

<http://pedagogie.ac-limoges.fr/ses/spip.php?article874>



# Mesurer le pouvoir d'achat (CAE et CNIS)

- Terminale ES - Rapports, notes, analyses en ligne. - Intégration solidarité -



Date de mise en ligne : mercredi 27 février 2008

---

Copyright © SES Limoges - Tous droits réservés

---

Rapport du Conseil d'analyse économique par **Philippe Moati** et **Robert Rochefort** [À « Mesurer le pouvoir d'achat](#)  
[À »](#)

31 janvier 2008

L'écart important qui s'est installé dans les années récentes entre l'évolution du pouvoir d'achat mesurée par les chiffres officiels, et la perception qu'en ont les ménages, perdue – et ce davantage en France que dans les autres pays de la zone euro. Lorsque l'INSEE annonce en octobre 2006 une progression de 2,3 % du pouvoir d'achat du revenu des ménages pour l'année, un peu plus des deux tiers des Français pensent, au contraire, que celui-ci est en baisse.

Aussi est-il urgent et essentiel de comprendre ce décalage entre le « mesuré » et le « ressenti » sur un sujet qui est au premier rang des préoccupations des Français. C'est le paradoxe que tentent de résoudre les auteurs de ce rapport du Conseil d'analyse économique, Philippe Moati et Robert Rochefort, en répondant aux questions suivantes :

- Quelle part de cet écart résulte de biais de perception ?
- Quelle part est imputable aux limites des conventions de mesure, aux phénomènes d'agrégation, à l'amélioration de la qualité des produits et aux nouvelles pratiques de consommation et de distribution qui rendent plus complexe la mesure de l'évolution des prix ?

Forts de leur analyse de cet écart, Philippe Moati et Robert Rochefort proposent :

- d'aménager les conventions de mesures en désagrégeant l'approche macroéconomique du pouvoir d'achat, en définissant plus rigoureusement le champ des dépenses contraintes et en tenant mieux compte du logement dans un indice des prix élargi ;
- de construire, à côté de l'indice des prix, des indices du coût de la vie et d'expérimenter des indicateurs complémentaires de qualité de vie et de bien-être.

En complément le rapport de la commission [« Mesure du pouvoir d'achat des ménages »](#) dirigée par **Alain Quinet**.

La commission s'est fixé un objectif opérationnel : proposer de nouveaux indicateurs de pouvoir d'achat permettant de mieux rendre compte de l'évolution des niveaux de vie et des modes de consommation.

- Les statistiques traditionnelles de l'Insee gardent leur pertinence pour analyser la situation conjoncturelle et macro-économique française et la comparer à celle des autres pays. Elles doivent cependant être complétées par de nouveaux indicateurs mieux à même de rendre compte des tendances de niveau de vie et de dépense.
- Le présent rapport propose à cet effet de nouveaux outils pour suivre l'évolution et la répartition du pouvoir d'achat « par tête », le poids des dépenses contraintes et le coût du logement. Il présente, chaque fois que les données sont disponibles, une première évaluation de ces indicateurs.
- De même qu'il existe une comptabilité des entreprises, distincte de la comptabilité nationale, l'objectif de la commission est de jeter les bases d'une « comptabilité des ménages », plus proche de la manière dont les ménages gèrent leur budget.

L'approche retenue par la commission s'inscrit dans le cadre plus général de la démarche en faveur d'une mesure plus précise du bien-être, en cohérence avec le chantier ouvert par le Président de la République début 2008 pour une mesure plus qualitative de nos performances collectives.

- Dans cette perspective, les indicateurs proposés par cette commission visent à enrichir le débat économique et

social, à aider à l'élaboration et à l'évaluation des réformes et des politiques publiques.

- Ils n'ont pas vocation à devenir en eux-mêmes des instruments de pilotage direct de la politique macroéconomique. Il reviendra notamment au Conseil National de l'Information Statistique, auquel ce rapport sera officiellement transmis, d'approfondir la réflexion sur la confection et le bon usage de ces nouveaux indicateurs.