



Les biais de mesure de l'IPC

DOCUMENT D'INFORMATION

L'indice des prix à la consommation (IPC) s'est révélé au fil des ans un indicateur fiable et généralement reconnu de l'évolution des prix au Canada. Toutefois, tous les indices de prix comportent des lacunes, et il en va de même de l'IPC. Les biais de mesure que celui-ci est susceptible de présenter intéressent beaucoup les chercheurs.

La tendance de l'IPC à exagérer l'inflation

L'IPC, comme les indices de prix d'autres pays, exagère probablement l'augmentation du coût de la vie puisqu'il ne peut prendre en compte certains facteurs dont l'incidence est difficile à mesurer.

L'un des biais de mesure qui entachent l'IPC serait imputable au fait que la composition du panier de produits entrant dans le calcul est fixe. Or, les consommateurs ont la possibilité de s'ajuster aux variations de prix en délaissant les articles dont le prix a augmenté au profit de substituts meilleur marché. Statistique Canada effectue tous les quatre ans une mise à jour de la composition du panier de l'IPC afin de tenir compte, dans la mesure du possible, de ces ajustements des profils de dépense.

Un biais peut aussi se produire lorsque les prix augmentent, non pas du fait d'une variation de prix pure, mais en raison d'une amélioration de la qualité d'un produit ou d'un service. Il est assez facile par exemple de suivre la hausse des prix des billets d'autobus. Mais si le prix des billets est relevé pour refléter une amélioration de la fréquence du service offert, ce relèvement sera peut-être considéré à tort comme une hausse de prix pure.

L'arrivée de nouveaux détaillants de produits bon marché et de magasins-entrepôts présente une difficulté supplémentaire. L'indice courant des prix à la consommation peut ne pas refléter pleinement l'incidence des changements au chapitre des habitudes de consommation qui résultent de l'apparition de ces nouveaux commerces.

La modification des profils de dépense attribuable à l'apparition de nouveaux produits

L'apparition de nouveaux produits sur le marché, comme de nouveaux appareils électroménagers et du matériel électronique, peut également donner lieu à un biais de mesure de l'IPC. En général, les prix de ces produits diminuent rapidement durant les années qui suivent leur apparition. Par ailleurs, le lancement de nouvelles marques de produits existants, par exemple de nouvelles marques de céréales, accroît les choix qui s'offrent aux consommateurs et donne à ceux-ci une plus grande marge de manoeuvre pour réduire le coût de la vie. L'incidence de l'apparition de nouveaux produits et de nouvelles marques n'est pas toujours reflétée par l'IPC.

On pense qu'en raison de ces biais de mesure, l'IPC pourrait surestimer la variation du coût de la vie d'environ 0,5 % en taux annuel.

Aux États-Unis, selon un rapport paru en 1996, l'inflation aurait été surestimée de 1,1 % en moyenne dans le passé. Les modifications qui ont été apportées récemment à l'indice américain ont permis de ramener ce biais bien en deçà de 1 %.