

Encadré 3 :

## ENQUÊTE DE CONJONCTURE AUPRÈS DES MÉNAGES – EXAMEN DES PERCEPTIONS ET DES ANTICIPATIONS DES MÉNAGES RELATIVES À L'ÉVOLUTION SUR DOUZE MOIS DES PRIX À LA CONSOMMATION AU LUXEMBOURG

L'objectif de l'enquête auprès des consommateurs, menée au Luxembourg par la BCL, est de sonder les ménages sur leurs intentions et leurs perceptions (en termes d'opportunité et de capacité) en matière de dépenses de consommation et d'épargne.

Pour ce faire, quatre thèmes sont intégrés dans le questionnaire, à savoir : la situation économique générale, la situation financière personnelle et la capacité d'épargne, les intentions en matière d'achat de biens de consommation durables et enfin, les intentions *en matière d'achat/de construction ou d'amélioration du logement*.

*Toutes les questions posées au Luxembourg sont en ligne avec le programme harmonisé d'enquêtes de conjoncture de la Commission européenne. Les méthodes d'agrégation des réponses individuelles sont aussi en ligne avec celles adoptées par la Commission européenne.*

*Ces questions font partie du volet « situation économique générale ». Elles portent respectivement sur les perceptions et les anticipations des ménages relatives à l'évolution sur douze mois des prix à la consommation. Les consommateurs sont par ailleurs invités à fournir une estimation de la variation en pourcentage des prix respectivement au cours des douze derniers mois et des douze prochains mois (dès lors qu'ils estiment ou anticipent que les prix ont évolué ou vont évoluer. Soulignons que ces estimations chiffrées ne sont pas publiées. L'objectif de cet encadré est de fournir une interprétation générale des évolutions de ces évaluations et anticipations afin d'améliorer leur grille de lecture et leur utilisation à des fins de prévision.*

### 1. INTITULÉ DES QUESTIONS

Chaque mois, un échantillon de 500 résidents, représentatif de la population totale du Luxembourg, est invité à répondre aux questions suivantes :

Question 5 : À votre avis, au cours des 12 derniers mois, les prix à la consommation ont :

- nettement augmenté ? (++) ; - modérément augmenté ? (+) ; - légèrement augmenté ? (=) ; - à peine bougé ? (-) ;
- diminué? (--); - vous ne savez pas ?

Si la réponse à la question 5 est ++, +, = ou -- :

Question 5.1 : À votre avis, quel est le pourcentage d'augmentation/de diminution des prix à la consommation au cours des 12 derniers mois? (Veuillez indiquer un pourcentage).

→ Les prix à la consommation ont augmenté de \_\_\_\_% / diminué de \_\_\_\_%.

Question 6 : Par rapport aux 12 derniers mois, pensez-vous qu'au cours des 12 mois qui viennent les prix à la consommation vont :

- augmenter de manière plus rapide ? (++) ; - augmenter de manière aussi rapide ? (+) ; - augmenter de manière moins rapide ? (=) ; - rester stationnaires ? (-) ; - diminuer? (--); -vous ne savez pas ?

Si la réponse à la question 6 est ++, +, = ou -- :

Question 6.1 : À votre avis, quel sera le pourcentage d'augmentation/de diminution des prix à la consommation au cours des 12 prochains mois? (Veuillez indiquer un pourcentage).

→ Les prix à la consommation augmenteront de \_\_\_\_% / diminueront de \_\_\_\_%.

## 2. SYNTHÈSE DES RÉPONSES INDIVIDUELLES

Pour les questions qualitatives (questions 5 et 6, Q5 et Q6 par la suite) : Les consommateurs interrogés doivent choisir l'une des cinq réponses (++, +, =, -, ou --) ou ne pas répondre s'ils ne le savent pas. Le mode d'agrégation des réponses individuelles pour synthétiser les données et disposer chaque mois d'un résultat unique résulte de la construction de soldes d'opinion. Chaque mois, le solde d'opinion est obtenu en déduisant du pourcentage des réponses « positives » (la pondération des réponses « ++ » qui est de 1, étant le double de celle des réponses « + », à savoir 0,5) le pourcentage des réponses « négatives » (la pondération des réponses « -- », 1, étant le double de celle des réponses « - », 0,5). Cette méthode d'agrégation, qui est celle choisie par la Commission européenne, ne tient donc pas compte des réponses « je ne sais pas », « légère augmentation » pour la question 5 et des réponses « augmentation de manière moins rapide » pour la question 6.

Pour les questions quantitatives (questions 5.1 et 6.1, Q51 et Q61 par la suite) : Les taux agrégés sont obtenus en calculant les moyennes des taux de croissance en pourcentage d'une part estimés et, d'autre part, anticipés par les consommateurs.

Avant de poursuivre, plusieurs remarques s'imposent.

Les réponses proposées aux questions qualitatives sont par construction biaisées vers le haut puisqu'elles sont composées de trois modalités correspondant à des évolutions positives des prix (++, + et =) ; d'une modalité s'apparentant à une quasi-stagnation ou faible évolution des prix (-) ; d'une seule modalité correspondant à une diminution des prix (--); et de la possibilité de ne pas savoir répondre à la question.

Les estimations moyennes en pourcentage portant sur les évolutions des prix aux cours des 12 derniers (Q51) et des 12 prochains mois (Q61) devraient pour leur part aussi être biaisées et ce, pour deux raisons.

Premièrement, ces deux questions sont posées aux seuls individus ayant opté pour les modalités ++, +, = ou -- lors de la question précédente. Pour les individus ayant constaté ou anticipé une relative stabilité des prix (-), les réponses aux questions quantitatives sont automatiquement générées avec une entrée de 0,0 %. Ces réponses générées automatiquement ne sont pas celles des ménages. Par conséquent, les estimations moyennes en pourcentage ne devraient pas nécessairement être représentatives de l'échantillon, ni *a fortiori* de la population du Luxembourg.

Deuxièmement, les estimations moyennes en pourcentage devraient, par construction, présenter un biais à la baisse lors des périodes de forte inflation et un biais à la hausse lors des périodes de faible inflation (par rapport aux estimations moyennes qui auraient été obtenues si l'ensemble de l'échantillon avait été soumis aux questions quantitatives). Plus intuitivement, lors des périodes de forte inflation, il n'est pas certain que les individus ayant constaté et/ou anticipé une relative stabilité des prix (-) répondraient « 0,0 % » si les questions 51 et/ou 61 leur étaient effectivement posées, mais plutôt par exemple 1,9 %, un chiffre proche mais inférieur à 2,0 %. De la même manière, lors des périodes de faible inflation, ces mêmes individus auraient pu répondre en donnant des réponses négatives plutôt que répondre « 0,0 % ».

La formulation des questions qualitatives est délibérément vague puisqu'il n'est pas indiqué au répondant à quel panier de biens et services il doit faire référence. Par ailleurs, les réponses sont ouvertes et aucune indication – sous forme d'historique des taux d'inflation observés par exemple – n'est fournie aux consommateurs lorsqu'ils sont interrogés sur les variations en pourcentage des prix passés et futurs.

### 3. OBJECTIF EX ANTE DES QUESTIONS

L'objectif des questions est d'identifier les perceptions et anticipations des ménages concernant les évolutions sur douze mois des prix à la consommation de biens et services au Luxembourg.

Les graphiques ci-dessous suggèrent des liens apparents très forts entre certaines données de l'enquête de conjoncture et l'indice des prix à la consommation national (IPCN).

Plus précisément, les graphiques 1 et 2 comparent les soldes d'opinion calculés à partir des réponses aux questions qualitatives de l'enquête de conjoncture avec les variations annuelles de l'IPCN. Les graphiques 3 et 4 comparent les réponses aux questions quantitatives avec les variations annuelles de ce même indice de prix. Il s'agit d'une publication inédite de ces données.

Pour rappel, l'indice national des prix à la consommation est une moyenne pondérée de l'évolution des prix de tous les biens et services consommés sur le territoire du Luxembourg. Les pondérations se basent sur les dépenses de consommation finale des ménages résidents. Cet indice des prix mesure non seulement l'évolution des prix de biens fréquemment consommés (biens alimentaires, habillement, essence et diesel par exemple), des biens et services payés souvent par ordre permanent (électricité, téléphone), des biens durables (dont la fréquence de consommation est moins élevée), des loyers réels des maisons et appartements, mais aussi des biens et services publics dont le prix, ou son évolution, échappe souvent au consommateur<sup>40</sup>. L'IPCN exclut par contre les prix des actifs financiers (actions, etc.) et non financiers (terrains, maisons, appartements).

Une relation positive entre les perceptions des consommateurs relatives à l'évolution des prix au cours des 12 derniers mois et l'inflation semble clairement exister.

40 Pour certains biens et services publics (médicaments, visites médicales, livres scolaires, etc.), l'État prend en charge une partie (ou la totalité) des coûts. Lorsque la participation de l'État à ce coût augmente (respectivement baisse), alors, *ceteris paribus*, la participation du consommateur s'adapte dans le sens inverse. En règle générale, le consommateur n'identifie guère cette variation de sa contribution à une variation de prix d'un bien ou service consommé, comme cela est pourtant le cas d'un point de vue méthodologique.

Sur le graphique 1, il apparaît que les périodes de hausse du solde d'opinion relatif à l'évolution des prix au cours des 12 derniers mois ont coïncidé avec des phases de hausse du glissement annuel de l'IPCN.

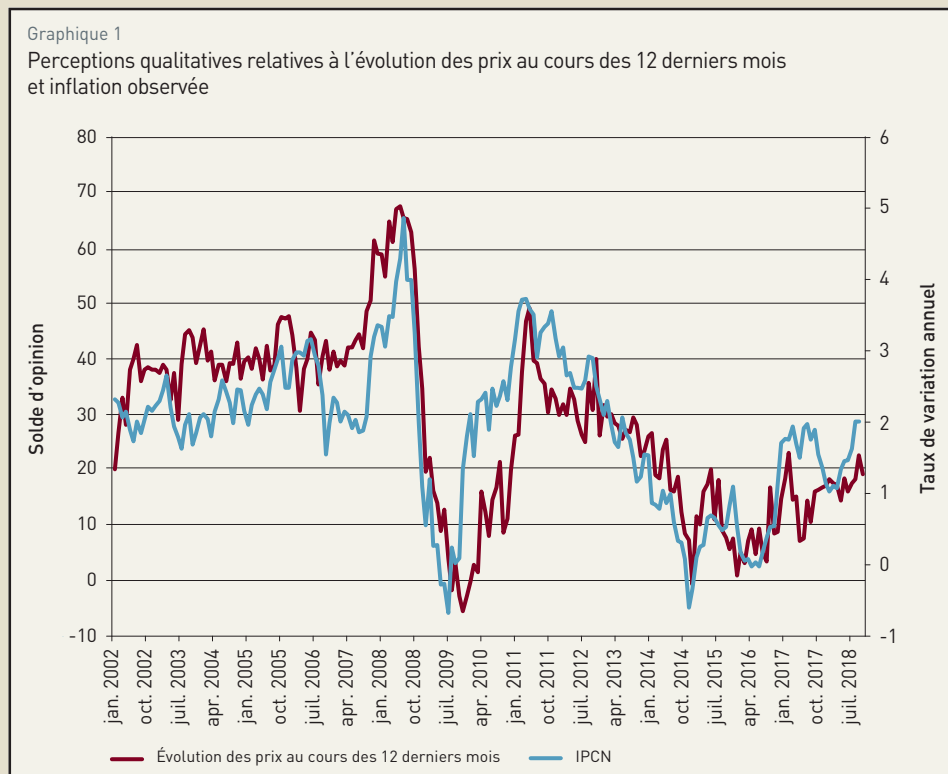
En revanche, le lien entre l'opinion des ménages sur l'évolution future des prix (voir le graphique 2) et les variations sur un an des prix (IPCN) apparaît plus lâche, du fait notamment de plusieurs périodes aux cours desquelles les deux séries ont affiché des tendances contraires. Il s'agit par exemple des périodes comprises entre août 2007 et juillet 2008 ; entre juillet 2013 et décembre 2014 ; ou, plus récemment, depuis août 2017 (l'écart entre les deux séries tend à se creuser à nouveau).

Dans leur ensemble, il semble donc que les ménages sont assez bien informés sur les tendances récentes de l'inflation globale, mais ont plus de peine pour anticiper ses évolutions.

L'opinion chiffrée des ménages quant à l'évolution en pourcentage des prix au cours des douze derniers mois semble avoir évolué en lien avec les variations annuelles de l'IPCN sur toute la période d'observation même si, il est vrai, les perceptions quantitatives des consommateurs apparaissent fortement plus élevées que l'inflation observée (graphique 3).

Ce dernier constat s'impose aussi pour les anticipations chiffrées des consommateurs (voir graphique 4).

Ces biais ne sont pas spécifiques au Luxembourg, mais bien une caractéristique (générale) des consommateurs de la zone euro et de l'Union européenne<sup>41</sup>. Ils pourraient s'expliquer par les différences entre les pondérations des prix des biens et services qui figurent dans l'IPCN et celles plus subjectives des consommateurs, qui pourraient ne pas inclure certains services par exemple ou avoir en tête des paniers des biens qu'ils consomment le plus régulièrement (mais qui ne représentent qu'une part relativement faible de leurs dépenses totales)<sup>42</sup>. Par ailleurs, le niveau général des connaissances économiques et statistiques des consommateurs pourrait s'avérer plus limité qu'escompté. À cet égard, plusieurs études ont montré que les caractéristiques sociodémographiques des répondants pouvaient avoir un impact sur les estimations et anticipations quantitatives d'inflation des consommateurs. Sur base de données américaines, les résultats de plusieurs travaux indiquent que les

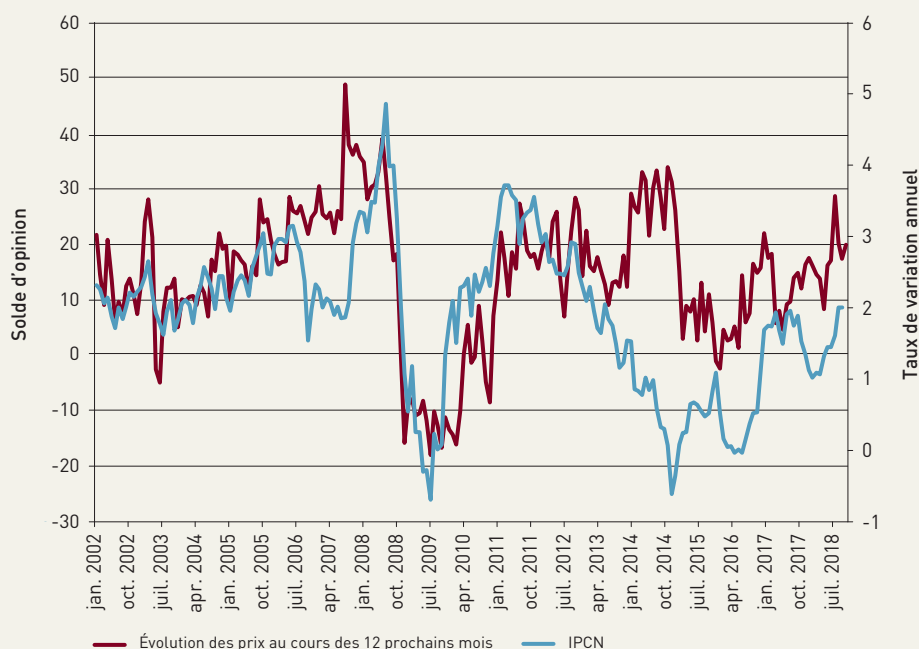


Sources : BCL, STATEC

41 Voir par exemple BCE, Occasional Paper No.186, "EU consumers' quantitative inflation perceptions and expectations: an evaluation", avril 2017.

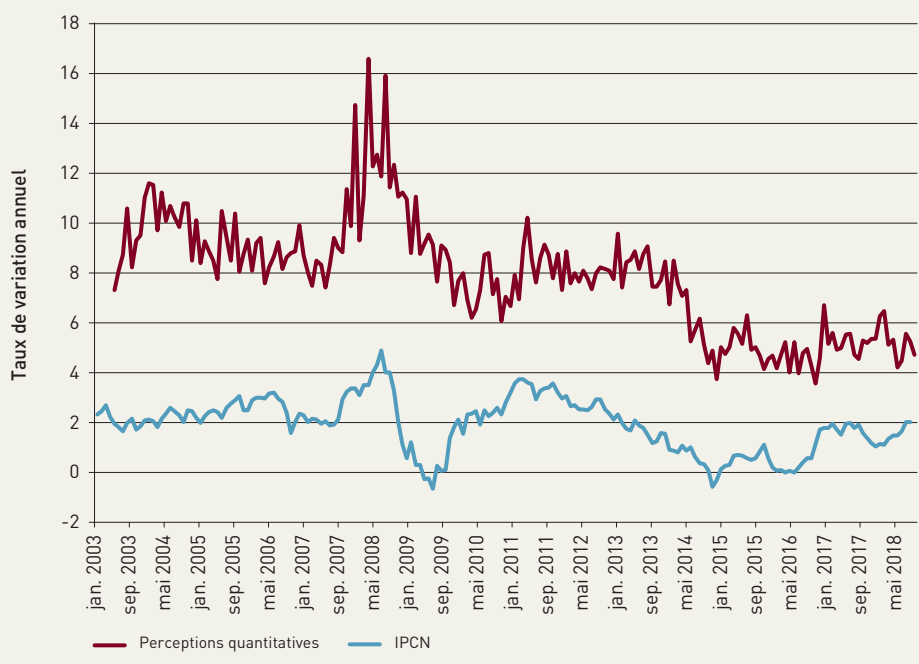
42 Il ressort des études académiques que le consommateur a tendance à noter plutôt les hausses que les baisses de prix (ou les prix qui sont restés stables). Il tend aussi à se garder en mémoire pendant plus longtemps les hausses de prix.

Graphique 2  
Anticipations qualitatives relatives à l'évolution des prix au cours des 12 prochains mois et inflation observée



Sources : BCL, STATEC

Graphique 3  
Perceptions par les consommateurs de l'évolution de l'inflation au cours des douze derniers mois et inflation observée



Sources : BCL, STATEC

femmes, les individus à faibles revenus et ceux avec un niveau d'éducation faible tendent à percevoir et anticiper des niveaux d'inflation plus élevés<sup>43</sup>. Les données agrégées pour la zone euro suggèrent des conclusions analogues<sup>44</sup>.

#### 4. ANALYSE EMPIRIQUE

L'analyse graphique est un outil permettant d'identifier assez rapidement l'existence ou non d'une relation entre deux séries. Cette approche est néanmoins largement qualitative et le recours à des approches quantitatives est indiqué afin de préciser la nature de cette relation par des indicateurs et tests objectifs : tel est le but de cette section.

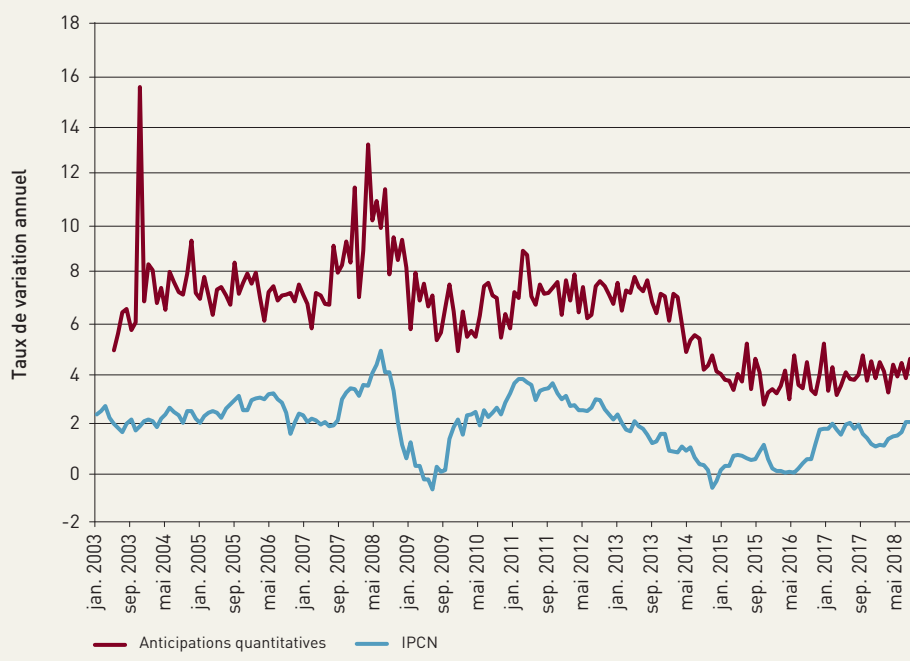
Dans un premier temps, les corrélations contemporaines entre les données issues de l'enquête et les variations des prix au Luxembourg sont calculées. Des décalages de 1 à 12 mois entre les séries sont ensuite introduits dans ces calculs de corrélations.

43 Voir par exemple les deux articles suivants. Bruine de Bruin, W., Vanderklaauw, W., Downs, J. S., Fischhoff, B., Topa, G., et Armantier, O. (2010) : "Expectations of Inflation: The Role of Demographic Variables, Expectation Formation, and Financial Literacy", paru dans *Journal of Consumer Affairs* 44, No. 2: 381-402. Bryan, M. et Guhan V. (2001): "The demographics of inflation opinion surveys", *Federal Reserve Bank of Cleveland Economic Commentary*, Vol. October.

44 Voir référence BCE ci-dessus.

Dans un second temps, des tests de causalité dits « de Granger » sont utilisés pour déterminer l'existence ou pas de relations, dites de causalité, entre, d'une part, les perceptions et les anticipations des ménages et, d'autre part, les variations annuelles de l'IPC. Au moyen de régressions linéaires, le pouvoir prédictif des anticipations des ménages relatives aux évolutions passées et futures des prix sont testées, de même que le caractère déterminant ou pas de l'inflation sur la formation des perceptions et anticipations des ménages en matière d'évolutions des prix.

Graphique 4  
Anticipations par les consommateurs de l'évolution de l'inflation au cours des douze prochains mois et inflation observée



Sources : BCL, STATEC

L'objectif sera de déterminer d'une part, si les informations conjoncturelles sont intégrées par les consommateurs pour la formation de leurs opinions sur les évolutions passées et futures des prix ; et, d'autre part, si ces opinions peuvent s'avérer utiles pour la prévision de taux d'inflation au Luxembourg (mesurés par les variations annuelles de l'IPC).

## 5. RÉSULTATS EMPIRIQUES

Pour le calcul des corrélations et des tests de causalité, les taux de variation annuels des indices de prix sont utilisés. Le recours à ces transformations statistiques est nécessaire pour rendre ces séries stationnaires, ce qui est une condition nécessaire pour ces calculs et tests statistiques.

Les soldes d'opinion relatifs aux réponses des consommateurs aux questions qualitatives sont utilisés en niveau pour le calcul des corrélations, ainsi qu'en variations mensuelles et annuelles pour les tests de causalité en raison de leur non-stationnarité sur la période d'étude. Les estimations par les consommateurs portant sur les évolutions des prix en pourcentage sont utilisées en niveau.

Les coefficients de corrélation contemporaine figurent dans le tableau 1 ci-dessous. Comme le graphique 1 l'a déjà indiqué, il existe une forte corrélation (0,75) entre les perceptions par les consommateurs de l'évolution des prix au cours des douze derniers mois (Q5) et l'inflation observée.

Les anticipations qualitatives des consommateurs concernant l'évolution des prix au cours des 12 prochains mois (Q6) apparaissent de leur côté sensiblement moins corrélées - que les perceptions qualitatives - à l'inflation observée (0,42), un résultat déjà suggéré par le graphique 2.

En ce qui concerne les réponses quantitatives (Q51 et Q61), elles sont toutes les deux corrélées à hauteur de 60 % environ avec l'inflation globale.

Tableau 1 :

**Coefficients de corrélation contemporaine entre les soldes d'opinion et l'inflation**

INDICATEURS D'ÉVOLUTION DES PRIX \ RÉPONSES DES CONSOMMATEURS	Q5	Q6	Q51	Q61
IPCN	0,75	0,42	0,57	0,61

Sources : STATEC, calculs BCL

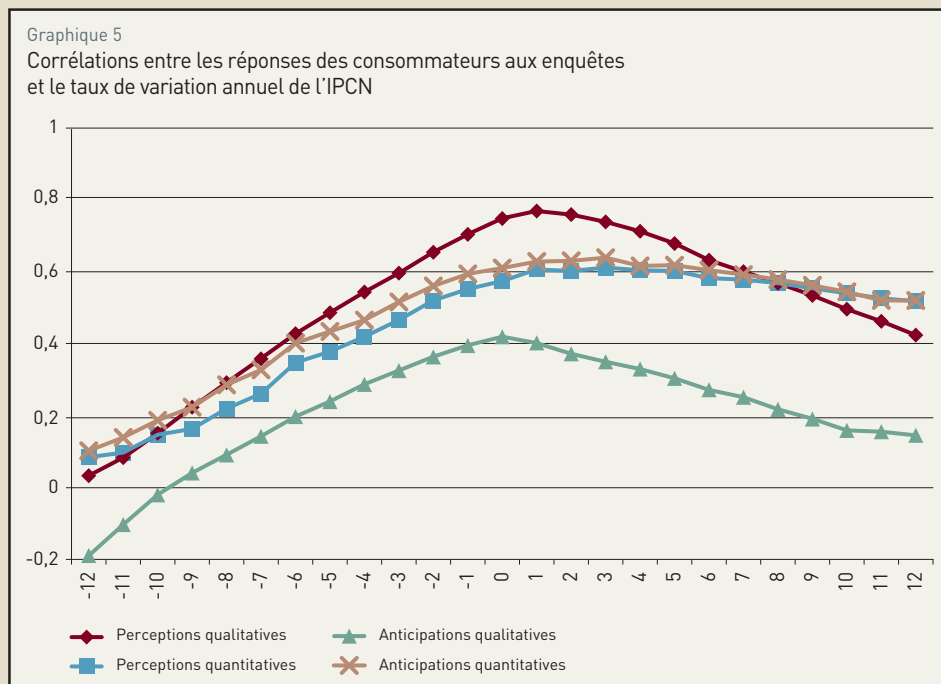
Le graphique 5 ci-dessous présente les coefficients de corrélation entre d'une part les soldes d'opinion et les réponses quantitatives des consommateurs et, d'autre part, les taux d'inflation globale respectivement avancés et retardés de 0 à 12 mois.

Ces résultats indiquent que pour les quatre questions, les réponses des ménages sont davantage liées au passé qu'au futur puisque les coefficients de corrélation apparaissent en moyenne plus élevés lorsque les réponses sont retardées de 1 à 12 périodes (valeurs positives sur l'axe des abscisses du graphique 5) par rapport au taux d'inflation global plutôt qu'avancées de 1 à 12 périodes par rapport à ce même taux d'inflation (valeurs négatives sur l'axe des abscisses du graphique 5).

Les corrélations maximales entre l'inflation et les réponses des consommateurs sont généralement atteintes lorsque ces dernières sont retardées. Les anticipations qualitatives des consommateurs (question 6) font exception, puisque c'est de manière contemporaine qu'elles sont le plus corrélées avec l'inflation.

Les perceptions qualitatives des agents quant à l'évolution passée des prix ont une corrélation maximale de 0,77 avec

l'inflation lorsqu'elles sont retardées de 1 mois.



Note : Les courbes indiquent les corrélations entre les réponses des consommateurs et l'inflation. Les abscisses allant de -1 à -12 (respectivement de 1 à 12) indiquent que les réponses des consommateurs ont été avancées (respectivement retardées) de 1 à 12 mois par rapport à l'inflation observée pour le calcul des corrélations.  
Sources : STATEC, calculs BCL

Les perceptions et anticipations quantitatives des agents affichent de leur côté des corrélations maximales de l'ordre de 0,6 avec les variations annuelles de prix lorsqu'elles sont retardées de 3 mois.

Les tests de causalité ont porté sur les variations mensuelles et annuelles des soldes d'opinions quant aux perceptions et anticipations d'inflation, les estimations en pourcentage des consommateurs ainsi que sur l'inflation. Plusieurs retards ont été considérés (1, 2, 4, 6 et 12 mois). Le nombre de retards (n)

indique que les n valeurs passées de deux séries sont utilisées pour prévoir le présent de l'une d'entre elles. L'objectif est de vérifier si, par exemple, les valeurs passées de l'inflation permettent d'améliorer la prévision des réponses courantes des ménages, au-delà de l'information déduite de leurs réponses passées. Les résultats des tests de causalité sont résumés dans les tableaux 2 et 3 ci-dessous.

Tableau 2 :

**Conclusions des tests de causalité – Perceptions d'inflation**

(questions 5 et 51)

RETARDS (N)	1	2	4	6	12
<b>VARIATIONS MENSUELLES DU SOLDE D'OPINION</b>					
IPCN	Pas de causalité	→ Solde	→ Solde	→ Solde	Double causalité
<b>VARIATIONS ANNUELLES DU SOLDE D'OPINION</b>					
IPCN	Pas de causalité	→ Solde	→ Solde	→ Solde	→ Solde
<b>PERCEPTIONS QUANTITATIVES (ESTIMATIONS EN POURCENTAGE)</b>					
IPCN	→ Solde	→ Solde	→ Solde	→ Solde	→ Inflation

Sources : STATEC, calculs BCL

Tableau 3 :

**Conclusions des tests de causalité – Anticipations d'inflation**

(questions 6 et 61)

RETARDS (N)	1	2	4	6	12
<b>VARIATIONS MENSUELLES DU SOLDE D'OPINION</b>					
IPCN	Pas de causalité	Pas de causalité	Pas de causalité	Pas de causalité	Pas de causalité
<b>VARIATIONS ANNUELLES DU SOLDE D'OPINION</b>					
IPCN	→ Inflation	Pas de causalité	Pas de causalité	Pas de causalité	Pas de causalité
<b>ANTICIPATIONS QUANTITATIVES (ESTIMATIONS EN POURCENTAGE)</b>					
IPCN	→ Solde	→ Solde	→ Solde	→ Solde	→ Solde

Sources : STATEC, calculs BCL

La lecture de ces tableaux est la suivante.

Les résultats des tests de causalité peuvent conduire aux quatre conclusions suivantes.

Premièrement, les évolutions passées de l'inflation *causent* les révisions (mensuelles ou annuelles) des perceptions/anticipations (qualitatives ou quantitatives) des agents. Dans ce cas, le symbole « → Solde » est utilisé pour indiquer que les valeurs passées de l'inflation peuvent expliquer les réponses courantes des consommateurs. Deuxièmement, le symbole « → Inflation » indique au contraire que ce sont les réponses passées des agents qui causent l'inflation. Troisièmement, « Pas de causalité » signifie que les réponses passées des consommateurs ne causent pas l'inflation, et vice versa. Quatrièmement, « Double causalité » indique une double causalité au sens de Granger ce qui signifie dans le cas présent que les tests concluent que les réponses passées des réponses des consommateurs causent les évolutions courantes de l'inflation ; et, en même temps, que les variations passées des prix mesurées par l'IPCN causent les réponses de ces mêmes consommateurs. Un tel résultat signifierait qu'il ne serait pas possible d'utiliser le passé de l'une des variables pour prévoir le présent de l'autre.



Les principaux faits saillants qui émergent des tableaux sont les suivants.

Le tableau 2 indique que, (i) lorsque les tests de causalité sont effectués avec 2, 4 et 6 retards, les évolutions passées de l'inflation causent les révisions – annuelles et mensuelles – du solde relatif aux perceptions des agents quant à l'évolution passée des prix ainsi que les perceptions quantitatives de ces mêmes agents. (ii) Les résultats sont plus hétérogènes lorsque 12 retards sont introduits. (iii) Le tableau 3 indique que les anticipations quantitatives des consommateurs portant sur les évolutions des prix au cours des douze prochains mois sont clairement causées par les valeurs passées de l'inflation. Autrement dit, les agents intègrent clairement les informations issues de l'inflation passée mesurée avec l'IPCN pour quantifier les variations des prix au cours des 12 prochains mois. (iv) Dans deux cas distincts, l'inflation apparaît causée par les réponses passées des consommateurs : les estimations quantitatives portant sur l'évolution de l'inflation au cours des 12 derniers mois (12 retards) ainsi que les révisions annuelles des anticipations qualitatives des consommateurs retardées d'une période (1 seul retard) permettraient en théorie d'expliquer les évolutions de l'inflation.

## 6. REMARQUES ADDITIONNELLES ET MISES EN PERSPECTIVES PAR RAPPORT À LA ZONE EURO ET SES PRINCIPAUX PAYS MEMBRES

Les résultats présentés dans cet encadré font écho aux travaux de la Commission européenne et la Banque centrale européenne à partir de données couvrant l'ensemble des pays de la zone euro et de l'Union européenne<sup>45</sup>. Pour la zone euro, ces deux institutions observent une corrélation maximale de l'ordre de 0,7 entre l'inflation observée (mesurée par l'indice des prix à la consommation harmonisé, IPCH) et les perceptions quantitatives des consommateurs retardées de trois mois ; et, une corrélation maximale de l'ordre de 0,8 entre l'inflation observée et les anticipations quantitatives des consommateurs retardées d'un mois. Dans le cas du Luxembourg, nos calculs indiquent que les corrélations entre d'une part les variations annuelles de l'IPCH et, d'autre part, les perceptions et anticipations quantitatives des consommateurs atteignent leur maximum (environ 0,6) lorsque ces deux dernières sont décalées de trois mois. Les résultats en termes de corrélation ne varient pas de manière significative suivant que l'on considère l'IPCH ou l'IPCN<sup>46</sup>.

Par ailleurs, les deux institutions estiment que sur la période allant de janvier 2004 à juillet 2015, les valeurs moyennes des perceptions et anticipations d'inflation par les consommateurs de la zone euro ont été de respectivement 9,8 % et 6,3 % tandis que l'inflation moyenne observée était de 1,8 % sur la même période. Les estimations et anticipations des consommateurs du Luxembourg apparaissent moins biaisées que pour la zone euro puisque leurs moyennes étaient respectivement de 7,2 % et 4,7 % contre une inflation s'établissant en moyenne à 2,1 % pour l'IPCN et à 2,5 % pour l'IPCH. Les estimations et anticipations des consommateurs du Luxembourg apparaissent aussi en moyenne moins biaisées que celles des consommateurs allemands, belges et français<sup>47</sup>.

Enfin, il est intéressant de souligner qu'en moyenne, le taux de réponse des consommateurs du Luxembourg aux questions quantitatives est de l'ordre de 90 %<sup>48</sup> et apparaît plus élevé que la moyenne européenne<sup>49</sup>. Cette dernière, inférieure à 80 %, est notamment plombé par le « faible » taux de réponse des consommateurs français et portugais (de l'ordre de 45 % pour ces deux pays) et, dans une moindre mesure belges et italiens (environ 60 % pour ces deux derniers pays). En Allemagne, le taux de réponse est de l'ordre de 86 %.

45 European Commission, Discussion Paper No.38, "EU Consumers' Quantitative Inflation Perceptions and Expectations: An Evaluation", Novembre 2016.

46 L'IPCN mesure les prix des dépenses de consommation des ménages résidents sur le territoire luxembourgeois. L'IPCH se distingue de l'IPCN par le seul fait qu'il possède une pondération différente et que, outre les dépenses de consommation des ménages résidents, il tient également compte des dépenses effectuées par les ménages non-résidents sur le territoire national. Il s'ensuit que certaines positions, comme par exemple les produits pétroliers ou les produits de tabac (produits pour lesquels les dépenses des frontaliers et des touristes sont importantes sur le territoire luxembourgeois), ont une pondération moins élevée dans l'IPCN que dans l'IPCH.

47 Ces résultats sont néanmoins à considérer avec la plus grande précaution dans la mesure où il n'est nullement indiqué si les réponses individuelles des consommateurs ont fait l'objet d'un quelconque traitement avant leur agrégation (comme l'élimination systématique des réponses aberrantes ou la surpondération de certaines réponses individuelles par exemple).

48 Il s'agit du taux moyen de réponse aux questions 51 et 61 des individus ayant répondu aux questions précédentes 5 et 6 que les prix avaient/allaient varier/er.

49 Voir BCE, Occasional Paper No.186, "EU consumers' quantitative inflation perceptions and expectations: an evaluation", avril 2017 ; et European Commission, Discussion Paper No.38, "EU Consumers' Quantitative Inflation Perceptions and Expectations: An Evaluation", Novembre 2016.