



## Indice des prix à la consommation

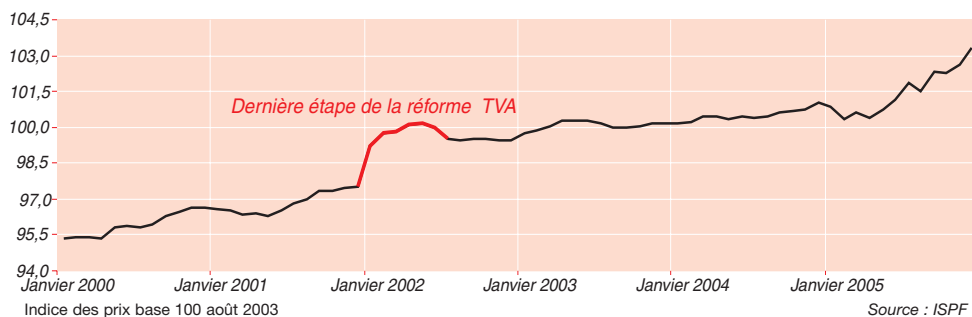
### Bilan de l'année 2005

**L'**indice des prix à la consommation augmente de 2,3 % en 2005, après deux années d'inflation modérée. Les augmentations de prix dans l'alimentation (+3,6 %) et les services (+3,3 %) ont particulièrement joué dans cette tendance à la hausse. S'y ajoutent les effets de la conjoncture internationale avec la forte poussée des prix des produits pétroliers et l'appréciation du dollar.

### Une inflation soutenue (+2,3 %)

L'année 2005 est placée sous le signe d'une inflation soutenue qui dépasse celle observée durant la mise en place de la TVA où le point culminant avait été de +2 % en 2002. L'augmentation des prix a été continue tout au long de l'année, s'accroissant en fin de période. L'évolution de la conjoncture internationale et locale explique en partie cette tendance à la hausse.

Évolution de l'indice des prix à la consommation de 2000 à 2005



Au niveau international, l'année 2005 a été marquée par les niveaux record des cours du pétrole : 56,9 dollars US le baril de Brent en décembre avec un pic à 63,9 dollars US en août 2005. En décembre 2004, le cours était de 39,6 dollars US avec un pic en octobre à 49,9 dollars US. La progression annuelle moyenne du cours du baril entre 2005 et 2004 est de 42 %.

Ces fluctuations des cours pétroliers influent particulièrement sur une consommation locale essentiellement composée de produits importés. En effet, qu'il s'agisse des transports aériens ou maritimes, ces augmentations ont été partiellement répercutées sur le fret. Les taxes douanières appliquées sur la valeur C.A.F. (Coût+Assurance+Fret) ont mécaniquement progressé parallèlement au coût du transport. In fine, les prix à la consommation ont intégré ces coûts supplémentaires.

Répartition des importations selon la valeur CAF par zone d'importation

	2004	2005	Variation en point
Unité :	%	%	
Pays d'Asie	20,2	27,3	7,1
Union Européenne (UE)	49,6	48,8	-0,8
Australie et Océanie	17,5	10,6	-6,9
Amérique du nord	10,0	10,6	0,6
Autres zones géographiques	2,8	2,7	-0,1
Total	100,0	100,0	

Source : Service des Douanes

N° 1/2006

Directeur de la publication :  
Serge CONTOUR

Rédactrice en chef :  
Patricia ANNEVILLE

Auteur de la publication :  
Olivier CHAMPION

Maquettage : Yrida DOMINGO

Flashage : SCOOP

Impression : STPmultipress

Vente et abonnements : 47 34 42

Prix du numéro :

En Polynésie française : 600 F.CFP

Hors Polynésie française : 750 F.CFP

Dépôt légal : Avril 2006

ISSN 1247 - 7370

©ISPF 2006

B.P. 395 - 98 713 Papeete - Tahiti

Tél. : (689) 47 34 34 / Fax : (689) 42 72 52

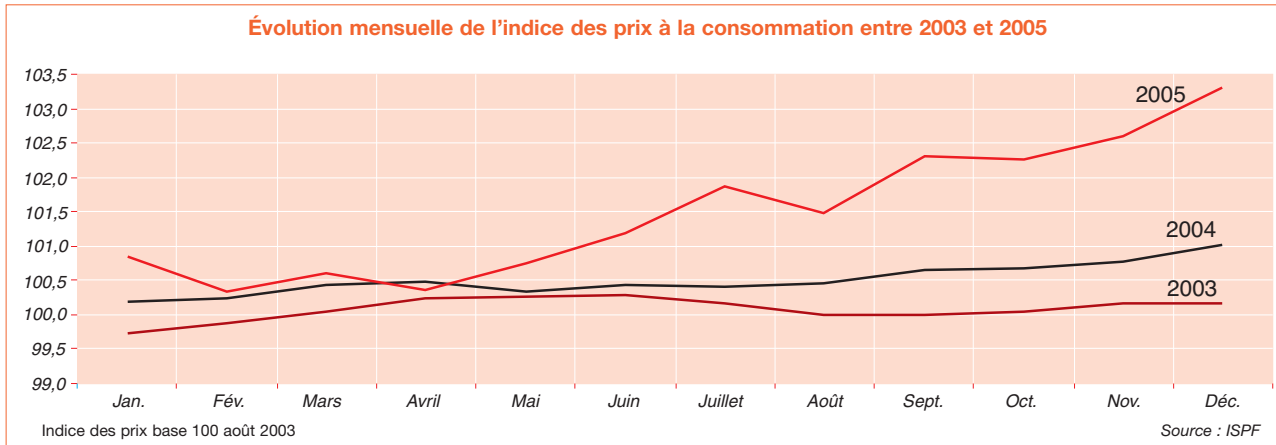
E-mail : ispf@ispf.pf / Site web : www.ispf.pf



INSTITUT  
STATISTIQUE  
DE LA  
POLYNÉSIE  
FRANÇAISE

Cependant, l'ampleur du phénomène a été limitée par le comportement des importateurs qui ont déplacé leurs sources d'approvisionnement des marchés européen et océanien vers les zones asiatique et nord-américaine.

**Évolution mensuelle de l'indice des prix à la consommation entre 2003 et 2005**



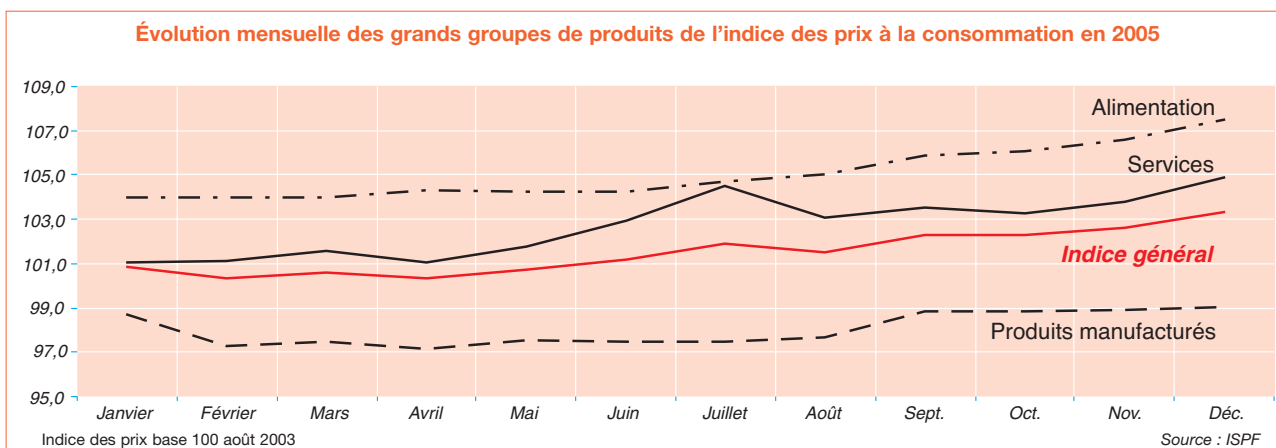
En 2005, l'évolution mensuelle de l'indice a été corrélée aux fluctuations des tarifs du transport aérien. Ces dernières, de par l'importance du transport public dans l'indice (près de 4 % du poids total), ont clairement imprimé ce mouvement saccadé de la courbe de l'indice.

Plus généralement sur l'ensemble des services, l'évolution de l'indice reflète aussi l'impact des revalorisations salariales de 2005 que renforce un élément conjoncturel : la hausse substantielle du SMIG en décembre 2004. Bien que celle-ci soit intervenue en 2004, elle n'aura été appliquée de manière pleine et entière qu'en 2005.

Cette revalorisation s'est mécaniquement traduite par un accroissement de la masse salariale brute d'environ 4 % et du salaire moyen d'environ 3 %, des résultats comparables à celui de l'inflation constatée sur ce grand groupe. Le D.A.R.S.E. (Dispositif d'Aide à la Revalorisation du SMIG et de l'Emploi) mis en place pour absorber une partie de la revalorisation, a davantage profité à des prestations de services destinées aux entreprises (gardiennage, nettoyage...) qu'à celles destinées aux particuliers.

L'accélération de l'inflation observée en fin d'année provient essentiellement de la forte augmentation des prix des produits alimentaires, qui ont connu une croissance soutenue sur les six derniers mois, particulièrement accentuée en novembre et décembre.

**Évolution mensuelle des grands groupes de produits de l'indice des prix à la consommation en 2005**



Les produits manufacturés connaissent une évolution mensuelle bien distincte des deux autres grands groupes. L'inflation générale de cette fin d'année 2005 est principalement corrélée à celle de l'alimentaire et de manière plus nuancée, à celle des services. L'évolution des produits manufacturés a principalement infléchi la tendance de l'indice général en début d'année. En 2004, l'écart entre les valeurs extrêmes des indices par grands groupes s'était accru d'environ 4 points, cette année, il s'est accru d'environ 3 points.

## Produits alimentaires (+3,6 %)

Les prix des produits alimentaires ont connu une inflation importante en 2005 (+3,6 %), un résultat dans la continuité de 2004 (+3,2 %). Il s'agit de l'augmentation la plus importante de ces quinze dernières années.

### *Quelques groupes de produits ont néanmoins évolué à la baisse...*

Parmi eux, se trouvent les boissons non alcoolisées dont la variation (-0,7 %) est essentiellement à imputer aux eaux de source locales pour lesquelles la réglementation a changé. Les viandes de boucherie connaissent également un léger fléchissement (-0,2 %) lié à la baisse des prix sur le bœuf (imputable pour partie à celle du dollar néo-zélandais).

Autant ces baisses sont demeurées à des niveaux modérés (moins de 1 %), autant les augmentations ont été très significatives (entre 11 et 14 %).

### *Hausses significatives, céréales...*

Parmi les plus significatives, les hausses des prix des autres produits à base de céréales qui progressent de 11,1 %. Cette forte progression s'explique en partie par la disparition progressive de certains Produits de Première Nécessité (PPN) sur les étalages des commerçants, produits qui se trouvent en nombre dans le groupe de produits observé. La fin des appels d'offre pour distributeur unique sur certains produits, l'absence d'obligation de référencement ont facilité cette évolution.

### *...produits de la pêche...*

Les produits de la pêche connaissent eux-aussi une augmentation importante de prix (+12,7 %). Compte tenu de la rareté de la ressource, les campagnes de pêche n'ont pas été bien meilleures qu'en 2004. Les exportations de thonidés ont même diminué en poids entre 2004 et 2005 (respectivement 720 et 536 tonnes). En valeur par contre, les exportations ont augmenté, profitant d'un prix moyen au kilogramme plus important (520 F.CFP en 2004 contre 630 F.CFP en 2005). Malgré tout, ce prix reste bien inférieur à celui du marché local.

### *...et volailles et gibiers.*

Les prix des volailles et gibiers ont également connu une croissance importante en 2005 (+13,3 %). Cette augmentation est principalement liée aux produits importés (notamment des États-Unis) vraisemblablement sous l'influence du renforcement du dollar (près de 14% sur l'année).

Les autres variations sont plus modestes. Cependant les prix de la boulangerie pâtisserie ont globalement progressé de 4,6 %. Cette progression est principalement intervenue en septembre lorsque le prix du pain (la baguette) est passé de 43 à 47 F.CFP (+9,3 %).

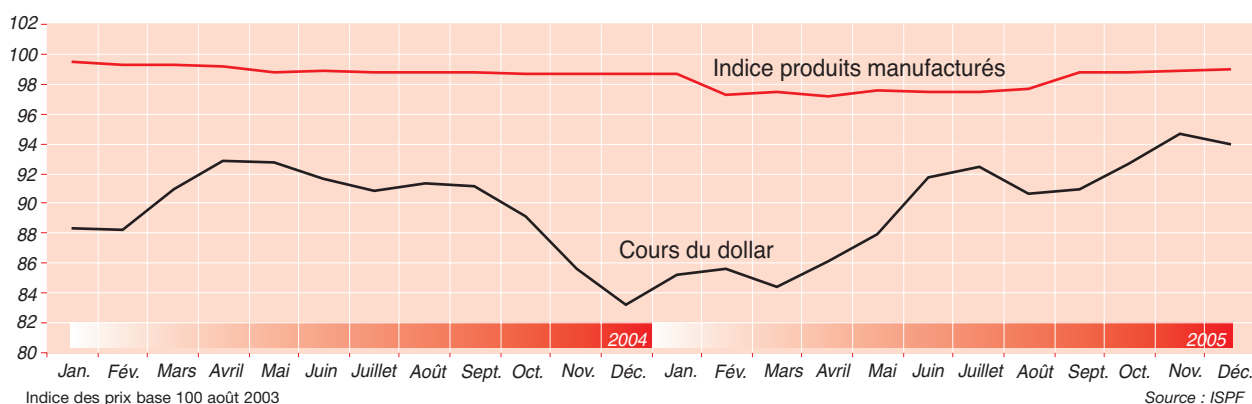
## Produits manufacturés (+0,4 %)

Depuis 1992, les prix de ce grand groupe de produits ne cessent de baisser avec une accélération prononcée en 2004.

La forte concurrence existant dans le secteur des biens manufacturés liée à l'évolution des changes, en particulier celle du dollar US, sont les deux facteurs explicatifs de cette tendance.

Cependant sur le deuxième point, les fluctuations du billet vert ne sont visiblement pas répercutées de la même manière à la hausse qu'à la baisse. En 2004, la baisse du dollar avait peut-être été jugée significative (-8 %) pour une baisse des prix de 1,2 %. En 2005, le dollar a progressé de 14 % pour une inflation de 0,4 %. La baisse des prix des produits manufacturés représentait 15 % de la baisse du billet vert en 2004 ; en 2005, l'inflation due à la monnaie américaine sur ces mêmes produits n'en représente que 3 %.

La répartition des importations par devises montre que nos transactions sont pour moitié effectuées en Euro et pour 18 % seulement en dollar. Cette faible représentation peut expliquer le peu d'impact des évolutions du taux de change en dollar sur l'indice des prix des produits manufacturés.

**Évolutions comparées des cours du dollar et de l'indice des prix des produits manufacturés en 2004 et 2005**


Le déplacement des sources d'approvisionnement en produit textile vers l'Asie et les pays européens non inclus dans zone Euro limite également l'impact des fluctuations de change. Ces pays, réputés pour leur dynamisme et leur pratique de prix très compétitifs bénéficient aussi de taux de changes favorables.

Les prix des autres produits manufacturés s'accroissent légèrement (+0,4 %), principalement sous l'influence du mobilier (+2,9 %), des articles d'électricité et de quincaillerie (+2,4 %), des savons de ménage et des produits d'entretien (+2,4 %) et des articles de loisir (+10,9 %).

Pourtant, des postes budgétaires importants connaissent une évolution différente, comme les véhicules (-0,4 %) ou les combustibles et l'énergie (-0,4 %). Malgré les revalorisations des prix des carburants (septembre) et de l'électricité (octobre), la baisse prononcée des prix de l'électricité intervenue en février 2005 se révèle in fine plus importante que les autres augmentations et explique la légère diminution sur l'année.

À l'image de 2004, tous les produits dont la technologie est basée sur l'électronique voient leurs prix continuer à diminuer en 2005. C'est le cas de la photo optique non médicale (-6,1 %) où les procédés argentiques sont presque totalement remplacés par le numérique et les articles électro-acoustiques (-11,1 %) où l'avancée technologique fait baisser le prix du matériel standard avec une obsolescence très rapide. À noter que cette baisse des prix est identique à celle de l'année précédente.

Autant 2004 avait été dynamique pour la technologie MP3 et ses dérivés, autant 2005 est marquée par l'arrivée massive des écrans plats à des prix très compétitifs. Les graveurs de DVD de salon deviennent plus accessibles provoquant mécaniquement la chute des prix des simples lecteurs DVD ou DIV X. Même évolution sur la téléphonie mobile où une gamme chasse l'autre en l'espace de quelques mois. Les nouveaux modèles, bien plus sophistiqués, arrivent sur le marché avec des prix déjà inférieurs à ceux équipés « d'anciennes technologies ».

## Services (+3,3 %)

2005 se présente comme une année inflationniste pour les services dont les tarifs s'accroissent de 3,3 %. Il s'agit de la plus forte augmentation depuis 1999 (deuxième année de la réforme TVA). L'évolution de certains groupes a pesé significativement dans l'évolution globale des services. C'est le cas notamment des loyers (+2,8 %), des transports publics (+15,2 %) ou des hôtels, restaurants, cantines (+1,7 %). Soulignons que l'évolution des loyers a suivi approximativement celle de l'inflation générale.

### *Hausse des transports publics...*

La hausse tarifaire des transports publics est essentiellement liée au transport aérien international. L'augmentation importante des cours du pétrole répercutée sur le kérosène a provoqué des ajustements tant sur le prix des billets que sur les taxes aéroportuaires, dont le prix est supporté par le voyageur.

Par ailleurs, jusqu'à fin 2004, les compagnies aériennes affichaient une tarification très lisible et bien établie. Il y avait schématiquement la basse, la moyenne et la haute saison. Aujourd'hui, les tarifs sont rendus fluc-

tuants par les taux de remplissage. Cela signifie que le prix de vente d'un billet d'avion dépend à la fois du taux de remplissage de l'avion et de la saison touristique (ou des vacances scolaires). Cela se traduit par des fluctuations mensuelles importantes, tant sur le groupe transport que sur l'indice général (du fait d'une forte pondération).

### ...et des hôtels restaurants.

L'augmentation du poste « hôtels, restaurants, cantines » provient des revalorisations salariales et également de l'inflation générale sur les prix des produits alimentaires (ces derniers servant de consommations intermédiaires pour la restauration). Elle est de 1,7 %.

Cette inflation est moins soutenue que celle des années précédentes, (+2,4 % en 2004, +2,9 % en 2003, +4,4 % en 2002). Elle est aussi sensiblement inférieure au rythme annuel moyen constaté depuis 20 ans qui est de l'ordre de 2,8 %. Ceci peut s'expliquer parce qu'en décembre 2005, aucune revalorisation des grilles tarifaires n'est intervenue. Ce n'est qu'en janvier 2006 qu'elle est apparue (+0,6 %). Elle correspond à une augmentation annuelle d'environ 2,3 %, qui reste inférieure aux années précédentes sur ce service spécifique.

### Baisse des Postes et Télécommunications.

La baisse de 3 % des postes et télécommunications repose essentiellement sur des effets qualité. En effet, en octobre 2005 l'OPT a modifié ses prestations sur certains de ses forfaits, tout comme Mana en fin d'année sur l'internet. Bien qu'apparemment transparent pour le consommateur en terme de prix (le prix des abonnements n'ayant pas évolué), les prestations offertes en compensation ont progressé (augmentation du temps de communication). Cela se traduit par un coût unitaire des prestations légèrement diminué.

## Environnement international

En 2004 l'inflation polynésienne se situait à un niveau inférieur à celui de ses partenaires commerciaux. En 2005, elle se situe à un niveau comparable. En dehors de la Chine et du Japon, rares sont les pays qui ont pu contenir la pression exercée par la hausse des prix du pétrole. La Polynésie française ne fait pas exception à la règle avec les répercussions sur les prix du transport.

Nos voisins du Pacifique connaissent d'ailleurs pour la plupart une inflation supérieure à la nôtre. Rare exception, Singapour grand centre de raffinage du pétrole qui comme tel ressent moins la fluctuation des cours pétroliers. C'est aussi la principale source d'approvisionnement pour l'ensemble des pays du Pacifique Sud.

Si sur le plan interne, les 2,3 % d'inflation de l'année 2005 peuvent paraître importants au regard des années passées, compte tenu du contexte international et de l'inflation chez nos partenaires commerciaux, ce résultat n'est pas démesuré. Force est également de constater que les inflations néo-calédonienne et polynésienne se suivent d'année en année. En 2004, elle était de 0,9 % sur le « Caillou » pour 0,8 % en Polynésie française (respectivement 2,6 % et 2,3 % en 2005).

La distance avec les sources d'approvisionnement peut apparaître comme un facteur explicatif important de l'inflation. En effet, les Départements d'Outre-Mer situés dans les Caraïbes connaissent une inflation plus modérée, comparable à celle de la métropole (leur principal partenaire commercial). Les collectivités plus éloignées comme La Réunion ou celles du Pacifique Sud présentent une inflation plus marquée.

Pays ou zone géographique	Inflation	
	2004	2005
Australie	2,6 %	2,3 %
Chine	3,9 %	0,2 %
Chili	2,4 %	3,7 %
États-Unis	3,3 %	3,4 %
Fidji	2,8 %	2,4 %
Japon	0,2 %	-0,7 %
Nouvelle-Zélande	2,7 %	3,2 %
Singapour	1,5 %	1,3 %
Europe	2,2 %	2,2 %
France métropolitaine	2,1 %	1,5 %
<b>Polynésie française</b>	<b>0,8 %</b>	<b>2,3 %</b>

Source : Instituts statistiques nationaux

Département ou Territoire d'Outre-Mer	Inflation	
	2004	2005
France métropolitaine	2,1 %	1,5 %
Guadeloupe	2,3 %	1,8 %
Martinique	3,0 %	1,9 %
Guyane	1,6 %	1,5 %
Réunion	2,3 %	2,6 %
Nouvelle-Calédonie	0,9 %	2,6 %
<b>Polynésie française</b>	<b>0,8 %</b>	<b>2,3 %</b>

Sources : INSEE, ISEE, ISPF

Résultats par groupe de produits

GRANDS GROUPES	Pondération	2005												Variation sur 12 mois
		Janv	Fév	Mars	Avril	Mai	Juin	Juil	Août	Sept	Oct	Nov	Déc	
<b>Indice général</b>	<b>1 000 000</b>	<b>100,9</b>	<b>100,3</b>	<b>100,6</b>	<b>100,4</b>	<b>100,7</b>	<b>101,2</b>	<b>101,9</b>	<b>101,5</b>	<b>102,3</b>	<b>102,3</b>	<b>102,6</b>	<b>103,3</b>	<b>2,3</b>
<b>Alimentation</b>	<b>240 380</b>	<b>104,0</b>	<b>104,0</b>	<b>104,0</b>	<b>104,3</b>	<b>104,2</b>	<b>104,3</b>	<b>104,7</b>	<b>105,0</b>	<b>105,9</b>	<b>106,1</b>	<b>106,6</b>	<b>107,5</b>	<b>3,6</b>
Boulangerie, pâtisserie	32 730	101,1	101,2	101,4	101,1	101,4	101,3	101,5	101,7	105,0	105,6	105,6	105,7	4,6
Autres produits à base de céréales	8 230	104,6	103,2	103,3	103,1	102,0	102,8	104,7	104,7	107,5	111,6	112,8	113,5	11,1
Viandes de boucherie	17 270	112,7	112,9	113,6	115,4	114,1	114,0	113,4	112,5	113,0	112,3	112,3	112,4	-0,2
Viandes de porc et charcuterie	13 370	102,8	102,0	101,7	103,1	102,9	102,8	103,2	104,1	104,3	104,1	106,0	106,2	3,4
Volailles et gibiers	8 850	116,1	113,4	111,2	112,2	108,2	107,7	109,2	111,6	117,4	118,5	122,1	131,5	13,3
Autres produits contenant de la viande	7 570	102,7	101,8	101,9	102,7	102,9	103,0	103,3	103,0	104,0	103,3	103,8	103,7	0,9
Produits de la pêche	20 480	113,1	112,7	114,4	114,0	114,9	116,2	117,9	118,5	117,7	118,7	118,2	126,3	12,7
Laits et fromages	17 610	106,7	106,1	106,4	107,0	106,2	106,2	107,0	107,9	108,1	107,1	107,5	106,6	0,5
Œufs	3 560	102,4	102,4	102,4	102,4	102,4	102,4	102,4	102,4	102,2	102,4	102,0	102,2	-0,3
Beurres et corps gras	6 440	102,9	102,5	102,2	103,3	104,0	103,4	102,7	102,0	102,2	102,5	102,8	103,7	0,5
Légumes	19 750	101,2	101,6	101,8	102,3	102,7	102,5	102,5	105,1	106,1	106,8	107,3	106,9	5,4
Fruits	11 770	95,8	96,0	96,2	96,6	96,4	96,6	96,6	97,1	97,2	97,4	97,5	97,6	2,2
Sucres et produits à base de sucre	6 330	107,0	107,3	107,7	107,7	108,0	107,7	108,2	108,1	108,3	108,3	108,4	108,1	1,2
Produits alimentaires divers	14 550	102,1	102,6	102,3	102,3	102,2	102,4	103,6	103,7	103,9	102,9	104,7	104,7	3,0
Boissons alcoolisées	23 880	99,9	100,6	100,4	100,4	100,5	100,6	100,7	101,1	100,7	101,2	101,4	101,6	2,1
Cafés et thés	3 360	103,9	104,2	104,1	103,3	103,9	103,4	103,5	103,2	103,0	102,5	102,1	102,6	-1,8
Autres boissons non alcoolisées	24 630	100,1	100,7	100,0	100,1	100,3	100,1	100,1	99,1	99,1	99,0	99,1	99,7	-0,7
<b>Produits manufacturés</b>	<b>372 840</b>	<b>98,7</b>	<b>97,3</b>	<b>97,5</b>	<b>97,2</b>	<b>97,6</b>	<b>97,4</b>	<b>97,5</b>	<b>97,7</b>	<b>98,8</b>	<b>98,8</b>	<b>98,9</b>	<b>99,0</b>	<b>0,4</b>
<b>Habillement et articles textiles</b>	<b>36 360</b>	<b>94,0</b>	<b>93,8</b>	<b>93,6</b>	<b>92,1</b>	<b>95,0</b>	<b>94,4</b>	<b>94,8</b>	<b>94,7</b>	<b>94,3</b>	<b>93,0</b>	<b>94,0</b>	<b>94,0</b>	-
Vêtements de dessus pour hommes et jeunes gens	4 640	92,8	92,4	92,3	89,1	94,1	92,8	92,8	92,8	92,1	91,6	90,6	90,6	-2,3
Vêtements de dessus pour femmes et jeunes filles	7 690	84,8	84,2	84,1	79,8	87,9	86,9	86,7	86,5	86,4	82,8	86,8	87,0	1,8
Vêtements de dessus pour enfants	11 320	98,0	98,0	97,5	97,7	97,7	97,2	98,7	98,7	99,1	98,0	98,0	98,1	0,2
Lingerie, bonneterie pour hommes	530	92,2	92,2	92,2	88,0	88,0	88,0	88,0	88,0	88,0	88,0	88,2	88,2	-4,4
Lingerie, bonneterie pour femmes	750	97,8	98,0	98,0	97,9	97,9	97,9	97,9	97,9	97,9	98,0	99,1	99,1	1,3
Lingerie, bonneterie pour enfants	560	99,9	99,9	99,9	100,2	100,2	100,2	100,2	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	0,1
Vêtements de travail, de sport	1 380	97,2	97,2	97,2	95,2	98,3	98,8	98,8	98,6	95,8	94,4	96,4	96,1	-1,2
Accessoires du vêtement	350	97,7	97,7	97,7	96,6	99,2	99,2	89,0	89,0	88,1	86,1	86,1	86,1	-12,7
Articles chaussants	6 020	94,0	93,6	94,0	93,5	94,0	93,7	93,5	93,6	92,4	91,7	92,5	92,5	-1,4
Tissus, fils et mercerie	1 070	99,6	99,6	99,9	99,9	100,1	100,1	100,1	100,1	99,2	99,2	99,0	99,0	-0,6
Linge de maison, textiles d'ameublement	2 050	101,7	102,3	100,8	102,6	102,4	102,5	102,5	102,4	102,5	103,3	103,3	103,2	2,0
<b>Autres produits manufacturés</b>	<b>336 480</b>	<b>99,2</b>	<b>97,6</b>	<b>97,9</b>	<b>97,7</b>	<b>97,8</b>	<b>97,8</b>	<b>97,8</b>	<b>98,0</b>	<b>99,3</b>	<b>99,5</b>	<b>99,4</b>	<b>99,6</b>	<b>0,4</b>
Mobilier	7 480	96,7	98,7	97,7	97,6	97,9	98,4	98,3	98,3	98,8	98,9	98,4	99,3	2,9
Tapis, revêtements de sol	690	100,9	100,6	98,6	103,7	103,7	103,7	103,7	102,9	102,9	102,9	102,9	102,9	1,9
Gros appareils ménagers	7 820	97,4	97,5	97,1	97,6	96,4	96,3	97,5	97,1	97,8	97,9	97,1	97,5	-0,1
Petits appareils ménagers électriques	1 180	100,2	100,4	99,6	101,1	100,1	100,8	100,4	100,4	100,3	100,2	101,0	101,0	2,5
Articles de ménage	7 410	100,5	100,4	100,5	100,8	100,8	100,7	100,5	100,6	101,2	101,2	101,2	101,4	-
Articles d'électricité, quincaillerie	11 800	100,7	101,0	101,0	101,0	101,1	103,1	103,3	103,2	103,0	102,9	103,1	103,2	2,4
Savons de ménage, produits d'entretien	22 860	100,5	101,1	102,4	101,6	101,7	101,8	102,2	102,2	102,5	102,8	102,8	103,0	2,4
Articles de toilette, de soins	20 400	101,0	101,8	102,0	101,5	101,4	101,2	101,2	101,4	101,2	101,6	101,1	101,7	0,6
Véhicules	101 530	99,5	99,3	99,4	98,7	99,2	98,9	98,7	98,9	98,8	98,3	98,5	98,6	-0,4
Articles de papeterie	3 240	100,3	101,5	101,5	101,6	101,8	102,0	101,9	100,9	100,1	101,6	101,0	101,2	0,4
Livres, journaux	7 300	99,9	100,0	100,1	100,0	100,1	100,4	100,5	100,5	100,7	100,6	100,5	100,6	0,8
Photo optique non médicale	1 810	93,6	93,5	93,5	93,1	92,8	92,0	91,5	91,5	90,3	87,6	87,2	87,0	-6,1
Articles électro-acoustiques	9 800	86,6	84,9	83,2	82,7	82,5	81,0	80,3	79,1	79,0	78,2	78,2	77,6	-11,1
Autres articles de loisir	19 970	101,5	102,4	106,2	108,4	108,2	108,4	108,8	112,6	112,8	113,2	112,8	113,1	10,9
Combustibles, énergie	96 370	99,2	93,4	93,4	93,4	93,4	93,4	93,4	93,4	97,8	98,8	98,8	98,8	-0,4
Tabacs	10 450	99,2	99,2	99,3	99,4	99,4	99,4	99,4	99,4	99,4	99,4	99,4	99,4	0,2
Produits manufacturés divers	6 370	97,7	97,8	97,7	97,1	97,2	97,4	97,4	97,0	96,8	96,7	96,7	96,7	-1,6
<b>Services</b>	<b>386 780</b>	<b>101,0</b>	<b>101,1</b>	<b>101,6</b>	<b>101,1</b>	<b>101,8</b>	<b>103,0</b>	<b>104,5</b>	<b>103,1</b>	<b>103,5</b>	<b>103,3</b>	<b>103,8</b>	<b>104,9</b>	<b>3,3</b>
Loyer, eau	105 400	101,9	101,9	101,9	101,8	101,8	101,8	102,0	102,1	103,1	103,7	104,2	104,4	2,8
Réparation et entretien de logements et d'appareils ménagers	7 070	100,1	100,1	100,9	100,9	100,9	100,9	100,9	101,6	101,6	101,6	101,6	101,6	1,5
Nettoyage, teinturerie	1 340	101,5	103,1	103,1	103,1	103,1	103,1	103,1	103,1	103,1	103,2	103,2	103,2	1,6
Soins personnels	4 890	101,9	103,1	103,1	103,6	103,6	103,7	103,9	103,9	103,9	103,9	103,7	103,7	1,8
Services de santé	5 040	99,9	99,9	100,0	100,4	100,4	100,4	100,4	100,4	100,6	102,4	102,4	102,4	2,7
Transports publics	37 890	92,3	93,0	97,4	91,1	98,0	111,0	128,7	106,3	106,9	106,3	109,0	121,4	15,2
Services d'utilisation de véhicules privés	5 030	101,4	101,5	100,7	100,3	100,3	101,9	101,9	101,9	101,9	101,9	102,7	102,7	1,6
Postes et télécommunications	52 450	97,2	97,2	97,2	97,2	97,2	97,2	97,2	97,2	97,2	94,3	94,3	94,3	-3,0
Frais d'enseignement	6 000	105,6	105,6	105,6	105,6	105,6	105,6	105,6	108,1	108,8	108,8	108,8	108,8	3,0
Spectacles	13 610	100,8	100,6	100,6	100,6	100,6	100,6	101,3	101,2	101,7	101,7	101,7	99,0	-1,2
Hôtels, restaurants, cantines	82 380	103,6	103,6	103,9	103,9	104,0	103,9	104,1	104,4	104,6	104,8	105,2	105,1	1,7
Consommation dans les bars	1 560	102,1	102,0	102,0	102,1	102,1	102,2	102,3	102,3	102,4	102,5	102,8	102,8	1,1
Services de vacances, de sport	8 360	100,3	100,3	100,3	100,9	100,9	101,0	101,0	101,9	102,9	103,0	104,2	104,2	4,0
Services divers	55 760	104,2	104,2	104,1	104,4	104,4	104,4	104,4	104,5	104,5	104,5	104,6	104,6	3,0

Indice des prix base 100 août 2003

Source : ISPF