

Zeitschrift: Horizons : le magazine suisse de la recherche scientifique
Herausgeber: Fonds National Suisse de la Recherche Scientifique
Band: - (2004)
Heft: 63

Artikel: Inflation subjective et inflation réelle
Autor: Brachinger, Wolfgang
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-552380>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. [Siehe Rechtliche Hinweise.](#)

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. [Voir Informations légales.](#)

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. [See Legal notice.](#)

Download PDF: 14.03.2025

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>

Inflation subjective et inflation réelle

Peu de temps après l'introduction de l'euro, les Allemands ont surnommé leur nouvelle monnaie le «teuro», une contraction de «teuer» (cher) et «euro». La statistique leur donne tort: le renchérissement a reculé depuis. Mais nombre de consommateurs ne voient pas les choses ainsi, explique l'économiste Hans Wolfgang Brachinger.



Charly Rappo

Au renchérissement officiel, vous opposez un renchérissement perçu sur le plan individuel. Pourquoi ?

Chaque fois que je suis en Allemagne, j'entends les gens maugrérer contre le «teuro». En dépit des dénégations répétées de leur Office fédéral de la statistique. Ça m'a fasciné. Apparemment, il existe une forte différence entre le renchérissement mesuré officiellement et la perception des consommateurs.

Qu'est-ce qui différencie cette perception de l'inflation «officielle» ?

Lors de hausses de prix, la perception des consommateurs est surtout déterminée par des biens auxquels ils ont affaire quotidiennement. Prenons le prix de l'essence: à une station-service, des prix qui grimpent me frapperont plus que des prix qui baissent. Le consommateur est plus sensible aux hausses qu'aux baisses de prix. Cette aversion pour la perte comme la nomment les psychologues fait qu'une augmentation de 10 pour cent est perçue comme si elle était de 20 pour cent. Et plus on achète souvent un produit qui a renchéri, plus on perçoit fortement l'inflation. La mesure officielle de l'inflation, elle, éva-

lue la stabilité monétaire générale. C'est très différent.

Vous avez lancé un projet concernant le renchérissement perçu. De quoi s'agit-il ?

J'ai l'intention de calculer un index particulier de l'inflation perçue en collaboration avec l'Office fédéral allemand de la statistique. La période couvre les deux ans et demi qui ont précédé l'introduction de l'euro et les deux ans et demi qui ont suivi. Nous partons du principe que l'index de perception se situe constamment au-dessus de l'index officiel. Il est possible qu'au moment de l'introduction de l'euro, cette différence ait même été encore plus importante: cela a peut-être rendu les gens particulièrement sensibles au renchérissement.

Comment fait-on pour mesurer cela ?

Nous avons développé à cet effet un index de l'inflation perçue. On peut le calculer sans aucun problème sur la base des données officielles. Notre évaluation se fait non en fonction du montant des dépenses d'un ménage, mais de la fréquence des achats. Pour l'index perçu, nous estimons un renchérissement une fois et demie,

voire deux fois plus élevé correspondant à l'aversion pour la perte.

Ce nouvel index est-il utile aux consommateurs ?

Il explique en tout cas pourquoi il existe un tel décalage entre l'inflation officielle et l'inflation perçue. Cela montre aux consommateurs de quelle manière ils sont touchés sur le plan subjectif lors de leurs emplettes quotidiennes.

Et pour des prévisions de croissance économique ?

Nous n'y avons pas encore réfléchi. Notre domaine de recherche est tout nouveau. Mais bien entendu, il y a diverses implications politico-économiques. Si on veut, par exemple, relancer la conjoncture, il faut veiller à ce que le renchérissement perçu soit faible. C'est peut-être la raison pour laquelle les consommateurs ont eu peu envie d'acheter durant la période euro.

Propos recueillis par Andreas Merz ■

Hans Wolfgang Brachinger dirige le Séminaire de statistique de la Faculté des sciences économiques et sociales de l'Université de Fribourg et préside la Commission de la statistique fédérale.