



Conseil national  
de l'information statistique

## CONSEIL NATIONAL DE L'INFORMATION STATISTIQUE

### Commission « Démographie et questions sociales »

Réunion du 29 avril 2014

#### Projets d'enquêtes pour avis d'opportunité

- Enquête sur la participation sociale et culturelle - module secondaire de SRCV 2015 [2](#)
- Enquête Budget des familles 2016-2017 [5](#)
- Dispositif d'enquête pour l'indice des prix à la consommation IPC [8](#)
- Enquête 2015 de comparaison des niveaux de prix à la consommation entre territoires français [12](#)
- Enquête européenne sur les parités de pouvoir d'achat [16](#)
- Enquête sur les loyers auprès des bailleurs sociaux [20](#)

## Enquête sur la participation sociale et culturelle - module secondaire de SRCV 2015

### 1. Intitulé de l'enquête

Enquête sur la participation sociale et culturelle - module secondaire de SRCV 2015.

### 2. Service producteur

Tout comme le dispositif SRCV (partie française du système communautaire EU-SILC) dont il fait partie, le module secondaire associé à l'enquête 2015 est organisé par la division revenus et patrimoine des ménages, du département des prix à la consommation, des ressources et des conditions de vie, au sein de la direction des statistiques démographiques et sociales de l'Insee, et par le pôle « enquêtes nationales auprès des ménages » de la Direction régionale de Lorraine.

### 3. Service réalisant la collecte

La collecte sera assurée par le réseau des enquêteurs de l'Insee.

### 4. Historique de l'enquête

Le système de statistiques communautaires sur les revenus et les conditions de vie dont le sigle européen est EU-SILC (*European Union - Statistics on income and living conditions*) a pris la suite du Panel européen qui a duré huit années et dont la dernière collecte a eu lieu en 2001. Il a été mis en place en 2004 en France. Depuis 2005, s'ajoute chaque année au questionnaire principal de l'enquête un module secondaire, sur un thème différent chaque année.

### 5. Bilan d'exécution de l'enquête et des résultats produits

Le thème de la participation sociale et culturelle avait déjà fait l'objet d'un module secondaire du dispositif EU-SILC en 2006. Pour chaque module secondaire, Eurostat réalise une évaluation de leur mise en œuvre et propose certaines ventilations de base de leurs résultats<sup>1</sup>. Ce module secondaire a également fait l'objet de diverses analyses<sup>2</sup>. Eurostat a également utilisé le module secondaire de 2006 pour produire plusieurs indicateurs de qualité de la vie, dans la thématique « loisirs et rapports sociaux » (voir : [http://epp.eurostat.ec.europa.eu/portal/page/portal/quality\\_life/introduction](http://epp.eurostat.ec.europa.eu/portal/page/portal/quality_life/introduction))

A niveau français, les données sur la fréquence des rencontres avec les proches ont donné lieu à une contribution à France Portrait sociale 2011. Le Département des études, de la prospective et des statistiques (DEPS) du ministère de la Culture a également utilisé les données sur les pratiques culturelles, par exemple dans les Chiffres Clés édition 2009.

### 6. Objectifs généraux de l'enquête – Principaux thèmes abordés

Ce module secondaire a pour objectif de mieux connaître la participation sociale et culturelle des individus.

Les principaux thèmes abordés sont :

- La fréquence de participation à des manifestations culturelles ou sportives (*cinéma, spectacle, sites culturels, évènements sportifs*),
- La pratique d'activité artistique,
- Les relations avec les proches : famille, amis, voisins (*fréquence de rencontre, capacité à demander de l'aide*)
- Le bénévolat, formel ou informel.

<sup>1</sup> Consultable sur le site d'Eurostat :

[http://epp.eurostat.ec.europa.eu/portal/page/portal/income\\_social\\_inclusion\\_living\\_conditions/documents/tab4/2006%20Module%20assessment.pdf](http://epp.eurostat.ec.europa.eu/portal/page/portal/income_social_inclusion_living_conditions/documents/tab4/2006%20Module%20assessment.pdf)

<sup>2</sup> Lelkes O (2010), "Social participation and social isolation", Eurostat Methodologies and working papers, Luxembourg.

#### **7. Origine de la demande (règlement communautaire, demande ministérielle, débat public...) et utilisateurs potentiels des résultats**

Le dispositif statistique EU-SILC est prévu par le règlement n°1177/2003 du Parlement européen et du Conseil. Ce règlement prévoit la possibilité pour la Commission européenne (CE) de mettre en place une fois par an un module secondaire. Le module 2015 s'inscrit dans ce cadre juridique. À ce titre, il fait l'objet du règlement (UE) n°67/2014 du 27 janvier 2014 de la Commission. Ces règlements détaillent de manière précise le protocole des enquêtes (questionnaire, modalités d'interrogation,...).

Outre la Commission européenne, premier utilisateur des résultats, ces derniers pourront être utilisés en France par les services de l'administration (services statistiques ministériels en particulier) et les chercheurs intéressés par les questions de conditions de vie, en particulier les aspects de pauvreté et d'exclusion.

#### **8. Place dans le dispositif statistique déjà existant sur le même sujet ; apport à la connaissance du domaine par rapport à d'autres sources déjà disponibles (enquêtes ou fichiers administratifs)**

Le questionnaire associé au module secondaire permettra d'obtenir des informations dans le domaine de la participation sociale et culturelle. Outre des études classiques sur le thème de la participation sociale, ce module secondaire permettra d'approcher la pauvreté relationnelle. De manière plus générale, il devrait permettre d'étudier les interdépendances entre les divers types de pauvreté : pauvreté monétaire, relationnelle et en conditions de vie.

Les questions sur les pratiques culturelles permettront de compléter les données de l'enquête du ministère de la Culture sur les pratiques culturelles des français, dont la dernière édition date de 2008.

Les thèmes abordés dans ce module secondaire sont également régulièrement abordés dans la partie française du dispositif SRCV. En effet, à partir de 2008, la France a introduit un questionnement supplémentaire d'indicateurs sociaux dont les thèmes étaient traités par les anciennes enquêtes permanentes des conditions de vie (EPCV). Trois modules d'Indicateurs Sociaux ont été définis : le premier module sur la santé, la vie associative, les relations professionnelles et la participation sociale ; le deuxième sur les sports et les loisirs ; le troisième sur la mobilité sociale et les contacts avec les proches. Le module secondaire 2015 vient donc compléter les informations déjà collectées dans le cadre des trois modules. On aménagera donc les questions spécifiquement françaises posées en 2015 sur la participation sociale et culturelle pour bien les articuler avec les questions figurant dans le module secondaire européen.

#### **9. Insertion dans un système d'information**

Les Statistiques sur les Ressources et les conditions de vie (SRCV) sont la partie française du système EU-SILC. Ces statistiques sont collectées annuellement sous forme d'enquête en panel : chaque année, un échantillon de ménages répondant pour la première fois à l'enquête vient alimenter le panel ; un échantillon dit "sortant" quitte alors le panel. Les ménages du panel sont interrogés neuf années au total (échantillon rotatif renouvelé par neuvième). Le panel donne lieu à deux types de résultats : une exploitation « longitudinale » et une exploitation « transversale ». À l'occasion de chaque enquête annuelle, le règlement européen prévoit qu'un questionnaire complémentaire spécifique est ajouté sous forme d'un module dit secondaire. Pour l'enquête de 2015, le module secondaire est intitulé « participation sociale et culturelle ».

#### **10. Cible de l'enquête**

Les unités interrogées pour ce module secondaire sont les ménages interviewés dans le cadre de l'enquête annuelle 2015 du dispositif SRCV.

#### **11. Champ de l'enquête (secteurs d'activité, taille de l'unité enquêtée ; catégories de ménages ou d'individus ; etc.)**

Le champ du module est celui du dispositif SRCV, à savoir celui des ménages ordinaires.

#### **12. Champ géographique de l'enquête**

Le champ géographique du module est celui du dispositif SRCV, à savoir la France métropolitaine.

#### **13. Bases de sondage, échantillonnage**

La base de sondage et l'échantillonnage sont ceux du dispositif SRCV.

Le champ est celui des ménages ordinaires de France métropolitaine. L'échantillon annuel de SRCV 2015 est constitué d'environ 14 000 ménages, dont 3 200 ménages entrants.

Depuis 2010, l'échantillon entrant est tiré dans Octopusse.

#### **14. Mode de collecte**

Le mode de collecte utilisé est un questionnaire administré par enquêteur en face-à-face sous CAPI. Le questionnaire du module est passé dans le prolongement du questionnaire principal de SRCV.

#### **15. Date (même approximative) et périodicité de la collecte**

La collecte aura lieu en mai et juin 2015. Elle ne sera pas reconduite pour ce module spécifique les autres années.

#### **16. Contraintes imposées à l'enquête**

Le ménage sera prévenu du contenu de l'enquête par une lettre-avis. Le temps maximal d'interview de l'enquête transversale étant fixé à une heure en moyenne dans le règlement cadre EU-SILC, le temps spécifique au module secondaire ne devra pas dépasser une dizaine de minutes.

#### **17. Instances de concertation (comitologie) : comité scientifique, de concertation, d'orientation, de pilotage, de suivi... :**

La concertation européenne s'est organisée de la manière suivante. Les équipes EU-SILC des instituts nationaux de statistiques (INS) ont été consultés à trois reprises. Le projet a ensuite été soumis aux directeurs de statistiques sociales des INS lors des réunions des DSS. Eurostat est resté maître en dernier ressort du règlement. Il n'y a pas eu de Working Group ou de Task Force sur le module secondaire, ce module était très proche de celui conduit en 2006.

Au niveau français, la division « conditions de vie des ménages » de l'INSEE et le Département des études, de la prospective et des statistiques (DEPS) du Ministère de la Culture et de la Communication ont été consultés. Ils participent notamment au groupe d'exploitation de l'enquête SRCV qui se réunit plusieurs fois par an.

#### **18. Exploitation et diffusion des résultats**

Le règlement cadre EU-SILC prévoit que les fichiers redressés et apurés seront transmis à Eurostat en octobre 2016 pour l'enquête transversale, fichiers qui incluent les données du module secondaire collecté en 2015.

Les données issues de ce module secondaire figureront dans le rapport annuel de printemps de l'année 2017 destiné au Conseil européen.

En France, les données françaises et européennes pourront donner lieu à des études publiées dans les collections traditionnelles de l'Insee (Insee Première, Insee Références, Économie et statistique) à partir de 2017. Les fichiers anonymisés (Fichier de production et de recherche) seront mis à disposition des chercheurs via le centre Quételet. En cas de demande d'une équipe de recherche, et uniquement après décision favorable du délégué interministériel aux Archives de France, le fichier après redressement (ou une sélection des variables de ce fichier) sera mis à disposition via le Centre d'accès sécurisé distant aux données (CASD).

#### **19. Moyens humains et financiers mobilisés pour l'enquête**

Les moyens utilisés sont ceux du dispositif SRCV. Le coût additionnel de réalisation du module secondaire (conception, programmation) reste modéré, comme l'allongement de quelques minutes de la durée d'interrogation.

## Enquête « Budget des familles 2016-2017 »

### 1. Intitulé de l'enquête

Enquête « Budget des familles 2016-2017 »

### 2. Service producteur

Au sein du département PRCVM de l'INSEE, la division Conditions de vie des ménages.

### 3. Service réalisant la collecte

L'INSEE

### 4. Historique de l'enquête

L'enquête s'inscrit dans la succession des enquêtes Budget des familles, réalisées par l'Insee tous les 5 ans environ depuis 1979.

### 5. Bilan d'exécution de l'enquête et des résultats produits

Les données des enquêtes Budget des familles donnent lieu à de nombreux travaux réalisés et publiés tant par l'Insee que par des chercheurs, des universitaires, et des organismes d'études publics ou privés.

### 6. Objectifs généraux de l'enquête

Elle vise à reconstituer toute la comptabilité du ménage : enregistrement de la totalité des dépenses, des consommations et des ressources du ménage enquêté. Seules les dépenses socialisées (éducation et santé notamment) échappent en grande partie, puisque l'enquête n'enregistre que les débours des ménages.

L'étude des dépenses constitue l'objectif traditionnel et central de l'enquête : on enregistre leur montant et leur nature, ventilée dans une nomenclature européenne d'environ 900 postes budgétaires. Toutes les dépenses sont couvertes, y compris celles qui ne relèvent pas de la consommation finale effective de biens et services au sens des Comptes Nationaux : impôts et taxes, primes d'assurances, achats de logements, gros travaux dans le logement, transferts inter-ménages, achats de biens d'occasion, et remboursements de crédits notamment.

Outre les dépenses proprement dites, l'enquête recueille également des éléments d'information sur les consommations qui ne donnent pas lieu à dépense : autoconsommation alimentaire, principaux avantages en nature fournis par l'employeur ou une autre personne (disposition d'un logement, d'un véhicule, fourniture gratuite d'électricité, de gaz, ...).

L'enquête entend mettre les ressources des ménages en regard de leurs dépenses. Les ressources seront collectées sous deux formes : par questionnaire direct du ménage sur son revenu courant et par appariement avec les fichiers fiscaux et sociaux pour son revenu de l'année civile précédant la date à laquelle le ménage est enquêté.

### 7. Origine de la demande et utilisateurs potentiels des résultats

Chaque pays de l'Union Européenne réalise des enquêtes sur le budget des ménages, en général depuis les années 50 ou 60.. Il n'existe pas actuellement de règlement européen, mais un accord informel ("gentlemen's agreement") entre la plupart des pays de l'Union européenne et Eurostat pour l'actualisation des données de budget tous les 5 ans environ. Eurostat s'efforce de favoriser l'harmonisation des enquêtes Budget. Un guide de recommandations a été publié à cet effet dès 1993. Une nomenclature commune de classification des dépenses (la COICOP) a été adoptée en 1998. L'effort porte actuellement sur un raccourcissement des délais de diffusion, afin d'assurer une meilleure comparabilité.

Les enquêtes " Budget de Famille " fournissent une estimation de la consommation moyenne des différents biens et services : elles contribuent donc à mettre au point le compte des ménages, ainsi

que les pondérations de l'indice des prix. C'est cette utilisation qui a justifié l'expansion des enquêtes " Budget de Famille " dans les années 60.

Les Comptes de la Nation utilisent les enquêtes " Budget de Famille " essentiellement lors du renouvellement de chaque base, en les confrontant à d'autres sources. L'élaboration de comptes par catégorie de ménage est une autre utilisation, en développement, de l'enquête.

La division "prix à la consommation" utilise l'enquête " Budget de Famille " en complément des Comptes Nationaux pour élaborer ses indices catégoriels.

Le développement plus récent de modèles de micro-simulation s'est aussi appuyé sur les enquêtes « Budget de famille », par exemple pour simuler l'impact de variations des taux d'impôts indirects sur les différentes catégories de ménages.

#### **8. Place dans le dispositif statistique existant sur le même sujet ; apport à la connaissance du domaine par rapport à d'autres sources**

L'enquête " Budget de Famille " est la seule source fournissant une vue complète du budget des ménages (dépenses et ressources) : nature des différents achats, montants, quantités, lieux d'achat, périodicité, composition et niveau des ressources... Elle procure des données de cadrage pour des enquêtes spécialisées abordant les dépenses dans des domaines particuliers (alimentation, loisirs, biens durables, logement...).

#### **9. Insertion dans un système d'information**

L'enquête prolonge la série des enquêtes "Budget des familles" entamée en 1979. Elle complète par une mesure microéconomique (niveau du ménage) la mesure de la consommation agrégée effectuée annuellement par la Comptabilité nationale.

#### **10. Cible de l'enquête**

L'enquête cible des unités de vie, dans des ménages ordinaires.

#### **11. Champ de l'enquête**

L'enquête "Budget des familles" concerne tous les ménages ordinaires.

#### **12. Champ géographique de l'enquête**

L'enquête concerne la France métropolitaine et les DOM, y compris Mayotte.

#### **13. Bases de sondage, échantillonnage**

Les ménages sont tirés au sort dans l'échantillon-maître constitué à partir des enquêtes annuelles de recensement. Toutes les unités de vie du ménage sont enquêtées.

L'échantillon prévu est de 10 000 ménages répondants en métropole et de 1 000 ménages répondants dans chacun des cinq DOM.

#### **14. Mode de collecte**

L'enquête a lieu en deux visites. Le questionnement est assisté par ordinateur portable : l'enquêteur interroge en face à face la personne la plus au fait des dépenses du ménage. Par ailleurs, lors de la première visite, chaque membre du ménage de 14 ans et plus se voit remettre un carnet de comptes ; il lui est demandé d'y noter toutes ses dépenses pendant une semaine.

#### **15. Date et périodicité de la collecte**

L'enquête se déroulera d'avril 2016 à mars 2017. Une décomposition de la collecte en 6 vagues de 8 semaines permet d'assurer une représentation équilibrée de chaque période de l'année.

#### **16. Contraintes imposées à l'enquête**

La durée de chaque visite est d'une heure en moyenne, le temps pouvant varier, de façon limitée, en fonction du nombre des dépenses du ménage. La tenue du carnet de comptes est relativement astreignante ; la contrainte est atténuée par la possibilité, pour les enquêtés, de se contenter de coller dans le carnet les tickets de caisse.

**17. Instances de concertation (comitologie) : comité scientifique, de concertation, d'orientation, de pilotage, de suivi... :**

L'enquête est réalisée sous la direction d'un comité de pilotage interne à l'Insee.

Le questionnaire actuel reprend l'essentiel du questionnaire de l'enquête précédente (2010-2011). Un comité d'exploitation de l'édition 2010-2011 permettra de faire émerger d'éventuelles demandes d'évolution de la part des utilisateurs. Mais l'objectif est de rester aussi proche que possible, dans le questionnaire comme dans le protocole de l'enquête précédente.

**18. Exploitation et diffusion des résultats**

Un fichier de production et de recherche est mis à disposition des chercheurs par l'intermédiaire du centre Quêtelet. Ce fichier ou des extraits de ce fichier sont transmis à d'autres organismes publics (SSM, Eurostat) ou privés (bureaux d'études) dans le cadre de conventions spécifiques ou de licence d'usage.

Des tableaux de résultats sont mis à la disposition d'un plus grand public via le site de l'Insee ou son service de réponse à la demande.

La proximité de l'enquête, en termes de questionnaires et de protocole, avec celle de 2010-2011 devrait permettre de reconduire à l'identique une large part des traitements statistiques réalisés et donc de réduire les délais de mise à disposition des données.

La représentativité n'est assurée qu'au niveau des ZEAT au plus.

**19. Moyens humains et financiers mobilisés pour l'enquête**

Le coût de l'enquête est évalué à 5 M €.

## Dispositif d'enquête pour l'indice des prix à la consommation IPC

### 1. Intitulé de l'enquête

L'indice des prix à la consommation (IPC).

### 2. Service producteur

L'Insee - Direction des statistiques sociales et démographique de l'Insee, département des prix à la consommation, des ressources et des conditions de vie des ménages, et plus précisément la Division des prix à la consommation, avec l'aide des sites prix (en métropole et dans les départements d'outre-mer), du pôle prix à la consommation de la direction régionale d'Aquitaine et de l'équipe de maintenance informatique du Centre national informatique de Paris.

### 3. Service réalisant la collecte

Les services régionaux de l'Insee sont responsables de la collecte des prix en France métropolitaine et dans les Dom. La collecte est réalisée par des enquêteurs de l'Insee dans les différents points de vente de ces territoires. Par ailleurs, la division des prix à la consommation et le pôle prix à la consommation de la DR de Bordeaux collectent 100 000 tarifs soit sur internet, soit auprès de partenaires institutionnels publics ou privés (cf. point 14).

### 4. Historique de l'enquête

La première génération d'indices des prix date de 1914. Au cours du temps, le champ de l'IPC s'est élargi tant au plan géographique qu'en termes de population représentée ou de consommation couverte.

L'IPC-base 1998 couvre l'ensemble de la population et du territoire national (métropole et départements d'outre-mer). Il est entré en vigueur en janvier 1999. Un changement de base aura lieu en 2015. Il est destiné à permettre l'introduction de la nouvelle version de la nomenclature européenne COICOP (voir point 6), à réviser l'échantillon d'agglomérations de collecte et à introduire quelques modifications méthodologiques requises, s'agissant notamment du suivi des produits saisonniers volatils (fruits, légumes, poissons, crustacés, fleurs et plantes).

### 5. Bilan d'exécution de l'enquête et des résultats produits

Grâce aux travaux des différents acteurs impliqués à l'Insee dans la collecte et les traitements, l'Insee publie des indices de prix à la consommation chaque mois au niveau de 161 regroupements et, une fois par an, à celui de 305 postes. L'enquête permet également la production de l'indice des prix harmonisé (IPCH) prévu par les règlements européens ainsi que celle de l'indice des prix des produits de grande consommation dans la grande distribution.

### 6. Objectifs généraux de l'enquête – Principaux thèmes abordés

L'IPC est l'instrument officiel de mesure de l'inflation. Il permet d'estimer, entre deux périodes données, la variation moyenne des prix des biens et des services consommés par les ménages. C'est une mesure synthétique de l'évolution « pure » de prix, c'est-à-dire à qualité constante des produits consommés.

L'IPC est publié mensuellement par fonction de consommation (ou unité de besoins des ménages). La nomenclature de base est fondée sur la déclinaison européenne de la nomenclature internationale COICOP (*classification of individual consumption by purpose*). Une documentation détaillée des regroupements publiés par l'Insee est en ligne :

<http://www.insee.fr/fr/methodes/default.asp?page=nomenclatures/coicop1998/coicop1998.htm>),

### 7. Origine de la demande (règlement communautaire, demande ministérielle, débat public...) et utilisateurs potentiels des résultats

L'IPC joue un triple rôle :

- économique : il permet de suivre mensuellement l'inflation. L'IPC est également utilisé comme déflateur de nombreux agrégats économiques pour calculer des évolutions en volume ou en termes réels.

- socio-économique : l'IPC, publié au Journal Officiel chaque mois, sert à indexer de nombreux contrats privés, des pensions alimentaires, des rentes viagères ainsi que le SMIC. Il sert également depuis début 2008 au calcul de l'indice de référence des loyers.

- monétaire et financier : à des fins de comparaison internationale, les indices de prix ont fait l'objet d'un travail d'harmonisation coordonné par Eurostat, tant au plan des méthodes que des données produites. Les indices de prix à la consommation harmonisés (IPCH) ainsi obtenus ne se substituent pas aux IPC nationaux. Ils sont destinés aux comparaisons internationales et au calcul d'un indice de prix pour l'Union européenne. La mise en place de l'Union monétaire a renforcé le rôle de l'IPCH, principal instrument de pilotage de la politique monétaire dans la zone euro. Dans le cas de la France, l'IPC et l'IPCH ont des évolutions assez voisines, reflet de leur proximité méthodologique. Le champ de IPC et celui de IPCH diffèrent toutefois. L'IPCH, qui suit la dépense marchande de consommation finale des ménages, mesure des prix « nets » des remboursements des Administrations alors que l'IPC, adossé sur le concept de consommation effective marchande des ménages, mesure les prix « bruts », représentatifs des prix d'achat des produits consommés. Les indices et pondérations calculés pour l'IPC et l'IPCH sont donc différents dans les secteurs où la prise en charge des dépenses des ménages par la collectivité nationale est importante (santé et services de protection sociale).

En septembre 1998, des obligations indexées sur l'inflation (l'IPC national dans ce cas), ont été émises par le Trésor français, impliquant pour la première fois l'indice des prix dans la définition d'un instrument financier. Depuis lors, la pratique est devenue relativement fréquente, l'IPCH de l'ensemble de la zone euro étant également utilisé.

#### **8. Place dans le dispositif statistique déjà existant sur le même sujet ; apport à la connaissance du domaine par rapport à d'autres sources déjà disponibles (enquêtes ou fichiers administratifs)**

La présente demande d'opportunité est un renouvellement suite à l'avis d'opportunité prononcé par le CNIS en 2009.

L'IPC est le seul instrument de cette nature qui soit publié régulièrement dans une aussi grande variété de déclinaisons et selon un tel degré de détail.

#### **9. Insertion dans un système d'information**

Les relevés de prix sont réalisés chaque mois selon un calendrier de quatre semaines de collecte consécutives synchronisées avec le mois calendaire. Ce calendrier est établi annuellement. Depuis 2006 est également publié un indice de la grande distribution.

#### **10. Cible de l'enquête**

Les points de ventes au détail (onze formes de vente sont distinguées) ou les sites de vente en ligne sont les unités statistiques enquêtées. Environ 27 000 points de vente sont enquêtés ainsi que 200 sites internet.

#### **11. Champ de l'enquête (secteurs d'activité, taille de l'unité enquêtée ; catégories de ménages ou d'individus ; etc.)**

L'IPC couvre l'ensemble des biens et services marchands consommés sur le territoire national par les ménages résidents et non résidents. Son champ théorique se définit comme celui de la consommation finale effective marchande des ménages. A la suite des extensions réalisées principalement dans les services, le taux de couverture de l'IPC est passé de 88,3 % de cette consommation en 1998 (base 1990) à 95,2 % en 2001 (base 1998). Les secteurs actuellement non couverts concernent les services hospitaliers privés, les jeux de hasard et l'assurance-vie.

#### **12. Champ géographique de l'enquête**

L'enquête est réalisée sur l'ensemble du territoire français (métropole et départements d'outre-mer). Des indices territoriaux sont publiés dans chaque DOM et pour la métropole dans son intégralité.

### 13. Bases de sondage, échantillonnage

Le plan de sondage est stratifié selon trois types de critères :

- critère géographique : les relevés sont effectués dans 100 agglomérations de plus de 2 000 habitants réparties sur le territoire métropolitain et dans les DOM ;
- type de produit : un échantillon d'un peu plus de 1 000 familles de produits, appelées « variétés », est défini pour tenir compte de l'hétérogénéité des biens et services composant les différents postes de consommation des ménages tels que définis à partir de la nomenclature COICOP. La variété est le niveau de base pour le suivi des produits et le calcul de l'indice. La liste des variétés reste confidentielle et l'IPC n'est pas diffusé à ce niveau.
- type de point de vente : un échantillon de 27 000 points de vente, stratifié par forme de vente (11 formes de vente pour le commerce traditionnel ; le commerce en ligne est traité dans un cadre complémentaire à celui-ci depuis 2011), a été constitué pour représenter la diversité des produits et modes d'achat des consommateurs et prendre en compte des variations de prix différenciées selon les formes de vente.

Le croisement de ces différents critères aboutit à suivre un peu plus de 120 000 séries (produits précis dans un point de vente donné). Enfin, environ 100 000 séries « tarifaires », collectées de façon centralisée ou fournies par des partenaires institutionnels publics ou privés complètent l'information nécessaire au calcul sur le champ des biens et services non directement vendus en magasins ou pour lesquels une collecte centralisée (prix des médicaments ou des services de médecins, tarifs de la téléphonie mobile par exemple).

L'échantillon est mis à jour annuellement pour tenir compte de l'évolution des comportements de consommation et, notamment, pour introduire des produits nouveaux ou *a contrario* ne plus suivre les prix de produits dont la consommation tend à décliner, voire disparaître. Les modifications de l'échantillon portent sur la liste et le contenu des variétés ainsi que sur la répartition par forme de vente et par agglomération.

L'IPC est un indice de Laspeyres chaîné annuellement. Outre la composition de l'échantillon, les pondérations utilisées pour agréger les 21 000 indices élémentaires (croisement variété x agglomération dans le cas général) sont également mises à jour annuellement. Ces pondérations représentent la part des consommations des ménages couvertes par l'IPC. Elles sont obtenues, pour la plupart, à partir des séries annuelles de la consommation des ménages de la Comptabilité nationale.

Des traitements spécifiques sont effectués pour les produits frais, les autres variétés saisonnières, les variétés tarifaires et pour déterminer des évolutions de prix « pures », à qualité constante, lorsqu'un produit disparu est remplacé en cours d'année par un autre.

Les promotions et soldes offertes à tous les consommateurs sont prises en compte.

### 14. Mode de collecte

L'Insee dispose d'un réseau d'enquêteurs répartis sur l'ensemble du territoire, qui relèvent tous les mois près de 200 000 prix dans les points de vente (certains produits dont les prix peuvent fortement évoluer en cours de mois, comme les fruits et légumes frais, donnent lieu à plusieurs observations mensuelles).

À ces prix relevés sur le terrain s'ajoutent plus de 100 000 tarifs collectés directement auprès d'organismes privés ou publics tels qu'EDF les opérateurs de télécommunications, la SNCF, les services publics locaux, ainsi que des sites de vente en ligne ou fournis par des partenaires institutionnels tels que la Direction générale de l'aviation civile, la Caisse nationale de l'assurance maladie et l'Autorité de régulation et de contrôle des communications électroniques et de La Poste, ...

### 15. Date (même approximative) et périodicité de la collecte

La collecte réalisée sur le terrain par les enquêteurs est répartie sur les jours ouvrés des quatre semaines de collecte mensuelle.

### 16. Contraintes imposées à l'enquête

La contrainte est *a priori* très faible car la collecte est faite directement par les enquêteurs de l'Insee, le plus souvent à partir des prix mentionnés sur les étiquettes relatives aux produits exposés dans les magasins ou sur les points de vente. Il peut toutefois être nécessaire pour le responsable du point de vente de répondre à des questions complémentaires sur les produits ou services et leurs prix,

notamment si le produit est manquant ou lorsque le prix n'est pas directement visible (cas de devis pour certains services notamment).

**17. Instances de concertation (comitologie) : comité scientifique, de concertation, d'orientation, de pilotage, de suivi... :**

Les évolutions méthodologiques de l'IPC découlent de demandes des enquêteurs, des sites prix ou d'utilisateurs qui s'expriment notamment dans le cadre du CNIS. L'examen des évolutions envisagées est réalisée par la section méthodologie de la division des prix à la consommation. Certaines évolutions découlent aussi de bonnes pratiques ou de règlements européens.

**18. Exploitation et diffusion des résultats**

L'IPC d'un mois donné est publié mensuellement autour du 13 du mois suivant. D'autres indicateurs complémentaires sont publiés en même temps : indice d'ensemble corrigé des variations saisonnières, indice hors tarifs publics et produits à prix volatils corrigé des mesures fiscales (inflation sous-jacente), IPCH et indice de la grande distribution.

Les principales publications sont les suivantes : les *Informations Rapides* sur l'IPC donnent les principaux résultats détaillés avec un commentaire, les *Informations Rapides* sur l'indice des prix dans la grande distribution sont publiés mensuellement à la même date et présentent des indices par circuit de distribution pour les produits de grande consommation ; enfin, l'*Informations Rapides* sur les moyennes annuelles d'indices paraît en janvier de l'année (n+1). Un bilan de l'année achevée est publié dans le *TEF (Tableaux de l'économie française)*. Des *Insee Première* thématiques sont également publiés ponctuellement.

Des publications existent également dans chaque département d'outre-mer.

Les données mensuelles de l'IPC, les séries longues ainsi que des éléments de méthodologie sont présentés sur le site internet de l'Insee <http://www.insee.fr>, avec la possibilité de télécharger les derniers numéros des *Informations Rapides* et les séries longues des indices, publiés sur la *Banque de Données Macroéconomiques*.

**19. Moyens humains et financiers mobilisés pour l'enquête**

Les moyens utilisés par l'Insee sont 20 personnes à la division des prix, une dizaine de personnes au pôle de Bordeaux, une soixantaine d'agents en sites « prix » (métropole et Dom) et 200 enquêteurs répartis sur les sept sites de métropole et les quatre sites des Dom.

Une équipe de maintenance informatique de six personnes est en charge du développement et de la maintenance des applications. Ces applications comprennent un poste de collecte informatisé déployé sur les tablettes de collecte des enquêteurs, un ensemble d'utilitaires permettant la gestion de la collecte et l'apurement des observations par les équipes en régions, ainsi que les outils permettant le calcul et la gestion de l'échantillon réalisés par la division des prix à la consommation.

## Enquête 2015 de comparaison des niveaux de prix à la consommation entre territoires français

### 1. Intitulé de l'enquête

Enquête de comparaison des niveaux de prix à la consommation entre territoires français

### 2. Service producteur

L'Insee - direction des statistiques démographiques et sociales, département des prix à la consommation, des ressources et des conditions de vie des ménages, et plus précisément, la division des prix à la consommation.

### 3. Service réalisant la collecte

Sous l'autorité des services statistiques des directions régionales de l'Insee, la collecte des prix est réalisée par des enquêteurs de l'Insee. Il s'agira soit d'enquêteurs effectuant déjà des relevés pour l'Indice des prix à la consommation (IPC) et parfois pour l'enquête Parités de pouvoirs d'achat (PPA, en Ile de France), soit d'enquêteurs occasionnels recrutés pour l'enquête.

### 4. Historique de l'enquête

La dernière enquête de comparaison des niveaux de prix entre le territoire métropolitain et les départements d'outre-mer (Guadeloupe, Martinique, Guyane, La Réunion) a eu lieu en 2010. Une enquête du même type avait été réalisée en 1985 et en 1992. Des enquêtes de comparaison des prix entre agglomérations françaises métropolitaines avaient été réalisées en 1977, 1978, 1980 et 1989.

### 5. Bilan d'exécution de l'enquête et des résultats produits

L'enquête de 2010 a permis d'estimer les écarts des niveaux des prix à la consommation entre le territoire métropolitain et les départements d'outre-mer (Guadeloupe, Martinique, Guyane, La Réunion). Elle a aussi permis d'estimer les écarts de prix entre la métropole continentale et la Corse. Des écarts ont été calculés par grands secteurs ainsi que pour l'ensemble de la consommation. Les calculs ont été menés en suivant deux approches : la première en prenant comme référence le panier de consommation des ménages vivant sur le territoire métropolitain, la seconde en prenant comme référence le panier de consommation d'un ménage ultra-marin ou corse. La collecte a été réalisée en mars 2010.

Les résultats ont été publiés dans l'Insee-Première N° 1304 de juillet 2010 : prix supérieurs à la métropole de l'ordre de 13% en Guyane, 9,7 % en Martinique, 8,3 % en Guadeloupe et 6,2 % à La Réunion (écarts de prix au sens de Fisher).

Concernant la Corse, les résultats de l'enquête de 2010 ont été présentés dans l'Insee-Quant'île n°12 de juillet 2010 : un ménage vivant en Corse dépense 1,5 % de plus qu'un ménage continental pour un panier de consommation identique.

Pour la Réunion, les résultats ont été présentés dans la revue « Economie de la Réunion » n°137 de décembre 2010 : un écart important sur l'alimentaire.

### 6. Objectifs généraux de l'enquête – Principaux thèmes abordés

L'enquête permet de comparer les niveaux des prix à la consommation entre territoires, à produits aussi identiques que possible. Elle s'apparente donc à une enquête sur les parités de pouvoir d'achat (PPA) telle que la pratique Eurostat (pour ce qui concerne la consommation des ménages).

Des écarts de niveaux de prix sont calculés par grands secteurs ou par grande fonction ainsi que pour l'ensemble de la consommation. Les écarts sont calculés pour différents paniers de consommation, notamment ceux des départements d'outre-mer et celui du territoire métropolitain pour mesurer l'impact des différents modes de consommation entre territoires.

S'agissant de la métropole, l'enquête donnera lieu, en 2015, à une comparaison Paris/province. Cette comparaison servira, entre-autres, à l'estimation de coefficients spatiaux (rapport de prix : Total France / Unité urbaine de Paris) pour l'enquête PPA.

S'agissant des observations terrain, l'enquête s'appuie autant que possible sur les relevés réalisés sur l'IPC mais le rapprochement de produits entre territoires implique un complément d'enquête terrain spécifique.

### **7. Origine de la demande (règlement communautaire, demande ministérielle, débat public...) et utilisateurs potentiels des résultats**

Lors de sa réunion du 16 décembre 2013 consacrée à la programmation triennale des travaux, le comité de direction de l'Insee a acté la réalisation en 2015 d'une enquête de comparaison spatiale des niveaux de prix entre la métropole et les départements d'outre-mer. Cette enquête répond aux besoins exprimés par le Ministère de l'Outre-Mer<sup>1</sup>, à ceux des Comptes Nationaux (eux-mêmes répondant à des règlements européens) et à l'engagement pris par l'Insee lors de la dernière enquête, d'adopter, désormais pour cette enquête, un rythme quinquennal.

### **8. Place dans le dispositif statistique déjà existant sur le même sujet ; apport à la connaissance du domaine par rapport à d'autres sources déjà disponibles (enquêtes ou fichiers administratifs)**

L'enquête répond à un besoin actuellement non couvert par la statistique publique. En effet, l'indice des prix à la consommation, qui mesure les évolutions temporelles de prix, n'est pas conçu pour mesurer des écarts de prix en niveau entre territoires.

### **9. Insertion dans un système d'information**

Une rationalisation du dispositif de collecte des niveaux de prix est recherchée. En particulier, pour le territoire métropolitain, une large part des données sera constituée à partir des relevés de prix réalisés dans le cadre de l'indice des prix à la consommation.

### **10. Cible de l'enquête**

Près de 4 000 relevés de prix seront effectués dans les 4 départements d'outre-mer pour lesquels on peut utiliser les relevés IPC dans le domaine alimentaire pour la comparaison. Pour Mayotte, non intégrée actuellement dans l'IPC national, il sera nécessaire d'effectuer plus de relevés, de l'ordre de 7 400. Pour la Corse, l'absence d'indice des prix autonome ne permet pas de limiter fortement, comme dans les DOM, le besoin de réaliser des relevés spécifiques dans le domaine alimentaire. C'est pourquoi, un peu plus 8 000 relevés y seront effectués. Pour permettre une comparaison Île-de-France/province, un complément de l'ordre de 4 300 relevés de prix est visé en Île-de-France et en province (hors Corse).

Le choix des produits retenus pour la comparaison résulte d'un compromis entre homogénéité (afin d'assurer la comparabilité entre territoires) et représentativité. Pour chaque grand secteur, les produits retenus représentent une part significative de la consommation des ménages.

### **11. Champ de l'enquête**

L'enquête vise à couvrir l'ensemble des biens et services marchands consommés sur le territoire national par les ménages. Tous les types de points de vente sont enquêtés.

### **12. Champ géographique de l'enquête**

L'enquête est réalisée sur le territoire métropolitain et les départements d'outre-mer.

<sup>1</sup> Accord cadre N° 2013 064NF entre la Délégation générale de l'Outre-mer et la direction générale de l'Insee 2013-2015.

### 13. Bases de sondage, échantillonnage

Comme pour l'IPC, le sondage est raisonné et fondé sur une méthode de quotas selon trois critères :

- ✓ critère géographique : les relevés sont effectués dans 12 agglomérations (ou départements en Île-de-France) de plus de 2 000 habitants réparties sur le territoire métropolitain continental et appartenant à différentes classes de taille, ainsi que dans 4 agglomérations en Corse et une dizaine pour l'ensemble des départements d'outre-mer ;
- ✓ critère de type de produit : un échantillon de 400 familles de produits (« articles ») consommés à la fois en métropole et dans les départements d'outre-mer est défini. L'article est le niveau de base pour la collecte et le calcul de niveaux de prix élémentaires. Les relevés effectués se rapportent à un article défini au sens précédent. Lorsque c'est possible, des relevés réalisés au titre de l'IPC sont utilisés. En moyenne, 20 relevés par article sont effectués sur chaque territoire étudié.
- ✓ critère de type de point de vente : une stratification par forme de vente (hypermarchés, etc.) est constituée pour représenter la diversité des produits et modes d'achat des consommateurs et prendre en compte les niveaux de prix différenciés selon les formes de vente.

### 14. Mode de collecte

La collecte sera assurée par le réseau des enquêteurs prix de l'Insee qui relèveront, au cours du mois de mars 2015, les prix des produits retenus dans les différents points de vente.

À ces prix relevés sur le terrain s'ajoutent les tarifs collectés directement auprès d'organismes privés ou publics tels qu'EDF, les opérateurs de télécommunications, la Caisse nationale d'assurance maladie, les services publics locaux. La majorité des informations nécessaires sont en fait collectées pour l'indice des prix à la consommation (IPC). Pour les loyers, les résultats de l'enquête sur le logement de l'Insee seront utilisés.

### 15. Date (même approximative) et périodicité de la collecte

La collecte est prévue pour mars 2015.

### 16. Temps de réponse - Contraintes imposées à l'enquête

La contrainte, qui s'apparente à celle qu'engendre l'IPC, est *a priori* très faible car la collecte est faite directement par les enquêteurs de l'Insee, le plus souvent à partir des prix mentionnés sur les étiquettes relatives aux produits. Des compléments d'information peuvent, le cas échéant, être demandés au gérant du point de vente. Le temps requis pour cette interrogation est minime.

### 17. Instances de concertation (comitologie) : comité scientifique, de concertation, d'orientation, de pilotage, de suivi...

Un comité de pilotage et un comité de suivi internes à l'Insee ont été mis en place et se réunissent régulièrement. Le comité de pilotage est chargé de fixer les principales orientations, tant en termes d'objectifs que d'organisation. Il est composé de représentants des directions régionales et de la direction générale de l'Insee. Le comité de suivi comprend aussi des représentants des directions régionales, sous un format allégé par rapport au comité de pilotage.

### 18. Exploitation et diffusion des résultats

La publication des résultats est prévue pour le dernier trimestre 2015. Elle prendra la forme, comme en 2010, d'un quatre-pages national (Insee Première) et d'articles dans les revues régionales de l'Insee. Le niveau de diffusion des résultats correspondra aux grandes fonctions de consommation (partition de la consommation en 12 regroupements).

### **19. Moyens humains et financiers mobilisés pour l'enquête**

Les moyens utilisés par l'Insee sont un responsable de l'opération cadre A et un adjoint cadre B. Ils bénéficieront de l'appui des experts sectoriels de la division des prix à la consommation et des experts PPA de la division synthèse des biens et services.

Les équipes des directions régionales concernées assureront la collecte (y compris la saisie et l'apurement) et participeront également à l'exploitation des résultats. Le recrutement d'enquêteurs et leur formation est à prévoir. La collecte sera assurée sur papier par les enquêteurs de l'Insee (charge évaluée à 6 ETP annuels). Elle fera l'objet d'une saisie informatique par la suite.

## Enquête européenne sur les parités de pouvoir d'achat

### 1. Intitulé de l'enquête

Enquête européenne sur les parités de pouvoir d'achat (PPA)

### 2. Service producteur

INSEE - Direction Générale , Direction des Études et des Synthèses Économiques, Département des Comptes Nationaux, Division Synthèse des Biens et Services, Section Parités de Pouvoir d'Achat

### 3. Service réalisant la collecte

INSEE - Direction Régionale d'Île-de-France, Service Statistique, Bureau Prix et Enquêtes Ménages

### 4. Historique de l'enquête

Il s'agit d'une enquête pilotée conjointement par Eurostat et l'OCDE depuis 1980. La Section « Parités de Pouvoir d'Achat » de l'Insee est chargée de fournir régulièrement les données à Eurostat.

L'enquête est régie par deux règlements européens qui datent respectivement de 2007 et 2011

- le Règlement n° 1445/2007 du Parlement européen et du Conseil
- le règlement de la Commission n° 193/2011.

Le précédent avis d'opportunité a été délivré le 9 novembre 2009 par la Commission "Démographie et questions sociales". L'avis de conformité avait été pour sa part délivré le 30 mars 2010 par le Comité du label (formation "Entreprises"). Le présent examen vise donc à une reconduction après expiration de la durée de validité du label.

### 5. Bilan d'exécution de l'enquête et des résultats produits

Pour chaque enquête un rapport est envoyé à Eurostat qui en récapitule les différentes étapes

En résumé (se reporter à l'Annexe du document ci-après pour lire le rapport rédigé en anglais et produit après l'enquête « Dans la maison et le jardin ») sont décrits dans le rapport :

1/ la phase préalable, une sorte d'étude du marché, et les différentes sources ou informations mobilisées à cet effet. Il peut s'agir selon les sujets des informations recueillies par l'IPC, des données détaillées des comptes nationaux -notamment celles de la section consommation- , de publications des organisations socioprofessionnelles (instituts d'études de marché, unions de commerçants, organisations de consommateurs..., par exemple le CCFA -comité des constructeurs français de l'automobile- ou IFM -institut français de la mode-), de l'interrogation directe des professionnels, de revues professionnelles, de catalogues etc.

2/ la manière dont s'est déroulée l'enquête en termes de temporalité et d'exécution sur le terrain. Sont ainsi décrits le plan d'échantillonnage, le déroulement de l'enquête sur le terrain, la manière dont certains éléments ont affecté la collecte, les articles dont les prix ont été enquêtés par internet, les difficultés rencontrées, la manière dont elles ont été résolues et les enseignements qu'il faut retirer pour l'avenir.

3/ la phase de validation « interne » à l'INSEE des résultats de la collecte. Celle-ci au sein de l'INSEE se fait à un double niveau, celui de la DR qui vérifie si les caractéristiques des biens ont été respectées avec des contrôles pour certains prix, puis au niveau de la DG avec une analyse plus statistique où sont contrôlés les coefficients de variation, qui conduit à de nouveaux contrôles et à des choix. Ces derniers sont explicites sur le site d'Eurostat afin que le Groupe Leader puisse ensuite les analyser.

4/ La phase de « validation entre pays » coordonnée par le groupe leader Eurostat lorsqu'il dispose de la vue d'ensemble sur tous les produits et les prix enquêtés par les Instituts Nationaux de la Statistique (INS) européens. Le groupe leader analyse les résultats, demande d'éventuels éclaircissements, réalise des arbitrages.

Est également produit dans le rapport un tableau récapitulatif avec le nombre de relevés, le nombre d'articles concernés et certaines caractéristiques de l'échantillon (comme la représentativité, la présence d'une remise...) qui peuvent intervenir dans le calcul final des PPA.

## 6. Objectifs généraux de l'enquête – Principaux thèmes abordés

L'objectif du programme « Parités de pouvoir d'achat » (PPA) s'inscrit dans le cadre du PCI (Plan de Comparaison Internationale) dont le Plan de Comparaison Européen est la déclinaison au niveau de l'Europe.

Les PPA sont des taux de conversion monétaire qui associent taux de change monétaire et niveau relatif des prix. Ils égalisent les pouvoirs d'achat des différentes monnaies : une somme d'argent donnée, convertie au moyen des PPA en différentes monnaies, permettra d'acheter le même panier de biens et services dans tous les pays considérés.

La principale utilisation des PPA en Europe est la comparaison de volumes de produit intérieur brut (PIB).

Les enquêtes de prix à la consommation PPA permettent de réunir l'information nécessaire à la comparaison internationales des prix de consommation des ménages. Elles portent sur les prix de l'ensemble des biens et services consommés par les ménages à partir d'un panier commun à l'ensemble des pays participant au programme. Six enquêtes se succèdent sur un cycle de trois ans qui portent sur un ou plusieurs thèmes :

- Alimentation, boisson, tabac
- Apparence (habillement et chaussures) et bien être de la personne
- Dans la maison et le jardin (dont biens durables)
- Transports hôtels et restaurants
- Services
- Santé (produits et services médicaux) et les meubles

Les enquêtes sont réalisées auprès des différents points de ventes de l'agglomération parisienne. Les données sont ensuite extrapolées au niveau national à l'aide de coefficients spatiaux d'ajustement.

Outre la consommation des ménages, le programme PPA appréhende également les dépenses de consommation finale des administrations publiques, ainsi que la formation brute de capital fixe, par le biais de questionnaires spécifiques complétés par la Section PPA qui fait appel à l'expertise de comptables nationaux ou d'experts sectoriels.

## 7. Origine de la demande (règlement communautaire, demande ministérielle, débat public...) et utilisateurs potentiels des résultats

L'enquête est rendue obligatoire par le Règlement n° 1445/2007 du Parlement européen et du Conseil du 11 décembre 2007. L'OCDE, Eurostat, la Commission européenne et l'ONU en sont les principaux utilisateurs publics. Des chercheurs en sciences économiques, des entreprises multinationales sont également utilisateurs de l'enquête.

## 8. Place dans le dispositif statistique déjà existant sur le même sujet ; apport à la connaissance du domaine par rapport à d'autres sources déjà disponibles (enquêtes ou fichiers administratifs)

L'enquête PPA est la seule enquête statistique qui permette des comparaisons internationales de prix et de volumes sur l'ensemble du champ des dépenses de consommation des ménages, des dépenses des administrations publiques, et de la formation brute de capital fixe des unités résidentes.

## 9. Insertion dans un système d'information

L'enquête PPA sur les biens de consommation est réalisée tous les semestres de façon à couvrir en trois ans l'ensemble des produits de consommation.

Le dispositif étant basé sur un cycle triennal avec rotation semestrielle des "secteurs" enquêtés, un avis d'opportunité pour six ans (dérogatoire de la durée standard actuellement de cinq ans) est sollicité.

## 10. Cible de l'enquête

Les unités enquêtées sont les points de vente de l'agglomération parisienne. Environ 200 points de vente (variables selon les produits concernés) sont enquêtés tous les six mois.

**11. Champ de l'enquête** (secteurs d'activité - préciser les codes NAF - ; taille de l'unité enquêtée ; catégories de ménages ou d'individus ; etc.)

L'enquête réalisée par les enquêteurs de la DR Ile-de France porte sur le champ des biens et des services de la consommation des ménages.

## 12. Champ géographique de l'enquête

Agglomération parisienne

## 13. Bases de sondage, échantillonnage

La base de sondage est celle des points de vente de l'Indice des Prix à la Consommation pour la région Île-de-France.

Un échantillonnage est réalisé en bureau avant la collecte. Chaque enquêteur dispose de la liste des produits qu'ils doivent enquêter sur les zones géographiques qui leur sont affectées ainsi que le type de magasins où ils doivent réaliser le relevé. Une liste indicative de points de vente est fournie par l'exploitation de la base de l'indice national des prix à la consommation pour la région Île-de-France.

Sur le terrain, les points de vente sont choisis par les enquêteurs dans le respect de la zone géographique et du type de point de vente affecté au bien dont le prix doit être enquêté.

L'enquête n'ayant pas pour objectif une comparaison des données dans le temps, comme c'est le cas de l'indice national des prix à la consommation, il n'y a pas de réinterrogation systématique des points de vente enquêtés.

## 14. Mode de collecte

Les enquêteurs disposent d'un carnet de tournée papier personnalisé où sont portés les articles dont ils doivent enquêter le prix, les caractéristiques très détaillées de ceux-ci -dans le souci que les articles comparés internationalement soient identiques-, le type de magasin où doit être fait le relevé. Les enquêteurs sont affectés à un secteur géographique donné de l'agglomération parisienne.

Une collecte informatisée sur les points de vente ( tablettes portables 10 pouces) devrait faire l'objet d'une expérimentation au deuxième semestre 2014.

## 15. Date (même approximative) et périodicité de la collecte

Les collectes durent cinq semaines et ont lieu tous les six mois, la première en avril-mai et la seconde en octobre-novembre

## 16. Temps de réponse - Contraintes imposées à l'enquêté

Sans objet

### **17. Instances de concertation (comitologie) : comité scientifique, de concertation, d'orientation, de pilotage, de suivi...**

Les instances de coordination se réunissent au niveau européen avec

- 1/ deux réunions des coordinateurs PPA (tous les semestres),
- 2/ une réunion Groupe de Travail à Eurostat une fois par an,
- 3/ une réunion générale à l'OCDE une fois par an.

De plus le groupe Leader européen en charge de la coordination et de la surveillance se déplace annuellement à l'INSEE pour examiner les méthodes, résultats, points de vente des enquêtes passées, examiner celles en cours et présenter celles à venir.

### **18. Exploitation et diffusion des résultats**

Au niveau européen :

- communiqué de presse deux fois par an présentant les données de PIB et de consommation des ménages par habitant exprimés en Standard de Pouvoir d'Achat.
- publication des comparaisons de prix pour les pays de l'Union européenne par groupes de produit dans la collection Statistiques en bref d'Eurostat
- les indices de comparaisons de prix et de volumes sont disponibles par groupe de produits et par pays dans les bases de données en ligne d'Eurostat et de l'OCDE

Au niveau national :

- deux fois par an, une note au Directeur Général de présentation des données de prix et de volume du PIB et de la consommation des ménages des pays de l'UE
- un Insee Première sur la comparaison des prix et des volumes de la consommation des ménages dans l'UE

### **19. Moyens humains et financiers mobilisés pour l'enquête**

Équipe permanente :

- à la Direction Générale pour l'ensemble du dispositif PPA : 1 cadre A à temps plein + 1 cadre B à temps plein
- à la Direction Régionale pour l'enquête PPA sur les biens de consommation : 1 cadre B à temps plein + 1 cadre B à temps partiel

Pour les collectes :

- 8 à 10 enquêteurs durant 5 semaines tous les semestres

## Enquête sur les loyers auprès des bailleurs sociaux

### 1. Intitulé de l'enquête

Enquête sur les loyers auprès des bailleurs sociaux (ELBS).

### 2. Service producteur

La maîtrise d'ouvrage de l'enquête est assurée par le Département des Prix à la Consommation, des Ressources et des Conditions de Vie des Ménages (DPCRCVM), la Division Logement.

### 3. Service réalisant la collecte

La maîtrise d'œuvre de l'enquête est assurée par la Division Logement. Le suivi de la collecte est réalisé par le pôle des enquêtes ménages de Nancy (PENM) et par la Division Logement.

### 4. Historique de l'enquête

L'enquête sur les loyers auprès des bailleurs sociaux (ELBS) a été mise en place par le projet Corail qui s'est achevé en décembre 2012

Un entretien préparatoire (pré-enquête) a eu lieu de novembre 2010 à juin 2011 avec tous les bailleurs échantillonnés afin de leur présenter l'enquête et de procéder à des tests de transfert de données. De plus, les logements ont été échantillonnés en tirant dans le fichier de leurs logements.

La collecte des loyers a démarré en juillet 2011. Compte tenu d'une phase de recouvrement avec l'enquête Loyers et Charges que remplaçait ELBS dans le secteur social, l'indice dans le nouveau dispositif a été publié pour la première fois au premier trimestre 2013.

### 5. Bilan d'exécution de l'enquête et des résultats produits

Les deux premières campagnes ont eu pour unique objectif de tester l'application de collecte. Ce n'est qu'à partir du 2ème trimestre 2012 que l'ensemble des traitements ont été réalisés.

L'enquête se déroule avec l'adhésion de tous les bailleurs, mise à part l'Agence Foncière Logement qui a refusé de répondre à la pré-enquête (30 logements concernés sur 2 991).

La collecte s'achève environ deux mois après la date de lancement et plus de 80% des fichiers sont validés en un mois et demi. Les informations contenues dans la base de données sont de bonne qualité.

Les résultats des enquêtes ELBS et Loyers et Charges ont été comparés à l'issue de la période de recouvrement. Ces comparaisons ont porté sur les niveaux des variables et sur les évolutions des indices. Les distributions des loyers mensuels, des surfaces ainsi que des loyers mensuels au mètre carré apparaissent très proches et les évolutions également.

### 6. Objectifs généraux de l'enquête – Principaux thèmes abordés

L'enquête collecte les loyers du parc social, aux fins de suivi conjoncturel.

Les données collectées sont principalement les loyers pratiqués et quelques caractéristiques physiques des logements.

### 7. Origine de la demande (règlement communautaire, demande ministérielle, débat public...) et utilisateurs potentiels des résultats

L'indice des loyers entre dans le calcul des deux indices de prix à la consommation : l'IPC et l'IPCH (IPC harmonisé, sous règlement européen). L'IPC prend en compte les évolutions du montant du

loyer, l'IPCH prend en compte les évolutions du montant réellement payé par les ménages (montant du loyer diminué des aides au logement). La chaîne de production actuelle fournit directement l'indice des loyers en norme IPC ; des traitements complémentaires sont nécessaires pour le transformer en norme IPCH. L'indice des loyers représente 5,9 % de l'IPC en termes de pondération.

#### **8. Place dans le dispositif statistique déjà existant sur le même sujet ; apport à la connaissance du domaine par rapport à d'autres sources déjà disponibles** (enquêtes ou fichiers administratifs)

L'enquête auprès des bailleurs sociaux concourt à la connaissance conjoncturelle des évolutions de loyers dans le parc social. Elle fournit une information trimestrielle. Les autres sources dans ce domaine, notamment le Répertoire du Parc Locatif Social entré en service en 2011, sont au mieux de périodicité annuelle.

#### **9. Insertion dans un système d'information**

L'indice calculé grâce à cette enquête s'intègre dans le dispositif global de collecte conjoncturelle des loyers, qui inclut également l'enquête Loyers et charges auprès des ménages pour le secteur libre. L'indice général des loyers, lui-même intégré à l'indice des prix à la consommation, est obtenu par agrégation des deux sous-indices.

L'opportunité a été accordée pour la première fois en novembre 2009. Elle est redemandée en 2014 pour cinq ans. En 2015, il sera procédé à une nouvelle pré-enquête, dans le cadre du renouvellement de l'échantillon, qui doit être effectif en juillet 2016. En parallèle, le dispositif sera étendu à la Guadeloupe, ce qui devrait permettre de le généraliser à l'ensemble des DOM dans les années qui suivront.

#### **10. Cible de l'enquête**

L'enquête porte sur les logements possédés par les organismes HLM : Offices publics d'HLM, Sociétés Anonymes d'HLM, Sociétés d'Économie Mixte.

#### **11. Champ de l'enquête**

Le champ de l'enquête est l'ensemble des résidences principales possédées par un bailleur social, louées vides, dont l'usage essentiel est l'habitation.

#### **12. Champ géographique de l'enquête**

Le champ géographique de l'enquête est la France métropolitaine. L'extension à la Guadeloupe est programmée pour 2016.

#### **13. Bases de sondage, échantillonnage**

L'échantillon de logements sera tiré dans répertoire du parc locatif social (RPLS) du SOeS. Une centaine de bailleurs sociaux sont enquêtés, pour un échantillon de 3000 logements environ en métropole et 150 en Guadeloupe.

Pour ne pas peser sur les petits bailleurs sociaux, ceux qui ont un parc de moins de 30 logements ont été exclus du champ. Ils représentent moins de 0,01% de l'ensemble des logements, leur impact sur l'indice général est donc quasi-nul.

#### **14. Mode de collecte**

La périodicité de l'enquête est trimestrielle, eu égard à la demande d'Eurostat, de disposer de résultats mensuels. L'indice trimestriel continuera à être mensualisé comme à l'heure actuelle.

L'échantillon des bailleurs et des logements est mis à jour tous les cinq ans.

Les bailleurs répondent à l'enquête par transfert de fichiers.

En 2015, préalablement au renouvellement de l'échantillon en métropole et à l'extension au dispositif en Guadeloupe, l'Insee rencontrera tous les bailleurs échantillonnés au cours d'une visite destinée à leur expliquer le protocole d'enquête et à les aider pour la mise au point du transfert de données (« pré-enquête »).

#### 15. **Date (même approximative) et périodicité de la collecte**

Renouvellement de l'échantillon en métropole en janvier 2016, pré-enquête en 2015.  
Extension du dispositif à la Guadeloupe en janvier 2016, pré-enquête en 2015.

#### 16. **Contraintes imposées à l'enquête**

En phase courante, les bailleurs doivent répondre à l'enquête dans un délai d'un mois et demi maximum.

#### 17. **Instances de concertation (comitologie) : comité scientifique, de concertation, d'orientation, de pilotage, de suivi... :**

Les fédérations de bailleurs (Union Sociale pour l'Habitat et Fédération des Entreprises Publiques Locales) seront recontactées comme en 2009, lors du lancement de l'enquête en métropole.

Un comité de suivi assure la coordination des différentes opérations. Il réunit la maîtrise d'ouvrage, le chef de division des applications et des projets, et les membres de la maîtrise d'œuvre informatique et statistique.

Un groupe de travail se réunit périodiquement pour traiter des questions d'échantillonnage et de calcul de l'indice. Il réunit des membres de la Division Logement, de la division Indices des Prix et de la division Sondages.

#### 18. **Exploitation et diffusion des résultats**

Les évolutions de loyers sectorielles sont calculées selon un calendrier établi pour l'indice des prix à la consommation :

- mi-février, début mai, début août et début novembre, pour le secteur libre (via l'enquête Loyers et Charges),
- un mois plus tard pour le secteur social avec ELBS ainsi que pour l'agrégation du libre et du social.

L'indice des prix à la consommation publie chaque mois un indice global, qui inclut deux mois sur trois une composante estimée sur la base de modèles de prévision économétriques. En 2014, la division Logement démarrera également la mise à disposition de l'indice via le support « Informations rapides ».

#### 19. **Moyens humains et financiers mobilisés pour l'enquête**

La maîtrise d'œuvre statistique se trouve à la Division Logement. La gestion de l'enquête est effectuée au pôle des enquêtes ménages de Nancy (PENM).

Les entretiens de pré-enquête sont menés par des agents dans les directions régionales de l'Insee.

Le calcul des indices de loyers se fait à la Division Logement.

#### **Procédures particulières :**

**Questions sensibles** (enquêtes auprès des personnes) : *Néant.*

**Études d'impact** (enquêtes auprès des entreprises) : *Néant.*