

### Contenu

Meubles: l'enquête et les indices de niveau de prix en 2005 ..... 2

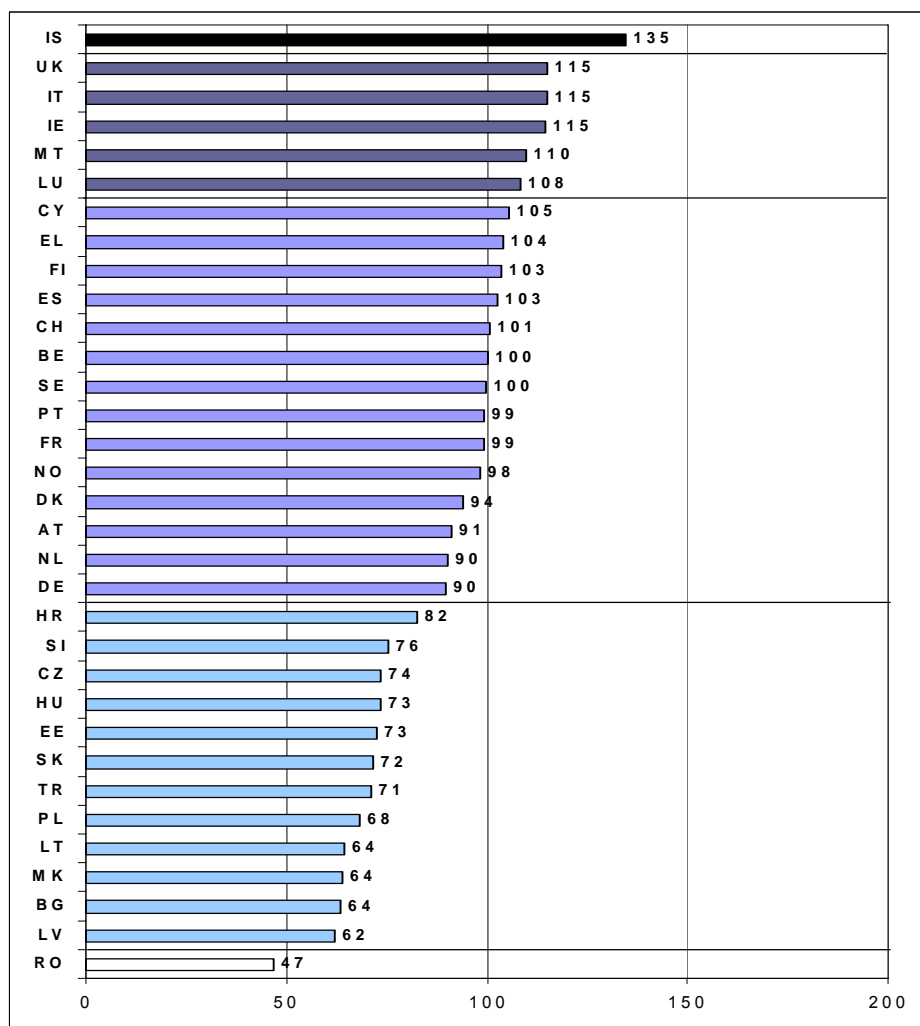
Meubles: dispersion des prix en 2005 par rapport à 2002..... 2



# Meubles: niveaux de prix comparés dans 33 pays européens en 2005

Dans le cadre du programme sur les parités de pouvoir d'achat (PPA) mené conjointement par Eurostat et l'OCDE, des enquêtes sur les prix des biens et des services consommés par les ménages sont régulièrement effectuées par les instituts nationaux de statistique (INS); chacune porte sur une catégorie de produits spécifique. 37 pays participent actuellement aux enquêtes menées sous la coordination d'Eurostat<sup>1</sup>. L'OCDE coordonne les enquêtes pour les 12 États non européens membres de l'OCDE. Ces enquêtes sur les prix à la consommation par pays sont la clé de voûte des travaux aboutissant aux comparaisons annuelles en volume des agrégats des comptes nationaux, à savoir le produit intérieur brut (PIB) et ses principales composantes. Le présent article détaille, pour 33 pays, les résultats de l'enquête sur les prix des meubles réalisée en novembre 2005.

**Graphique 1: indices de niveau de prix des meubles (UE25 = 100)**



<sup>1</sup> Il s'agit des 27 États membres de l'UE, des trois pays candidats, Croatie, l'ancienne République yougoslave de Macédoine (MK; voir NOTES METHODOLOGIQUES) et Turquie, des trois pays de l'AELE, Islande, Norvège et Suisse et de quatre autres pays des Balkans occidentaux, Albanie, Bosnie-et-Herzégovine, Monténégro et Serbie. Leurs résultats n'ont toutefois pas été inclus dans la présente publication.

---

## Meubles: l'enquête et les indices de niveau de prix en 2005

---

Les achats de mobilier représentent, en moyenne pour les 33 pays, 2,5 % des dépenses de consommation finale des ménages. Selon les pays, la part correspondante oscille entre 1 et 5 %.

L'enquête relative aux meubles portait, au total, sur quelque 140 produits comparables, ce qui a permis à chaque pays de fournir les prix d'un nombre suffisant de produits représentatifs de leur structure de consommation et des habitudes nationales.

Parmi les produits en question figuraient du mobilier pour la cuisine, la chambre à coucher, la salle de séjour et la salle à manger, ainsi que d'autres meubles et articles d'ameublement divers. Pour que l'échantillon de produits soit équilibré et afin de couvrir toute la gamme des produits commercialisés dans les différents pays, les articles ont été classés en trois catégories: «marques spécifiques», «marques connues» et «produits sans marque».

Par «marques spécifiques», on entend des meubles d'une marque ou d'un modèle précis et déterminé à l'avance; il s'agit généralement de marques de renom et largement répandues en Europe.

En ce qui concerne les «marques connues», les observations portent principalement sur des articles de marque, sans que le nom de celle-ci soit spécifiquement défini à l'avance. Les marques analysées dans cette catégorie ne sont parfois connues et commercialisées qu'au niveau local ou infrarégional. Il arrive parfois que l'on utilise également des produits de qualité sans indication de marque, par exemple lorsque c'est le magasin lui-même où les meubles de qualité sont vendus qui est renommé localement.

Enfin, la dernière catégorie des «produits sans marque» regroupe des produits qui ne sont pas vendus sous une marque spécifique et qui correspondent généralement au bas de la gamme de production. En général, l'argument de vente principal de ces produits est leur prix peu élevé.

Les trois catégories de produits ainsi définies pour l'enquête sont assorties de descriptions détaillées des caractéristiques physiques discriminantes des articles en question. Un glossaire technique et un carnet de photos sont fournis également pour faciliter l'identification des différents articles d'après les matériaux utilisés et les finitions, pour faire en sorte de bien comparer ce qui est comparable.

Le graphique 1 présente les indices de niveau de prix relatifs à l'enquête de 2005 pour l'ensemble des meubles.

L'indice de niveau de prix (INP) permet de situer le niveau des prix d'un pays par rapport au niveau moyen des 25 pays qui constituaient l'UE en 2005. Les INP correspondent au rapport entre les parités de pouvoir d'achat (PPA) et le taux de change. Étant donné le niveau d'incertitude lié aux prix de base et à d'autres données et vu les méthodes utilisées pour calculer les PPA, il est peu recommandé d'établir un classement strict des pays. C'est la raison pour laquelle, dans le graphique 1, les pays sont répartis entre les trois groupes suivants:

groupe I (> 105 % et < 115 % de la moyenne de l'UE-25): Irlande, Italie, Luxembourg, Malte et Royaume-Uni (5 pays);

groupe II (> 85 % et ≤ 105 % de la moyenne de l'UE-25): Belgique, Danemark, Allemagne, Grèce, Espagne, France, Chypre, Pays-Bas, Autriche, Portugal, Finlande, Suède, Norvège et Suisse (14 pays);

groupe III (≥ 60 % et ≤ 85 % de la moyenne de l'UE-25): Bulgarie, République tchèque, Estonie, Lettonie, Lituanie, Hongrie, Pologne, Slovaquie, Croatie, ancienne République yougoslave de Macédoine et Turquie (12 pays).

À chaque extrême de la distribution et à une certaine distance des trois groupes susmentionnés se trouvent l'Islande, en tête avec 134 % de la moyenne de l'UE-25, et la Roumanie, à la dernière place avec 47 %.

Alors que, pour d'autres groupes de produits, deux pays de l'AELE, à savoir la Norvège (98) et la Suisse (101), affichent habituellement un INP nettement supérieur à ceux des pays de l'UE, ils sont ici très proches de la moyenne de l'UE en ce qui concerne les meubles. On peut observer un comportement analogue pour la Suède et la Finlande.

Les nouveaux États membres la Roumanie (47) et la Bulgarie (64) se classent dans le bas de la distribution.

Il est intéressant de noter que les INP semblent également traduire une réalité géographique: les petits pays insulaires sont plus chers que les autres pays appartenant au même groupe. C'est en particuliers le cas de l'Islande, de Malte et, dans une moindre mesure, de Chypre dont l'INP est aussi au-dessus de la moyenne de l'UE-25. Ce phénomène tient peut-être au fait que ces pays ont un marché intérieur limité, et qu'ils subissent en conséquence des coûts élevés à l'importation.

---

## Meubles: dispersion des prix en 2005 par rapport à 2002

---

Le graphique 1 révèle des écarts de prix considérables entre les pays de l'UE, dans une fourchette comprise entre 47 pour la Roumanie et 115 pour le Royaume-Uni et l'Italie.

Cela signifie qu'un «panier» comparable de meubles dans les pays de l'UE les plus chers, à savoir au Royaume-Uni et en Italie, coûte environ 144 % de plus que dans le pays le moins cher, la Roumanie.

La dispersion des prix entre les pays se mesure à l'aide du coefficient de variation des INP, qui correspond au rapport entre l'écart type et la moyenne. Plus le coefficient de variation est élevé,

plus le degré de dispersion des prix est important (et inversement).

**Tableau 2: Coefficient de variation des INP pour les catégories «tous les meubles» et «marques spécifiques»**

Groupes de pays	Tous les meubles		Marques spécifiques
	2002	2005	2005
EU-27	25	21	14
EU-15	12	8	5
EA-13	14	11	5
NMS-12	30	23	19

Le tableau 2 fournit une indication de la dispersion des prix l'ensemble de l'UE (EU-27), les anciens États membres (EU-15), les nouveaux États membres (NMS12) et la zone euro. Les valeurs de 2005 sont comparées à celles de 2002, l'année de la précédente enquête sur les meubles.

En ce qui concerne l'ensemble des meubles, le tableau général en 2005 est très similaire à celui de 2002: la dispersion des prix est la plus faible dans le groupe des anciens États membres (EU-15), ce qui indique que l'intégration des marchés est la plus avancée dans ce groupe de pays. La dispersion des prix atteint sa plus forte amplitude pour l'UE-27 et le groupe des nouveaux États membres (NMS-12).

Par rapport aux résultats de 2002, ceux de 2005 montrent que la dispersion des prix s'est nettement réduite: c'est clairement le cas dans les nouveaux États membres (NMS-12). Ce phénomène est un indicateur du renforcement de l'intégration des marchés du mobilier, notamment entre les nouveaux États membres.

Il est frappant de constater que la dispersion des prix est très modérée dans le cas des meubles de marque spécifique, ce qui signifie que ces produits, qui peuvent être considérés comme des biens pleinement échangeables à l'échelle internationale, ont généralement été mis en vente à des prix similaires en 2005 dans tous les pays, et plus particulièrement dans la zone euro (EA-13) et les anciens États membres de l'UE (EU-15).

## ➤ CE QU'IL FAUT SAVOIR – NOTES METHODOLOGIQUES

Les données de la présente publication sont produites par le programme Eurostat-OCDE Parité de Pouvoir d'Achat (PPA). La méthodologie utilisée dans ce programme est intégralement décrite dans *Eurostat-OECD Methodological manual on purchasing power parities* disponible en anglais sur le site web d'Eurostat:

[http://epp.eurostat.ec.europa.eu/portal/page?\\_pageid=1073\\_465872\\_59&dad=portal&schema=PORTAL&p\\_product\\_code=KS-BE-06-002](http://epp.eurostat.ec.europa.eu/portal/page?_pageid=1073_465872_59&dad=portal&schema=PORTAL&p_product_code=KS-BE-06-002)

Sous leur plus simple expression, les PPA ne sont rien d'autre que des rapports de prix qui font apparaître le ratio des prix, dans les monnaies nationales, du même bien ou service dans différents pays. Par exemple, si le prix d'un hamburger est en France de 2,84 euros et aux États-Unis de 2,20 dollars, la PPA pour les hamburgers entre la France et les États-Unis est de 2,84 euros contre 2,20 dollars ou 1,29 euro contre le dollar. Autrement dit, pour chaque dollar dépensé en hamburgers aux États-Unis, il faudrait dépenser 1,29 euro en France pour obtenir la même quantité et la même qualité – ou le même volume – de hamburgers.

Les niveaux de prix comparés dans la présente publication sont les ratios des PPA rapportées aux taux de change. Ils fournissent une mesure des différences des niveaux des prix entre pays en indiquant pour un groupe de produits donné le nombre d'unités monétaires communes nécessaires pour acheter le même volume du groupe ou de l'agrégat de produits dans chaque pays. Les indices du niveau des prix permettent de comparer les niveaux des

prix des pays par rapport à la moyenne de l'Union européenne: si l'indice du niveau de prix est supérieur à 100, le pays concerné est relativement cher par rapport à la moyenne de l'Union et inversement. Les indices du niveau des prix n'ont pas pour objet d'opérer un classement rigoureux des pays. En fait, ils donnent une simple indication de l'ordre relatif d'importance du niveau des prix d'un pays par rapport aux autres, en particulier lorsque les résultats des pays sont concentrés à l'intérieur d'une marge très étroite. Le degré d'incertitude associée aux données de base sur les prix et aux méthodes utilisées pour la compilation des PPA peut en l'occurrence avoir un effet sur les faibles écarts entre indices du niveau des prix et provoquer dans le classement des différences sans signification sur les plans statistique ou économique. Il vaut donc mieux utiliser ces indices pour classer les pays en groupes de niveau comparable, comme dans le présent article.

Les PPA servent essentiellement à convertir les dépenses (notamment le PIB) des différents pays en dépenses en termes réels (et en PIB réel). Les dépenses en termes réels sont évaluées à un niveau de prix uniforme et ne traduisent donc que les différences de volume des achats dans les pays. Les PPA et les dépenses en termes réels fournissent les mesures des prix et des volumes nécessaires pour des comparaisons internationales.

**Codes de pays:** Le code MK est provisoire et ne détermine en aucun cas la classification définitive de ce pays, qui sera décidée en accord avec le résultat des négociations qui sont actuellement en cours aux Nations Unies.

## ***Pour en savoir plus :***

**Données :** [Eurostat site web/Données/Economie et finances/Prix/Parités de pouvoir d'achat](#)

---

### **Les journalistes peuvent contacter le service média support :**

Bâtiment BECH, Bureau A4/125  
L - 2920 Luxembourg

Tel. (352) 4301 33408

Fax (352) 4301 35349

E-mail: [eurostat-mediasupport@ec.europa.eu](mailto:eurostat-mediasupport@ec.europa.eu)

### **European Statistical Data Support:**

Eurostat a mis en place, conjointement avec les membres du "Système statistique européen", un réseau de centres d'appui, qui couvrira presque tous les États membres et certains pays de l'AELE.

La mission de ces centres sera d'aider et d'orienter les utilisateurs qui se procureront des données statistiques européennes sur l'internet.

Vous trouverez sur notre site internet des informations sur ce réseau de centres d'appui:

<http://ec.europa.eu/eurostat/>

---

Une liste des bureaux de vente dans le monde est disponible à :

### **l'Office des publications officielles des Communautés européennes.**

2, rue Mercier  
L - 2985 Luxembourg

URL: <http://publications.europa.eu>

E-mail: [info-info-opoce@ec.europa.eu](mailto:info-info-opoce@ec.europa.eu)