

Indice des prix à la consommation Bilan de l'année 2008

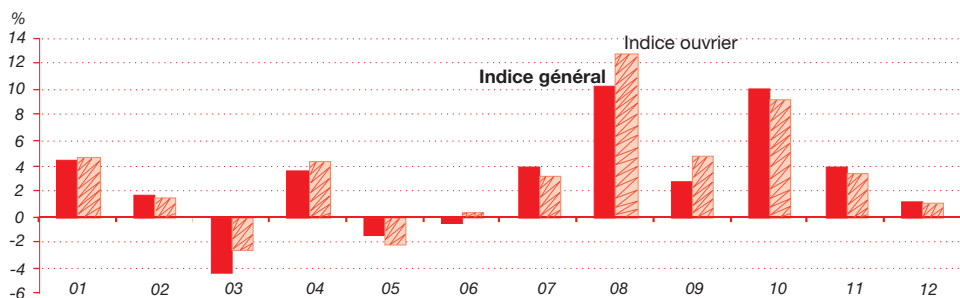
En 2008, l'inflation a été de 3,4 % avec une poussée des prix des produits alimentaires (+4,5 %). Comparée à l'inflation de 2007 (+1,9 %), la progression des prix à la consommation est importante. Pourtant, replacée dans le contexte international, l'inflation locale aura été beaucoup moins élevée que celle observée dans les pays de la zone pacifique.

L'augmentation des prix n'a pas touché l'ensemble des ménages de manière homogène. Ainsi l'indice des ménages ouvriers a progressé de 3,8 % en 2008, soit 0,4 point de plus que l'indice général. Cependant, grâce aux revalorisations successives du SMIG, les salariés les plus modestes ont bénéficié d'une progression de salaire plus rapide que celle de l'inflation.

L'alimentation, source principale d'inflation

En 2008, l'indice général a progressé de 3,4 % et l'indice ouvrier de 3,8 %. Quel que soit l'indice choisi, l'alimentation représente près du tiers de l'inflation et constitue la plus forte contribution. Les augmentations de tarifs des carburants, du gaz, de l'électricité et de la téléphonie ont aussi alimenté l'inflation.

Inflation annuelle des 12 divisions de la COICOP en 2008

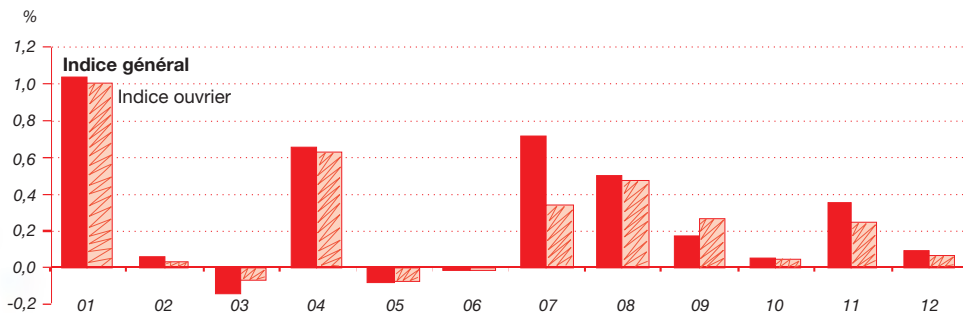


Source : ISPF (Indice des prix à la consommation)

Les douze classes de la nomenclature

- | | |
|--|--------------------------------------|
| 01 - Produits alimentaires et boissons non alcoolisées | 07 - Transports |
| 02 - Boissons alcoolisées, tabac | 08 - Communications |
| 03 - Articles d'habillement et articles chauffants | 09 - Loisirs et culture |
| 04 - Logement, eau, électricité, gaz et autres combustibles | 10 - Enseignement, éducation |
| 05 - Ameublement, équipement ménager et entretien courant de la maison | 11 - Hôtellerie, cafés, restauration |
| 06 - Santé | 12 - Autres biens et services |

Contributions à l'inflation globale des 12 divisions de la COICOP en 2008



Source : ISPF (Indice des prix à la consommation)

N° 2/2009

Directeur de la publication :
Hervé BACHERE

Rédactrice en chef :
Patricia ANNEVILLE

Auteur de la publication :
Olivier CHAMPION

Maquettage : Yrida DOMINGO
Flashage : SCOOP

Impression : STPmultypress

Vente et abonnements : 47 34 42

Prix du numéro :
En Polynésie française : 600 F.CFP
Hors Polynésie française : 750 F.CFP

Dépôt légal : Avril 2009
ISSN 1247 - 7370
©ISPF 2009

B.P. 395 - 98 713 Papeete - Tahiti
Tél. : (689) 47 34 34 / Fax : (689) 42 72 52
Courriel : ispf@ispf.pf
Site internet : www.ispf.pf



INSTITUT
STATISTIQUE
DE LA
POLYNÉSIE
FRANÇAISE

Produits alimentaires

Les prix des « produits alimentaires et boissons non alcoolisées » ont globalement progressé de 4,5 %. Cette forte progression intègre avec un décalage de huit mois l'emballage observé au niveau mondial en 2007 sur certains produits alimentaires. Les prix des viandes, produits laitiers et ceux à base de céréales, ont été affectés en partie par l'évolution des prix au niveau mondial, notamment en raison de la forte demande émanant des pays émergents où la pression démographique liée à l'élévation du niveau de vie a un impact important sur ces catégories de produits.

Avec +1,8 % sur la « viande », +4,9 % sur les « pains et céréales », +3,5 % sur les « laits, fromages et œufs », l'augmentation des prix se situe dans un ordre de grandeur supérieur à celui enregistré les années passées, toutefois cette progression est inférieure à celle observée au niveau international. L'évolution des prix sur l'alimentaire n'est pas seulement liée au contexte international. Pour exemple, l'augmentation de 18,8 % des « huiles et graisses » est très supérieure à la moyenne internationale et ne s'explique pas par une inflation importée. Ce groupe de produits ayant une faible pondération, son impact sur l'indice général est minime.

En revanche, l'augmentation de 15,3 % des prix du « poisson » représente à elle seule 40 % de l'inflation alimentaire. Or il s'agit là d'un produit essentiellement local. L'évolution du prix des carburants a certainement pesé sur le secteur de la pêche et cela explique pour partie l'évolution constatée.

Services

L'augmentation de 4,0 % des tarifs dans « l'hôtellerie, cafés, restauration » est essentiellement le fruit des « services de restauration » dont les prix progressent de 4,2 %. Ces derniers répercutent, en général avec un décalage temporel, la progression des prix des produits alimentaires, leur principale consommation intermédiaire. Cette augmentation est également pour partie liée à celle du SMIG.

En avril 2008 les tarifs de téléphonie ont progressé de 11,2 %. Cette variation représente environ 0,5 point de l'inflation globale.

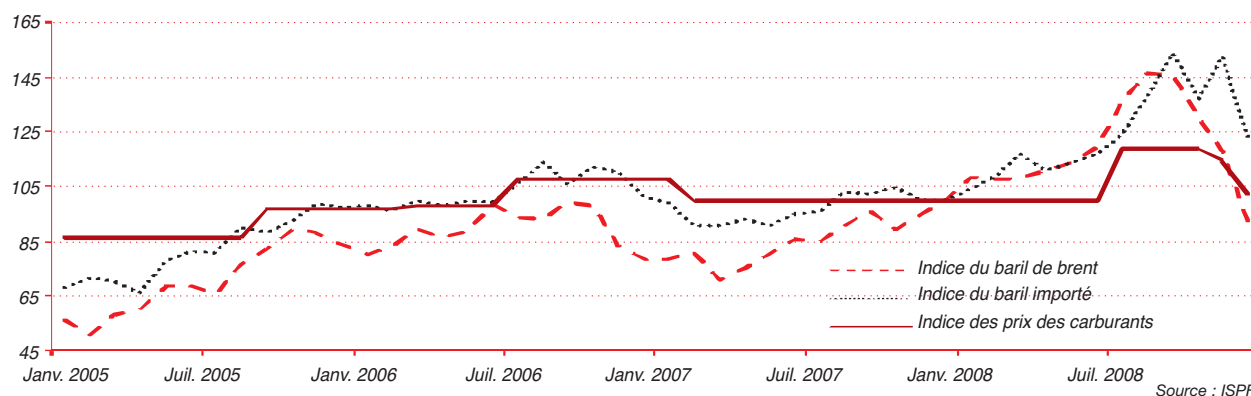
Transports

L'évolution des prix dans la division « transports » (+4,0 %) est presque exclusivement le fait des tarifs des transports aériens (+12,7 %) et des prix des carburants (+2,8 %). La progression des tarifs des transports aériens est du même ordre de grandeur que celles enregistrées en 2007 et 2006. Les taxes liées à l'achat d'un billet d'avion ont considérablement augmenté ces dernières années. Elles peuvent représenter jusqu'au tiers du prix global d'un billet.

Produits pétroliers

Les fluctuations des cours du Brent ou du baril importé sont plus importantes que celle des prix des carburants à la pompe. Cela traduit le rôle modérateur du Fond de Stabilisation des Hydrocarbures. Ainsi, entre mai et octobre 2008, la hausse des cours pétroliers n'a pas été totalement répercutée à la pompe. Inversement, entre octobre 2006 et août 2007, la baisse des cours du pétrole a été plus importante que celle mesurée dans les stations services. Les prix des carburants étant réglementé, ses variations ne sont pas systématiquement corrélées à celles des marchés internationaux.

Évolution des cours du baril brent, du baril importé et des prix des carburants
(Base 100 décembre 2007)



Le cours du baril de Brent et le prix du baril importé évoluent de manière plutôt parallèle. Seule véritable exception, novembre 2008 où le Brent a continué de baisser et où le baril importé est revenu à son niveau record de septembre 2008.

Les prix des carburants ont suivi la tendance du cours du Brent jusqu'en février 2007. À cette date, les prix des carburants sont restés stables alors que ceux du pétrole augmentaient. En juillet 2008, le territoire a réajusté les prix des carburants à la hausse afin de rattraper le décalage. Lorsque la baisse des cours du Brent s'est confirmée durablement, les prix des carburants ont diminué. En 2008, les prix des produits liés aux hydrocarbures comme le « gaz » ou « l'électricité » ont logiquement progressé, respectivement de +11,4 % et +9,7 %.

Produits soumis à une concurrence dynamique

Les prix des produits des secteurs de l'économie locale soumis à une concurrence dynamique, que celle-ci soit locale ou étrangère, ont évolué à la baisse. C'est le cas notamment des « articles d'habillement et articles chaussants » ou de « l'ameublement, équipement ménager et entretien courant de la maison » dont les prix baissent respectivement de 4,4 % et 1,5 %. Les produits à forte technologie suivent la même tendance. Ainsi, les prix des « équipements informatiques » sont en recul de 20,8 %, ceux des « équipements de téléphone et de télécopie » de 15,5 % et ceux des équipements audio-visuels de 7,4 %.

Inflation polynésienne / inflation internationale

En 2007, l'inflation était relativement modeste en comparaison de celles enregistrées par les autres pays du pacifique. En 2008, même si elle est deux fois plus importante que celle de 2007, la situation demeure identique.

Le Japon et les États-Unis font figure d'exception pour des raisons différentes. Les Japonais ont divisé leur déficit budgétaire par deux en 5 ans, le ramenant à 4 % du PIB. Ce sont de grands consommateurs de produits à haute technologie dont les prix ne cessent de baisser. De plus, le coût de la main d'œuvre, soumis aux règles de la concurrence, a baissé. Aux États-Unis, avec la crise financière, l'offre s'est retrouvée très supérieure à la demande, provoquant mécaniquement des baisses sensibles de prix.

Évolutions comparées de l'inflation

Pays ou zone géographique	Inflation		DOM - TOM	Inflation	
	2007	2008		2007	2008
	Unité : %	%		Unité : %	%
Australie	3,0	3,70	France métropolitaine	2,6	1,00
Chine	6,5	5,90	Guadeloupe	1,2	1,60
Chili	7,8	7,10	Martinique	2,9	0,80
États-Unis	4,1	-0,10	Guyane	3,0	3,30
Fidji	4,8	7,70	Réunion	1,2	2,80
Japon	0,7	0,40	Nouvelle-Calédonie	1,8	3,70
Nouvelle-Zélande	3,2	3,40	Polynésie française	1,9	3,40
Singapour	4,1	6,50			
Zone Euro	3,6	1,60			
France métropolitaine	2,6	1,00			

Source : Instituts statistiques nationaux

Sources : INSEE, ISEE, ISPF

Singapour, grand centre pétrolier, a subi les effets de l'envolée des cours du pétrole. Ce n'est que sur le dernier trimestre que la zone européenne a pu maîtriser son inflation, profitant de l'importante baisse des prix des carburants.

L'inflation chinoise ne s'est pas trop propagée, contrairement aux prévisions faites en 2007. Deux éléments peuvent expliquer ce phénomène. Les marges réalisées sur les produits fabriqués en Chine sont suffisamment importantes pour absorber une bonne partie de cette inflation. Par ailleurs, même si le marché chinois reste attractif pour les grands fabricants, on assiste progressivement à un glissement vers d'autres économies, comme l'Inde, le Brésil, le Vietnam ou encore le Laos.

La Polynésie française et la Nouvelle-Calédonie présentent des inflations plus fortes que celles des autres DOM-TOM. De même qu'en 2007, l'inflation mondiale s'est propagée de manière décalée dans ces territoires. Par ailleurs, leur autonomie économique et fiscale les rend plus sensibles au contexte extérieur que les autres DOM-TOM. Ainsi, leur inflation est plus proche de celle des autres pays de la zone pacifique comme l'Australie ou la Nouvelle-Zélande.

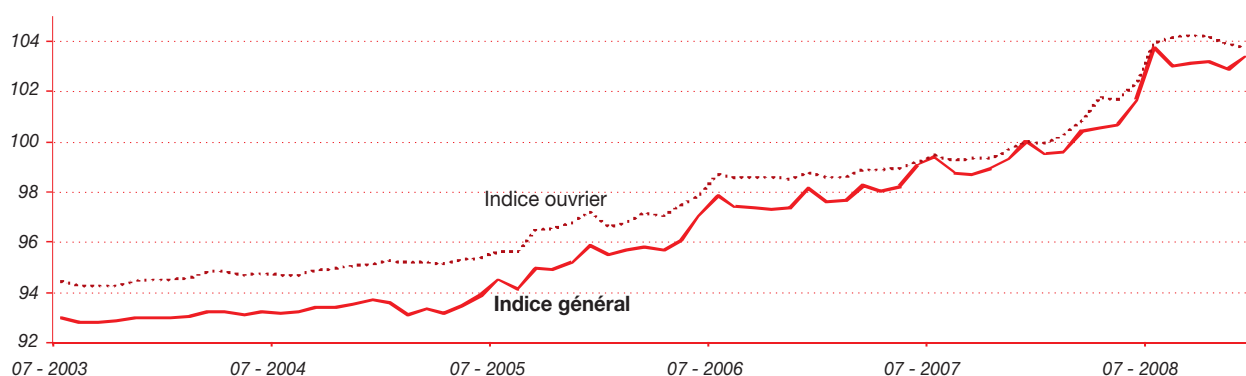
Une évolution différente de l'indice général et de l'indice ouvrier depuis août 2003

Depuis août 2003, l'ISPF suit l'évolution des prix pour les ménages dont le chef est ouvrier de façon à suivre l'évolution du pouvoir d'achat dans les familles les plus modestes.

Entre 2003 et 2008, même si la position des courbes des indices ouvrier et général laisse à penser que l'inflation a toujours été plus forte pour les ménages ouvriers, ce n'est pas le cas. L'évolution des indices suit trois phases bien distinctes.

La première phase s'étale d'août 2003 à avril 2006 où malgré quelques exceptions, indice ouvrier et indice général évoluent de manière comparable. L'écart entre les deux indices reste globalement stable (1,5 point). L'indice ouvrier évolue légèrement moins vite que l'indice général, mais cet écart est statistiquement négligeable. Le fait que l'inflation soit relativement modeste sur cette période contribue pour beaucoup à ce rapprochement. Les quelques divergences qui apparaissent sont essentiellement liées au fait que l'indice ouvrier est peu sensible aux variations des tarifs des transports aériens internationaux (moins pondérés dans cet indice).

Évolution de l'indice général et de l'indice ouvrier
(Base 100 décembre 2007)



Source : ISPF (Indice des prix à la consommation)

La deuxième phase commence en avril 2006 pour s'achever en décembre 2007. Durant cette période l'inflation est globalement plus soutenue et l'écart entre les deux indices se prononce. L'indice ouvrier évolue moins vite que l'indice général et en décembre 2007, il n'y a plus d'écart entre les deux indices. Une moindre sensibilité aux variations des tarifs des transports aériens internationaux et une consommation plus importante de produits de première nécessité sont les principales explications de cette différence. Même si les prix des produits alimentaires étaient en augmentation, ils ne représentaient pas la plus forte contribution à la variation générale.

La troisième phase s'observe en 2008 avec la divergence des indices. Bien qu'en fin d'année l'écart entre les deux indices ne soit que de 0,4 point, les deux indices ont connu des comportements différents. Ce qui apparaît comme un faible écart ne l'est pas sur le plan statistique. Le rapprochement des deux indices n'a été obtenu qu'en fin d'année par l'augmentation des tarifs des transports aériens internationaux.

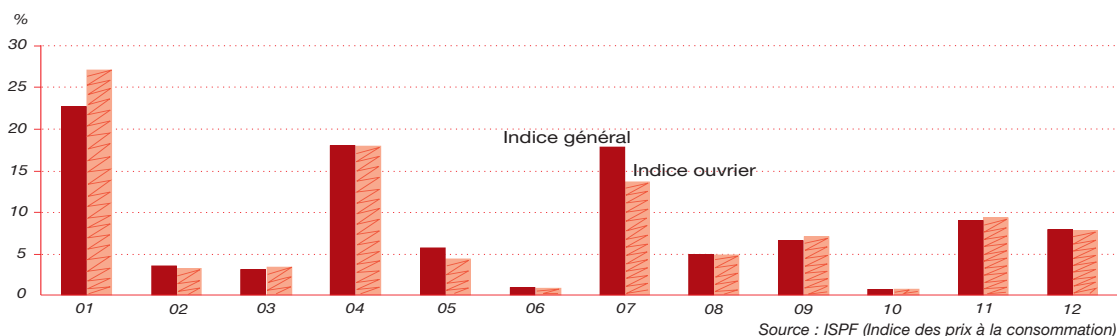
Le premier trimestre 2008 a été marqué par une inflation tirée par l'alimentaire. La part de consommation en produits alimentaires d'un ménage ouvrier étant 20 % plus forte que celle d'un ménage moyen, l'impact a été plus prononcé pour le ménage ouvrier que pour le ménage moyen. En avril 2008, les tarifs des communications téléphoniques ont progressé. Là encore, la part budgétaire allouée à ce poste est plus importante pour un ménage ouvrier que pour un ménage moyen.

La baisse des prix de l'alimentation intervenue en mai 2008 apparaît alors nettement sur l'indice ouvrier alors qu'elle ne transparaît quasiment pas sur l'indice général. Juillet 2008 a été marqué par une revalorisation des prix des carburants, du gaz et de l'électricité. Logiquement, les deux indices ont fortement progressé. Cependant, l'augmentation saisonnière des tarifs des transports aériens internationaux concernant essentiellement le ménage moyen, les deux indices ont alors convergé.

Ménages moyens, ménages ouvriers, ... quelles différences ?

Les ménages dont la personne de référence travaille en tant qu'ouvrier représentent 20 % des ménages polynésiens mais près du tiers des ménages où la personne de référence a un travail. Leurs caractéristiques sont relativement homogènes, 95 % de leurs revenus sont constitués par des salaires et le revenu moyen d'un individu est voisin du SMIG.

Répartition des pondérations entre indice général et indice ouvrier



Les douze classes de la nomenclature

01 - Produits alimentaires et boissons non alcoolisées

02 - Boissons alcoolisées, tabac

03 - Articles d'habillement et articles chaussants

04 - Logement, eau, électricité, gaz et autres combustibles

05 - Ameublement, équipement ménager et entretien courant de la maison

06 - Santé

07 - Transports

08 - Communications

09 - Loisirs et culture

10 - Enseignement, éducation

11 - Hôtellerie, cafés, restauration

12 - Autres biens et services

Leur structure de consommation est bien distincte de celle du ménage moyen.

La part de l'alimentaire est 20 % plus importante pour un ménage ouvrier que pour le ménage moyen et celles des divisions « Loisirs et culture » et « Enseignement, éducation » plus importantes de 10 %. En revanche, la part budgétaire allouée aux transports est 25 % moindre, de même que celle allouée à l'ameublement, équipement ménager et entretien courant de la maison.

Ces différences ont des implications fortes car elles provoquent un ressenti différent par rapport à l'inflation, selon la catégorie de produit dont les prix sont en augmentation.

Pour exemple : si un ménage moyen gagne 350 000 F.CFP et qu'il dépense 87 500 F.CFP pour s'alimenter, cela représente 25 % de ses dépenses ; si un ménage ouvrier gagne 240 000 F.CFP par mois et qu'il dépense 72 000 F.CFP dans l'alimentation, cela représente 30 % de ses dépenses. En valeur absolue, le ménage ouvrier aura dépensé moins que le ménage moyen (87 500 > 72 000). En valeur relative, le ménage ouvrier aura consacré une part plus importante de son budget à cette dépense (30 % > 25 %). L'effort consenti est plus conséquent pour le ménage ouvrier que pour le ménage moyen.

En août, les prix des transports aériens sont retombés, mais l'alimentaire a connu une importante progression (1,1 % en un seul mois). L'indice général a bien enregistré la baisse des tarifs aériens mais l'indice ouvrier a surtout évolué en fonction de la progression des prix dans l'alimentaire. La fin de l'année 2008 étant marquée par une inflation continue dans l'alimentation, indice ouvrier et indice général n'ont convergé qu'en décembre, lorsque les tarifs des transports aériens internationaux ont à nouveau progressé.

Évolution mensuelle des indice général et ouvrier en 2008

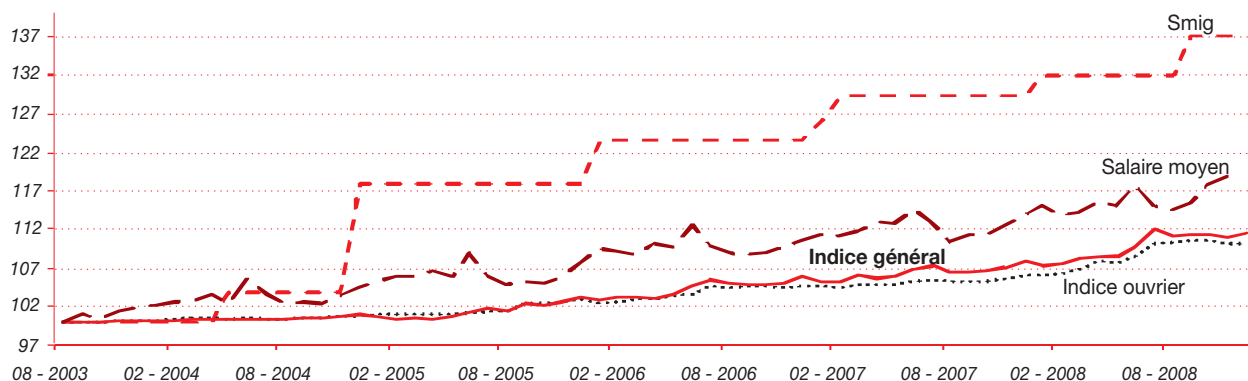
(Base 100 décembre 2007)



Le SMIG augmente plus vite que l'inflation

L'indice ouvrier a donc progressé plus vite que l'indice général en 2008, traduisant une inflation plus forte pour les ménages ouvriers. Ceci ne s'est pas nécessairement traduit par une perte de pouvoir d'achat pour les plus bas salaires. Depuis 2004, le SMIG est en constante revalorisation. Sa progression est même bien plus forte que l'inflation. Le mécanisme d'indexation automatique du SMIG sur l'indice des prix à la consommation et les décisions politiques prises durant cette période expliquent cette évolution.

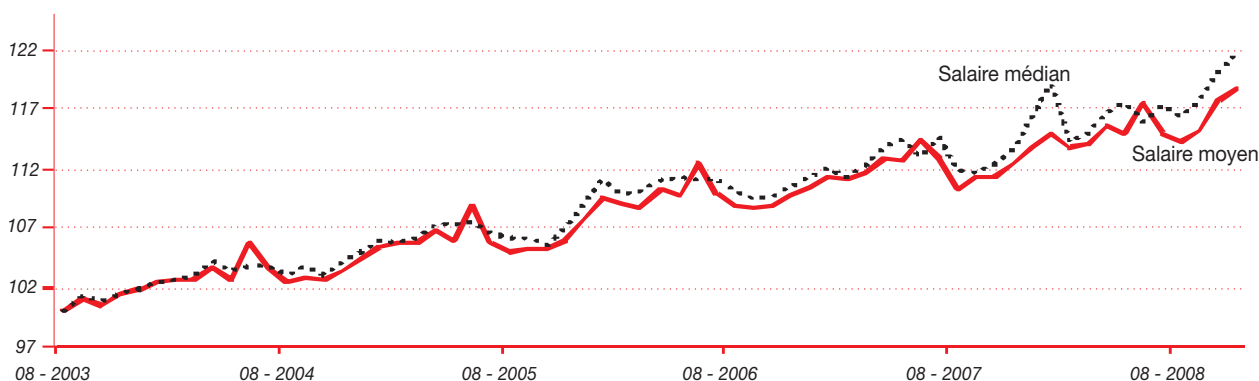
Évolution de l'indice général, de l'indice ouvrier et du SMIG
(Base 100 août 2003)



Sources : ISPF (Indice des prix à la consommation), Caisse de Prévoyance Sociale

Présenter les évolutions en base 100 en août 2003 met en évidence l'écart de progression entre le SMIG et les indices de prix. Les différentes revalorisations du SMIG ont apporté du pouvoir d'achat aux ménages ayant les plus bas salaires. Cette situation n'est pas la même pour tous les ménages. En effet, s'il est possible de considérer que les ménages ouvriers ont eu des gains de pouvoir d'achat, c'est parce que globalement, leur niveau de rémunération est très proche du SMIG et que leurs revenus sont presque exclusivement salariaux.

Évolutions du salaire moyen et du salaire médian déclarés à la CPS écriés des épiphénomènes de décembre



Sources : ISPF, Caisse de Prévoyance Sociale

Les premières revalorisations de SMIG se sont accompagnées d'effets domino. Autrement dit, les salaires situés au dessus du SMIG ont eux aussi été revalorisés afin de ne pas trop fragiliser l'équilibre social au sein des entreprises. Jusqu'en août 2007, cet effet a plutôt bien fonctionné puisque salaire médian et salaire moyen ont évolué de manière voisine. En revanche, depuis cette période, les deux courbes s'écartent l'une de l'autre et le salaire médian progresse plus vite que le salaire moyen. Cette divergence traduit les limites de l'effet domino et le tassement des salaires autour du SMIG. 25 % des salariés sont aujourd'hui au SMIG et 50 % des salariés gagnent moins de 200 000 F.CFP.

En 2008, le SMIG a progressé de 6 %, soit 2,5 points de plus que l'inflation. Dans ce contexte, le fait que le revenu moyen ait évolué au même rythme que l'inflation signifie que la progression des salaires au dessus du SMIG a été plus faible que l'inflation.

Mécanismes de revalorisation et d'indexation des salaires

En Polynésie française, le SMIG, les salaires des agents non fonctionnaires de l'administration (statut ANFA) et une partie des retraites bénéficient d'un système d'indexation automatique sur l'indice des prix à la consommation. Deux pour cent d'augmentation de l'indice des prix à la consommation provoquent une revalorisation automatique de même ampleur du SMIG et des salaires des catégories précisées ci-dessus. L'indexation automatique est souvent à l'origine de la bulle inflationniste salaire / prix. L'augmentation des salaires se traduit par une augmentation des coûts de production et donc des prix. Si les salaires sont eux-mêmes indexés sur les prix, on rentre alors dans un mécanisme sans fin de progression des prix et des salaires.

Inflation et pouvoir d'achat : quelques éclaircissements

L'inflation est la perte du pouvoir d'achat de la monnaie qui se traduit par une augmentation générale et durable des prix. Elle devrait être normalement distinguée de l'augmentation du coût de la vie. La perte de valeur des unités de monnaie est un phénomène qui frappe l'économie nationale dans son ensemble, sans discrimination entre les catégories d'agents. En revanche, l'augmentation du coût de la vie affecte la répartition fonctionnelle et personnelle des revenus, sans toucher à la relation entre la masse monétaire et le produit national définissant le pouvoir d'achat de la monnaie.

La plupart du temps, pour évaluer le taux d'inflation on utilise l'indice des prix à la consommation. Cette mesure n'est pas toujours exacte car les variations de l'indice des prix ne sont pas toutes d'origine inflationniste. La masse monétaire de la Polynésie étant totalement administrée par l'État, inflation et mesure du coût de la vie sont quasiment confondues.

Le pouvoir d'achat du salaire est la quantité de biens et de services que l'on peut acheter avec une unité de salaire. Son évolution est liée à celles des prix et des salaires. C'est ainsi que, si les prix augmentent dans un environnement où les salaires sont constants, le pouvoir d'achat diminue alors que, si la hausse des salaires est supérieure à celle des prix, le pouvoir d'achat pourra augmenter. La notion, ici retenue, est le salaire mais le raisonnement s'applique à l'ensemble des ressources (travail, capital, prestations familiales et sociales ...). Par ailleurs, certaines décisions réglementaires, notamment fiscales ont des implications sur le pouvoir d'achat sans pour autant avoir d'impact direct sur les prix.

L'érosion du pouvoir d'achat du salaire se mesure en grande partie par le biais de l'indice des prix à la consommation, mais il ne s'agit là que d'une estimation. L'obligation méthodologique de mesurer l'évolution des prix à qualité constante entraîne une sous évaluation de l'impact de l'inflation sur le pouvoir d'achat (à la hausse comme à la baisse). Malheureusement, il est relativement compliqué d'estimer cet écart d'évaluation.

Cette notion de qualité constante est une manière d'appréhender le rapport qualité prix. Prenons l'exemple d'une voiture vendue au départ 3 000 000 F.CFP sans la climatisation (celle-ci étant en option 200 000 F.CFP). Quelques mois plus tard, la même voiture est vendue au même prix, mais avec la climatisation offerte. Pour le consommateur, le prix de la voiture est resté identique. Il n'y a donc pas de variation de prix. Avant cette offre, voiture + climatisation représentait un achat de 3 200 000 F.CFP, aujourd'hui, cela représente un achat de 3 000 000 F.CFP. Il y a donc bien eu baisse de prix, baisse liée à l'accroissement de la qualité.

Par ailleurs, il convient de rappeler que l'indice des prix à la consommation est élaboré autour de la consommation d'un individu moyen. Cet individu moyen n'existe jamais dans l'économie du fait de la profonde hétérogénéité des comportements de consommation. Aucun consommateur considéré individuellement ne peut donc se reconnaître totalement dans son évolution. En revanche, il décrit parfaitement l'évolution du coût de la vie pour la population considérée dans son ensemble.

Cet écart de mesure entre l'érosion du pouvoir d'achat et l'inflation est renforcé par le fait que les dépenses ne sont pas toutes de la même nature. Il existe des dépenses contraintes et d'autres plus secondaires. L'alimentation, le logement, l'habillement, le transport constituent des postes difficilement compressibles. Inversement, les articles électro acoustiques, les articles de loisirs sont des postes plus secondaires. L'évolution du coût de la vie se fait pour l'ensemble des postes budgétaires, qu'ils soient incompressibles ou non. Or le consommateur a tendance à estimer l'inflation au travers de ses dépenses régulières et en particulier alimentaires. Le décalage entre inflation mesurée et inflation ressentie est alors amplifié. Plus le poids des dépenses incompressibles s'accroît, plus la sensation de perte de pouvoir d'achat augmente.

Indice des prix à la consommation par grand groupe et groupe de produits

Division Groupe	Evolution mensuelle de l'indice général en 2008 (base 100 décembre 2007)													%
	Pond.	Jan.	Fév.	Mar.	Avr.	Mai	Jun.	Jul.	Aoû.	Sep.	Oct.	Nov.	Déc.	
0 - Indice général	1 000 000	99,51	99,60	100,44	100,59	100,69	101,67	103,79	103,07	103,14	103,24	102,94	103,43	3,43
01 - Produits alimentaires et boissons non alcoolisées	228 189	100,75	101,20	102,14	103,07	102,78	104,10	104,39	105,50	105,34	104,77	104,36	104,51	4,51
01.1 - Produits alimentaires	202 577	100,77	101,16	102,19	103,26	102,90	104,40	104,72	105,97	105,55	104,95	104,40	104,58	4,58
01.2 - Boissons non alcoolisées	25 612	100,55	101,56	101,72	101,58	101,87	101,74	101,83	101,84	103,68	103,36	104,02	103,91	3,91
02 - Boissons alcoolisées, tabac	34 546	100,47	100,59	100,50	100,70	100,85	100,97	100,84	100,74	101,51	101,68	101,88	101,73	1,73
02.1 - Boissons alcoolisées	24 599	100,66	100,87	100,79	101,06	101,27	101,44	101,26	101,11	102,20	102,43	102,72	102,59	2,59
02.2 - Tabac	9 947	100,00	99,92	99,79	99,82	99,82	99,82	99,82	99,82	99,84	99,84	99,84	99,62	-0,38
03 - Articles d'habillement et articles chaussants	30 518	98,45	97,96	99,45	98,32	98,26	96,95	96,84	96,61	95,60	94,32	95,25	95,64	-4,36
03.1 - Articles d'habillement	25 287	98,48	97,76	99,08	97,61	97,84	97,59	97,57	97,30	96,18	94,87	95,90	96,43	-3,57
03.2 - Articles chaussants	5 231	98,26	98,95	101,34	101,91	100,39	93,70	93,14	93,16	92,64	91,56	91,99	91,66	-8,34
04 - Logement, eau, électricité, gaz et autres combustibles	179 568	100,19	100,15	100,40	100,43	100,40	100,42	103,80	103,77	103,44	103,51	103,65	103,63	3,63
04.1 - Loyers d'habitation réels	101 297	100,02	100,04	100,24	100,28	100,26	100,27	100,59	100,54	100,46	100,56	100,80	100,74	0,74
04.3 - Entretien et réparation du logement	13 923	102,01	101,37	102,69	102,87	102,60	102,79	102,84	102,78	102,46	102,67	102,79	102,95	2,95
04.4 - Adduction d'eau et autres services relatifs au logement	11 381	100,44	100,44	100,87	100,87	100,87	100,87	100,87	100,87	100,87	100,87	100,87	100,87	0,87
04.5 - Électricité, gaz et autres combustibles	52 967	100,00	99,99	100,01	100,01	100,01	100,02	110,79	110,79	109,93	109,94	109,92	109,92	9,92
05 - Ameublement, équipement ménager et entretien courant de la maison	56 211	101,01	100,97	100,43	98,93	99,03	98,98	99,03	98,65	98,89	98,12	98,50	98,55	-1,45
05.1 - Meubles, articles d'ameublement, tapis et autres revêtements de sol	5 804	100,40	97,41	96,96	92,04	92,36	92,80	92,63	92,19	92,00	89,24	86,45	88,17	-11,83
05.2 - Articles de ménage en textiles	3 161	102,12	100,15	98,37	99,95	99,90	100,48	100,75	101,44	101,17	101,41	99,83	99,24	-0,76
05.3 - Appareils ménagers	8 748	101,83	102,42	101,45	99,81	99,05	98,47	98,57	98,27	97,48	96,91	97,75	97,57	-2,43
05.4 - Verrerie, vaisselle et ustensiles de ménage	3 179	99,19	101,06	99,42	97,51	97,07	97,10	97,23	97,10	97,03	97,19	97,33	97,24	-2,76
05.5 - Outillage pour la maison et le jardin	5 791	98,75	100,64	99,74	99,73	99,62	99,63	99,61	99,61	99,95	99,37	99,34	98,99	-1,01
05.6 - Biens et services pour l'entretien courant de l'habitation	29 528	101,42	101,42	101,31	99,99	100,42	100,33	100,41	99,79	100,50	99,84	101,08	101,01	1,01
06 - Santé	7 379	99,75	99,98	100,07	99,78	99,76	99,73	99,72	99,72	99,43	99,57	99,57	99,57	-0,43
06.1 - Produits et appareils thérapeutiques ; matériel médical	3 530	99,49	99,95	99,94	99,33	99,30	99,23	99,20	99,20	98,60	98,89	98,89	98,89	-1,11
06.2 - Services de consultation externe	3 530	100,00	100,00	100,20	100,20	100,20	100,20	100,20	100,20	100,20	100,20	100,20	100,20	0,20
06.3 - Services hospitaliers	319	100,00	100,00	100,10	100,10	100,10	100,10	100,10	100,10	100,10	100,10	100,10	100,10	0,10
07 - Transports	178 675	96,31	95,90	98,21	95,90	96,85	100,39	108,38	103,20	102,64	103,71	101,60	103,99	3,99
07.1 - Véhicules	86 810	100,60	100,50	100,72	100,06	99,26	98,43	98,34	98,42	98,68	98,79	98,84	98,98	-1,02
07.2 - Utilisation des véhicules personnels	49 131	100,16	100,06	100,07	100,06	100,54	100,43	113,78	113,89	113,99	114,02	111,43	102,79	2,79
07.3 - Services de transport	42 734	84,85	83,73	90,99	83,99	88,36	102,83	119,39	100,16	97,56	101,27	95,95	112,77	12,77
08 - Communications	48 608	99,97	100,03	99,94	110,60	110,68	110,52	110,52	110,46	110,43	110,42	110,44	110,28	10,28
08.1 - Services postaux	1 412	103,76	103,76	103,92	103,92	103,92	104,17	104,17	104,17	104,35	104,35	104,35	104,35	4,35
08.3 - Équipement et service de téléphone et de télécopie	47 196	99,86	99,92	99,82	110,78	110,86	110,69	110,69	110,63	110,59	110,58	110,61	110,44	10,44
09 - Loisirs et culture	64 551	98,52	100,17	101,12	100,65	100,44	100,60	100,00	99,92	99,82	101,19	102,56	102,72	2,72
09.1 - Équipements audiovisuels, photographiques et informatiques	9 183	100,60	95,26	97,83	96,94	96,24	94,88	93,71	93,16	92,98	92,37	91,83	92,15	-7,85
09.2 - Autres biens durables importants pour les loisirs et la culture	1 989	91,09	92,78	89,89	89,98	89,98	89,98	89,90	89,90	89,90	89,90	89,94	89,94	-10,06
09.3 - Autres articles et équipement de loisirs, jardins et animaux d'agrément	17 327	96,21	102,56	103,99	102,63	102,41	102,74	101,23	101,51	101,63	106,64	106,45	106,30	6,30
09.4 - Services récréatifs et culturels	20 730	99,18	99,18	99,95	99,95	99,67	99,83	99,83	99,68	99,39	99,78	103,46	103,58	3,58
09.5 - Édition, presse et papeterie	10 074	99,00	102,72	102,83	102,26	102,56	102,15	102,01	101,83	101,74	101,87	103,30	104,06	4,06
09.6 - Voyages à forfait	5 248	102,00	102,00	102,00	103,40	103,40	106,95	106,95	106,95	106,95	106,95	108,10	108,10	8,10
10 - Enseignement, Education	5 542	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	110,06	110,06	110,06	110,06	10,06
10.1 - Enseignement maternel et primaire	1 688	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	111,46	111,46	111,46	111,46	11,46
10.2 - Enseignement secondaire	2 441	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	105,80	105,80	105,80	105,80	5,80
10.3 - Enseignement post-secondaire non supérieur	1 154	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	118,33	118,33	118,33	118,33	18,33
10.4 - Enseignement supérieur	259	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	104,17	104,17	104,17	104,17	4,17
11 - Hôtellerie, cafés, restauration	88 072	100,60	100,38	100,65	100,70	100,73	101,52	101,41	102,27	103,72	103,74	103,98	104,02	4,02
11.1 - Services de restauration	82 189	100,64	100,41	100,63	100,68	100,71	101,57	101,45	102,37	103,85	103,87	104,13	104,17	4,17
11.2 - Services d'hébergement	5 883	100,00	100,00	100,99	100,99	100,99	100,87	100,87	100,87	101,93	101,93	101,93	101,83	1,83
12 - Autres biens et services	78 141	100,11	100,00	100,78	100,74	100,68	100,41	100,45	100,15	101,32	101,36	101,19	101,17	1,17
12.1 - Soins personnels	21 754	100,12	100,03	100,27	100,22	100,24	100,27	100,37	100,13	100,31	100,41	100,19	100,23	0,23
12.3 - Effets personnels non définis ailleurs	5 791	100,97	99,85	100,43	100,11	99,30	99,36	99,31	96,19	96,44	96,45	94,97	94,53	-5,47
12.4 - Protection sociale	1 126	100,00	100,00	100,82	100,82	100,82	101,88	101,88	101,88	101,11	101,99	101,99	101,99	1,99
12.5 - Assurances	46 351	100,00	100,00	101,11	101,11	101,11	100,61	100,61	100,61	102,49	102,49	102,49	102,49	2,49
12.7 - Autres services non définis par ailleurs	3 119	100,18	100,18	100,04	100,04	100,04	100,04	100,21	100,21	100,21	100,21	100,21	100,21	0,21

Source : ISPF (Indice des prix à la consommation)