Indice mois } (m - 3)}$$

La variation en glissement annuel d'un indice du mois m d'un niveau donné est égale à :

$$\frac{\text{Indice mois } m - \text{indice mois } (m - 12)}{\text{Indice mois } (m - 12)}$$

La variation d'un indice du mois m par rapport à un mois n d'un niveau donné est égale à :

$$\frac{\text{Indice mois } m - \text{indice mois } (\text{mois } n)}{\text{Indice mois } (n)}$$

La variation en moyenne annuelle d'un indice du mois m est égale à :

$$\frac{(\text{Moyenne des indices des douze derniers mois} - \text{Moyenne des indices des douze mois précédents})}{\text{Moyenne des indices des douze mois précédents}}$$

5.3.3. CALCUL DE LA MOYENNE DES PRIX DES VARIETES HOMOGENES

Les calculs de prix moyens ne sont effectués que pour les variétés homogènes.

Pour les variétés homogènes de type O1, on calcule la moyenne et la dispersion des prix de l'unité standard.

Pour les variétés homogènes de types O2 et O3, on calcule la moyenne et la dispersion des prix unitaires de la variété

PROCEDURE DE CALCUL DES PRIX MOYENS MENSUELS

VARIETE ORDINAIRE DE TYPE O1

Le prix moyen de la variété est égal à la moyenne arithmétique pondérée par des valeurs exogènes ou par le nombre de relevés du marché, des prix moyens des séries composant la variété.

VARIETE ORDINAIRE DE TYPE O2 OU O3

Le prix moyen unitaire (kilogramme) de la variété est égal à la moyenne arithmétique pondérée, par des valeurs exogènes ou par le nombre de relevés du marché, des prix moyens unitaires des séries composant la variété.

PROCEDURE DE CALCUL DES PRIX MOYENS ANNUELS

VARIETE ORDINAIRE

Le prix moyen annuel est obtenu en effectuant la moyenne arithmétique simple des prix moyens mensuels.

VARIETE SAISONNIERE

Le prix moyen annuel est obtenu en effectuant la moyenne arithmétique pondérée, par les coefficients budgétaires des prix moyens mensuels.

5.3.4. CALCUL DE LA DISPERSION DES PRIX DES VARIETES HOMOGENE

PROCEDURE DE CALCUL DE L'ECART-TYPE MENSUEL

VARIETE ORDINAIRE

La variance mensuelle est établie à partir des données élémentaires de cette variété.

VARIETE SAISONNIERE

La variance mensuelle est établie à partir des données élémentaires de cette variété.

L'écart-type est la racine carrée de la variance.

PROCEDURE DE CALCUL DE L'ECART-TYPE ANNUEL

VARIETE ORDINAIRE

La variance est égale à la moyenne des variances mensuelles + la variance des moyennes mensuelles.

VARIETE SAISONNIERE

La variance est égale à la moyenne des variances mensuelles + la variance des moyennes mensuelles.

Les calculs sont effectués sur le calendrier de la saisonnalité adopté.

PROCEDURE DE CALCUL DE LA DISPERSION

La dispersion des prix d'une variété homogène est mesurée par le rapport de l'écart type sur le prix moyen.

5.3.5. CALCUL DE LA CONTRIBUTION D'UN REGROUPEMENT

La contribution d'un regroupement à la variation mensuelle d'un indice correspond à la part de la variation due au regroupement.

Le calcul de la contribution peut être effectué :

- au niveau d'une variété,
- au niveau de chaque regroupement de la NCOA-IHPC (poste, sous-groupe, groupe, fonction),
- au niveau de l'indice global,
- au niveau de chaque regroupement d'une nomenclature secondaire.

PROCEDURE DE CALCUL

La contribution d'un regroupement rg à la variation mensuelle d'un indice (contribution en points) est égale à :

$$\text{Contribution rg} = \frac{\text{Pondération rg}}{\text{Pondération globale}} \times \frac{\text{Indice rg (mois } m) - \text{Indice rg (mois } (m - 1))}{\text{Indice global (mois } (m - 1))}$$

La Pondération rg est la pondération du regroupement

La somme des contributions des regroupements composant l'indice est égale à la variation mensuelle de l'indice.

5.3.6. CALCUL DES INDICES DES NOMENCLATURES SECONDAIRES

Les indices des nomenclatures secondaires permettent une analyse des résultats des indices harmonisés selon des approches particulières.

Les nomenclatures secondaires peuvent être :

- le secteur de production
- l'origine des produits
- la provenance des produits
- la durabilité des biens et services
- le caractère échangeable ou non
- le secteur formel ou informel
- le type de points de vente.

PROCEDURE DE CALCUL

Indices des nomenclatures secondaires simples

1. A chaque série (ou variété ou poste), on affecte un indicateur d'appartenance de la série à une nomenclature secondaire donnée.
2. On refait les calculs d'indices élémentaires et de regroupement en ne tenant compte que des séries (ou variétés ou poste) reconnues comme appartenant à la nomenclature secondaire considérée.

Indices des nomenclatures secondaires croisées

Les croisements des nomenclatures peuvent être :

- nomenclature NCOA x nomenclature secondaire,
- nomenclature secondaire x nomenclature secondaire.

La méthode de calcul est semblable à la précédente après avoir classé chacune des variétés dans un des postes du croisement de nomenclature.

5.3.7. CALCUL DES INDICES PARTIELS

Les indices partiels permettent de comprendre l'évolution des prix pour des groupes de population spécifiques et de mener des études relatives à ces populations.

Les indices partiels peuvent être :

- indices par niveau de vie (pauvre/non pauvre)
- indices par décile de consommation ;
- indices par catégorie socioprofessionnelle du chef de ménage ;
- etc.

Notons que dans le cas du Togo, les Indices partiels ne sont pas encore effectifs.

CHAPITRE 6 : CALCUL DES INDICATEURS DE QUALITE DE L'INDICE

6.1. INDICATEURS DE QUALITE ABSOLUE

Les indicateurs de qualité absolue de l'indice mesurent la qualité statistique de l'indice des prix, en dehors de tout problème de changement de qualité des produits, d'échantillonnage et de qualité des coefficients de pondération.

Ils ont pour objet de fournir un cadre d'analyse de la performance dans le but d'améliorer les résultats.

PROCEDURE DE CALCUL

Indicateurs de qualité absolue de l'indice :

$$\text{Pourcentage de relevés absents ou incohérents} = \frac{\text{Nombre de relevés absents ou incohérents}}{\text{nombre total de relevés}} \times 100$$

Indicateurs de qualité absolue de la gestion de l'indice :

$$\text{Pourcentage de produits élémentaires non remplacés au bout de 3 mois} = \frac{\text{Nombre de produits élémentaires non remplacés au bout de 3 mois}}{\text{nombre total de séries}} \times 100$$

6.2. INDICATEURS D'EXHAUSTIVITE

Après un contrôle manuel des questionnaires, le contrôle informatique d'exhaustivité a pour but de repérer l'ensemble des informations manquantes. Les indicateurs d'exhaustivité de la collecte qui en découlent ont pour objet de fournir un cadre d'analyse de la performance de la collecte des données par les agents enquêteurs.

PROCEDURE DE CALCUL

$$\text{Pourcentage de relevés absents} = \frac{\text{nombre de relevés absents}}{\text{nombre total de relevés}} \times 100$$

$$\text{Pourcentage de relevés absents pour cause de problèmes de collecte} = \frac{\text{Nombre de relevés absents pour cause de problèmes de collecte}}{\text{nombre total de relevés absents}} \times 100$$

$$\text{Pourcentage de relevés absents pour cause d'absence temporaire} = \frac{\text{Nombre de relevés absents pour cause d'absence temporaire}}{\text{nombre total de relevés absents}} \times 100$$

$$\text{Pourcentage de relevés absents pour cause d'absence définitive} = \frac{\text{Nombre de relevés absents pour cause d'absence définitive}}{\text{nombre total de relevés absents}} \times 100$$

6.3. INDICATEURS DE COHERENCE

Le contrôle informatique de cohérence a pour but de repérer l'ensemble des données aberrantes suite éventuellement à une mauvaise collecte des données ou à une mauvaise saisie des données et de procéder à un traitement spécifique des données aberrantes.

Les indicateurs de cohérence des données qui en découlent fournissent un cadre d'analyse de la qualité de la collecte et de la saisie des données.

PROCEDURE DE CALCUL

$$\text{Pourcentage de relevés incohérents} = \frac{\text{nombre de relevés incohérents}}{\text{nombre total de relevés}} \times 100$$

$$\begin{array}{l} \text{Pourcentage de relevés de} \\ \text{variété homogènes} \\ \text{incohérents} \end{array} = \frac{\text{nombre de relevés des variétés homogènes incohérents}}{\text{nombre total de relevés incohérents}} \times 100$$

$$\begin{array}{l} \text{Pourcentage de relevés de} \\ \text{variété hétérogènes} \\ \text{incohérents} \end{array} = \frac{\text{nombre de relevés des variétés hétérogènes incohérents}}{\text{nombre total de relevés incohérents}} \times 100$$

$$\begin{array}{l} \text{Pourcentage de} \\ \text{relevés incohérents} \\ \text{corrigés par baisse,} \\ \text{hausse, solde, sortie} \\ \text{de solde ou} \\ \text{méthode} \end{array} = \frac{\text{nombre de relevés incohérents corrigés par baisse, hausse, solde, sortie de solde ou méthode}}{\text{nombre total de relevés incohérents}} \times 100$$

$$\begin{array}{l} \text{Pourcentage de relevés} \\ \text{incohérents corrigés par} \\ \text{méthode exogène} \end{array} = \frac{\text{nombre de relevés incohérents corrigés par méthode exogène}}{\text{nombre total de relevés incohérents corrigés par méthode}} \times 100$$

$$\begin{array}{l} \text{Pourcentage de relevés} \\ \text{incohérents corrigés par} \\ \text{méthode } i \text{ du contrôle de} \\ \text{cohérence} \end{array} = \frac{\text{nombre de relevés incohérents corrigés par méthode } i}{\text{nombre total de relevés incohérents corrigés par méthode}} \times 100$$

$i = 1, 2, 3$

6.4. INDICATEURS DE SUIVI DE LA QUALITE DE COLLECTE

Le contrôle informatique de la réalisation de la collecte a pour but de repérer et de suivre l'ensemble des tâches qui doivent être exécutées:

- Les produits élémentaires qui devraient être remplacés et qui ne l'ont pas été ;
- Les points de vente défaillants qui n'ont pas encore été remplacés.

Les indicateurs de suivi de la collecte des données ont pour objet de mesurer la performance dans la gestion de l'indice par le service des prix. Ils donnent des éléments d'appréciation de la prise en charge des problèmes de collecte des prix relevés par les agents enquêteurs et de qualité des données identifiés par le service.

PROCEDURE DE CALCUL

Respect des délais de remplacement :

$$\begin{array}{l} \text{Pourcentage de produits} \\ \text{élémentaires non} \\ \text{remplacés au bout de} \\ \text{i mois} \end{array} = \frac{\text{Nombre de produits élémentaires non remplacés au bout de i mois}}{\text{nombre total de produits élémentaires à remplacer}} \times 100$$

$$i = 3, 4, 6, 12$$

Qualité de la collecte et de l'échantillonnage :

$$\begin{array}{l} \text{Pourcentage de variétés à} \\ \text{coefficients de variation} \\ \text{nul} \end{array} = \frac{\text{Nombre de variétés à CV nul}}{\text{nombre totale de variétés}} \times 100$$

$$\begin{array}{l} \text{Pourcentage de variétés à} \\ \text{coefficients de variation} \\ \text{hors fourchette} \end{array} = \frac{\text{Nombre de variétés à CV hors fourchette}}{\text{nombre totale de variétés}} \times 100$$

6.5. CALCUL DES COEFFICIENTS DE RACCORDEMENT

Lors de l'initialisation d'un nouvel indice, on doit procéder au raccordement du nouvel indice par rapport à l'ancienne base et ceci pour trois types de nomenclatures :

- Nomenclature NCOA-IHPC
- Nomenclatures secondaires
 - Nomenclatures secondaires simples
 - Nomenclatures secondaires croisées

6.5.1. RACCORDEMENT NCOA-IHPC

Pour calculer les coefficients de raccordement, il convient tout d'abord de choisir le niveau de raccordement : Poste, Sous-groupe, Groupe, Fonction, Global.

Ensuite les opérations suivantes doivent être réalisées :

- Choix de la période de base (un mois, plusieurs mois, une année)
- Saisie des indices « ancienne base » et nouvelle base du ou des mois retenus de la nouvelle base pour l'ensemble des occurrences du niveau de raccordement choisi.
- Pour une occurrence, le coefficient de raccordement est alors égal à la moyenne simple des indices précédemment calculés divisée par la moyenne simple des indices de la nouvelle base.

6.5.2. CHOIX DE LA PERIODE DE RACCORDEMENT

La période de raccordement de l'indice harmonisé des prix à la consommation est l'année.

6.5.3. NOMENCLATURES SECONDAIRES ET INDICES DE FONCTIONS, GROUPES, SOUS-GROUPES

On ne peut raccorder les indices anciens et les indices nouveaux qu'après s'être assuré que les champs couverts sont à peu près comparables.

Le raccordement est effectué pour les 12 fonctions de consommation, pour l'indice global et pour les nomenclatures secondaires au Togo.

CHAPITRE 7 : PRECISION DES INDICES

7.1. PRECISION ET IMPRECISION DES INDICES

7.1.1. SOURCES D'IMPRECISION DES INDICES

Les indices des prix sont élaborés en s'appuyant sur la technique des sondages. Il en résulte que les sources d'imprécision se situent à différents niveaux de l'élaboration:

- des éléments constitutifs (choix des nomenclatures, calcul des pondérations issues d'enquêtes externes, etc.)
- de la stratégie de choix des échantillons. Le choix des paramètres de la sélection compte tenu de contraintes (coût, délais, etc.) influe directement sur la précision qu'il sera possible d'obtenir à l'issue des estimations.
- des consignes « terrain », afin que :
 - les produits élémentaires retenus soient les plus représentatifs,
 - le caractère « aléatoire » des relevés puisse être respecté,
 - la méthode de collecte puisse rester « constante » dans le temps (toute modification de celle-ci pouvant introduire des variations non contrôlées des indices).
- Lors de la réalisation sur le terrain, lorsque les consignes ne sont pas rigoureusement suivies par les enquêteurs ou lorsque les changements de qualité ne sont pas répercutés dans l'indice (le contrôle permanent méthodique s'avère particulièrement nécessaire pour éviter les manquements dus aux effets de l'habitude ou de la lassitude des enquêteurs).
- Lorsque les nouveaux produits ne sont pas intégrés dans le panier
- Lorsque les produits ayant disparu ne sont pas ou sont mal remplacés.

Le rôle des responsables de la production de l'indice est fondamental si l'on veut éliminer le maximum de sources d'imprécision des indices et donc donner une estimation réaliste de la précision des indices.

7.1.2. CALCUL DE LA PRECISION DES INDICES

Pour permettre le calcul de la précision, certaines hypothèses simplificatrices (ou réductrices) sont alors nécessaires.

L'erreur théorique est donc souvent une borne inférieure de l'erreur de l'indice estimé.

CALCUL THEORIQUE DE LA PRECISION DES INDICES

INDICE GLOBAL

Pour un regroupement de la nomenclature NCOA-IHPC, l'indice vrai mais inconnu I a 95 % de chance de se situer dans un intervalle dont le centre est l'indice i calculé sur l'échantillon, et dont la largeur est égale à deux fois l'écart-type de l'estimateur i .

Ainsi, pour évaluer la précision de l'estimateur i , il est nécessaire de calculer une estimation de la variance de i , soit \hat{V}_i

INTERPRETATION

Plus l'estimateur de la variance de l'estimateur i (qui est l'indice global) est faible, meilleure est la précision de l'estimation obtenue.

La précision peut être mesurée par le coefficient de variation qui est égal au rapport de l'estimateur de l'écart-type sur l'estimateur i . Ce coefficient est exprimé en %.

Plus le coefficient est proche de 0, meilleure est la précision de l'estimation obtenue.

ESTIMATION DE L'INDICE GLOBAL

L'indice global des prix i est une somme pondérée des indices élémentaires i_v des variétés composant le panier :

$$i = \sum_v f_v \times i_v$$

Où f_v est la pondération attachée à la variété v avec $\sum_v f_v = 1$.

VARIANCE DE L'ESTIMATEUR i DE L'INDICE

L'estimateur de la variance de l'estimateur i de l'indice global est :

$$\hat{v}(i) = \sum_v f_v^2 \hat{v}(i_v)$$

Où $\hat{v}(i_v)$ est l'estimateur de la variance de l'estimateur i_v .

Dans ce calcul il n'est pas tenu compte des précisions liées aux coefficients f_v (on considère que ces pondérations sont des coefficients donnés).

Pour calculer l'estimateur de la variance de i , il est nécessaire de calculer les estimateurs des variances des estimateurs i_v

Le calcul de la variance $\hat{v}(i_v)$ dépend du type de variété.

7.1.3. INDICES DES VARIETES HETEROGENES

L'indice de la variété v calculé sur l'échantillon de relevés est égal au rapport des moyennes géométriques des prix de chaque série représentant la variété ;

$$I_{t/0} = \frac{[\prod (p_{ij}^t)^{w_{ij}}]}{[\prod (p_{ij}^0)^{w_{ij}}]} = \prod \left(\frac{p_{ij}^t}{p_{ij}^0} \right)^{w_{ij}}$$

Où w_{ij} est la pondération de la série j de la variété i .

$$I_{t/0} = \frac{[\prod p_{ij}^t]^{\frac{1}{n}}}{[\prod p_{ij}^0]^{\frac{1}{n}}} = \prod \left(\frac{p_{ij}^t}{p_{ij}^0} \right)^{\frac{1}{n}}$$

Où n est le nombre de séries observées de la variété i, dans le cas où les séries sont équipondérées.

PRECISION

L'estimation de la variance i_v de l'indice de la variété v est faite à l'aide de la technique du Jackknife. Si la variété contient n séries, cette technique consiste à constituer n échantillons en éliminant à chaque fois une série et en calculant les n indices. Si on désigne par I_v^j l'indice de la variété sans les prix de la série j, on obtient une estimation de la variance de la variété par la formule :

$$\hat{\sigma}(I_v) = \sqrt{\frac{n-1}{n} \sum_{j=1}^n (I_v^j - I_v)^2}$$

Où $I_v = \frac{1}{n} \sum_{j=1}^n I_v^j$

7.1.4. INDICES DES VARIETES HOMOGENES

L'estimateur i_v de l'indice vrai mais inconnu I_v de la variété v est :

$$i_v = \frac{\bar{P}_{vt}}{\bar{P}_{v0}}$$

\bar{P}_{vt} est le prix moyen de la variété v, calculé sur l'échantillon, à la période t.

\bar{P}_{v0} est le prix moyen de la variété v, calculé sur l'échantillon à la période 0.

CONDITIONS POUR L'ESTIMATION

L'effectif de l'échantillon de relevés de prix doit être au moins égal à 30.

Les coefficients de variation $\sigma(\bar{P}_{v0})/\bar{P}_{v0}$ et $\sigma(\bar{P}_{vt})/\bar{P}_{vt}$ doivent être tous les deux inférieurs à 10%.

La variable $\bar{P}_{vt}/\bar{P}_{v0}$ peut alors être considérée comme normale.

PRECISION DE L'INDICE D'UNE VARIETE

L'estimation de la variance de l'indice i_v de la variété v est :

$$V(i_v) = \frac{1}{m_v} \left(\frac{1}{\bar{p}_{v0}} \right)^2 \frac{1}{m_v - 1} \sum_i (p_{v0i} - i_v \cdot \bar{p}_{v0})^2$$

où i_v est l'indice de la variété v , calculé sur l'échantillon v ,
 \bar{p}_{v0} est le prix moyen de la variété v , calculé sur l'échantillon à la période 0,
 p_{v0i} est le prix de la i ème observation de la variété v à la période 0,
 m_v est le nombre de relevés de prix de la variété v ,
 p_{v0i} est le prix de la i ème observation de la variété v à la période t .

7.2. INDICES DES VARIETES SAISONNIERES :

7.2.1. PRODUITS SAISONNIERS

PRECISION DE L'INDICE D'UN SOUS-GROUPE A PRIX SAISONNIER

ESTIMATEUR DE L'INDICE DE LA VARIETE

L'indice du poste p est égal au rapport des moyennes géométriques des indices des variétés du poste ;

$$I_{t/0}^P = \frac{[\prod (p_i^t)^{w_i^{t/0}}]}{[\prod (p_i^0)^{w_i^{t/0}}]} = \prod \left(\frac{p_i^t}{p_i^0} \right)^{w_i^{t/0}}$$

$I_{t/0}^P$ avec IP : Indice d'un poste saisonnier au mois t

p_i^t prix moyen d'une variété i le mois t

p_i^0 prix moyen d'une variété i à l'année de base 0

$w_i^{t/0}$ part de la dépense de la variété i dans la dépense du poste pour le mois considéré t à la période initiale.

Si P le nombre de poste dans le sous-groupe, v le nombre de variétés par poste et J le nombre de prix observés par variété, on aura un échantillon de prix dans le poste de taille $n = P \cdot V \cdot J$. On calcule donc directement la variance de l'indice du poste à prix saisonnier en utilisant la technique du Jackknife.

L'estimation de la variance I_{SG}^J de l'indice du sous-groupe saisonnier SG est faite à l'aide de la technique du Jackknife. Si le Sous-groupe contient n séries, cette technique consiste à constituer n échantillons en éliminant à chaque fois une série et en calculant les n indices. Si on désigne par

I_{SG}^j l'indice du sous-groupe sans les prix de la série j , on obtient une estimation de la variance du sous-groupe par la formule :

$$\hat{\sigma}(I_{SG}) = \sqrt{\frac{n-1}{n} \sum_{j=1}^n (I_{SG}^j - I_{SG})^2}$$

Où $I_{SG} = \frac{1}{n} \sum_{j=1}^n I_{SG}^j$

7.2.2. PRODUITS A PRIX SAISONNIERS

ESTIMATEUR DE L'INDICE DE LA VARIETE

L'échantillon des prix à considérer est celui des prix du poste saisonnier tout entier. L'indice du poste p est égal au rapport des moyennes géométriques des indices des variétés du poste ;

$$I_{t/0}^p = \frac{[\prod (p_i^t)^{w_i^0}]}{[\prod (p_i^0)^{w_i^0}]} = \prod \left(\frac{p_i^t}{p_i^0} \right)^{w_i^0}$$

avec $I_{t/0}^p$ Indice d'un poste saisonnier au mois t

p_i^t prix moyen d'une variété i le mois t

p_i^0 prix moyen d'une variété i à l'année de base 0

w_i^0 : Part de la dépense de la variété i dans la dépense du poste au cours de l'année de base.

Si V le nombre de variétés du poste et J le nombre de prix observés par variété, on aura l'échantillon des prix dans le poste de taille $n = V \cdot J$. On calcule donc directement la variance de l'indice du poste à prix saisonnier en utilisant la technique de Jackknife.

ESTIMATEUR DE L'INDICE D'UN POSTE A PRIX SAISONNIER

L'estimation de la variance i_p de l'indice du poste à prix saisonnier P est faite à l'aide de la technique du Jackknife. Si le poste contient n variétés, cette technique consiste à constituer n échantillon en éliminant à chaque fois une variété et en calculant les n indices selon la formule.

Si on désigne par I_j^p l'indice du poste sans les prix de la série j, on obtient une estimation de la variance du poste par la formule :

$$\hat{\sigma}(I_p) = \sqrt{\frac{n-1}{n} \sum_{j=1}^n (I_j^p - I_p)^2}$$

Où $I_p = \frac{1}{n} \sum_{j=1}^n I_p^j$

CHAPITRE 8 : PUBLICATION DES RESULTATS

7.3. RESULTATS

Les indices sont présentés selon la nomenclature NCOA-IHPCet les nomenclatures secondaires.

Ils sont publiés dans des tableaux mensuels comportant les éléments suivants :

- les indices du mois
- les indices des trois mois précédents

- les indices du même mois de l'année précédente
- L'indice moyen des douze derniers mois (m-11, m-10, ...m)
- les variations entre le mois courant et les mois m-1, m-2, m-3 et m-12.

La publication mensuelle intègre l'indice d'inflation sous-jacente.

Un tableau de prix moyens pour certains produits essentiels et stratégiques est intégré dans la publication.

7.4. ANALYSE

Des commentaires accompagnent les tableaux.

Les évolutions des prix doivent être expliquées à partir de l'ensemble des tableaux publiés et d'autres informations, quantitatives et qualitatives, non publiées, collectées ou non par les agents enquêteurs.

7.5. SUPPORT, FREQUENCE ET CONTENU DES PUBLICATIONS

Une note mensuelle est éditée et diffusée par la DGSCN au plus tard le 10 de chaque mois.

Une note de synthèse est élaborée par la DGSCN chaque semestre et publiée quarante jours après la période sous-revue.

La note de synthèse du milieu d'année présente les évolutions constatées au cours des six premiers mois et donne une prévision de fin d'année.

La note de synthèse du second semestre présente l'indice annuel et les facteurs explicatifs sur l'année.

La diffusion de ces publications s'effectue par des supports appropriés (site internet, mailing-list, etc.).

7.6. DIFFUSION

La diffusion de la publication mensuelle est large en direction des utilisateurs suivants :

- Les administrations nationales
- la commission de l'UEMOA
- La BCEAO
- Les organismes internationaux tels que le FMI, la Banque Mondiale, Union Européenne etc.
- Les médias nationaux

Les résultats définitifs doivent être mis à la disposition de tous les utilisateurs en même temps, sous une forme commode et assortie d'une brève explication méthodologique.

Les indices NCOA-IHPC, les pondérations ainsi que les prix moyens publiés sont mis à la disposition de tout utilisateur sur le site internet de la DGSCN (www.stat-togo.org).

7.7. METHODOLOGIE DE CALCUL D'INDICE NATIONAL HARMONISE DES PRIX A LA CONSOMMATION

L'indice national harmonisé des prix à la consommation du Togo sera établi comme une agrégation des indices régionaux.

7.8. SUPPORT, FREQUENCE ET CONTENU DES PUBLICATIONS DES INDICES NATIONAUX

La publication de l'indice national harmonisé des prix à la consommation inclura les indices de la principale agglomération dont une analyse approfondie sera produite.

L'indice national peut être produit avec un décalage par rapport à l'indice de la principale agglomération.

7.9. AGREGATION DES INDICES REGIONAUX

L'indice national des prix à la consommation est produit suivant la même méthodologie de collecte que les indices de la principale agglomération du Togo.

En particulier, les règles pour le maintien de la représentativité (règle de remplacement, de mise à jour des variétés) sont appliquées au niveau agglomération.

7.9.1. METHODOLOGIE DE CALCUL

- Les indices régionaux sont construits suivant la même méthodologie que l'indice de la principale agglomération ;
- L'indice national est obtenu comme agrégation des indices régionaux.

7.9.2. COEFFICIENTS DE PONDERATION

Les coefficients de pondération pour l'agrégation des indices régionaux sont :
-le poids des dépenses de consommation finale des ménages des différentes régions dans la dépense de consommation finale des ménages du Togo;

ANNEXES

Annexe 1 : Tableau des fonctions de consommation de la NCOA-IHPC

Codes	Libellé
01	Produits alimentaires et boissons non alcoolisées
02	Boissons alcoolisées, tabac et stupéfiants
03	Articles d'habillement et chaussures
04	Logement, eau, gaz, électricité et autres combustibles
05	Meubles, articles de ménage et entretien courant du foyer

06	Santé
07	Transports
08	Communication
09	Loisirs et culture
10	Enseignement
11	Restaurants et Hôtels
12	Biens et services divers

Annexe 2 : Tableau des groupes de consommation de la NCOA-IHPC

Codes	Libellé
011	Produits alimentaires
012	Boissons non alcoolisées
021	Boissons alcoolisées
022	Tabacs et stupéfiants
031	Articles d'habillement
032	Chaussures
041	Loyers effectifs
043	Entretien et réparation des logements
044	Alimentation en eau et services divers lié au logement
045	Electricité, gaz et autres combustibles
051	Meubles, articles d'ameublement, tapis et autres revêtement
052	Articles de ménage en textiles
053	Appareils ménagers
054	Verrerie, vaisselle et ustensiles de ménage
055	Outils et autre matériel pour la maison et le jardin
056	Biens et services liés à l'entretien courant du foyer
061	Produits, appareils et matériels médicaux
062	Services ambulatoires
063	Services hospitaliers
071	Achat de véhicules
072	Dépenses d'utilisation des véhicules
073	Services de transport
081	Services postaux
082	Matériel de téléphonie et de télécopie
083	Services de téléphonie et de télécopie
091	Matériel audiovisuel, photographique et de traitement de l'image et du son
093	Autres articles et matériel de loisirs, de jardinage et anim

094	Services récréatifs et culturels
095	Journaux, livres et articles de papeterie
096	Forfaits touristiques
101	Enseignement préélémentaire et primaire
102	Enseignement secondaire
104	Enseignement supérieur
105	Enseignement post-secondaire non supérieur et enseignement non défini par niveau
111	Services de restauration
112	Services d'hébergement
121	Soins corporels
123	Effets personnels n.c.a
124	Protection sociale et assurance
126	Services financiers
127	Autres services n.c.a

Annexe 3 : Tableau des sous-groupes de consommation de la NCOA-IHPC

01101	Pains et céréales
01102	Viandes
01103	Poissons et fruits de mer
01104	Lait, fromage et œuf
01105	Huiles et graisses
01106	Fruits
01107	Légumes
01108	Sucre, confiture, miel, chocolat et confiserie
01109	Produits alimentaires n.c.a
01201	Café, thé et cacao
01202	Eaux minérales, boissons rafraichissantes, jus de fruits et autres boissons non alcoolisées n.c.a
02101	Alcool de bouche
02102	Vin et boissons fermentées
02103	Bière
02200	Tabacs et stupéfiants
03101	Tissus d'habillement
03102	Vêtements
03103	Autres articles vestimentaires et accessoires d'habillement
03104	Confection, nettoyage, réparation et location d'habits
03201	Chaussures diverses
03202	Cordonnerie et location d'articles chaussants

04100	Loyers effectivement payés par les locataires
04301	Fournitures pour travaux d'entretien et de réparation des logements
04302	Services concernant l'entretien et les réparations du logement
04401	Alimentation en eau
04402	Services liés au logement
04501	Electricité
04502	Gaz
04503	Combustibles
05101	Mobiliers et réparation
05200	Articles de ménage en textiles
05300	Appareil électroménager, ménager et réparation
05400	Verrerie, vaisselle et ustensiles de ménage
05500	Outils, matériel et accessoires divers
05601	Articles de ménage non durables
05602	Services domestiques et services ménagers
06101	Produits pharmaceutiques et pharmacopée
06102	Produits médicaux divers
06103	Appareils et matériel thérapeutiques
06201	Services médicaux et dentaires
06203	Services paramédicaux
06300	Services hospitaliers
07101	Voitures automobiles
07102	Cycle et motocycle et véhicules à traction animale
07201	Pièces de rechange et accessoires
07202	Carburants et lubrifiants
07203	Entretien et réparations de véhicules particuliers
07204	Services divers relatifs aux véhicules personnels
07302	Transport routier de passagers
07303	Transport aérien de passagers
07304	Autres types de transports et services de transport
08100	Services postaux
08200	Matériel de téléphonie et de télécopie
08300	Téléphone, télégraphe, connexion internet
09101	Appareils de réception, d'enregistrement et de reproduction
09102	Équipement photographique, cinématographique, optique, autre
09103	Matériel de traitement de l'information et supports d'enregistrement de l'image et du son
09301	Jeux et jouets, passe-temps et articles de sport et divers
09303	Produits pour jardins, plantes et fleurs, animaux de compagnie

09401	Services récréatifs et sportifs et services culturels
09403	Jeux de hasard
09501	Livres
09502	Journaux et publications périodiques
09503	Papeterie et matériel de dessin et imprimés divers
09600	Forfaits touristiques
10100	Enseignement préélémentaire et primaire
10200	Enseignement secondaire
10400	Enseignement supérieur
10500	Enseignement post-secondaire non supérieur et Enseignement non défini par niveau
11101	Restaurants, cafés et établissements similaires
11200	Hôtels et autres services d'hébergement
12101	Salons de coiffure et instituts de soins et de beauté
12103	Autres appareils, électriques ou non, et articles pour soins
12301	Articles de bijouterie et horlogerie
12302	Autres effets personnels
12400	Protection sociale et assurances
12600	Services financiers
12700	Autres services n.c.a.

Annexe 4 : Tableau des postes de consommation de la NCOA-IHPC

011011	Céréales non transformées
011012	Farines, semoules et gruaux
011013	Pâtes alimentaires
011014	Pains
011015	Pâtisseries, gâteaux, biscuits, viennoiseries
011021	Bœuf
011022	Mouton - chèvre
011023	Porc
011024	Volaille
011025	Charcuterie et conserves, autres viandes et préparations à base de viande
011031	Poissons frais
011032	Autres produits frais de mer ou de fleuve
011033	Poissons et autres produits séchés ou fumés
011034	Autres conserves de poissons
011041	Lait
011042	Produits laitiers

011043	OÙufs
011051	Beurre, margarine
011052	Huiles
011053	Autres matiÙres grasses
011061	Agrumes
011062	Autres fruits frais
011063	Fruits secs et noix
011071	LÙgumes frais en fruits ou racine
011072	LÙgumes frais en feuilles
011073	LÙgumes secs et olÙagineux
011074	Tubercules et plantain
011075	Autres produits à base de tubercules et de plantain
011081	Sucre
011082	Confiture, miel, chocolat et confiserie
011091	Laits infantiles et farines lactÙes pour bébé
011092	Sel, ãpices, sauces et produits alimentaires n.d.a
012010	CafÙ, thÙ, cacao et autres vÙgÙtaux pour tisanes
012021	Boissons non alcoolisÙes artisanales
012022	Boissons non alcoolisÙes industrielles
021010	Alcool de bouche
021020	Vin et boissons fermentÙes
021030	BiÙre
022000	Tabac et stupÙfiants
031010	Tissus d'habillement
031021	VÙtements de dessus hommes
031022	Sous-vÙtements hommes
031023	VÙtements de dessus femmes
031024	Sous-vÙtements femmes
031025	VÙtements enfants (3 à 13 ans) et nourrissons (0 à 2 ans)
031026	Tenues scolaires
031030	Autres articles vestimentaires et accessoires d'habillement
031041	Confection et rÙparations vÙtements hommes
031042	Confection et rÙparations vÙtements femmes
031043	Confection et rÙparations vÙtements enfants
031044	Nettoyage et blanchissage des vÙtements
032011	Chaussures hommes
032012	Chaussures femmes
032013	Chaussures enfants
032020	RÙparation et location d'articles chaussants
041000	Loyers effectifs des locataires et sous-locataires

043010	Produits pour l'entretien et réparation courante
043020	Services d'entretien et de réparations courantes
044010	Alimentation en eau
044020	Services liés au logement
045010	Electricité
045020	Gaz
045031	Combustibles liquides
045032	Combustibles solides et autres
051010	Mobilier pour salle de séjour, salle à manger, bureau (domicile)
051011	Mobilier pour chambre à coucher et salle de bain
051012	Autres mobiliers de maison et articles d'ameublement nda et réparation
052000	Articles de ménage en textiles
053001	Gros appareil ménager, électrique ou non
053002	Petit appareil électroménager ou ménager et réparation
054001	Vaisselle, verrerie
054002	Autres ustensiles de cuisine
054003	Autres ustensiles de ménage
055000	Outillage, matériel et accessoires divers
056010	Articles de ménage non durables
056021	Services domestiques
056022	Services pour l'habitation sauf services domestiques
061011	Médicaments modernes
061012	Médicaments traditionnels
061020	Produits médicaux divers
061030	Appareils et matériel thérapeutiques
062010	Services médicaux et dentaires
062031	Services de laboratoires et de radiologie
062032	Services des auxiliaires médicaux
063000	Services hospitaliers
071010	Automobile
071020	Cycle, motocycle et véhicule à traction animale
072010	Pièces détachées et accessoires
072020	Carburants et lubrifiants
072030	Entretien et réparations de véhicules particuliers
072040	Autres services relatifs aux véhicules personnels
073020	Transport routier de passagers
073030	Transport aérien de passagers
073040	Autre type de transport de passagers et autre service de transport
081000	Services postaux

082000	Matériel de téléphonie et de télécopie
083001	Communication téléphonique
083002	Frais de connexion internet et assimilés
091010	Appareils de réception, enregistrement et reproduction
091020	Équipement photographique, cinématographique, optique, autre bien durable à fonction récréative et culturelle
091030	Matériel de traitement de l'information et supports d'enregistrement de l'image et du son
093010	Jeux et jouets, passe-temps et articles de sport, matériel c
093030	Produits pour jardins, plantes et fleurs, animaux de compagnie et articles connexes et autres services pour animaux de compagnie
094010	Services culturels, récréatifs et sportifs
094030	Jeux de hasard
095011	Livres scolaires et autres livres
095020	Journaux et publications périodiques
095030	Papeterie et imprimés divers
096000	Forfait et circuits touristiques composites
101000	Enseignement préélémentaire et primaire
102000	Enseignement secondaire
104000	Enseignement supérieur
105001	Enseignement non défini par niveau
105002	Enseignement post-secondaire non supérieur
111011	Restaurants, cafés et établissements similaires
111012	Cantines
112000	Hôtels et autres services d'hébergement
121010	Salons de coiffure et instituts de soins et de beauté
121031	Appareils et articles pour soins corporels
121032	Produits pour soins corporels
123010	Articles de bijouterie et d'horlogerie
123020	Autres effets personnels
124001	Protection sociale et autres assurances
124002	Assurance transport
126000	Services financiers
127000	Autres services n.c.a.

Annexe 5 : Fiche de relevé des variétés hétérogènes



APPLICATION DE PRODUCTION DES INDICES HARMONISES DU PRIX A LA CONSOMMATION

Site : XXXXX Localité : Régional LOME Pays : TOGO Ville : Lomé

Questionnaire N°X (HE O1HM)

Site : Régional LOME / Entité géographique : LOME / Population : Ménage africain LOME

Agent de collecte : XXXXXXXXXXXX Code enquêteur : XX N° carnet : XXX
 Superviseur : XXXXXXXXXXXXXXXX Code superviseur : XX
 Nom du point de vente : XXXXXXXXXX Type de point de vente : XXXXXXXXXXXXXXXX

Adresse

XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX

Description de la variété

Intitulé de la variété : xxxxxxxxxxxx xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx	Caractéristiques obligatoires de la variété
Libellé long : xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx	Exclusion
Exclusion	

Description du produit élémentaire

Intitulé du produit élémentaire : xxxxxxxx xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx	Caractéristiques variables du produit élémentaire
Libellé long : xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx	Caractéristiques complémentaires du produit élémentaire
Prix de base : xxxxxxxxxx CFA AFRIQUE QUEST	

N° Carnet	Mois	UdM	Quantité	Prix	Position prix	Code de remplacement du produit
706	Decembre			xxxxx.xx	N	N
13	Janvier					
	Fevrier					
	Mars					
	Avril					
	Mai					
	Juin					
	Juillet					
	Aout					
	Septembre					
	Octobre					
	Novembre					
	Decembre					

Observations :

Annexe 6 : Fiche de relevé des variétés homogènes O1



APPLICATION DE PRODUCTION DES INDICES HARMONISES DU PRIX A LA CONSOMMATION

Site : DGSCN Localité : Régional LOME

Pays : TOGO Ville : Lomé

Questionnaire N°XX (O1 M)

Site : Régional LOME / Entité géographique : LOME / Population : Ménage africain LOME

Agent de collecte : XXXXXXXX

Code enquêteur : xx N° carnet : xx

Superviseur : XXXXX

Code superviseur : xx

Nom du point de vente : xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx

Type de point de vente : Marchés (ouverts ou couverts) ;

Adresse

xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx

Mois : xxxxxxxx

Semaine : xx

Date : xxxx-xx-xx

Libellé de la variété	Code PE	UdM	Relevé 1	Relevé 2	Relevé 3	Position	Code de remplacement du produit
			Prix	Prix	Prix	Produit	
Viande de boeuf avec os au kg	01010201010501			XXXXX	XXXXX		
Viande de boeuf sans os au kg	01010201020501			XXXXX	XXXXX		
Tripes et abats de bœuf	01010201030601			XXXXX	XXXXX		
Viande fraîche de chèvre au kg	01010202010601			XXXXX	XXXXX		
Viande fraîche de mouton au kg	01010202020401			XXXXX	XXXXX		
Ailes de poulet congelé	01010204050601			XXXXX	XXXXX		
Oeuf frais de poule de race	01010403010601			XXXXX	XXXXX		
Oeuf frais de poule traditionnel	01010403020601			XXXXX	XXXXX		
Huile végétale (Nioto)	01010502030101			XXXXX	XXXXX		
Poulet congelé importé	01010204040601			XXXXX	XXXXX		
Eau minérale en sachet (Pure water)	01020202030601			XXXXX	XXXXX		
Observations :							

Annexe 7 : Fiche de relevé des variétés homogènes O2 et O3



APPLICATION DE PRODUCTION DES INDICES HARMONISES DU PRIX A LA CONSOMMATION
Pays : TOGO Ville : Lomé

Site : DGSCN Localité : Régional LOME

Questionnaire N°XX (O2, O3 M)

Site : Régional LOME / Entité géographique : LOME / Population : Ménage africain LOME

Agent de collecte : XXXXXXXXXX

Code enquêteur : xx N° carnet : xx

Superviseur : XXXXXX

Code superviseur : xx

Nom du point de vente : xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx

Type de point de vente : Marchés (ouverts ou couverts) ;

Adresse

XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX

Mois : xxxxxxxx

Semaine : xx

Date : xxxx-xx-xx

Libellé de la variété	Type	Code PE	UdMo	Nbre d'UdMo	UdM	Relevé 1		Relevé 2		Relevé 3		Position Produit	Code de remplacement du produit
						Prix	Quantité	Prix	Quantité	Prix	Quantité		
Riz local longs grains vendu au petit bol	O2	01010101010401			Kg				XXXXXX		XXXXXX		
Riz importé longs grains vendu au petit bol	O2	01010101020601			Kg				XXXXXX		XXXXXX		
Riz importé brisé vendu au petit bol	O2	01010101030401			Kg				XXXXXX		XXXXXX		
Ablo	O3	01010102030601			Kg								
Pain en baguette	O3	01010104010601			Kg								
Observations :													

TABLE DES MATIERES

AVANT-PROPOS	
INTRODUCTION.....	2
CHAPITRE 1 : DEFINITIONS ET DESCRIPTION DE L'UNIVERS	3
1.1. ARCHITECTURE DES CONCEPTS : NOMENCLATURES – VARIETES – PRODUITS ELEMENTAIRES	4
1.1.1. NOMENCLATURE	4
1.1.2. VARIETES.....	4
1.1.3. LES VARIETES HOMOGENES.....	5
1.1.4. LES VARIETES HETEROGENES.....	5
1.1.5. PRODUITS ELEMENTAIRES	6
1.1.6. SERIES	6
1.1.7. RELEVES	6
1.2. LE CONCEPT DE PRIX.....	6
1.2.1. CALENDRIER D'INTRODUCTION	7
1.2.2. TRAITEMENT DU MARCHANDAGE.....	8
1.3. NOMENCLATURE DE CONSOMMATION ADAPTEE POUR LE CALCUL DE L'IHPC (NCOA-IHPC).....	8
1.3.1. DEFINITION	8
1.3.2. EXCLUSION.....	8
1.3.3. MODIFICATION	9
1.3.4. FUSION.....	9
1.4. NOMENCLATURES SECONDAIRES.....	11
1.4.1. SECTEUR DE PRODUCTION	11
1.4.2. ORIGINE DES VARIETES.....	11
1.4.3. DURABILITE DES BIENS ET SERVICES.....	11
1.4.4. INDICE D'INFLATION SOUS-JACENTE	12
CHAPITRE 2 : DEFINITION ET CHAMP DE L'IHPC AU TOGO.....	13
2.1. DEFINITION	14
2.1.1. EXCLUSION.....	14
2.2. CHAMP DE L'INDICE AU TOGO	15
2.2.1. COUVERTURE GEOGRAPHIQUE ET DEMOGRAPHIQUE	15
2.2.2. EXCLUSION.....	15
2.3. COUVERTURE ET TYPOLOGIE DES POINTS DE VENTE.....	15
2.3.1. COUVERTURE DES POINTS DE VENTE.....	15
2.3.2. TYPOLOGIE DES POINTS D'OBSERVATION	16
2.4. ECHANTILLONNAGE.....	21
2.4.1. DETERMINATION DES VARIETES.....	21

2.4.2.	COMPOSITION	21
2.4.3.	MODE DE CONSTITUTION.....	21
2.4.4.	DESCRIPTION	22
2.4.5.	UTILISATION DU CLASSEMENT	22
2.4.6.	NOMBRE ET FREQUENCE DES OBSERVATIONS	22
2.4.7.	FREQUENCE	23
2.4.8.	NORME	23
2.4.9.	ECHANTILLONNAGE DES POINTS DE VENTE.....	24
2.4.10.	MENAGES.....	24
2.4.11.	MISE A JOUR DES POINTS DE VENTE	24
CHAPITRE 3 : COLLECTE DES DONNEES		25
3.1.	PRIX DE BASE	26
3.1.1.	METHODES DE CALCUL.....	26
3.2.	LES PONDERATIONS.....	26
3.2.1.	PONDERATIONS DES POSTES.....	26
3.2.2.	PONDERATIONS DES VARIETES.....	28
3.2.3.	PONDERATIONS DES SERIES	29
3.3.	PROCEDURE DE MISE A JOUR.....	29
3.3.1.	QUALITE ET MISE A JOUR DES PONDERATIONS DES POSTES.....	29
3.3.2.	PROCEDURE DE MISE A JOUR DES PONDERATIONS DES POSTES, DES VARIETES, DES SERIES	29
3.4.	PRIX DU MOIS EN COURS.....	30
3.4.1.	COLLECTE PERMANENTE	30
3.4.2.	ORGANISATION DE LA COLLECTE.....	31
3.5.	OBSERVATION DES PRIX	32
3.5.1.	FICHE DE RELEVES DES VARIETES HETEROGENES.....	32
3.5.2.	RELEVES DES PRIX.....	33
3.5.3.	FICHE DE RELEVES DES VARIETES HOMOGENES O1.....	33
3.5.4.	RELEVES DES PRIX	33
3.5.5.	FICHE DE RELEVES MARCHE DES VARIETES HOMOGENES O2 ET O3	33
3.5.6.	RELEVES DES PRIX.....	34
3.5.7.	FICHE DE RELEVES AUTRES POINTS DE VENTE : CAS DES MARCHES DE QUARTIER.....	34
3.6.	COLLECTE DE PRODUITS PARTICULIERS.....	35
3.6.1.	LES TARIFS.....	35
3.6.2.	LES LOYERS.....	35
3.6.3.	LES SERVICES DOMESTIQUES.....	36
3.6.4.	LES BIENS D'OCCASION.....	37

3.6.5.	LES SERVICES D'ASSURANCES	38
3.6.6.	LES JEUX DE HASARD	39
3.7.	MODIFICATIONS DU PANIER	40
3.7.1.	PRODUITS MANQUANTS	40
3.7.2.	REPLACEMENT D'UN PRODUIT ELEMENTAIRE:.....	41
3.7.3.	APPARITION DE BIENS ET SERVICES NOUVEAUX.....	44
3.7.4.	REPLACEMENT, SUPPRESSION, CREATION DE PRODUITS ELEMENTAIRES	45
3.7.5.	REPLACEMENT, SUPPRESSION, CREATION DE VARIETES	45
CHAPITRE 4 : CONTROLE DES DONNEES		47
4.1.	LE CONTROLE D'EXHAUSTIVITE DES PRIX	47
4.1.1.	VARIETES HETEROGENES	47
4.1.2.	VARIETES HOMOGENES.....	49
4.2.	LE CONTROLE D'EXHAUSTIVITE DES QUANTITES.....	50
4.2.1.	VARIETES HOMOGENES	50
4.3.	LE CONTROLE DE COHERENCE DES PRIX	52
4.4.	LE CONTROLE INFORMATIQUE DE LA QUALITE DE LA COLLECTE.....	53
4.5.	LE CONTROLE INFORMATIQUE DE SUIVI DE LA QUALITE DE LA GESTION DE L'INDICE	55
Chapitre 5 : CALCUL DES INDICES		56
5.1.	CALCUL DES INDICES ELEMENTAIRES	57
5.1.1.	BASE DE CALCUL	57
5.1.2.	INDICE ELEMENTAIRE	57
5.2.	CALCUL DES INDICES PARTICULIERS	58
5.2.1.	PRODUITS SAISONNIERS.....	58
5.2.2.	PRODUITS A PRIX SAISONNIERS.....	59
5.2.3.	LES TARIFS.....	59
5.2.4.	LES LOYERS.....	60
5.2.5.	CALCUL DES INDICES AGREGEEGES	60
5.2.6.	CALCUL DES INDICES D'INFLATION SOUS-JACENTE.....	61
5.3.	CALCUL DES AUTRES INDICATEURS	61
5.3.1.	CALCUL DES INDICES ANNUELS	61
5.3.2.	CALCUL DES VARIATIONS DES INDICES.....	62
5.3.3.	CALCUL DE LA MOYENNE DES PRIX DES VARIETES HOMOGENES	63
5.3.4.	CALCUL DE LA DISPERSION DES PRIX DES VARIETES HOMOGENE	63
5.3.5.	CALCUL DE LA CONTRIBUTION D'UN REGROUPEMENT	64
5.3.6.	CALCUL DES INDICES DES NOMENCLATURES SECONDAIRES	64
5.3.7.	CALCUL DES INDICES PARTIELS.....	65

CHAPITRE 6 : CALCUL DES INDICATEURS DE QUALITE DE L'INDICE	66
6.1. INDICATEURS DE QUALITE ABSOLUE	67
6.2. INDICATEURS D'EXHAUSTIVITE.....	68
6.3. INDICATEURS DE COHERENCE	68
6.4. INDICATEURS DE SUIVI DE LA QUALITE DE COLLECTE	69
6.5. CALCUL DES COEFFICIENTS DE RACCORDEMENT	70
6.5.1. RACCORDEMENT NCOA-IHPC.....	70
6.5.2. CHOIX DE LA PERIODE DE RACCORDEMENT.....	71
6.5.3. NOMENCLATURES SECONDAIRES ET INDICES DE FONCTIONS, GROUPES, SOUS-GROUPES	71
CHAPITRE 7 : PRECISION DES INDICES.....	72
7.1. PRECISION ET IMPRECISION DES INDICES	72
7.1.1. SOURCES D'IMPRECISION DES INDICES	72
7.1.2. CALCUL DE LA PRECISION DES INDICES	73
7.1.3. INDICES DES VARIETES HETEROGENES.....	74
7.1.4. INDICES DES VARIETES HOMOGENES.....	75
7.2. INDICES DES VARIETES SAISONNIERES :	76
7.2.1. PRODUITS SAISONNIERS.....	76
7.2.2. PRODUITS A PRIX SAISONNIERS.....	77
CHAPITRE 8 : PUBLICATION DES RESULTATS.....	78
7.3. RESULTATS.....	78
7.4. ANALYSE.....	79
7.5. SUPPORT, FREQUENCE ET CONTENU DES PUBLICATIONS	79
7.6. DIFFUSION	79
7.7. METHODOLOGIE DE CALCUL D'INDICE NATIONAL HARMONISE DES PRIX A LA CONSOMMATION	80
7.8. SUPPORT, FREQUENCE ET CONTENU DES PUBLICATIONS DES INDICES NATIONAUX	80
7.9. AGREGATION DES INDICES REGIONAUX.....	80
7.9.1. METHODOLOGIE DE CALCUL	80
7.9.2. COEFFICIENTS DE PONDERATION.....	80
ANNEXES.....	81