



N° 62F0014MIB au catalogue

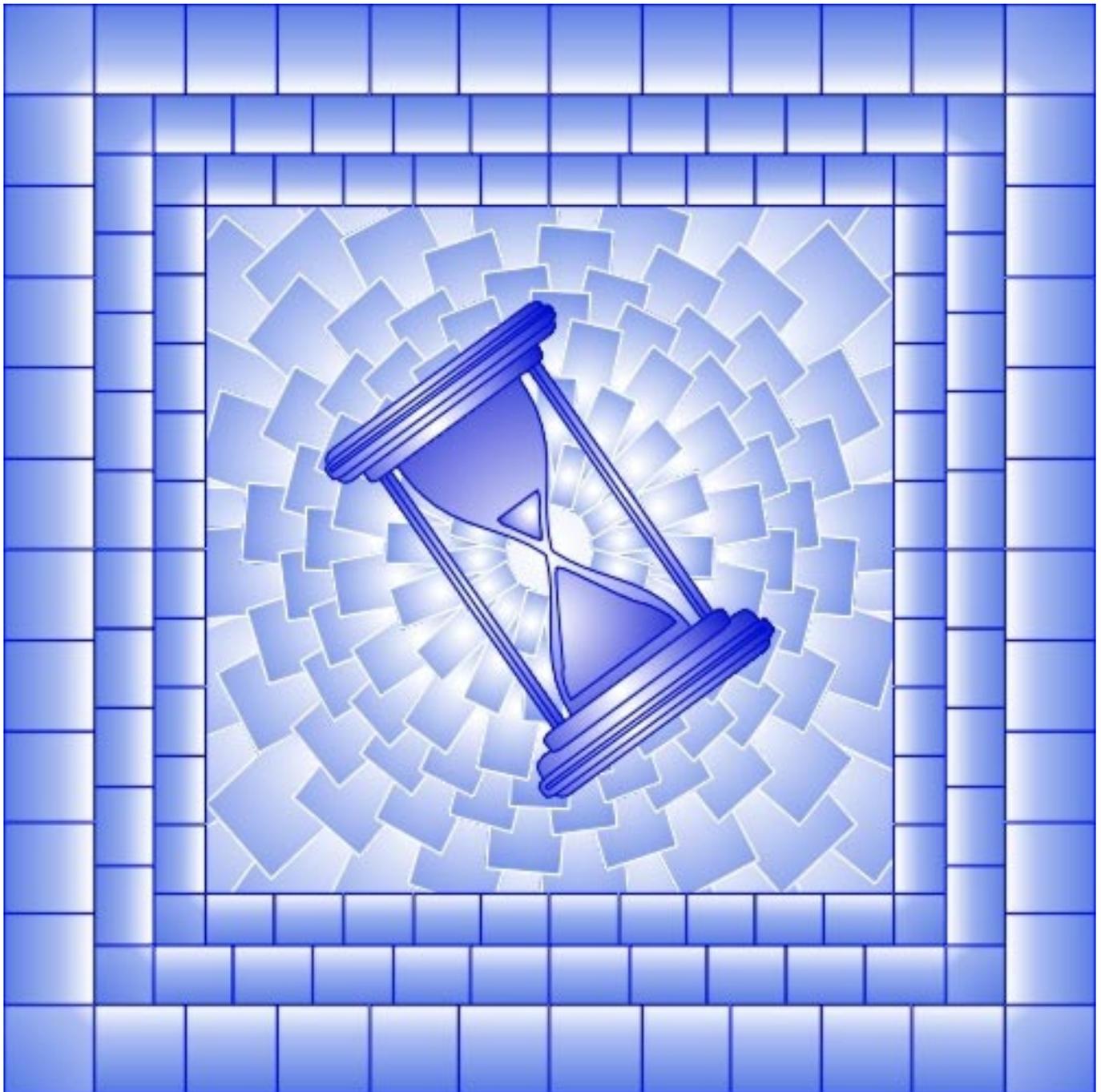
Série analytique

Division des prix

*Sélection de produits et variation de qualité dans
l'indice des prix à la consommation (IPC) canadien*

Par Robin Lowe

N° 12



Statistique
Canada

Statistics
Canada

Canada

***Sélection de produits et variation de qualité dans
l'indice des prix à la consommation (IPC) canadien***

*Par Robin Lowe
Division des prix, Statistique Canada*

***N° 62F0014MPB au catalogue, Série n° 12
ISBN : 0-660-60558-9
ISSN: 1206-2677***

13-D6, Immeuble Jean-Talon, Ottawa, K1A 0T6

Télécopieur : (613) 951-2848

Téléphone : (613) 951-9495

Courrier électronique : lowerob@statcan.ca

Ce document est disponible à www.statcan.ca/francais/freepub/62F0014MIB/free_f.htm

Juin 1998

*Toutes les opinions émises par l'auteur de ce cahier ne reflètent pas nécessairement celles de la
Division des prix ou de Statistique Canada.*

Préface

La Division des prix a débuté la publication de la Série analytique en décembre 1996 afin de partager avec le public ses travaux de recherche sur les indices de prix entrepris par ses employés, et parfois par d'autres personnes à l'intérieur ou à l'extérieur de Statistique Canada.

Tous les travaux sont examinés par un groupe de spécialistes de Statistique Canada ou par des spécialistes externes. Les opinions émises par les auteurs de ces documents ne reflètent pas nécessairement celles de la Division des prix ou de Statistique Canada.

Les séries analytiques ont pour but de propager les connaissances et stimuler la discussion. Prière de faire parvenir toutes questions ou commentaires sur n'importe quel aspect de ces documents à Louis Marc Ducharme, directeur (courrier Internet : ducharl@statcan.ca; téléphone (613) 951-0688) ou à Robin Lowe, chef, Contrôle de la qualité (courrier Internet : lowerob@statcan.ca; téléphone (613) 951-9495), Division des prix, Statistique Canada, Ottawa, Ontario, K1A 0T6.

Résumé

Le présent document examine les méthodes d'ajustement utilisées pour tenir compte de la variation de qualité dans l'indice des prix à la consommation (IPC) canadien pour la période 1989-1994. On y constate que, dans la plupart des cas, la pratique canadienne actuelle fait en sorte que le remplacement d'un produit par un autre, d'une variété de produit par une autre ou d'un point de vente par un autre n'ait aucune répercussion sur l'indice global. Les principales exceptions à ce résultat surviennent au moment du remplacement des variétés de produits qui ne sont achetées qu'occasionnellement, et lorsqu'à la suite d'un choix au jugé, il est établi que le ratio de qualité de l'ancienne variété par rapport à la nouvelle ne correspond pas au ratio de leurs prix. Dans ces cas, il y a sur l'indice un effet ascendant ou descendant, selon que la variation de prix signalée est plus élevée ou plus basse que la variation de qualité. Au cours de ces six années visées par cette étude, il y a eu une corrélation entre le rapport des prix d'une variété et ses remplacements et le mouvement de l'indice qui résulte du choix au jugé. Le sens et l'ampleur de la répercussion sur l'indice dépend en grande partie du fait qu'un article est remplacé par un autre dont le prix est plus élevé ou plus bas. Pour ces raisons, le papier conclut que plus d'attention devrait être consacrée à faire en sorte que la sélection de produits soit plus représentative des ventes actuelles que dans le passé.

Mots clés : Indice des prix, variation de qualité, échantillonnage.

TABLE DES MATIÈRES

	Page
1.0 Introduction	1
2.0 Organisation de la structure de l'IPC	2
3.0 Types d'évaluation de variation de qualité	4
4.0 Traitement des variations associées aux produits achetés couramment	5
4.1 Incidence des variations	5
4.2 Les conséquences du raccordement	7
5.0 Traitement des variations des produits achetés peu souvent	9
5.1 Incidence des variations	9
5.2 Tendances des choix au jugé	10
5.3 Lien entre les remplacements au jugé et les modifications d'indice	13
6.0 Conclusion	16
 <u>Graphiques</u>	
Graphique 1 : Organisation de l'indice	3
Graphique 2 : Répartition des choix au jugé au regard des rajustements pour la variation de qualité	12
Graphique 3 : Ratio des indices par rapport au ratio des prix : choix au jugé	14
 <u>Tableaux</u>	
Tableau 1 : Incidence des variations d'articles courants	18
Tableau 2 : Incidence des variations des articles occasionnelles	22
Références	26

1.0 Introduction*

Pour un grand nombre d'entre nous, l'évaluation de la variation de qualité – c'est-à-dire, la façon dont les prix dans l'échantillon des observations sont ajustés pour tenir compte des variations – constitue un des défis les plus importants de la construction d'indice des prix. Cependant, dans la littérature et la pratique, on s'est beaucoup moins attardé à la sélection de ce qu'on observe au niveau de détail le plus bas et au moment et à la façon de modifier ce qui était observé¹. Ce papier abordera quelques-unes de ces questions.

Tandis que les pondérations de la valeur des groupes de produits sont soigneusement établies à partir des enquêtes sur les dépenses des consommateurs, il existe très peu de pondérations en deçà de ce niveau, et la détermination des items qui constituent le groupe de produits (classe de base) dans l'IPC canadien est effectuée au jugé. Par exemple, au Canada, le choix des produits représentatifs s'effectue en fonction des critères suivants² :

- 1) le mouvement de prix du produit représentatif choisi devrait représenter le mouvement de prix d'une classe de base; et
- 2) on doit s'attendre à ce que le produit représentatif reste offert sur le marché pendant une période de durée raisonnable.

Le choix définitif est arrêté après consultation avec les détaillants, les distributeurs et les fabricants et cette consultation est complétée par un examen régulier des publications spécialisées. En pratique, les gros vendeurs sont généralement retenus parce qu'ils sont le plus susceptibles de répondre aux deux critères susmentionnés.

Une fois choisi, le produit représentatif demeure habituellement dans l'échantillon indéfiniment. Même si certains changements surviennent à cause d'une décision de remplacer un produit représentatif, la plus grande part de l'évaluation de la variation de qualité est une tâche ardue à laquelle est astreint le statisticien des prix à cause de la non-disponibilité de certaines observations au cours d'une période donnée.

* Ceci est une version révisée du document original, préparé pour la réunion d'avril 1997 du Groupe d'Ottawa sur les indices des prix. Des discussions avec plusieurs personnes responsables de l'IPC, notamment Ted Baldwin et Marc Prud'homme, ont aidé à améliorer le document. Candace Ruscher et Micki Kaminska ont effectué la majorité des calculs.

¹ Les renvois relatifs à l'échantillonnage pour l'indice des prix à la consommation comprennent Allen (1964, 1975), Barnerjee (1960), Early (1990), McCarty (1961), Smith (1966) et Turvey (1989).

² Voir *Document de référence de l'indice des prix à la consommation : Mise à jour fondée sur les dépenses de 1992, N° 62-533 au catalogue*, Statistique Canada (1995).

Dans la présente étude, nous examinons l'effet sur l'indice lorsque l'échantillon de prix change à cause des discontinuités dans les observations³. Les données correspondent à tous les rajustements de variation de qualité et à toutes les suppressions de l'échantillon effectués dans l'IPC canadien entre janvier 1989 et décembre 1994 pour les indices calculés à partir des enquêtes de marché. Deux points sont soulevés. Tout d'abord, dans bon nombre des secteurs de l'indice, des prélèvements d'items, peut-être désuets, sont maintenus sans raison puisque le coût de leur remplacement serait minime (et la méthode de remplacement devrait être améliorée). En deuxième lieu, dans les cas où l'évaluation de la variation de qualité n'est pas issue d'une procédure systématique, le résultat est en grande partie déterminé par le ratio du prix de l'item de remplacement par rapport au prix de l'item qui figurait dans l'enquête auparavant.

2.0 Organisation de la structure de l'IPC

Il pourrait être utile de décrire sommairement l'organisation du plan d'échantillonnage et du calcul (ou de la construction) de l'IPC canadien. La situation décrite est celle de janvier 1989 à décembre 1994, période au cours de laquelle l'IPC reposait sur les habitudes de dépense extraites de l'Enquête sur les dépenses des familles (EDF) de 1986.^{4,5} Le graphique 1 illustre l'organisation de l'indice.

Dans l'IPC canadien, chaque indice agrégé est calculé comme une moyenne pondérée des indices des groupes de base qui le constituent. Par conséquent, les indices des groupes de base forment les principaux blocs-données pour le calcul de l'IPC et représentent également le mouvement des prix des produits au sein du groupe de base. Au cours de cette période, le 68 % de l'IPC que nous étudions comprenait 309 groupes de base, et 99 de ceux-ci ont été divisés davantage en environ 400 sous-groupes⁶. Il y avait au total approximativement 600 produits représentatifs pour lesquels les spécifications ont été déterminées dans l'IPC canadien.

³ Aux fins du présent document, nous considérons seulement les produits pour lesquels les indices ont été calculés à partir d'enquêtes sur les prix effectuées sur le terrain. Ceux-ci représentent 68,4 % de l'IPC total. Les produits non visés par cette étude comprennent les prix du logement et les autres prix recueillis de façon centrale du producteur (p. ex. service de téléphone local) ou des organismes gouvernementaux (p. ex. câblevision et taxes foncières). Des rajustements pour la variation de qualité sont effectués pour la plupart de ces produits, mais dans un contexte différent.

⁴ Normalement, les régimes de pondération au-dessus du niveau de base sont mis à jour tous les quatre ans. Cette période exceptionnelle de six ans découle du remplacement, en janvier 1991, de la taxe de vente des fabricants par la taxe sur les produits et services (TPS). Comme la TPS était perçue sur une gamme plus vaste de produits et services au palier de la vente au détail, elle a modifié les prix relatifs des produits et aurait pu avoir un effet sur les dépenses de sorte qu'une enquête de 1990 aurait été désuète dès la parution des résultats. Par conséquent, l'enquête de 1990 a été reportée à 1992. À la suite de l'enquête sur les dépenses de 1996 dont les résultats ont été diffusés en 1998, nous reprenons le rythme régulier de mise à jour.

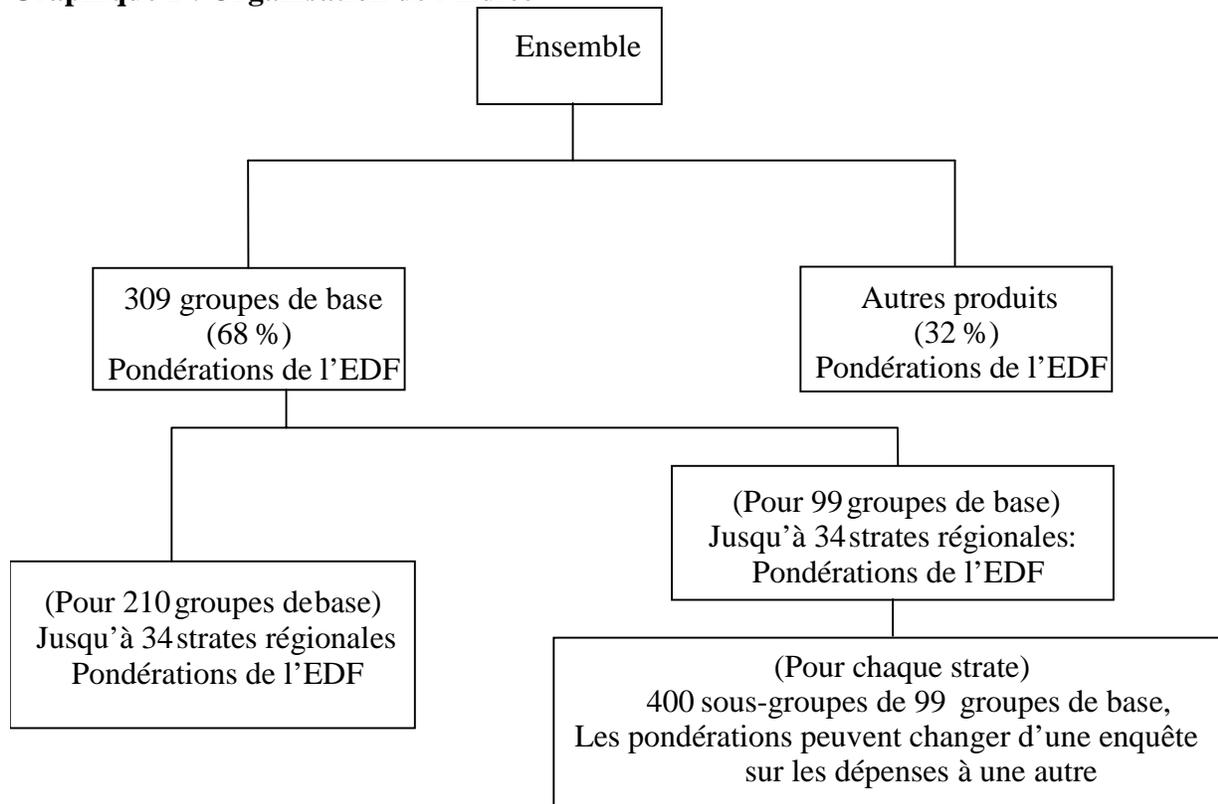
⁵ Certaines modifications ont été apportées à l'IPC en 1995. L'organisation est demeurée semblable. L'échantillon de prix a été réduit, et la stratification géographique portée de 34 à 17 et les classes de base réduites à 182.

⁶ Afin de conserver un certain niveau de souplesse dans l'indice, les pondérations des sous-groupes au sein des groupes de base sont parfois modifiées entre les mises à jour du panier pour refléter d'importants changements dans les habitudes d'achat. Cette situation s'est produite pour les automobiles (environ 20 modèles différents) et les forfaits voyage (35 forfaits différents). Dans ces circonstances, une pondération de la valeur est réaffectée d'un autre groupe de base réputé similaire. Dans ces cas, les changements effectués au régime de pondération n'ont pas d'effet sur le mouvement de l'indice. D'autres cas, lorsqu'il s'agit, par exemple, de nouveaux produits comme les disques compacts ou le type de pile le plus récent qui n'étaient pas disponibles ou dont l'impact était insignifiant au moment de la dernière mise à jour du panier, sont également traités par la réaffectation des pondérations afin que leur introduction n'influe pas sur l'indice.

L'échantillon de chaque groupe de base est également stratifié géographiquement de sorte que l'indice d'ensemble est calculé à partir de plusieurs milliers d'échantillons possibles. En réalité, le nombre d'échantillons est beaucoup moins important car bon nombre d'entre eux sont imputés d'après d'autres échantillons.

Chaque item de l'échantillon est décrit en détail et renferme souvent les modalités de vente. Comme dans la plupart des IPC nationaux, l'IPC canadien utilise la méthode de l'échantillon apparié pour veiller à ce que les indices du groupe de base reflètent le mouvement pur de prix. Cela signifie que les prix échantillonnés renvoient à des items de même quantité et de même qualité (ou de qualité équivalente). L'indice le plus récent est mis à jour par le mouvement de la moyenne⁷ des prix des items de l'échantillon de la période de relevé courante qui peuvent être appariés à la période précédente. Dans la mesure où le prix est disponible entre les deux périodes pour chaque item identique, comme il est spécifié, il n'y a aucun problème et le principe des échantillons appariés est respecté. S'il manque une observation de prix pour la période actuelle, mais qu'il ne s'agit que d'une lacune temporaire, le prix le plus récent pour cet item est alors imputé. Toutefois, si un prix pour l'item identique ne peut être trouvé, une mesure doit être prise pour traiter cette variation dans l'échantillon des prix observés.

Graphique 1 : Organisation de l'indice



⁷ Jusqu'en 1995, la moyenne correspondait à la moyenne arithmétique non pondérée des prix. Depuis janvier 1995, on utilise la moyenne géométrique non pondérée.

3.0 Types d'évaluation de variation de qualité

Les diverses méthodes de traitement de la variation de qualité ont souvent été décrites dans la littérature⁸. Elles s'inscrivent dans deux vastes catégories, selon que les prix relatifs du marché reflètent ou non les attributs qualitatifs relatifs du produit.

Si c'est le cas, le rajustement pour tenir compte de la variation de qualité pourra être fait selon certaines procédures bien établies. Tout d'abord, des comparaisons des prix du marché peuvent servir à la comparaison individuelle entre un item et son remplacement («raccordement» selon la terminologie canadienne) en utilisant le rapport des prix au cours d'une période d'observation commune. Subsidiatement, deux échantillons différents peuvent être enchaînés en utilisant le mouvement des items communs aux deux échantillons. En troisième lieu, une description détaillée des items peut être transformée en une liste des caractéristiques à laquelle une analyse de régression peut être appliquée pour évaluer les prix fictifs des diverses caractéristiques. Ainsi, les prix du marché associés à des ensembles de caractéristiques physiques susceptibles de changer sont convertis en prix du marché pour des caractéristiques qui ne changent pas. Cette méthode s'avère utile lorsqu'il est régulièrement difficile de trouver des items identiques d'une période à l'autre mais que la liste de leurs caractéristiques et la gamme de leurs valeurs ne changent pas entre les périodes. Cette dernière méthode génère ce qu'on appelle souvent les indices hédoniques des prix.

Si la valeur du marché n'est pas acceptée, il est alors possible d'avoir recours à des interventions pour imposer un choix au jugé comme si le produit renfermait une qualité essentielle intrinsèque distincte de la valeur que lui attribue le marché. Cette information peut venir du fabricant du produit ou de quelqu'un d'autre, par exemple un observateur des prix ou un spécialiste de produits, qui est bien placé pour évaluer le degré de variation de qualité selon le point de vue du consommateur. La décision d'accepter ou de rejeter l'évaluation du marché est en soi une affaire de jugement. Il existe manifestement des occasions où des variations soudaines de grande envergure perturbent l'ensemble du marché et compromettent la comparaison des prix. Voici quelques exemples : la délivrance et l'expiration de brevets; des changements apportés à la quantité minimale d'isolant requis dans les maisons; nouvel équipement requis par la loi dans les voitures ou les téléviseurs; changements apportés par la loi à la couverture minimale ou au type d'assurance automobile. Dans tous ces cas, un jugement devra être apporté sur la valeur monétaire de ces changements parce que le consommateur ne peut exercer de choix. Cependant, il n'est pas facile de déterminer si l'activité régulière du marché fausse les valeurs. Par ailleurs, il ressort clairement que, dans l'IPC canadien, la seule façon de juger si l'introduction d'un nouveau produit ou d'un produit modifié influe sur l'indice consiste à effectuer une évaluation biunivoque de sa qualité comparativement à l'item qu'il remplace.

⁸ Voir par exemple, *Armknrecht et Moulton (1995), Armknrecht et Weyback (1989), Hofsten (1952), Jaffe (1959), Triplett (1971) et Turvey (1997)*.

Au cours de la période d'étude pertinente, toutes les techniques, à l'exception de la méthode de régression, ont été utilisées dans l'IPC canadien pour traiter les variations dans l'échantillon⁹. L'incidence des variations de qualité et la nature du traitement varient selon le type de produit. Toutefois, la méthode utilisée dans le cas de la perte d'un point de vente demeure la même, peu importe le type de produit. Si le prix d'un item n'est plus disponible à cause de la disparition du point de vente duquel il était observé, le remplacement s'effectue toujours en désignant un nouveau point de vente et en modifiant l'échantillon par l'introduction à une date ultérieure du nouvel item du nouveau point de vente. Entre-temps, les deux échantillons sont enchaînés en calculant l'indice de l'échantillon apparié réduit. Dans le reste du document, ces cas sont désignés comme étant des «remplacements de point de vente». Il existe d'autres raisons qui peuvent justifier de modifier l'échantillon de la sorte, mais la perte d'un point de vente représente la plupart de ces cas. Tous les autres traitements de la modification de l'échantillon faisant appel à une comparaison biunivoque entre l'item manquant et son remplacement sont décrits comme des «variations de qualité» dans le reste du présent exposé.

Le nombre de remplacements de points de vente demeure assez constant pour la plupart des produits, tandis que l'incidence de variation de qualité varie énormément. Dans l'ensemble, les variations de qualité ont représenté trois fois plus de rajustements que les remplacements de points de vente.

4.0 Traitement des variations associées aux produits achetés couramment

4.1 Incidence des variations

Eu égard aux divers groupes de produits, nous définirons tout d'abord les achats courants. Le consommateur achète ces items chaque jour ou chaque semaine. La fréquence est suffisamment élevée pour que si le consommateur essaie un nouvel item et qu'il ne l'aime pas, il lui sera facile de revenir à l'item original, et la perte sera minime. Cette catégorie comprend tous les aliments achetés dans les magasins, certains aliments achetés à des comptoirs de mets à emporter, les produits d'entretien ménager, certains items de vêtement de base, l'essence, les items de soins personnels, certains items de lecture et de loisir tels que les revues, livres, bandes magnétiques et disques compacts, ainsi que les produits du tabac et les produits alcoolisés. Dans l'ensemble, 172 des 309 groupes de base de l'IPC appartiennent à ce groupe, comptant pour 32,7 % de la pondération totale de 68,4 %. Dans le cas de ces produits, le vendeur de nouveaux produits doit le vendre à chaque client non seulement une fois, mais de façon répétée, de sorte que le marché évalue constamment les valeurs relatives des différents items offerts en vente.

⁹ Avec l'ajout du produit «ordinateurs» dans le panier de 1992, les techniques de régression sont utilisées pour effectuer les rajustements afin de tenir compte de la variation de qualité.

Le tableau 1 à la page 20 montre l'incidence du remplacement des points de vente et des variations de qualité pour chaque produit. À l'intérieur de chaque échantillon déterminé, un certain nombre d'observations sont recueillies pour chaque période d'observation des prix. L'incidence est définie comme étant le ratio entre le nombre d'observations qui disparaissent au cours d'une année à cause de la perte du point de vente ou qui subissent une variation de qualité et le nombre moyen d'observations dans l'échantillon au cours de la même période. Ainsi, 10 % inscrits sous la rubrique «remplacement de point de vente» signifie qu'il existe une probabilité de 10 % qu'une observation dans un échantillon de ce produit soit éliminée de l'échantillon au cours de l'année. De même, cette proportion indiquée sous la rubrique «variation de qualité» signifie qu'il existe une probabilité de 10 % qu'au moins un rajustement dû à une variation de qualité soit effectué. Cette mesure d'incidence permet des comparaisons entre les produits dont les fréquences d'observation des prix diffèrent. Par exemple, s'il y a dix observations pour le café dont le prix est observé tous les mois et que l'une renferme une variation de qualité pendant l'année (10 %), alors le pourcentage total des observations ayant une variation de qualité sera d'environ 0,8 % (ou 1/120). Toutefois, dans le cas du nettoyage à sec dont le prix est observé quatre fois par année, la même incidence signifierait que 2,5 % des observations avaient une variation de qualité (1/40). Comme la première préoccupation concerne la probabilité d'avoir une interruption du flot des observations, les chiffres relatifs à l'incidence sont plus informatifs que les ratios. Les incidences montrées dans le tableau 1 sont calculées pour chaque année et la moyenne est établie pour toute la période de six ans ou moins pour certains produits¹⁰.

Le type de rajustement correspondant à la variation de qualité est également montré. Il y a «raccordements»¹¹ lorsque le rapport des prix entre l'item original et son remplacement est présumé évaluer le rapport des qualités. Il y a «variations au jugé» lorsque cette hypothèse ne tient pas. Les raccordements et les variations au jugé constituent «l'ensemble des variations de qualité». En colligeant ces données des dossiers historiques, il était impossible de distinguer les véritables rajustements de variation de qualité des corrections apportées aux données de l'enquête – qu'il s'agisse d'erreurs dans la collecte ou dans l'inscription de la description des items. Ces corrections correspondaient presque certainement à des raccordements. Par conséquent, il y a lieu de faire preuve de prudence en interprétant les résultats puisque le total des incidences et le pourcentage des raccordements pourraient être légèrement surestimés.

¹⁰ Les deux incidences sont indépendantes l'une de l'autre, quoique le total exagère légèrement l'incidence de toutes les discontinuités. Cela résulte du fait que certains items ont pu subir une variation de qualité avant d'être éliminés de l'échantillon au cours de la même année.

¹¹ Ceci n'est pas tout à fait exact, comme nous l'expliquerons ultérieurement.

4.2 Les conséquences du raccordement

D'après le tableau 1, on constate que la très grande majorité des discontinuités relatives à ces produits achetés couramment sont traitées de l'une des deux façons suivantes : soit par raccordement de la variation de qualité ou par enchaînement des observations d'un nouveau point de vente par l'intermédiaire d'un échantillon apparié commun. On a compté environ la moitié moins de remplacements de point de vente que de changements de qualité. Les variations de qualité au jugé sont rares; seulement deux produits avaient enregistré une incidence de variation de qualité au jugé pouvant aller jusqu'à 10 % et seulement 14 produits (8 % du total) avaient une incidence de plus de 5 %.

N'importe quel raccordement peut être traité de la même façon que les remplacements de point de vente. Les deux méthodes fournissent des résultats semblables. La méthode de raccordement actuelle devrait être remplacée par le mouvement des observations appariées dans l'échantillon et ce, pour deux raisons.

Tout d'abord, les deux méthodes ne donnent pas exactement le même résultat; les raccordements ne sont pas appliqués dans leur forme pure. Idéalement, le ratio des prix dans une même période devrait correspondre au ratio des qualités. Cependant, des prix chevauchants sont rarement recueillis dans la même période. Il est plutôt question de raccordement si le ratio entre le prix de l'item de remplacement dans la période subséquente et le prix de l'item original dans la première période correspond au ratio de leurs qualités. Cela présuppose une combinaison d'un vrai raccordement et l'hypothèse d'une absence de variation de prix entre les deux périodes. Si dix observations sont effectuées au regard de l'échantillon et que l'une est dite de raccordement, l'indice pour la période sera fondé sur le mouvement des prix des neuf autres items, la variation du dixième étant zéro. Eu égard à l'échantillon apparié, l'indice ne dépendra plus que du mouvement des neuf autres items. Même si la différence n'est habituellement pas significative¹², il vaudrait mieux ne pas supposer une variation de prix de zéro puisque ce n'est pas nécessaire. De plus, même si le problème ne semble pas sérieux lorsque le prix du produit est observé mensuellement et que le taux de variation des prix est faible, il ne s'agit pas de conditions immuables. Les prix de nombreux produits sont observés trimestriellement ou même moins souvent; ainsi, l'hypothèse de l'absence de variation de prix au cours de la période plus longue est moins défendable. Comme cette méthode a toujours pour effet d'atténuer le mouvement de l'indice, que ce soit vers le haut ou le bas, cette question devra faire l'objet d'une étude plus poussée.

¹² L'ajout du produit «brocoli» à l'enquête sur les prix à la fin de 1994 constitue un exemple extrême de la façon dont cette différence peut être significative. Comme il arrive souvent dans le cas d'un nouvel échantillon, un grand nombre de corrections et de modifications ont dû être apportées après la première collecte de données. Ces corrections ont été raccordées dans l'indice le mois suivant atténuant de près de moitié le mouvement de l'indice. Les prix du brocoli, comme le montre le reste de l'échantillon, avaient augmenté abruptement au cours du mois.

La deuxième raison de préférer l'enchaînement par échantillons appariés au raccordement reflète une attitude. Comme il est actuellement conçu, le processus de correction, sauf en ce qui a trait aux changements de point de vente, est établi de façon à maintenir la continuité chronologique la plus longue possible. On sait que le statisticien des prix est toujours confronté au compromis entre le maintien de la continuité chronologique des données et la mise à jour de l'échantillon¹³. Toutefois, en l'occurrence, le compromis n'est pas équitable car le fait de tenir à jour l'échantillon n'entraîne aucun frais. De même, une substitution peut être effectuée en tout temps, pour n'importe quoi, et à très peu de frais. La méthode actuelle conserve le vieil échantillon bien au-delà de sa période pertinente sans qu'il en résulte quelque avantage compensatoire dans le traitement de la variation de qualité. Il faudrait modifier la perspective et la philosophie pour en arriver à conserver l'échantillon à jour et à permettre des modifications plus fréquentes à l'échantillon.

La plupart des changements apportés à un échantillon existant le sont parce qu'il n'y a pas moyen de faire autrement. Certains pourraient penser que c'est parce que le concept du panier fixe est appliqué dans ses moindres détails – afin de préserver le choix des items d'un point de vente particulier selon les mêmes modalités de vente. Toutefois, hormis le fait qu'il s'agit d'une mesure très restrictive, la méthode n'est pas appliquée à des niveaux d'agrégation plus élevés. Les pondérations des sous-indices au sein des catégories relevées à partir de l'Enquête sur les dépenses des familles peuvent être modifiées et elles le sont, à l'occasion, entre les mises à jour du panier. Certains produits ont été introduits pendant cette période d'étude et d'autres ont été abandonnés. De plus, les spécifications des items peuvent être changées et de tels changements représentent une partie des changements au jugé. Par exemple, le contenant de l'item de boisson gazeuse dont le prix doit être observé a été changé d'une boîte à une bouteille de plastique de format plus grand. Lorsque le ratio des prix ne correspond pas au ratio des formats, la variation enregistrée est une variation au jugé. Toutefois, les chiffres révèlent que la modification de la sélection de produits n'est pas très courante. Dans la plupart des cas, lorsqu'un échantillon est sélectionné, il est conservé comme si l'intention était de préserver et de respecter le principe d'un panier immuable le plus longtemps possible.

La combinaison d'un important recours au raccordement et de la faible incidence des variations laissait entendre qu'on pouvait permettre aux échantillons de devenir désuets. Moins de la moitié des produits représentatifs ont enregistré des incidences de variation de qualité de quelque sorte supérieure à 10 %, et seulement 25 des 172 de plus de 20 %. Même si quelques-uns des produits alimentaires de base peuvent ne pas avoir changé au fil des ans, le niveau de développement et de variation, considérable pour de nombreux produits, est à peine reflété dans les données. Un travail récent effectué au moyen de données scanographiques pour le café a révélé que 30 % des ventes de café torréfié à la fin de la période d'étude touchaient des variétés qui n'étaient pas disponibles au début de la période, trois années plus tôt (Scobie, 1997). D'autre part, l'incidence de variation de qualité de l'IPC officiel pour le café est de 3,7 %; nous constatons une incidence également faible de variation de qualité pour d'autres produits dont les variétés ont augmenté manifestement au fil du temps.

¹³ Ce point a été soulevé, entre autres, par Triplett (1996).

Les mêmes considérations applicables à l'utilisation des prix à titre d'indicateur valide de qualité parmi les items concurrents d'un produit s'appliquent également aux points de vente concurrents. Malgré les variations dans la quantité de services fournis par les points de vente concurrents (et la marge des supermarchés n'est que d'environ 20 % du prix de vente) l'échantillon s'en trouverait amélioré s'il comprenait une plus grande diversité de points de vente.

5.0 Traitement des variations des produits achetés peu souvent

Le traitement des discontinuités est plus problématique dans le cas des produits achetés moins souvent. La perception ou le jugement d'une personne relativement aux variations de qualité peut être entravé. Même lorsqu'il s'agit d'une transaction d'apparence aussi simple que l'achat d'une paire d'espadrilles, il n'est pas facile de répéter le dernier achat effectué et il n'est pas facile de comparer les valeurs des items de remplacement. Des spécialistes de la publicité et du marketing ont le champ libre pour déguiser la qualité et commercialiser le produit en fonction des améliorations par rapport à une période précédente plutôt qu'en fonction du prix¹⁴. Par conséquent, il n'est pas étonnant de constater que l'observateur des prix juge souvent que l'item de remplacement est meilleur ou pire que le laisserait supposer le ratio de ses prix. Il ne faut pas s'étonner non plus si des items disparaissent plus souvent puisqu'il est plus avantageux pour un producteur de les remplacer par des nouvelles variétés qui peuvent être mises en valeur comme étant améliorées.

5.1 Incidence des variations

Le tableau 2 à la page 24 montre l'incidence de remplacement des points de vente et des variations de qualité pour des produits pouvant être qualifiés d'achats occasionnels¹⁵. Cette catégorie inclut les repas au restaurant, l'équipement ménager et l'ameublement, la plupart des vêtements, les voitures neuves et les réparations et l'entretien, les soins dentaires, la plus grande partie de l'équipement et des services récréatifs et les forfaits voyage. Il y a en tout 137 produits représentant 35,7 % de la pondération totale de 68,4 % de l'IPC. Comparativement à la catégorie des achats courants, l'incidence de variation de qualité est beaucoup plus élevée, et il existe une importante proportion de cas dans lesquels un choix au jugé est appliqué plutôt que la méthode du raccordement. Même si l'incidence de remplacement des points de vente est semblable à celle des produits d'achat courant, elle ne représente qu'environ un cinquième du nombre des cas de variation de qualité.

¹⁴ Selon Hofsten, cela remonte jusqu'à 1952.

¹⁵ Il s'agit d'une distinction subjective qui repose sur la reconnaissance de la capacité des consommateurs de juger de la qualité. Une distinction pourrait également être faite en évaluant le degré de concurrence par les prix plutôt que la concurrence hors-prix dans les différents marchés.

Il existe au sein de ce groupe de larges variations de l'incidence de changement de qualité et du genre de traitement. Les incidences les plus faibles de choix au jugé appartiennent à un groupe de produits des services. Ceux-ci comprennent les services de cordonnerie, de vidange d'huile, de soins dentaires, d'entretien mécanique, de réparation de magnétoscope et les leçons de piano. Certains d'entre eux enregistrent également une faible incidence globale de changement qualitatif.

Les produits à incidence élevée de raccordement sont ceux qui subissent un changement technologique rapide tels que les postes de radio portatifs, les fours micro-ondes, le matériel stéréo, les vidéocassettes, les téléviseurs couleur et les sècheurs à cheveux.

L'incidence la plus élevée de choix au jugé est généralement associée aux achats de vêtements et de nouvelles voitures. D'autre part, les variations de qualité surviennent à une fréquence si élevée pour certains items de vêtement pour femmes qu'ils figurent également sur la liste d'incidence élevée d'items traités par raccordement.

Dans l'ensemble, il semble que le raccordement constitue la méthode de traitement préférée des items les plus faciles et les plus difficiles et que les choix au jugé soient utilisés pour les produits figurant entre ces deux extrêmes¹⁶.

5.2 Tendances des choix au jugé

Le premier choix au jugé consiste à déterminer s'il faut appliquer le raccordement ou imposer une autre forme d'évaluation. Le raccordement est un peu plus fréquent lorsque la variation de prix est minime, en grande partie en raison de la forte tendance à considérer l'item de remplacement de qualité égale lorsque le prix est pratiquement le même, mais la différence d'incidence n'est pas très importante. Elle n'est pas très différente non plus pour la plupart des produits considérés individuellement. Par exemple, 71 % des variations de prix observées à l'égard des postes de radio portatifs sont raccordées lorsque la variation de prix dépasse 10 % et 69 % le sont lorsque la variation est inférieure. Peu de produits enregistrent une différence importante; par exemple, les automobiles (6 % des petites variations raccordées, 15 % des grandes), les camions et les wagonnettes (3 % et 32 % respectivement). La différence résulte de la façon dont les choix au jugé sont appliqués.

L'application d'un choix au jugé entraîne des différences dans les tendances selon l'ampleur de la différence de prix entre l'item manquant et le fait qu'il soit remplacé ou non. En examinant ces différences, il sera utile de considérer les vêtements séparément des autres produits. Dans l'IPC canadien, les choix au jugé pour la plupart des produits sont appliqués par les spécialistes de produits du bureau central à Ottawa en fonction de la connaissance concrète du produit acquise de diverses sources comme les fabricants. Par ailleurs, dans le cas des vêtements, des choix au jugé sont appliqués sur le terrain par les observateurs des prix.

¹⁶ *Ce n'est peut-être pas si étrange. Tout comme il n'existe pas de dispersion des prix dans deux circonstances extrêmes de concurrence parfaite et de monopole – de façon à permettre au marché d'établir des valeurs, il y a deux extrêmes. Dans le cas d'un produit véritablement nouveau, le fabricant n'a aucun cadre de référence. Il ne concurrence pas d'autres variétés du même produit, mais il se situe dans un contexte beaucoup plus large et sa valeur sur le marché est inconnue au départ.*

Le graphique 2 à la page suivante montre la tendance des choix au jugé. Pour tous les produits autres que les vêtements achetés occasionnellement, on remarque environ le même nombre de cas où le prix de remplacement se situe dans une fourchette de 10 % du prix de l'ancien item, comme il existe des cas où la différence de prix est supérieure.

Le premier des quatre diagrammes montre, par exemple, que dans le cas des achats occasionnels, lorsque la variation des prix observés était de moins de 10 %, dans 9,4 % des cas, l'indice diminuait à mesure que la qualité de l'item de remplacement augmentait dans une proportion supérieure à celle de l'augmentation du prix.

Dans une autre proportion de 10,4 % des cas, le prix a diminué alors que la qualité augmentait. Pour ces produits à l'égard desquels un choix au jugé a été fait, l'indice a augmenté dans 61 % des cas (le total des pourcentages des zones non ombragées). Pour les variations de prix plus importantes (plus de 10 %), le résultat global était semblable — l'indice a augmenté dans 58 % des cas.

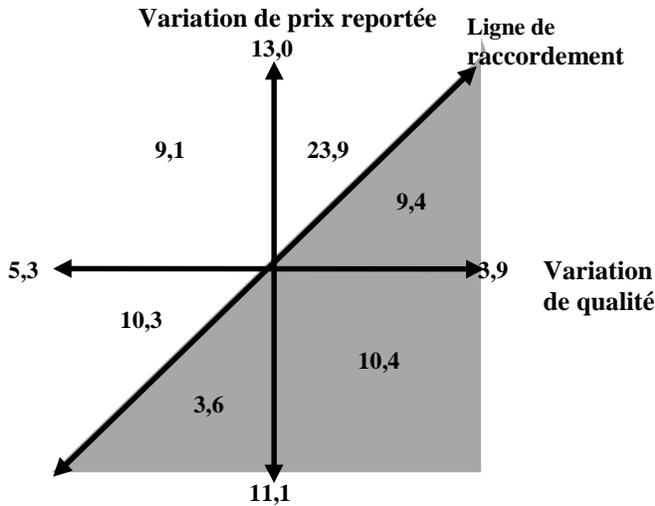
Fait à noter, lorsque la différence de prix entre un item et son remplacement est grande, les types de choix au jugé étaient concentrés dans quelques segments. Les situations où l'item de remplacement était plus dispendieux et que la qualité était jugée avoir augmenté mais dans une proportion moindre que le prix comptait pour 37 % de tous les cas. Le côté négatif correspondant — les prix chutent mais la qualité diminue en proportion moindre, comptait pour 22 % des cas. Par contre, dans le cas des variations plus petites, les résultats étaient répartis plus uniformément.

Les choix au jugé ont été appliqués de façon sensiblement différente dans le cas des vêtements. Il y avait davantage de variations de prix importantes que de petites variations (14 000 contre 10 500 en six ans) et les petites variations étaient beaucoup plus susceptibles d'être raccordées. Autrement, les tendances étaient semblables, mais plus extrêmes. Les petits rajustements (diagramme inférieur de gauche) montrent une fourchette de résultats. Dans le cas des variations importantes (diagramme inférieur de droite) comme pour les autres produits, la concentration dans ces deux segments du diagramme est encore plus accentuée. L'ensemble de ces cas – augmentation des prix, mais augmentation moindre de la qualité et diminution des prix, mais diminution moindre de la qualité – couvrent 63 % de tous les cas.

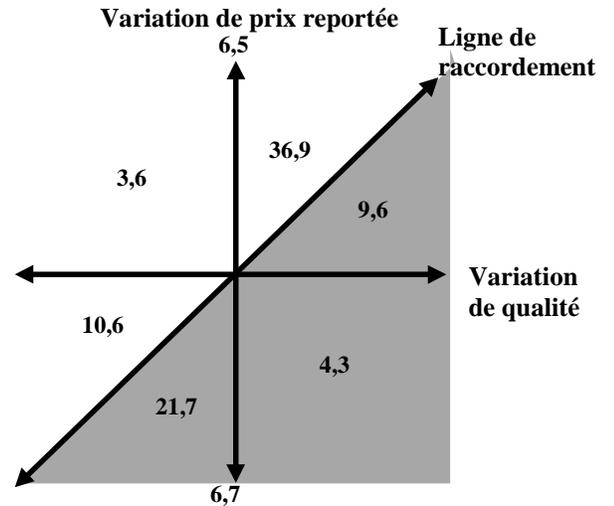
Graphique 2 : Répartition des choix au jugé au regard des rajustements pour la variation de qualité¹⁷

Achats occasionnels, excluant les vêtements

Petites variations de prix (< 10 %)

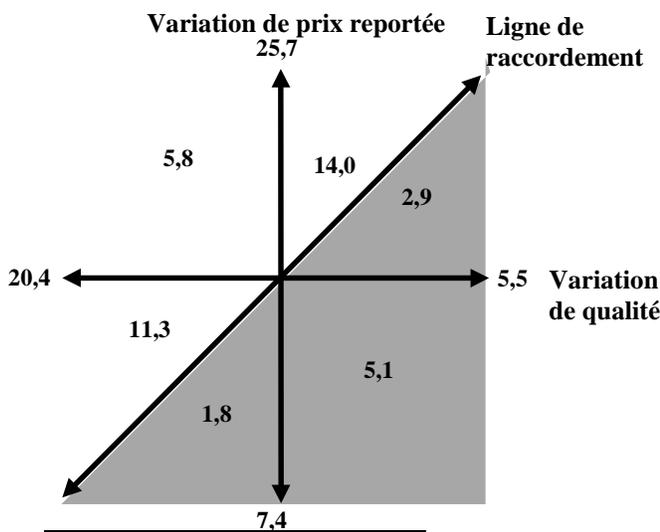


Variations de prix importante

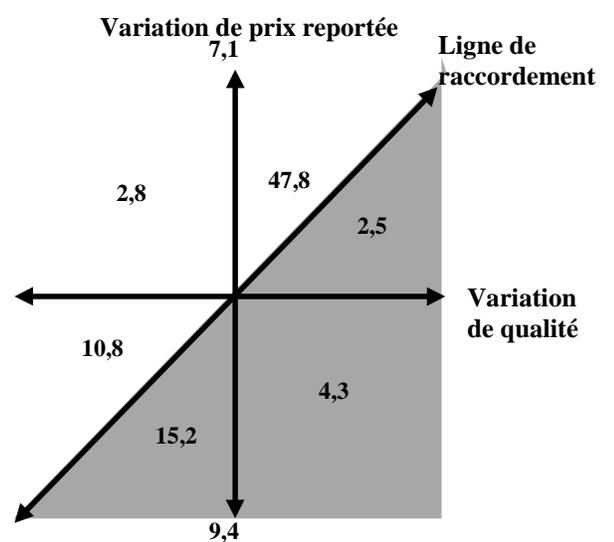


Vêtements

Petites variations de prix (< 10 %)



Variations de prix importante



¹⁷ Dans ce graphique, le ratio entre le prix de l'item de remplacement et le prix de l'item remplacé peut être reporté contre le rapport de leur qualité. Si ceux-ci sont égaux, l'indice ne changera pas en conséquence du remplacement. Il s'agit d'un raccordement représenté par la ligne de raccordement en 45° tracée sur le diagramme. Le secteur ombragé montre les combinaisons où l'indice diminue. Par contre, les combinaisons dans le secteur non ombragé montrent les augmentations de l'indice. On pourrait reporter sur ce graphique chacun des changements individuels, mais les points de données rempliraient le secteur. Il montre plutôt les pourcentages de cas correspondant à chacune des combinaisons. Il y a treize combinaisons possibles. Trois d'entre elles sont sur la ligne de raccordement : augmentation du prix et de la qualité, diminution, aucun changement. On compte ensuite six segments et quatre combinaisons sur les axes où seul le prix ou la qualité change. Comme seulement les choix raisonnés sont reportés ici, il n'y a aucun chiffre sur la ligne de raccordement. Sur les diagrammes montrant les variations importantes du ratio des prix, il ne peut y avoir de combinaisons sur l'axe Y non plus puisque le ratio des prix ne peut pas être 1.

Lorsque la variation est faible, on peut noter presque n'importe quelle combinaison de prix et de qualité. Toutefois, lorsqu'elle est importante, l'indice augmente ou descend selon que le prix de l'item de remplacement est plus ou moins élevé que l'item remplacé. Cette situation est assez plausible dans le cas des augmentations. Dans de nombreux cas de petites variations, il peut s'agir de légères modifications apportées à un item qui demeure essentiellement le même alors qu'un remplacement d'importance peut fournir au fabricant l'occasion d'augmenter les prix en présentant un nouveau modèle. Cette tendance est plus accentuée dans le cas des augmentations de prix que dans le cas des diminutions – lorsque le prix et la qualité ont augmenté, l'indice a monté presque quatre fois plus souvent qu'il a fléchi, tandis que lorsque les deux ont diminué, l'indice a fléchi seulement deux fois plus souvent qu'il a monté¹⁸. Dans certains cas, la tendance à considérer les variations de cette façon particulière est absolue.

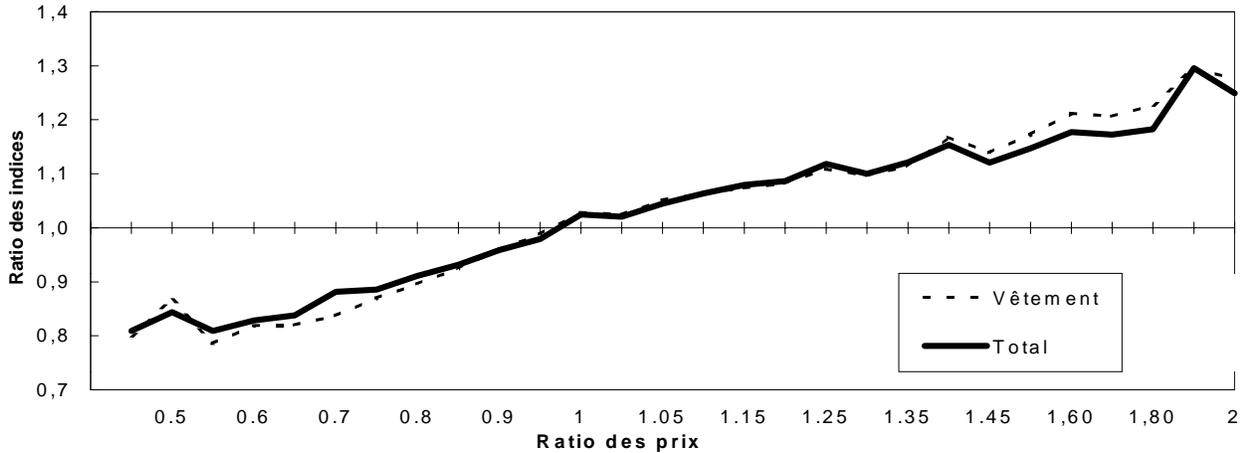
Dans un travail préliminaire de Markle (1997), au moment de l'application des techniques de régression aux vêtements, une comparaison a été effectuée entre les rajustements demandés par le modèle de régression pour tenir compte de certains changements apportés aux chemises de ville pour hommes et les changements qui ont réellement été effectués. Dans 29 occurrences au cours d'une partie de 1996, l'augmentation de qualité n'a jamais été jugée supérieure à l'augmentation de prix, la diminution de qualité n'a jamais été supérieure à la diminution de prix et il n'y a pas eu variation de qualité sans variation de prix. Le modèle de régression avait indiqué des variations dans presque chaque cas.

5.3 Lien entre les remplacements au jugé et les modifications d'indice

Une tendance peut être observée non seulement dans le sens des changements, mais également dans l'ampleur de la correction de l'indice. Sur le graphique 3, la relation entre le ratio du prix de chaque item à celui de son remplacement et de la répercussion sur le mouvement de l'indice (son mouvement pur de prix) est reportée pour toutes les variations au jugé à l'égard des produits achetés occasionnellement. Un peu plus de 32 000 cas ont été répertoriés durant la période de six ans. Le ratio moyen de l'indice est calculé pour toutes les variations de chaque fourchette de prix – en tranches de 5 % jusqu'à un rapport de prix de 1,5 et en intervalles de 10 % au-delà de ce ratio. Le premier graphique montre, d'une part, tous les cas réunis et, d'autre part, le groupe le plus important, les vêtements, qui comptent pour un peu plus de 40 % de tous les changements. Le deuxième graphique montre la relation entre trois des plus importants groupes de produits : «meubles et appareils ménagers», «items de sport», qui comprend la plus grande partie du groupe des loisirs et «équipement récréatif» qui comprend les téléviseurs, les chaînes stéréophoniques, les magnétoscopes et les caméras (produits très influencés par les progrès en matière d'électronique).

¹⁸ La tendance n'était pas vraie pour tous les items. Par exemple, dans le cas des postes de radio portatifs, l'indice a diminué alors qu'une augmentation du prix et de la qualité comptait pour 17 % de toutes les variations (quoi qu'il ait quand même monté dans 20 % des cas). Sa tendance à l'égard des faibles variations était semblable à celle des autres produits sauf qu'elle ne reconnaissait aucun changement de qualité dans un grand nombre de cas.

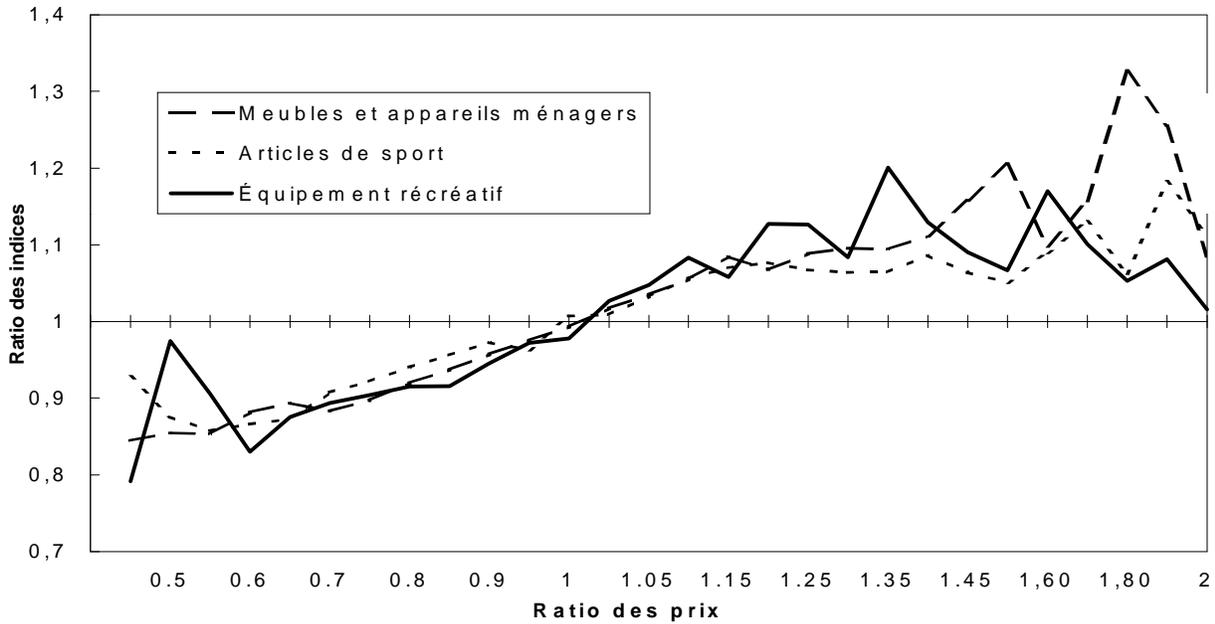
Graphique 3 : Ratio des indices par rapport au ratio des prix : choix au jugé



Répartition des ratios des prix

Nombre

Vêtement	0,7	1,5	1,8	3,2	3,5	4,8	4,7	5,0	5,0	3,5	8,6	5,6	9,9	7,8	5,3	4,6	4,4	3,3	2,1	2,4	1,2	3,0	2,4	1,2	0,9	0,4	0,1	1,9	13,635
Total	0,6	1,2	1,3	2,4	3,0	4,2	4,8	5,9	7,2	6,0	6,0	10,1	11,6	8,4	5,2	4,1	3,4	2,6	1,7	1,6	0,9	2,1	1,5	0,9	0,7	0,3	0,1	1,4	32,488



Répartition des ratios des prix

Nombre

Meubles et appareils ménagers	0,5	1,0	1,1	2,4	3,5	5,3	6,6	8,8	11,3	8,8	4,7	11,6	10,2	7,0	4,5	3,1	2,0	1,6	1,1	0,7	0,7	0,9	0,5	0,3	0,2	0,1	0,0	0,4	5,111
Items de sport	0,6	1,6	1,3	2,8	3,5	4,4	5,8	6,8	8,1	6,4	5,6	6,9	9,4	7,3	5,1	3,9	4,2	3,2	2,4	1,6	1,0	2,3	1,7	1,2	0,8	0,3	0,1	1,1	5065
Équipement récréatif	0,6	0,6	0,7	1,4	2,3	4,0	5,8	10,3	15,0	7,9	4,6	8,7	9,9	7,7	4,4	4,5	2,9	2,2	1,5	0,8	0,5	1,5	0,6	0,4	0,3	0,2	0,1	0,4	2258

Il est manifeste que plus la différence entre le prix de l'étiquette de l'item et le prix de son remplacement est importante, plus grande sera la variation de l'indice. Si le prix de l'item de remplacement est 50 % plus élevé, l'augmentation de qualité, en moyenne, sera estimée aux environs de 35 % et l'indice augmentera de 15 %. Si le prix augmente de 15 %, la qualité augmentera d'environ 7 % et l'indice de 8 %. Ce profil se maintient pour tous les produits. Dans le cas des vêtements, le tracé sera un peu plus abrupt que pour les autres produits, mais toutes les lignes tendent à suivre un tracé ascendant semblable¹⁹.

À première vue, les motifs de ce genre de comportement ne sont pas évidents. On pourrait s'attendre à ce que les variations de prix et de qualité soient corrélées l'une avec l'autre, mais il n'existe aucune raison évidente pour laquelle le résidu, le mouvement de l'indice, devrait également être corrélé. Les raccordements figureraient comme un tracé plat le long de l'axe $Y=1$. Les choix au jugé pourraient s'inscrire le long d'un autre tracé, ou encore, il pourrait n'y avoir aucune tendance perceptible.

Deux explications possibles nous viennent à l'esprit. Tout d'abord, les observateurs de prix et les spécialistes de produits, pour quelque raison que ce soit, diminuent «subconsciemment» les variations de qualité observées. Cette situation présente un aspect rassurant car les observateurs de prix et les spécialistes de produits sont également des consommateurs et leurs propres sentiments personnels selon lesquels rien n'est aussi mauvais ni aussi bon qu'il ne semble sont probablement partagés par d'autres consommateurs. Une autre explication possible pourrait être que les fabricants et les détaillants, peu importe le produit fabriqué ou vendu, peuvent penser qu'il est plus facile de faire accepter une augmentation du prix réel (ajusté en fonction de la qualité) correspondant à une importante augmentation de la qualité et à un prix de l'étiquette considérablement plus élevé que d'en faire accepter une plus petite. D'autre part, il est plus difficile de concevoir pourquoi ils combineraient une importante diminution du prix réel avec une importante diminution apparente du prix.

Quelle qu'en soit la raison, présumons que les choix au jugé sont corrects. Par conséquent, il est d'importance primordiale de veiller à ce que les remplacements soient effectués en harmonie avec l'évolution du marché. Si les consommateurs achètent généralement à un cran supérieur dans le marché, l'item de remplacement devrait alors être de façon générale de qualité et de prix plus élevés. Selon les statistiques disponibles pour les automobiles, ce fut généralement le cas. D'autre part, si, comme il a été observé au cours des dernières années pour de nombreux produits, la stagnation des revenus au Canada a incité les consommateurs à trouver des produits moins dispendieux, les items de remplacement devraient généralement être moins chers.

¹⁹ *Aux extrêmes, on trouve davantage de bruit; seulement 5 % des ratios de prix dépassent 1,5. L'équipement récréatif, plus particulièrement, montre une ligne tombante à droite du graphique, mais seulement 2 % de ces variations correspondent à un ratio de prix de plus de 1,5 – 45 cas en six ans. L'autre groupe principal pour lequel de nombreux changements ont été enregistrés – automobiles et wagnettes – n'est pas illustré ici; presque tous ses changements se situent à moins de 25 % des prix antérieurs et, dans ces limites, son rapport, lorsque reporté sur le graphique, ne se distingue pas de celui des autres.*

Est-il alors possible que, dans l'enquête, les remplacements aient reflété les changements survenus dans le marché? Cela ne semble pas très vraisemblable compte tenu des directives rigoureuses données aux observateurs de prix. Ceux-ci doivent trouver un item qui satisfait à la même spécification et qui ne correspond probablement pas aux tendances récentes du marché. Ils doivent également trouver un gros vendeur. Toutefois, comme l'item remplacé n'est presque certainement plus un gros vendeur au moment où il est remplacé, rien ne garantit qu'il y aura une comparaison directe.

Il est cependant possible que les remplacements reflètent encore, dans ce champ plus étroit, l'évolution du marché. Les données actuelles ne nous permettent pas de l'affirmer. On peut dire que, au cours des six années visées par l'étude, la répercussion nette des variations de qualité au jugé des indices des produits à l'échelle du Canada a été minime. Cela résulte uniquement du fait qu'il y a eu presque autant de remplacements vers le bas que vers le haut. Le ratio du prix moyen des items de remplacement ne s'écarte pas beaucoup de « 1 » pour la plupart des produits en dépit du fait que les ratios des prix de plus de la moitié des items de remplacement correspondent à plus de 110 % ou à moins de 90 %. Pour la plupart des produits, malgré l'existence d'une vaste gamme d'items de remplacement, les ratios tendent à s'annuler²⁰. Pour certains produits, cependant, ceci ne semble pas s'appliquer, et nous ne pouvons qu'imaginer le résultat si la même association entre la variation des prix affichés et la variation de l'indice se maintenait en période d'inflation soutenue.

6.0 Conclusion

Il n'y a pas de raison d'abandonner tous les choix au jugé pour ne se fier que sur des échantillons appariés mieux construits. Il est probablement nécessaire de pouvoir effectuer de petites corrections au regard des produits achetés occasionnellement. Les rajustements pour les vêtements ne sont pas avérés faux et, compte tenu de la rotation rapide des stocks d'items saisonniers contenus dans l'échantillon, les échantillons de prix appariés seraient très petits. C'est la raison pour laquelle il pourrait être avantageux d'avoir recours à la méthode de régression pour appairer les caractéristiques. D'autre part, si nous nous appuyons sur des méthodes de régression pour les vêtements, il n'est pas cohérent de continuer à imposer des choix au jugé. Si le consommateur ne peut effectuer une évaluation de l'ensemble global, il est difficile de voir comment il pourrait évaluer les valeurs et les avantages relatifs de ses caractéristiques inhérentes. À long terme, un indice hédonique des prix devrait évoluer comme un échantillon apparié. Quoi qu'il en soit, un bon indice de régression exige un échantillon représentatif tout comme un indice conventionnel. Étant donné qu'un indice de régression ne peut évaluer une nouvelle caractéristique mieux qu'une autre méthode, il est essentiel que les nouveaux produits, même ceux d'importance minime, soient inclus dans l'échantillon le plus tôt possible. Il est vrai que bon nombre d'entre eux disparaîtront rapidement, mais personne ne sait lesquels.

²⁰ *Cependant, leurs tendances ne s'annulent pas au sein de chaque strate géographique. Les mouvements d'indice inférieurs au niveau canadien pour les produits individuels peuvent varier considérablement en raison de l'impact d'un rajustement pour la variation de qualité.*

En résumé, le rendement de l'évaluation des variations de qualité a révélé quelques surprises. Dans un très grand nombre de cas, l'action reflète étroitement l'appariement automatique des échantillons. Dans les cas où un choix au jugé est appliqué, une tendance se dégage qui rend le résultat en grande partie dépendant du prix de l'item de remplacement choisi. En raison de la répartition relativement égale des corrections ascendantes et descendantes, l'impact des choix au jugé sur l'indice a été atténué pendant les six années visées par l'étude, mais ne le serait peut-être pas dans d'autres situations économiques. De plus, la mesure de l'impact de rajustement pour la variation de qualité est compromise par un manque de données de marché à jour qui pourraient nous indiquer les genres de remplacements qui devraient être faits. Une plus grande attention portée à cette question permettrait d'améliorer le processus de rajustement de qualité et fournirait également les autres avantages associés à l'élaboration d'un échantillon plus varié et plus à jour.

Tableau 1 : Incidence des variations d'items courants

Numéro du Groupe de Base	Titre	Pondération en 1986	Incidence des pertes de points de vente (%)	Incidence des variations de qualité		% des variations de qualité raccordées
				Toutes les variations (%)	Variations au jugé (%)	
1009	bifteck de ronde	0,28	5,3	1,4	0,5	65,5
1011	bifteck de surlonge	0,25	5,1	3,9	1,9	51,8
1013	rôti de côte de choix	0,09	5,3	5,9	2,4	59,7
1015	rôti de fin de palette ou de palette	0,17	4,5	10,8	3,9	64,2
1017	bœuf à ragoût	0,05	4,6	2,0	0,2	89,1
1019	bœuf haché	0,44	4,3	2,6	0,9	65,6
1025	veau	0,09	4,0	17,1	3,4	80,3
1027	agneau	0,05	3,9	19,1	3,3	82,5
1033	côtelettes de longe de porc	0,31	5,2	1,1	0,3	69,6
1037	soc	0,05	4,2	5,2	1,0	80,6
1045	foie de bœuf	0,03	3,6	12,6	1,9	84,6
1053	poulet	0,48	4,2	6,1	0,9	85,7
1055	dindon congelé	0,08	4,1	17,2	3,1	82,3
1061	bacon tranché	0,15	4,6	13,0	0,9	93,4
1063	jambon mignon	0,09	3,4	35,5	2,7	92,3
1069	saucisse de porc	0,12	3,9	18,0	1,4	92,1
1073	saucisse de Francfort	0,11	4,4	11,2	1,1	90,5
1075	salami	0,17	3,7	19,7	1,0	95,2
1079	viande cuite tranchée	0,24	4,4	17,3	0,7	96,0
1081	concentré de bœuf ou de poulet	0,06	4,5	10,2	0,7	93,3
1089	viande froide en conserve	0,05	5,1	6,7	0,2	97,2
1095	filets de morue congelés	0,07	4,8	19,6	6,4	67,2
1097	filets de sole congelés	0,09	4,9	21,2	7,2	66,2
1099	filets d'aiglefin congelés	0,04	5,4	21,6	2,4	88,9
1113	bâtonnets de poisson	0,01	4,8	7,6	0,5	93,2
1121	saumon en conserve	0,06	3,8	20,6	1,2	93,9
1123	thon en conserve	0,05	3,9	24,7	1,5	93,9
1131	crevettes en conserve	0,05	5,7	18,2	0,6	96,5
1133	huîtres fumées en conserve	0,06	4,5	15,7	0,6	95,9
1143	crème demi-grasse	0,04	0,5	0,7	0,0	100,0
1145	lait homogénéisé	0,29	5,5	0,4	0,0	87,5
1147	lait 2 %	0,65	5,8	0,4	0,0	87,0
1151	yaourt	0,11	n/a	8,7	0,9	89,2
1153	beurre	0,19	n/a	6,8	0,8	88,9
1155	fromage cheddar	0,20	4,7	9,0	0,5	94,2
1159	tranches de fromage fondu	0,19	4,9	6,2	0,5	91,2
1161	fromage cottage	0,04	4,5	11,1	1,5	86,8
1163	fromage mozzarella	0,22	4,4	16,1	1,0	93,8
1165	poudre de lait écrémé	0,01	4,8	10,6	0,5	95,6
1167	lait évaporé	0,03	5,1	6,2	1,1	82,4
1169	crème glacée	0,12	4,7	12,0	1,3	89,1
1177	oeufs	0,21	5,3	0,6	0,3	58,3
1183	pain	0,47	1,5	7,5	0,7	91,3
1185	pains à hamburger	0,18	4,7	11,7	1,2	90,0
1187	craquelins	0,11	4,7	6,4	1,4	78,6
1189	biscuits	0,23	4,2	10,9	1,2	88,8
1191	beignes	0,03	4,4	25,2	2,1	91,7
1195	muffins au son	0,17	4,5	4,2	0,6	87,0
1203	macaroni	0,09	5,0	8,8	0,9	89,4
1205	macaroni au fromage	0,03	5,0	6,1	0,6	90,8
1209	riz à grain long	0,07	5,1	6,3	0,4	93,9
1211	farine	0,06	4,9	8,1	0,5	93,6
1219	céréales de table	0,23	4,8	7,6	0,9	88,3

Tableau 1 : Incidence des variations d'items courants (suite)

Numéro du groupe de base	Titre	Pondération en 1986	Incidence des pertes de points de vente (%)	Incidence des variations de qualité		% des variations de qualité raccordées
				Toutes les variations (%)	Variations au jugé (%)	
1221	mélange à gâteau	0,04	5,0	6,2	1,0	84,5
1229	pommes	0,20	5,4	1,3	0,3	80,0
1231	bananes	0,15	5,6	0,4	0,2	42,9
1235	pamplemousses	0,03	6,0	0,9	0,5	47,4
1237	raisins	0,13	3,3	11,3	0,1	98,8
1241	melon	0,05	10,6	2,2	0,2	89,1
1243	oranges	0,18	5,4	2,2	0,3	84,4
1245	pêches	0,05	20,2	0,5	0,5	12,5
1247	poires	0,04	5,6	1,0	0,3	70,0
1249	prunes	0,02	20,4	0,1	0,1	0,0
1255	fraises fraîches	0,03	20,7	5,5	2,9	46,8
1269	raisins secs sans pépins	0,05	4,9	9,2	0,4	95,5
1277	jus de pomme en conserve	0,12	4,6	13,9	1,4	90,2
1281	jus d'orange en conserve	0,10	5,0	30,8	3,6	88,2
1287	jus d'orange congelé	0,14	4,9	8,0	1,2	85,5
1301	macédoine de fruits en conserve	0,02	4,9	9,5	0,3	96,6
1305	confiture de fraise	0,11	5,0	9,7	0,5	94,6
1315	arachides décortiquées	0,08	4,9	20,0	1,2	94,1
1325	brocoli	0,05	0,6	7,2	1,2	83,8
1329	chou	0,03	5,5	3,7	0,6	82,7
1331	carottes	0,07	5,6	1,9	0,5	75,7
1335	céleri	0,05	6,2	2,2	0,5	76,1
1337	maïs	0,03	20,9	13,7	3,9	71,9
1339	concombres	0,05	5,3	2,4	1,3	48,0
1341	laitue	0,12	5,5	3,7	1,6	56,0
1343	champignons	0,08	4,5	4,4	1,1	75,7
1345	oignons	0,07	5,5	0,5	0,3	33,3
1349	pommes de terre	0,16	5,4	1,5	0,6	58,6
1355	tomates	0,17	5,2	1,9	0,8	55,0
1373	pommes de terre frites congelées	0,08	3,8	4,7	0,3	92,9
1383	haricots verts en conserve	0,05	5,0	15,0	0,4	97,2
1385	fèves au lard en conserve	0,04	4,7	5,8	0,4	92,7
1393	maïs en conserve	0,04	5,0	10,7	0,9	91,7
1397	pois en conserve	0,03	4,8	11,2	0,4	96,3
1399	tomates en conserve	0,06	4,5	9,5	0,5	94,4
1403	jus de tomate en conserve	0,03	4,5	9,5	1,1	88,4
1409	marinades (cornichons)	0,06	4,9	11,8	1,0	91,3
1413	ketchup	0,04	4,6	12,5	1,2	90,1
1415	sauce à spaghetti	0,11	4,8	13,3	1,3	90,4
1417	vinaigrette à salade	0,09	4,8	9,7	1,0	90,1
1421	poivre noir	0,03	5,0	23,5	10,0	57,6
1427	sucre blanc	0,08	4,9	1,5	1,0	28,1
1435	friandises, chocolat	0,22	19,4	12,1	0,7	94,4
1449	café torréfié	0,13	2,9	3,7	0,8	79,7
1451	café instantané	0,15	4,7	7,0	1,1	84,2
1455	sachets de thé	0,08	4,8	12,3	1,6	87,3
1461	margarine	0,12	4,8	14,2	1,8	87,4
1473	huile de cuisson ou huile à salade	0,07	4,9	7,9	0,8	90,4
1479	soupe aux légumes en conserve	0,14	5,2	5,9	0,7	88,7
1485	aliments pour bébés	0,02	31,9	10,6	1,5	86,1
1489	lait maternisé	0,04	0,0	0,0	0,0	100,0
1495	gâteau glacé congelé	0,09	4,9	15,2	0,7	95,2
1497	pâté à la viande congelé	0,05	4,9	8,9	1,6	82,4

Tableau 1 : Incidence des variations d'items courants (suite)

Numéro du groupe de base	Titre	Pondération en 1986	Incidence des pertes de points de vente (%)	Incidence des variations de qualité		% des variations de qualité raccordées
				Toutes les variations (%)	Variations au jugé (%)	
1503	cacao	0,06	4,7	3,7	0,6	84,6
1509	miel	0,03	4,8	12,1	0,5	95,9
1511	beurre d'arachide	0,10	5,2	6,2	0,4	93,7
1517	cristaux aromatisés aux fruits	0,06	5,1	7,1	1,1	84,8
1519	sel de table	0,03	5,0	2,5	0,0	96,2
1525	croustilles de pommes de terre	0,16	5,0	14,8	1,8	87,9
1537	boissons gazeuses	0,52	4,2	22,1	9,0	59,1
1717	grignottines	0,68	19,1	26,4	8,4	68,0
1729	plats cuisinés à emporter	0,81	4,7	9,1	1,6	82,8
2041	mazout à chauffage	0,48	3,7	1,5	0,1	91,7
2223	garderie	0,58	4,7	2,7	1,4	47,4
2229	garde d'enfants	0,22	19,9	1,3	0,2	84,6
2231	service d'entretien ménager	0,29	12,5	12,0	4,9	59,5
2235	aliments pour chien en conserve	0,29	5,0	17,4	2,7	84,6
2237	aliments pour chien secs/humides	0,22	5,0	14,0	1,7	88,0
2247	détergent synthétique en poudre	0,25	4,1	51,6	16,2	68,6
2249	détergant pour la vaisselle	0,09	4,7	28,2	6,7	76,1
2251	détergant pour le lave-vaisselle	0,06	4,8	11,1	2,3	78,9
2257	poudre à récurer	0,12	4,5	4,3	0,6	84,8
2259	cire à plancher liquide	0,09	4,8	15,6	1,3	91,7
2265	javelisant liquide	0,08	4,6	9,3	1,8	80,7
2267	assouplisseur de tissu liquide	0,14	4,7	17,7*	5,0	71,8
2275	serviettes de papier	0,12	4,2	21,6	2,2	90,0
2277	mouchoirs de papier	0,36	4,4	16,2	2,1	86,7
2281	enveloppes	0,05	7,1	31,9	7,3	77,1
2285	papier	0,11	4,7	14,7*	1,0	93,0
2287	sacs à déchet	0,11	4,6	8,2	1,3	84,0
2289	pellicule de plastique	0,05	5,0	6,3	0,8	87,5
2291	papier d'aluminium	0,07	4,9	9,0	1,1	87,6
2309	ampoules électriques	0,09	5,1	33,7	6,7	80,0
2311	pires	0,10	10,9	14,8	4,0	73,2
3713	fil à coudre	0,03	7,5	4,4	1,4	69,2
3731	nettoyage à sec	0,38	5,4	3,2	0,8	75,6
3733	laverie automatique	0,21	4,2	3,4	0,3	92,6
4019	carburant pour automobile	3,76	10,4	2,2	0,1	94,4
4045	stationnement à l'heure	0,14	5,5	2,6	0,6	76,2
5003	pansements	0,03	6,9	26,6	1,6	94,2
5005	produits pharmaceutiques	0,48	6,5	11,1*	1,4	87,2
5015	solution de trempage	0,05	6,8	0,3	0,0	100,0
5207	crème nettoyante	0,17	6,8	32,2	1,8	94,5
5211	rouge à lèvres	0,09	8,0	14,0	2,3	83,2
5215	eau de cologne	0,19	7,2	37,5	2,0	94,7
5221	shampooing	0,32	7,4	21,6	2,5	88,6
5229	déodorant	0,19	6,9	17,6	2,4	86,6
5231	crème à raser	0,08	4,5	11,2	0,8	92,6
5239	dentifrice	0,16	6,6	12,0	2,1	82,9
5243	savon de toilette	0,12	6,5	32,3	2,1	93,4
5245	lames de rasoir	0,05	6,5	15,1	0,7	95,3
5247	couches jetables pour enfants	0,12	7,0	36,3	2,9	92,0
5253	serviettes sanitaires	0,16	6,5	31,1	9,1	70,8

Tableau 1 : Incidence des variations d'items courants (fin)

Numéro du groupe de base	Titre	Pondération en 1986	Incidence des pertes de points de vente (%)	Incidence des variations de qualité		% des variations de qualité raccordées
				Toutes les variations (%)	Variations au jugé (%)	
6057	film de couleur 35 mm	0,12	5,1	14,3	2,8	80,4
6059	impression de film de couleur 35 mm	0,27	8,2	14,2	8,9	37,6
6143	cassettes et disques compacts	0,30	17,6	10,3*	6,3	38,9
6145	bandes magnétoscopiques	0,07	5,4	33,3	5,7	82,8
6151	location de vidéocassettes	0,15	6,1	20,3	1,2	94,0
6159	entrée au cinéma	0,20	7,5	3,3	0,3	89,5
6305	revues	0,22	6,0	0,5	3,3	77,3
6307	livres	0,25	5,2	0,4	0,0	96,8
7005	cigarillos	0,02	21,7	15,9	3,4	78,9
7007	cigarettes	1,89	13,7	9,1	3,5	62,0
7205	bière consommée dans les débits	0,87	8,7	10,6	2,8	73,7
7209	spiritueux consommés dans les débits	0,48	8,7	14,7	3,6	75,6
7213	bière consommée à la maison	0,99	8,9	6,8	2,4	64,5
7215	vin	0,56	1,6	13,5	6,2	54,0
7217	spiritueux	0,85	1,3	9,5	5,7	40,2

* Indique une certaine diversité dans l'incidence des variations au sein des sous-groupes de ce groupe de base.

Tableau 2 : Incidence des variations des items occasionnelles

Numéro du groupe de base	Titre	Pondération en 1986	Incidence des pertes de points de vente (%)	Incidence des variations de qualité		% des variations de qualité raccordées
				Toutes les variations (%)	Variations au jugé (%)	
1705	petit déjeuner	0,28	13,1	11,6	2,4	79,0
1707	déjeuner	1,05	5,9	16,6	6,0	64,0
1709	dîner	2,22	7,5	34,7	13,7	60,5
2015	entretien du domicile	1,76	3,9	31,3*	12,5	59,9
2055	hébergement à l'hôtel	0,42	8,3	6,4	2,3	63,8
2057	hébergement dans un motel	0,41	11,1	3,9	1,9	50,0
2297	arbustes de pépinière	0,18	11,0	27,4	8,1	70,4
2299	fleurs	0,19	9,5	20,5*	8,0	61,1
2303	engrais de gazon	0,08	12,2	38,1	12,6	66,8
2511	sofa	0,60	4,4	62,9	30,2	52,0
2517	ensemble de chambre à coucher	0,40	4,4	43,3	19,0	56,1
2521	ensemble de salle à manger	0,27	3,8	49,0	23,1	53,0
2525	centre de divertissement	0,24	3,8	30,6*	9,0	70,5
2527	meubles de jardin	0,04	11,9	45,0	19,4	57,0
2531	matelas et sommier à ressorts	0,20	5,2	50,3	22,8	54,7
2539	rideaux	0,17	7,2	27,5	12,7	53,9
2541	draperies	0,16	7,3	33,1	18,3	44,9
2547	draps de lit	0,11	4,9	46,1	22,0	52,2
2551	douillette	0,12	4,8	42,5	21,9	48,5
2555	serviettes de bain	0,09	5,0	33,5	17,5	47,8
2559	moquette	0,12	9,2	48,7	26,6	45,4
2583	réfrigérateur	0,29	4,8	75,3	42,1	44,1
2591	cuisinière	0,12	4,9	68,3	36,3	46,8
2593	four micro-ondes	0,23	7,3	72,4	31,8	56,0
2594	barbecue au gaz	0,05	5,6	53,0	32,6	38,5
2595	bouilloire électrique	0,05	4,5	32,4	8,9	72,6
2605	mélangeur à aliments	0,04	4,6	31,9	5,3	83,4
2611	laveuse automatique	0,18	5,0	63,7	33,2	47,8
2613	séchoir à linge	0,11	5,0	68,1	38,1	44,1
2621	aspirateur	0,20	6,8	51,3	21,0	59,1
2623	lave-vaisselle	0,05	4,8	65,1	34,8	46,5
2633	batterie de cuisine	0,08	6,3	40,3*	9,6	76,2
2643	coutellerie argentée	0,02	6,2	7,6	2,3	69,4
2645	coutellerie en acier inoxydable	0,03	6,5	16,1	5,6	65,5
2647	vaisselle de porcelaine	0,09	5,1	31,2*	8,1	74,1
2649	verrerie de cristal	0,04	7,2	21,5	6,3	70,8
2655	outils électriques	0,10	15,8	30,1	9,3	69,3
2657	outils manuels	0,15	9,9	18,5	2,9	84,3
2663	tondeuse à gazon à essence	0,23	13,5	50,1	30,0	40,1
2687	baggages / valises	0,05	6,8	30,0	11,2	62,8
2701	réparations d'appareils ménagers	0,09	7,4	20,9	5,5	73,8
3007	manteau de fourrure pour femmes	0,17	10,7	72,2	56,2	22,1
3009	manteau d'hiver pour femmes	0,24	6,8	89,3	66,0	26,0
3011	imperméable pour femmes	0,06	3,6	76,9	56,8	26,1

Tableau 2 : Incidence des variations des items occasionnelles (suite)

Numéro du groupe de base	Titre	Pondération en 1986	Incidence des pertes de points de vente (%)	Incidence des variations de qualité		% des variations de qualité raccordées
				Toutes les Variations (%)	Variations au jugé (%)	
3013	blazer pour femmes	0,09	8,3	67,2*	40,2	40,2
3019	robe pour femmes	0,72	2,3	99,7	48,7	51,1
3025	pantalon pour femmes	0,28	6,4	64,8	37,4	42,3
3027	jupe pour femmes	0,22	5,4	70,0	42,9	38,8
3029	chemisier pour femmes	0,34	3,9	96,9	47,1	51,4
3033	tricot pour femmes	0,34	6,6	89,4	53,6	40,0
3039	maillot de bain pour femmes	0,18	9,2	93,5	63,6	31,9
3047	soutien-gorge pour femmes	0,12	6,6	29,4	12,5	57,6
3049	sous-vêtement pour femmes	0,10	6,6	36,4	16,1	55,9
3051	collant pour femmes	0,24	5,6	23,9	10,5	56,1
3053	robe de nuit pour femmes	0,07	6,2	82,3	47,5	42,2
3055	robe d'intérieur pour femmes	0,04	7,5	86,6	47,2	45,5
3059	gants pour femmes	0,04	4,5	63,0	30,8	51,2
3063	sac à main pour femmes	0,17	4,8	79,9*	37,8	52,6
3069	montre-bracelet pour femmes	0,06	5,8	61,0	30,8	49,5
3071	bijou en or pour femmes	0,38	9,5	32,6*	14,0	57,0
3077	chaussures pour femmes	0,57	3,9	67,6	39,2	42,0
3203	vêtement d'hiver pour filles	0,08	3,2	40,2	28,6	28,9
3209	tricot pour filles	0,10	6,6	90,8	50,5	44,3
3211	chaussettes pour filles	0,06	5,8	60,0	22,2	63,0
3215	chaussures pour filles	0,11	3,4	75,7	36,9	51,2
3307	manteau pour hommes	0,17	9,2	56,5*	38,5	31,9
3309	imperméable pour hommes	0,02	4,2	63,7	40,7	36,1
3311	veste de golf pour hommes	0,08	5,6	74,3	44,9	39,6
3315	complet pour hommes	0,34	2,6	75,6	48,6	35,7
3317	veston sport pour hommes	0,13	3,3	45,4	29,7	34,6
3321	jeans pour hommes	0,20	3,9	25,6	12,2	52,4
3323	pantalon tout-aller pour hommes	0,21	4,6	37,1	19,8	46,7
3327	chemise de ville pour hommes	0,20	5,1	40,9	23,6	42,3
3333	sweatshirt pour hommes	0,18	4,0	65,3	37,7	42,3
3335	tricot pour hommes	0,17	5,6	84,2	50,8	39,7
3337	chaussettes pour hommes	0,08	3,9	46,1	18,7	59,4
3339	caleçon pour hommes	0,08	5,2	23,0	11,1	51,7
3345	veste de ski pour hommes	0,04	5,4	92,5	62,9	32,0
3347	maillot de bain pour hommes	0,07	4,5	63,0	35,4	43,8
3357	portefeuille pour hommes	0,13	4,8	77,7	39,1	49,7
3363	montre-bracelet pour hommes	0,15	5,1	68,2	31,4	53,9
3371	chaussures pour hommes	0,22	5,0	48,4*	26,9	44,5
3373	bottes de travail pour hommes	0,09	9,3	26,5	12,0	54,6
3375	chaussures athlétiques pour hommes	0,09	3,6	65,3	39,6	39,3
3503	veste de ski pour garçons	0,05	7,3	90,2	61,4	31,9
3505	jeans pour garçons	0,09	5,5	40,3	20,9	48,2
3507	chemise pour garçons	0,07	6,6	80,4	45,5	43,4
3513	chaussures pour garçons	0,08	4,7	65,0	36,2	44,3

Tableau 2 : Incidence des variations des items occasionnelles (suite)

Numéro du groupe de base	Titre	Pondération en 1986	Incidence des pertes de points de vente (%)	Incidence des variations de qualité		% des variations de qualité raccordées
				Toutes les variations (%)	Variations au jugé (%)	
3605	dormeuse pour bébés	0,12	4,8	64,1	29,3	54,2
3705	laine à tricoter	0,07	6,3	11,1	4,1	63,3
3709	popeline	0,09	7,3	34,7*	19,6	43,5
3715	fermeture-éclair	0,03	8,0	16,7	4,7	72,0
3725	réparations de chaussures	0,04	6,5	2,9	0,2	92,9
4005	achat d'une automobile neuve	7,10	7,9	57,2*	51,9	9,2
4007	achat d'une wagonnette neuve	1,01	5,0	77,9	65,8	15,5
4015	location de voiture	0,41	1,3	16,0	9,5	40,8
4023	remplacement de pneu de voiture	0,30	5,6	33,5	6,3	81,2
4025	batterie de voiture	0,05	6,4	22,1	3,3	85,3
4027	items d'entretien pour voiture	0,29	11,9	34,8*	0,8	97,6
4031	vidange d'huile	0,02	16,6	23,4*	0,4	98,2
4033	mise au point	0,21	3,4	35,6	3,4	90,6
4035	réparations d'automobile	0,76	3,5	36,2	3,2	91,1
4047	leçons de conduite	0,04	5,5	23,9	15,5	34,9
5009	verres correcteurs	0,23	6,9	3,0	0,4	85,7
5011	lentilles de contact	0,02	6,7	4,9	1,5	68,9
5013	montures de lunettes	0,03	6,2	36,2	1,2	96,6
5023	dentiers	0,14	5,4	5,9	3,0	49,0
5025	soins dentaires	0,51	12,8	1,8	0,4	75,4
5249	séchoir à cheveux portatif	0,02	4,9	46,0	5,7	87,6
5257	coiffure	0,96	5,1	9,3	2,9	69,4
6007	équipement de golf	0,06	10,2	32,1*	21,8	32,2
6009	équipement de hockey	0,04	10,6	48,2	36,0	25,2
6011	patins de hockey pour hommes	0,04	23,3	50,7	43,1	15,1
6013	équipement de ski alpin	0,08	8,8	76,2	63,3	17,0
6015	skis de randonnée	0,02	27,7	51,6	37,7	26,9
6017	équipement de pêche	0,05	14,7	21,9*	13,4	38,7
6019	équipement sportif	0,14	12,7	57,3	34,4	39,9
6025	poupée	0,09	8,9	54,1	34,8	35,7
6027	jouets	0,09	9,6	51,0	36,5	28,4
6043	jeux	0,42	7,5	31,3	25,0	20,3
6049	caméra	0,11	19,7	46,6	18,2	61,0
6075	sac à couchage	0,05	8,5	43,2	24,3	43,6
6087	roulotte de tourisme	0,11	9,3	39,3*	31,9	18,9
6091	motocyclette	0,14	8,1	33,5	20,3	39,4
6099	bateau	0,13	12,5	27,6*	18,2	34,0
6101	bicyclette	0,12	18,6	39,0*	25,3	35,2
6127	radio/lecteur de cassette portatif	0,12	8,7	65,4	19,6	70,0
6131	téléviseur couleur	0,33	14,7	56,0	23,2	58,5
6139	magnétoscope	0,28	10,1	59,2	24,9	58,0
6141	équipement stéréo	0,23	31,2	56,5	18,1	67,9
6153	réparations de magnétoscope	0,03	21,8	9,2	1,1	88,0
6179	adhésion à un club de golf	0,16	6,9	6,3	4,5	29,3

Tableau 2 : Incidence des variations des items occasionnelles (fin)

Numéro du groupe de base	Titre	Pondération en 1986	Incidence des pertes de points de vente (%)	Incidence des variations de qualité		% des variations de qualité raccordées
				Toutes les variations (%)	Variations au jugé (%)	
6181	bowling (jeu de quilles)	0,03	4,5	1,8	1,7	7,7
6189	centre de conditionnement physique	0,23	5,1	13,3	7,1	46,6
6195	droit de jeu pour le golf	0,18	6,6	3,5	1,5	56,5
6201	monte-pente pour ski alpin	0,17	1,5	15,5	7,5	51,9
6213	forfait voyage vacances	0,84	10,6	32,8	31,2	4,9
6513	leçons de piano	0,19	8,1	3,7	1,3	64,7

* Indique une certaine diversité dans l'incidence des variations au sein des sous-groupes de ce groupe de base.

Références

- Allen, R.G.D. (1964), «Sampling for current economic statistics», *Journal of the Royal Statistical Society*, série A, 127, pp. 76-88.
- Allen, G.D. (1975), «*Index numbers in theory and practice*», Aldine Publishing Company, Chicago, Illinois.
- Armknrecht, P.B. et B.R. Moulton (1995), «*Quality adjustment in price indexes: Methods for imputing price and quality change*». Mimeo.
- Armknrecht, P.B. et D. Weyback (1989), «Adjustments for quality change in the U.S. consumer price index», *Journal of Official Statistics*, 5 (2), pp. 107-123.
- Banerjee, K.S. (1960), «Calculation of sampling errors in index numbers», *Sankhya*, 22, pp. 119-130.
- Early, J.F. (1990), «Improving consumer price indexes», *Journal of Official Statistics*, 6 (2), pp. 179-204.
- Hofsten, E. von (1952), «Price indexes and quality changes» Alb. Bonniers Bortryckeri, Stockholm.
- Jaffe, S.A. (1959), «The consumer price index – Technical questions and practical answers», *American Statistical Association: Proceedings, Business and Economic Statistics Section*.
- Markle, T. (1997), «Une application de l'approche hédonique aux items de l'habillement dans l'indice des prix à la consommation». Série analytique, série no. 9, 62F0014MPB au catalogue : Statistique Canada, Ottawa, Canada.
- McCarty, P.J. (1961), «Sampling error in the construction of price indexes with particular reference to the U.S. consumer price index», *Report on the Price Statistics of the Federal Government*, National Bureau of Economic Research, série générale n°73, New York.
- Scobie, H. (1997), «Use of scanner data – The impact of new goods», Ottawa, Canada: Statistique Canada, document non publié préparé pour la réunion du Comité consultatif de la mesure des prix, mai 1997.
- Smith, T.M.F. (1966), «Some comments on the index of retail prices» *Applied Statistics: Journal of the Royal Statistical Society*, série C, 15 (2), pp. 128-135.
- Statistique Canada (1995), *Document de référence de l'indice des prix à la consommation : Mise à jour fondée sur les dépenses de 1992*. n° 62-553 au catalogue. Ottawa.

- Triplett, J. E. (1971), «Quality bias in price indexes and new methods of quality measurement», *Price indexes and quality change*. Zvi Griliches éd. Harvard University Press, Cambridge, Massachusetts.
- Triplett, J.E. (1996), Mondialisation, normes et innovations statistiques : les compromis sont-ils inévitables? Dans *Le changement structurel de l'économie canadienne à l'ère de l'ALENA : papiers et actes*. L.M. Ducharme et M. Prud'homme éd. Conférence tenue à Statistique Canada, Ottawa.
- Turvey, R. et al. (1989), «*Consumer price indices: an ILO manual*». Bureau international du travail, Genève.
- Turvey, R. (1997), «*New products and new outlet biases: similar or different?*» Discussions provenant de la troisième conférence du Groupe d'Ottawa sur les indices des prix, Voorburg, Pays-Bas.