



# Les cafés de la statistique

"La statistique éclaire-t-elle les questions de société ?"

Soirée du 5 avril 2011

## La consommation

### *Synthèse des débats* <sup>[\*]</sup>

*Élément important du bien-être et des conditions de vie de la population, la consommation est aussi un révélateur de l'évolution de la société. La structure du budget des ménages est en effet étroitement liée au niveau de développement du pays. Qu'en est-il de ce point de vue en France, après plus d'un demi-siècle de transformations majeures de la société française ? Les schémas explicatifs traditionnels de la consommation sont-ils toujours pertinents, ou faut-il recourir de plus en plus à d'autres types d'analyse ? Comment la France se distingue-t-elle des autres pays européens ? Et connaît-on bien les consommations de nouveaux produits ou de nouveaux services ?*

#### **Invité :**

**Jérôme Accardo,**

ancien chef de la division Conditions de vie des ménages de l'Insee

#### **Exposé introductif**

L'intervenant précise qu'il est statisticien et que par conséquent il centrera son propos sur les statistiques de consommation. Moins familier de la sociologie de la consommation, qu'il abordera néanmoins, il renvoie les personnes qui voudraient approfondir cet aspect des choses aux travaux de Nicolas Herpin<sup>1</sup>.

---

<sup>[\*]</sup> Pour l'exposé liminaire, le présent texte est reformulé à partir des notes du secrétariat suivant le plan de l'orateur. En revanche, le contenu des échanges est structuré en quelques thèmes, sans suivre l'ordre chronologique. Par ailleurs, on a choisi de ne pas attribuer nominativement les propos échangés. Ceux-ci ont été reconstitués à partir des notes du secrétariat sans reprendre leur formulation détaillée. Lorsqu'un point est évoqué sous forme d'une question, ce qui vient ensuite ne retrace pas la seule réponse de l'invité, mais l'ensemble des contributions des participants.

<sup>1</sup> Voir son ouvrage « *Sociologie de la consommation* », éditions La Découverte, collection « Repères », 2001. NDR : dans l'analyse de la consommation, les sociologues s'intéressent aux styles de vie des ménages plus qu'au montant de leurs dépenses, à l'usage des biens commercialisés, aux obligations sociales entourant l'acte de consommation, aux aspirations et aux déceptions des consommateurs, etc. Par exemple, une des thèses de l'auteur est que l'ordre social dépend moins de la quantité de produits accessibles que des usages collectifs et des modes de vie auxquels donnent naissance les nouveaux biens et les nouveaux services de la consommation de masse.

La source essentielle de ses propos est l'enquête « Budget de famille »<sup>2</sup>.

Pour simplifier, on peut dire que la consommation, c'est ce qui n'est pas épargné. Pour les lecteurs qui trouveraient cette simplification excessive, un complément approfondit les choses en fin de compte rendu.

La première figure présentée en annexe est particulièrement éclairante sur l'évolution de la consommation en France depuis 1900. Il s'agit de la consommation en volume, c'est-à-dire qu'on raisonne à prix constants. Par ailleurs, l'accroissement du volume résulte à la fois de l'augmentation de la quantité des biens et de l'amélioration de leur qualité. Comme on le voit, la consommation totale a été multipliée par 12 depuis le début du 20<sup>e</sup> siècle. C'est un mouvement ample et qui n'a pas connu d'équivalent auparavant. Il recouvre à la fois une consommation accrue en quantité et qualité et des éléments plus complexes à analyser, notamment les changements dans les structures de la consommation.

Les personnes nées avant 1914 ont eu, jusqu'à la fin de la deuxième guerre mondiale, une expérience de vie marquée par une grande stabilité des modes de consommation ; puis, dans les années 50, l'environnement matériel et les conditions de vie ont beaucoup changé. Avant cette période, par exemple, seule une minorité de la population française disposait d'une voiture. De 1896 à 1939, 75 % du budget ouvrier étaient consacrés à l'alimentation (à domicile) et il en était de même dans le reste de l'Europe développée<sup>3</sup> ; on est passé à 14 % environ aujourd'hui pour l'ensemble de la population. L'explosion de la consommation a des répercussions sur le cadre mental des Français et sur leur perception de l'avenir. Une personne née après 1945 a vécu dans un monde où l'on consommait toujours davantage. On ne sait pas ce qu'il en sera à l'avenir mais on peut au moins se demander jusqu'à quand la croissance de la consommation à un tel rythme peut se poursuivre.

Mais que se passera-t-il dans le détail ? De nouveaux produits viendront-ils relancer la consommation ? La figure 3 de l'annexe montre comment, de 1962 à 2006, le taux d'équipement des ménages a évolué pour certains biens durables : l'augmentation quantitative de la consommation en équipements est générale mais avec des rythmes de diffusions inégaux (ce qui renvoie aux analyses sur les inégalités de consommation). La diffusion du lave-vaisselle est manifestement moins rapide, par exemple, que celle des réfrigérateurs.

Tout cela était-il prévisible sur le long terme ? Pourquoi a-t-on ces formes de courbes pour la diffusion des nouveaux produits ? En réalité, les innovations ont des effets peu prévisibles et il est difficile de projeter à long terme. Il existe des théories sur la consommation, par exemple celles de Daniel Bell, d'une part, de Jonathan Gershuny, d'autre part. Pour le second, dans la lignée de G. Becker, le ménage est considéré comme unité de production domestique ; il va décider par exemple de laver lui-même avec une machine ce qu'il devait confier auparavant à l'extérieur. Pour D. Bell, le devenir de la consommation consiste au contraire à externaliser des services pour avoir davantage

---

<sup>2</sup> 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 dans les comptes de la nation, ainsi que les pondérations de l'indice national des prix à la consommation. L'intérêt essentiel de ces enquêtes est de permettre la comparaison des niveaux de vie et des choix de consommation des différentes catégories de ménages.

L'enquête «Budget de famille 2006» a été réalisée dans la continuité des enquêtes budget menées par l'Insee à un rythme quinquennal depuis 1979. Elle apporte des informations uniques sur la consommation des ménages, plus précisément sur les dépenses et les ressources des ménages résidant en France (métropole et Dom).

<sup>3</sup> Cette part de l'alimentation dans le budget ouvrier avait déjà baissé aux États-Unis avant la seconde guerre mondiale.

de temps libre. Ainsi, le four à micro-ondes n'est pas destiné à faire la cuisine mais simplement à réchauffer des plats préparés ailleurs. Pour la voiture, on aurait pu imaginer que chaque ménage loue des véhicules en fonction de ses besoins au lieu de posséder une voiture – voire deux. Il y a donc bien des modèles de consommation, mais chaque théorie est convaincante pour certains produits, moins pour d'autres ; d'où la difficulté de prévoir. De plus, ces modèles ne sont-ils pas évolutifs ?

Le tableau des coefficients budgétaires par poste de consommation (figure 2 de l'annexe) donne la structure des consommations en 1960, 1975, 1990 et 2007. Un économiste dirait sans doute que les revenus et les prix sont déterminants pour prévoir les évolutions. Mais beaucoup de postes évoluent d'une façon difficile à interpréter dans cette optique : le poids des biens alimentaires consommés à domicile, dont les prix relatifs baissent, diminue de près de moitié en 47 ans ; le textile-habillement décroît fortement aussi ; à l'inverse, le poids des biens et services pour la communication s'accroît beaucoup mais reste d'un ordre de grandeur modeste dans le budget. On a du mal à expliquer les évolutions sous le seul éclairage des prix : ainsi, alors que le poids des boissons alcoolisées dans la consommation diminue en même temps que le prix de ces boissons baisse, les dépenses automobiles pèsent davantage dans le budget alors que leurs prix relatifs baissent. Bien d'autres facteurs explicatifs que les prix seraient donc à prendre en compte.

Le logement est un cas particulier dans l'étude de la consommation. C'est un bien différent des autres car son achat, par lequel l'acquéreur veut créer ou développer son patrimoine, constitue un investissement (ce que les comptables nationaux appellent de la formation brute de capital fixe - FBCF). Si bien que les propriétaires et les locataires ne sont pas dans la même situation : les premiers semblent n'avoir pas de dépense pour se loger, contrairement aux seconds. En réalité la dépense des premiers a été faite antérieurement, mais la comparaison instantanée veut qu'on prenne en compte le fait que, locataire ou propriétaire, on est logé. Du même coup, les comparaisons dans l'espace et dans le temps imposent un redressement, qui consiste à imputer un loyer fictif aux propriétaires. Le raisonnement est le suivant : si on occupe un logement en qualité de propriétaire, on aurait pu le louer à autrui et louer soi-même ailleurs. On injecte donc dans les dépenses des propriétaires une somme correspondant à ce qu'ils paieraient s'ils devaient louer leur logement, somme qu'on additionne symétriquement à leurs revenus puisqu'ils sont leurs propres bailleurs. Cela corrige la structure de leur consommation apparente et la rend à peu près insensible aux variations du taux de propriétaires dans la population.

Chaque poste de dépense a donc sa propre évolution et c'est ce qui rend complexe l'analyse de l'accroissement d'ensemble de la consommation agrégée. Il est intéressant de situer l'évolution temporelle du poids relatif de certaines consommations en France par rapport au poids des mêmes consommations dans les autres pays européens en 2005, classés selon leur niveau de PIB par habitant. Trois figures de l'annexe (numéros 8, 9 et 10) illustrent ce type d'analyse et sont respectivement consacrées à l'alimentation à domicile, à l'habillement-chaussures et aux dépenses de communication-loisirs-culture. On voit, sur ce dernier exemple (figure 10), qu'en 1960 la part des dépenses de communication-loisirs-culture en France était de 8 % du budget des ménages pour un PIB par habitant de 8 800 euros (euros de 2005). Ce niveau de PIB par habitant est sensiblement celui de la Bulgarie et de la Roumanie en 2005, année au cours de laquelle les ménages roumains ont consacré environ 7 % de leur budget, et les ménages bulgares environ le double, aux dépenses de cette nature.

Si le niveau du PIB par habitant déterminait les structures de consommation, il serait parfaitement justifié de mettre ainsi sur le même plan des « France » du passé et des pays d'Europe actuels se situant au même niveau de développement économique. Et c'est ce qui se passe pour les dépenses alimentaires (figure 8). On peut y voir une illustration de la loi d'Engel<sup>4</sup> : pour ce qui concerne l'alimentation le niveau de revenu est déterminant et cela dans tous les pays. Mais on remarque aussi dans ces trois figures l'inégale dispersion des pays selon le type de dépenses. Pour un niveau donné de PIB par habitant, la part du budget consacrée à l'alimentation à domicile est beaucoup plus homogène que celle consacrée à l'habillement-chaussures ou aux dépenses de communication-loisirs-culture. Pour ces derniers postes de dépenses, d'autres facteurs que les revenus et les prix interviennent manifestement.

Même si la part de l'alimentation diminue dans les budgets, les volumes consommés augmentent. Comme il y a des limites physiologiques à l'absorption d'aliments et qu'on accède vite à la saturation des besoins alimentaires, l'augmentation des volumes est avant tout liée au fait qu'on mange davantage de produits de qualité. Si les Français déplaçaient massivement leur alimentation vers le caviar et le bœuf de Köbe, la part de l'alimentation dans leur budget augmenterait.

Il est donc instructif d'examiner comment a évolué, de 1960 à 2005, la structure en valeur des dépenses d'alimentation à domicile des ménages français (cf. figure 4 en annexe). La part des huiles et graisses dans les dépenses diminue, celle des fruits et légumes reste stable, tandis que le poids des dépenses en sucreries progresse. Des facteurs d'ordre psychologique et sociologique sont vraisemblablement à l'œuvre derrière ces évolutions. Par ailleurs, certaines fluctuations peuvent être dues à des chocs exogènes, tel celui de la crise de la vache folle en 1990, qui a contribué à faire baisser la consommation de viande, ou à la déplacer vers d'autres types de viande moins onéreux, et donc à faire diminuer sa part dans les dépenses.

En fait, on n'a pas d'explication générale de ces déformations de structure : les différents postes de dépenses suivent des logiques différentes et on ne sait pas prévoir leur évolution. Peut-on encore penser, par exemple, que dans un pays comme la France – où l'offre de biens alimentaires est abondante et où on mange à sa faim – le comportement le plus répandu consiste à payer le moins possible pour acquérir la quantité de nourriture nécessaire à la satisfaction des besoins caloriques ? Dans la pratique, quand on veut faire des prévisions de consommation alimentaire, on se contente en général de prolonger la tendance...

Mais les prévisions sont difficiles dans tous les secteurs de la consommation. Dans son ouvrage « *Le consommateur entrepreneur* » publié en 1997, Robert Rochefort prévoyait pour 2010 une part de la consommation touristique au niveau de 10 à 12 % alors qu'on avoisinait 7 % à l'époque ; en 2010 on se retrouve en fait à 8 % environ en raison de la baisse des prix.

Par ailleurs, l'analyse de la consommation est saturée de discours venus du marketing : on ne cesse de percevoir des changements, de célébrer l'apparition d'un nouveau consommateur, plus actif, plus exigeant sur les prix et la qualité, hédoniste, responsable, ayant davantage de discernement, etc. On

---

<sup>4</sup> Loi empirique avancée en 1857 par le statisticien allemand Ernst Engel. D'après cette loi, la part du revenu allouée aux dépenses alimentaires est d'autant plus faible que le revenu est élevé (ce qui n'empêche pas le montant des dépenses alimentaires d'augmenter si le revenu s'accroît).

Engel a déterminé cette loi à partir de l'observation du budget de 153 familles belges ; son observation a été confirmée par de nombreuses études et la relation empirique qu'il a mise à jour apparaît bien établie.

supputer ses attentes, on les fait évoluer sans raison convaincante, au rythme d'une rhétorique constante assortie d'une périodisation du discours : ainsi, le consommateur aurait été individualiste jusqu'aux années 90, hédoniste des années 90 à 2000, puis serait devenu créateur de sa propre consommation... Dans l'ouvrage de Robert Rochefort déjà cité, on trouve la prédiction d'un consommateur actif qui veut être reconnu comme une personne. L'auteur cite l'exemple de chaussures parfaitement adaptées à la forme unique des pieds d'un acheteur parce que fabriquées sur mesure grâce à une empreinte électronique prise au moment de la commande. Cinq magasins « Customer foot » conçus selon ce concept auraient ainsi été ouverts avec succès dans le Connecticut. Robert Rochefort voyait de la même manière « Levi's » évoluer vers le sur-mesure. La règle, prévoyait-il, serait que chacun pourrait dicter sa production vestimentaire. En fait, quinze ans plus tard, rien de semblable ne s'est encore produit.

Il faut se méfier de ces explications intuitives très présentes dans les médias. Par exemple, on peut retrouver des analyses de 2000, expliquant que le bond des achats informatiques grand public de 12,5 % de 1998 à 1999 était la preuve que les consommateurs étaient hédonistes et voulaient se faire plaisir avec cette nouveauté. Pourtant on observe le même taux de croissance de ce poste de 2008 à 2009, et cette fois personne ne parle plus de consommateurs hédonistes.

En définitive, on a peu d'éléments d'analyse des mécanismes à l'oeuvre.

Le logement, dont la part dans le budget des ménages est importante (voir en annexe, figure 2, le tableau des coefficients budgétaires), mérite quelques commentaires spécifiques. Un propriétaire et un locataire ayant des revenus égaux (hors loyers fictifs) n'auront pas la même structure de consommation. On notera, au passage, que celle-ci sera mieux prévisible si on connaît le statut - propriétaire ou locataire - de l'occupant du logement. On a vu plus haut que, pour comparer ce qui est comparable, on impute un loyer fictif aux propriétaires. C'est une construction théorique, utile, mais dissociée de la perception ordinaire : imaginons en effet une société avec très peu de locataires, juste ce qu'il faut pour devoir déterminer et imputer un loyer fictif. Imaginons qu'il y ait un loyer normal pour les locataires et un loyer fictif de 1 million d'euros supporté par chaque propriétaire. Alors la part du poste logement deviendrait écrasante. Imaginons enfin qu'on ramène ce loyer fictif à un euro : la structure de consommation serait bouleversée, et pourtant aucun locataire ou propriétaire n'aurait rien constaté concrètement !

Parce que cette approche économique est très éloignée de la perception des consommateurs (le locataire qui décide d'acheter veut, précisément, ne plus avoir à payer de loyer), on peut aussi raisonner sans loyer fictif mais en tenant compte de la charge de remboursement des emprunts<sup>5</sup>. Le logement est ici considéré comme une consommation ordinaire et non plus comme de la formation brute de capital fixe. Tous statuts confondus, le poids du logement ainsi défini dans le budget des ménages a oscillé entre 17 et 19 % entre 1984 et 2005 (voir en annexe les deux tableaux de la figure 11). Mais les évolutions sont plus contrastées selon les différents statuts d'occupation du logement : pour les propriétaires libérés de leur endettement immobilier, ce poids a tendance à décliner (10 % en 2005) ; pour les propriétaires accédants (i.e. en cours de remboursement de leurs dettes immobilières), il est resté stable de 1984 à 2005 (environ 22 %) <sup>6</sup> ; pour les locataires, il augmente

---

<sup>5</sup> Ordinairement, en comptabilité nationale, cette dépense n'est pas considérée comme une dépense de consommation

<sup>6</sup> Ce résultat peut surprendre, mais beaucoup de facteurs ont joué dans ce sens entre 1984 et 2005 : les accédants sont plutôt plus riches en 2004, tous ne sont pas primo-accédants, les taux d'intérêt des crédits immobiliers ont baissé, les durées des crédits ont augmenté, etc.

sensiblement (19 % en 1984, 25 % en 2005) ; mais attention ! le locataire de 2005 n'est pas celui de 1984 : il est plutôt plus pauvre, relativement parlant, en termes de revenus et dépenses.

Ces analyses sont enrichies par la connaissance qu'on a de l'opinion des consommateurs sur leur logement grâce à l'enquête Logement et l'enquête Budget de famille. On constate que de 1996 à 2006 les logements sont plus grands, plus spacieux, mieux chauffés, mieux insonorisés, que chaque personne dispose de davantage de mètres carrés mais que, pourtant, les jugements sur ces logements restent à peu près les mêmes. Ainsi, bien qu'on soit passé de 39 m<sup>2</sup> à 44 m<sup>2</sup> par personne en habitat individuel et de 30 à 33 m<sup>2</sup> en habitat collectif (cf. figure 12), la perception des gens n'a pas évolué : ils s'estiment toujours trop petitement logés (cf. figure 13).

Une autre approche intéressante est celle du « poids net du mètre carré par personne », c'est-à-dire du total des dépenses de logement rapporté au nombre de mètres carrés occupés. On a mesuré son évolution de 1985 à 2005 selon différents critères (voir annexe, figures 15, 16 et 17). La situation s'est dégradée pour les ménages dont la personne de référence est ouvrier ou employé ; elle s'est améliorée pour les professions intermédiaires et les catégories supérieures. Selon l'âge de la personne de référence et le statut d'occupation du logement, ce même indicateur signale deux phénomènes marquants : d'une part, une opposition générationnelle (la situation des plus jeunes - moins de 25 ans - est moins favorable que celle des personnes les plus âgées) et, d'autre part, quel que soit leur âge, la situation se dégrade pour les locataires. On peut ajouter que, parmi les accédants, ce sont plutôt les plus âgés qui voient le poids net du mètre carré par personne augmenter de 1985 à 2005.

Toutes les études conduisent à la conclusion qu'il y a de sensibles inégalités de consommation et que la réduction attendue de ces inégalités n'a pas été aussi marquée que la croissance du niveau moyen pouvait le laisser anticiper. La consommation reste un acte social et symbolique. On peut mesurer (voir figure 18) des écarts importants dans l'équipement des ménages des cadres supérieurs ou des professions libérales et ceux des ouvriers pour la plupart des biens (automobile, télévision, appareils électroniques, etc.). Les écarts des taux de possession de ces biens se résorbent dans la durée mais à des rythmes inégaux ; le rythme est plus lent, par exemple, pour le lave-vaisselle. Il est clair aussi que les effets de l'usage de certains biens (notamment le téléphone mobile) seront plus sensibles sur les budgets les plus modestes.

Il convient enfin de conserver de la distance face aux discours convenus sur la consommation. En 2004, pour ne citer que cet exemple, le quotidien *Le Parisien* faisait parler une dame de 45 à 50 ans, propriétaire d'un magasin de lingerie dans le 16<sup>e</sup> arrondissement de Paris et dont le mari était cadre supérieur. Cette personne disposait donc, à première vue, de revenus confortables. A lire ses déclarations, elle faisait une partie de ses courses au « maxi discount », y achetait beaucoup de choses, y compris du vin et des pizzas, et affirmait que son mari ne voyait pas la différence avec le reste de ses achats. On reste sceptique car il existe bel et bien un public type de ces magasins et il est difficile de prétendre que la qualité des pizzas ou du vin y est équivalente à celle des produits vendus dans les magasins classiques. Les enquêtes Budget de famille 2001 et 2006 ont montré (voir annexe, figure 19) que la hiérarchie des lieux d'achat en fonction du niveau de revenu est bien respectée. Il faut faire attention à ce qu'écrivent les journaux !

## Débat

### 1 – *Quelques précisions sur les résultats présentés en annexe*

Un participant demande une précision sur les coefficients budgétaires : au bas du tableau de présentation des coefficients de 1960 à 2007 (figure 2), le poids des services hors loyers dans la consommation des ménages croît continûment (passant de 24,7 % à 31,7 %), alors que celui des biens manufacturés se situe sur une pente descendante ; or, quand on examine les graphiques d'évolution des coefficients budgétaires par poste de dépense de 1960 à 2005 (figure 7), on voit que la courbe d'évolution du poids des services hors loyers descend jusque vers 1985 et tend à remonter ensuite, tandis que celle du poids des biens manufacturés est nettement orientée à la hausse. L'explication est que sur les graphiques on a retracé l'évolution du poids des différentes catégories de dépenses estimées en volume, c'est-à-dire à prix constants (en l'occurrence, les prix de 1980). On perçoit ainsi l'effet de l'évolution des prix : l'élévation des prix de certains biens peut avoir pour conséquence d'augmenter la dépense nominale qui leur est consacrée, sans pour autant que le volume de consommation de ces biens soit modifié. Dans les faits, les prix pratiqués et les quantités consommées se modifient, avec des relations de causalité plus ou moins étroites. C'est aussi l'occasion de préciser que l'évolution des prix des services est plus difficile à mesurer que celle des prix des biens matériels ; les prix des services ont probablement tendance à être surestimés.

Dans la structure en valeur des dépenses des ménages en produits alimentaires (hors boissons et autoconsommation) qui apparaît figure 4, on est frappé par la baisse spectaculaire du poids des huiles et graisses de 1960 à 2005 (on passe de 7,6 % à 2,7 %). Mais il faut être conscient que, simultanément, la part des plats préparés dans l'alimentation des ménages a beaucoup augmenté et que ces plats sont nombreux à incorporer pas mal de matières grasses.

En relation avec les questions alimentaires, et plus précisément à propos de la prévalence de l'obésité selon la catégorie socioprofessionnelle plusieurs participants s'étonnent que cette prévalence ait brusquement augmenté en 1992 (cf. figure 23). En réalité, le graphique en cause ne compte que trois points : 1981, 1992 et 2003, correspondant à autant d'enquêtes décennales sur la santé. C'est une illustration de la difficulté à représenter graphiquement une série d'observations peu nombreuses et fortement espacées dans le temps.

Le graphique de la figure 18 faisant apparaître, pour quelques biens d'équipement des ménages, l'évolution, au cours de la période 1950-2005, des taux d'équipement des cadres supérieurs ou professions libérales et des ouvriers pour ces biens appelle quelques explications. L'indicateur qu'il retrace est calculé de la façon suivante : pour un bien donné, par exemple l'automobile, on mesure le taux d'équipement (mesuré de 0 à 100 %) de chacune des deux catégories de ménages considérées ; on calcule la différence entre ces deux taux et on la divise par leur moyenne (voir France - Portrait social, Insee, 2007, p. 109). Si, au début des années 1950, 72 % des ménages de cadres supérieurs ou professions libérales possédaient une voiture et 8 % seulement des ménages ouvriers<sup>7</sup>, l'écart des taux d'équipement était de 64 points de pourcentage (72 moins 8) et la moyenne des deux taux de 40 % ; l'indicateur était donc de 1,6 (64 divisé par 40). On voit que cet indicateur peut osciller entre zéro si les deux taux d'équipement sont égaux et 2 (ou -2, selon le sens de la comparaison) si le taux est de 100 % dans une catégorie et nul dans l'autre. Sur le graphique en

---

<sup>7</sup> NDR : les pourcentages sont inventés et servent uniquement à la démonstration.

cause, le passage de l'indicateur sous la valeur zéro depuis 1970 pour la télévision indique que, depuis cette date, les ménages ouvriers sont un peu plus fréquemment dotés d'un téléviseur que les ménages des cadres supérieurs ou professions libérales.

## **2 – De quelques grands postes de la consommation**

### ***Parlons chiffons !***

La baisse de la part de l'habillement dans les dépenses des ménages intrigue un participant qui constate que des magasins de vêtements ouvrent sans cesse, sans parler de l'envahissement des marchés ambulants par des étals de vêtements. La baisse des prix serait-elle si importante que les volumes d'achats s'envoleraient tout en permettant à ce poste de dépense de régresser ? Les Français renouvellent-ils plus souvent leur garde-robe ? Et puis, que deviennent tous ces habits qu'on ne porte plus et qui pourtant sont encore mettables ? Faudrait-il, pour y voir clair, faire des calculs en considérant qu'on achète une certaine quantité d'heures d'utilisation effective du vêtement qu'on acquiert ? Il est incontestable que le prix de l'habillement a beaucoup baissé ces dernières décennies et que les habitudes ont changé. Le recyclage des vêtements d'occasion existe sous plusieurs formes : don à des associations caritatives, passage par les magasins de troc ou revente (voir par exemple le circuit des « T-shirts » et leur rachat au Nigéria). L'intervenant renvoie sur ces questions aux travaux de Nicolas Herpin et Daniel Verger sur la consommation<sup>8</sup>.

### ***Boire et manger***

Le graphique présenté en annexe (figure 6) sur les dépenses en boissons alcoolisées selon le niveau de vie des ménages suscite de nombreux commentaires. Issu des données de l'enquête Budget de famille de 2006, il est particulièrement intéressant parce que, pour la première fois, l'effet-prix a pu être isolé<sup>9</sup>, ce qui a permis de cerner les quantités de produits achetés. Précisons que ces quantités n'incluent pas les consommations d'alcool dans les cafés et restaurants, incluses dans les dépenses de restauration à l'extérieur du domicile, et que la dépense des Français en boissons alcoolisées n'a cessé de perdre du poids dans leurs dépenses totales, passant de 4 à 1,6 % entre 1960 et 2007 (cf. figure 2, tableau des coefficients budgétaires).

Dans les résultats de l'enquête, les 20 % de ménages ayant les revenus les plus hauts (supérieurs au quatrième quintile<sup>10</sup>) dépensaient quelque 50 % de plus que la moyenne de la population en boissons alcoolisées. Ce qui était inattendu, c'est que les quantités achetées étant seules en cause. Il est clair que les goûts changent, sans qu'on sache trop pourquoi ; par exemple, les dernières décennies ont été marquées par la disparition du vin de table. Par ailleurs, estime un participant, il

---

<sup>8</sup> Consommation et modes de vie en France Une approche économique et sociologique sur un demi-siècle. Nicolas HERPIN, Daniel VERGER. La Découverte, collection "Repères", 2008.

Dans cet ouvrage, les rapports entre consommation et modes de vie sont étudiés dans la durée, car les changements, considérables à long terme, sont de faible ampleur dans le court terme. Évolutions lentes ou bouleversements ne se produisent pas aux mêmes périodes selon qu'on examine l'alimentation, l'habillement, le logement, les transports, les loisirs ou la santé. Les grandes innovations – l'automobile ou l'Internet - ne font apparaître leurs effets bénéfiques ou pervers qu'avec lenteur.

<sup>9</sup> En clair, on a tenu compte des différences des prix moyens des produits achetés par les différentes catégories de consommateurs afin d'éliminer l'argument selon lequel les ménages ayant les revenus les plus élevés dépenseraient plus que la moyenne des ménages en boissons alcoolisées parce qu'ils achèteraient des boissons plus coûteuses.

<sup>10</sup> L'ensemble des ménages, classés par revenu croissant, est scindé en cinq groupes d'effectif égal. Les quintiles (ou déciles pour dix groupes, centiles pour cent groupes, etc.) sont les quatre valeurs du revenu qui assurent cette partition en cinq groupes d'égal effectif de ménages.



existe depuis le 19<sup>e</sup> siècle une lecture sociale de l'alcoolisme, qui est traditionnellement attribué aux classes populaires ; or, l'alcoolisme mondain (y compris féminin), est bien réel, quoique moins visible que l'alcoolisme populaire des bistrots d'autrefois.

En réponse à diverses questions, l'intervenant précise que :

- les enquêtes Budget de famille procèdent par dépouillement des carnets de dépense tenus pendant quinze jours par les ménages de l'échantillon ; les consommations prises à l'extérieur n'y sont pas détaillées, mais l'INRA<sup>11</sup> fait des investigations sur le sujet ;
- les repas pris dans les Restaurants du coeur sont des consommations gratuites ;
- la consommation collaborative<sup>12</sup>, pratiquée par exemple sous la forme de plats préparés pour autrui, est selon les cas une consommation gratuite ou une consommation de service ;
- la désynchronisation alimentaire se fait moins vite en France qu'ailleurs : les heures des repas y restent relativement fixes et les repas rythment toujours la vie sociale ;
- on connaît mal la consommation de plats préparés, qui concerne un nombre trop faible d'enquêtés pour ce niveau fin des nomenclatures.

### *Reparlons logement*

Quelques échanges sur les dépenses de logement, faisant écho à l'exposé de l'intervenant, ont permis de préciser plusieurs points :

- les propriétaires de leur logement qui continuent à rembourser leurs emprunts immobiliers sont catalogués comme « accédants » dans les tableaux présentés en annexe ; ils sont soigneusement distingués des propriétaires ayant fini de rembourser et qualifiés de « propriétaires DCA » (dégagés des crédits d'achat) et naturellement des locataires ; le poids des dépenses de logement de ces trois catégories n'est pas le même, mais les accédants et les locataires sont, de ce point de vue, dans des situations comparables ;
- pour les sous-locataires, ce poids semble avoir énormément augmenté de 2000 à 2005 (cf. tableau de la figure 11), passant 15 % à 31 % de leurs dépenses globales ! Mais cette catégorie d'occupants est trop peu représentée dans les enquêtes Budget de famille pour permettre des commentaires assurés ;
- dans ces mêmes enquêtes, les colocataires ne sont pas isolés ;
- le constat d'une opinion en retrait sur la qualité du logement alors que celle-ci s'accroît indiscutablement doit inciter à la prudence sur l'usage des indicateurs subjectifs ;
- l'équipement des logements en téléviseurs, réfrigérateurs et lave-linge semble stagner, voire très légèrement régresser au début des années 2000 (cf. figure 3) mais il faut être prudent dans l'interprétation : les enquêtes sur les conditions de vie des ménages concernent

---

<sup>11</sup> INRA : Institut national de la recherche agronomique. Il mène des recherches sur l'alimentation, l'agriculture et l'environnement. Parmi ses 14 départements scientifiques, on trouve un département « Alimentation humaine » et un département « Sciences sociales, agriculture et alimentation, espace et environnement ».

<sup>12</sup> NDR : La consommation collaborative répond à deux principes :

- l'usage prévaut sur la possession ; les ressources sont donc partagées pour optimiser l'utilisation ;

- les échanges directs entre particuliers (peer-to-peer), tels un réseau neuronal, prévalent sur l'économie centralisée.

Ce concept a été théorisé par Rachel Botsman et Roo Rogers, les auteurs de [What's mine is yours, The rise of Collaborative Consumption](#) (Ce qui est à moi est à toi, la montée de la consommation collaborative).

seulement 5 000 ménages et, s'agissant de biens qui sont proches de la saturation en matière d'équipement des ménages, de légères fluctuations sont possibles, qui ne marqueraient pas une tendance de fond. Cela dit, s'agissant des téléviseurs, le recours plus fréquent aux ordinateurs pour visionner les émissions vidéo s'accompagne peut-être du non renouvellement des appareils devenus hors d'usage ;

- aux prix de 1980, la part de l'énergie dans les dépenses des ménages a tangencé 10 % de 1970 à 1985, puis tend à décliner depuis lors ; cela semble dû aux progrès importants qui ont été réalisés en matière d'économies d'énergie.

### ***3 – La consommation d'un point de vue économique***

Globalement, s'étonne un participant, on assiste depuis 1945 à une augmentation continue de la consommation ; or, depuis 1975, et plus encore depuis 2008, c'est la crise ! Où apparaît-elle ?

En effet, on n'en voit pas de conséquences sur les dépenses de consommation. Les indicateurs macro-économiques de consommation ne détectent rien de semblable pour le moment.

La montée continue de la courbe des dépenses traduirait-elle simplement l'accroissement de la population française ? Non, car le rythme de cet accroissement est trop faible pour expliquer celui des dépenses.

Quelqu'un suggère une corrélation entre la croissance de la consommation et le taux d'activité rémunérée des femmes. Assurément, il y a une relation entre le niveau de la consommation et le développement de l'activité salariée mais cette considération laisse entière la question de l'invisibilité de la crise.

Alors, puisque la consommation, c'est ce qui n'est pas épargné, y aurait-il prélèvement des Français sur leur épargne ? Là ne semble pas non plus résider l'explication : certes, le taux d'épargne a fléchi à la charnière des années 70 et 80, passant de 20 % à 15 %, mais il est resté stable dans un passé récent.

Un autre participant défend l'idée que l'accroissement du volume de la consommation recouvre dans bien des cas un accroissement de qualité souvent imposé au consommateur. Incontestablement, cet effet-qualité existe : par exemple, il est aujourd'hui impossible de se doter d'un téléphone mobile de bas de gamme, tout simplement parce qu'on n'en fabrique plus, et cela est vrai pour de nombreux produits.

Les modes de vie interviennent aussi pour contraindre le consommateur à dépenser. L'exemple est bien connu du coût du logement en centre ville qui chasse les ménages vers la périphérie et les oblige, là où le réseau des transports en commun ne suffit pas, à posséder et utiliser une voiture, voire deux.

Cet échange conduit à s'interroger sur la pertinence du concept de dépenses contraintes, qui est beaucoup utilisé par les analystes depuis quelques années pour expliquer le sentiment répandu chez les ménages que les marges de liberté dans la gestion de leur budget deviennent de plus en plus étroites.

Ce concept ne convainc pas l'intervenant, qui lui trouve un faible pouvoir explicatif. Il est né d'une idée publicitaire des magasins Leclerc qui ont développé le slogan : votre revenu disponible baisse,

Leclerc baisse les prix. Autant l'idée est astucieuse, autant elle est fragile et dangereuse. Fragile, car il faut définir ce qu'on appelle dépense contrainte: il y a une bonne part d'arbitraire dans la définition du périmètre des dépenses dites contraintes (le loyer, l'abonnement téléphonique ou Internet, les assurances contractées, etc., en font-ils nécessairement partie ?). Dangereuse aussi, parce que cette idée conduit à la mise en accusation de l'indice des prix à la consommation. Or, il s'agit de la meilleure statistique. Et paradoxalement de la moins crue !<sup>13</sup>

En conclusion, il apparaît que l'analyse de la consommation et les prévisions en la matière sont des exercices beaucoup moins simples qu'on ne pouvait l'imaginer. Il n'existe pas de théorie économique de la consommation qui rendrait compte de tous les phénomènes observés depuis plus de soixante ans. Et moins encore de théorie économique de la décroissance, à supposer que la crise actuelle déclenche, nolens volens, un changement de nos habitudes de consommation qui aurait cette conséquence. On peut observer aussi que l'accroissement de la consommation ne s'accompagne pas nécessairement d'une augmentation du bien-être. On consomme plus qu'en 1960 mais est-on plus heureux ?<sup>14</sup> Ce fut l'objet des réflexions de la commission Stiglitz-Sen-Fitoussi mise en place début 2008 par le Président de la République pour la mesure de la performance économique et du progrès social.



---

<sup>13</sup> Dans les enquêtes de conjoncture auprès des ménages, la perception de l'évolution des prix est toujours de six points de pourcentage plus élevée que la mesure qu'en donne l'indice des prix. Voir, à ce sujet, le compte rendu du « Café » du 8 juin 2010 sur « Statistique et sentiment personnel » [sfds.asso.fr/ressource.php?fct=ddoc&i=733](http://sfds.asso.fr/ressource.php?fct=ddoc&i=733)

<sup>14</sup> Voir le compte rendu du « Café » du 17 novembre 2009 sur « Statistique et progrès de la société » [sfds.asso.fr/ressource.php?fct=ddoc&i=586](http://sfds.asso.fr/ressource.php?fct=ddoc&i=586)

## Complément à propos de l'épargne :

« Pour simplifier, on peut dire que la consommation, c'est ce qui n'est pas épargné » (cf. page 2 ci-dessus). C'est en effet une simplification. Littéralement, la consommation est ce qu'on consomme, c'est-à-dire ce qui est détruit ou transformé par l'usage qu'on en fait (manger, se chauffer, etc.). Lorsqu'on achète ce que l'on va consommer à l'aide d'un *revenu* (R), la *valeur* de ce qu'on consomme (C) se retranche du revenu, laissant une *épargne* (E) ; et l'on a l'égalité  $R = C + E$ . Cela soulève toutefois trois problèmes, qui conduisent à introduire des conventions permettant une meilleure comparaison des niveaux de vie :

- on peut consommer des produits qu'on n'a pas achetés. Par exemple, lorsqu'on les a produits soi-même, dans son jardin (ou, pour les agriculteurs, une part prise sur la production de l'exploitation). Pour que l'égalité  $R = C + E$  reste vraie, il faut alors ajouter forfaitairement au revenu la valeur de cette « autofourniture », comme si l'on avait dû l'acheter ;

- la dépense d'achat et l'utilisation, c'est-à-dire la consommation) ne sont pas toujours simultanées, ou du moins peuvent se faire à des dates très distantes : c'est le cas des biens durables (vêtements, équipements du foyer, véhicules, etc.). Par convention, on mesure la « consommation » au moment de l'achat, ce qui fausse un peu la réalité, mais ne nuit pas trop aux comparaisons entre ménages ni à l'appréciation des évolutions. Cependant, comme on le voit dans l'exposé, on complète cette mesure de la valeur des achats par une statistique du taux d'équipement des ménages ;

- l'épargne peut être conservée en liquide, mais aussi *investie* : soit dans des prêts ou achats de valeurs financières, soit dans l'achat d'immeubles. En principe, ces achats sont en dehors de la consommation. Cependant, parmi les immeubles en question peut figurer le logement que son propriétaire habite : il faudrait compter celui-ci non pas comme un investissement, mais comme l'achat puis l'utilisation d'un bien durable. On ne le fait toutefois pas, notamment parce que, même si on peut revendre une voiture ou une machine à laver d'occasion, sa valeur diminue assez nettement en quelques années, tandis que la valeur du logement, malgré des variations en moins ou en plus, demeure appréciable de sorte que le logement est simultanément un placement. Quoi qu'il en soit, dans l'optique d'une comparaison des niveaux de vie, on est parfois conduit à ajouter conventionnellement au revenu *et* à la consommation l'estimation du loyer que le propriétaire encaisserait s'il mettait ce même local en location et qu'il débourserait s'il devait le louer à un bailleur. Cela aussi a été évoqué lors de la soirée.

---

## Annexe : figures 1 à 23

France - Consommation en volume  
Base 100 en 1896

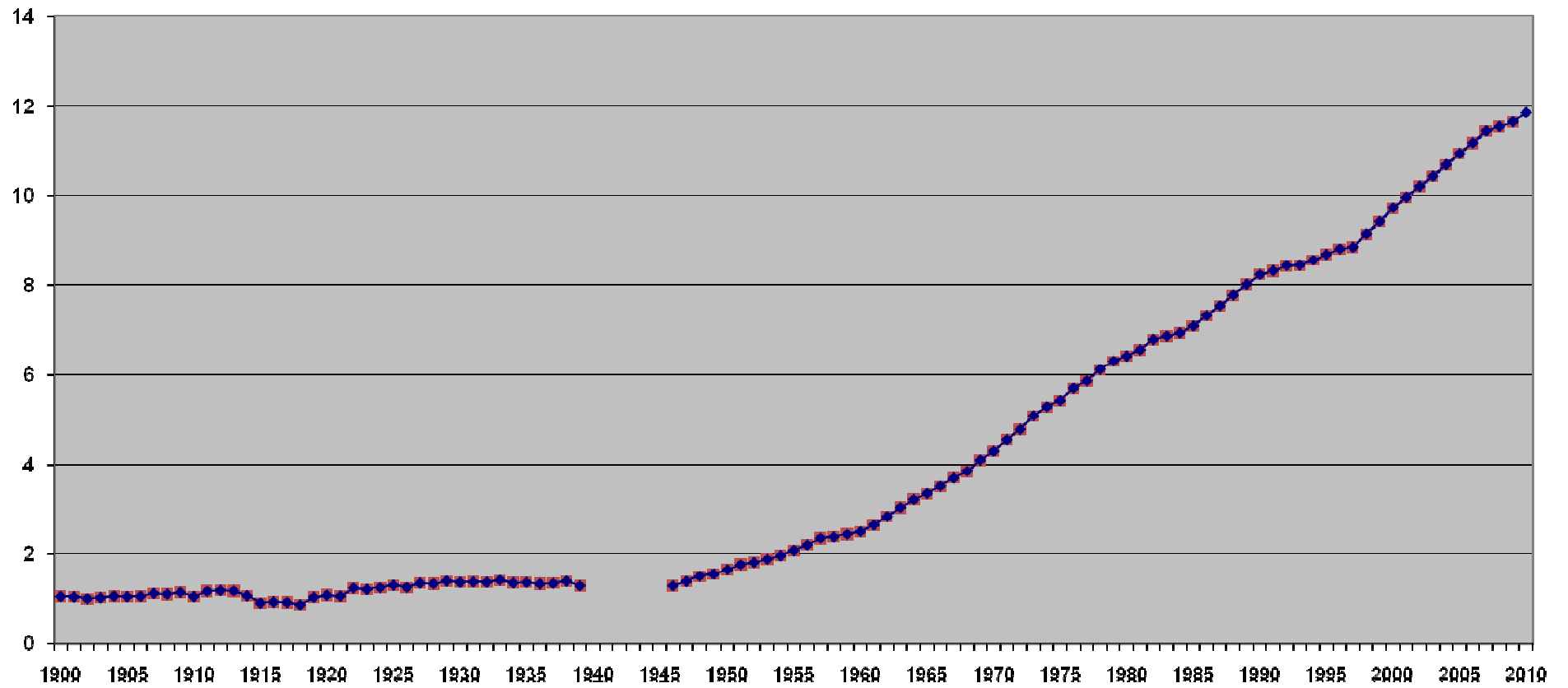


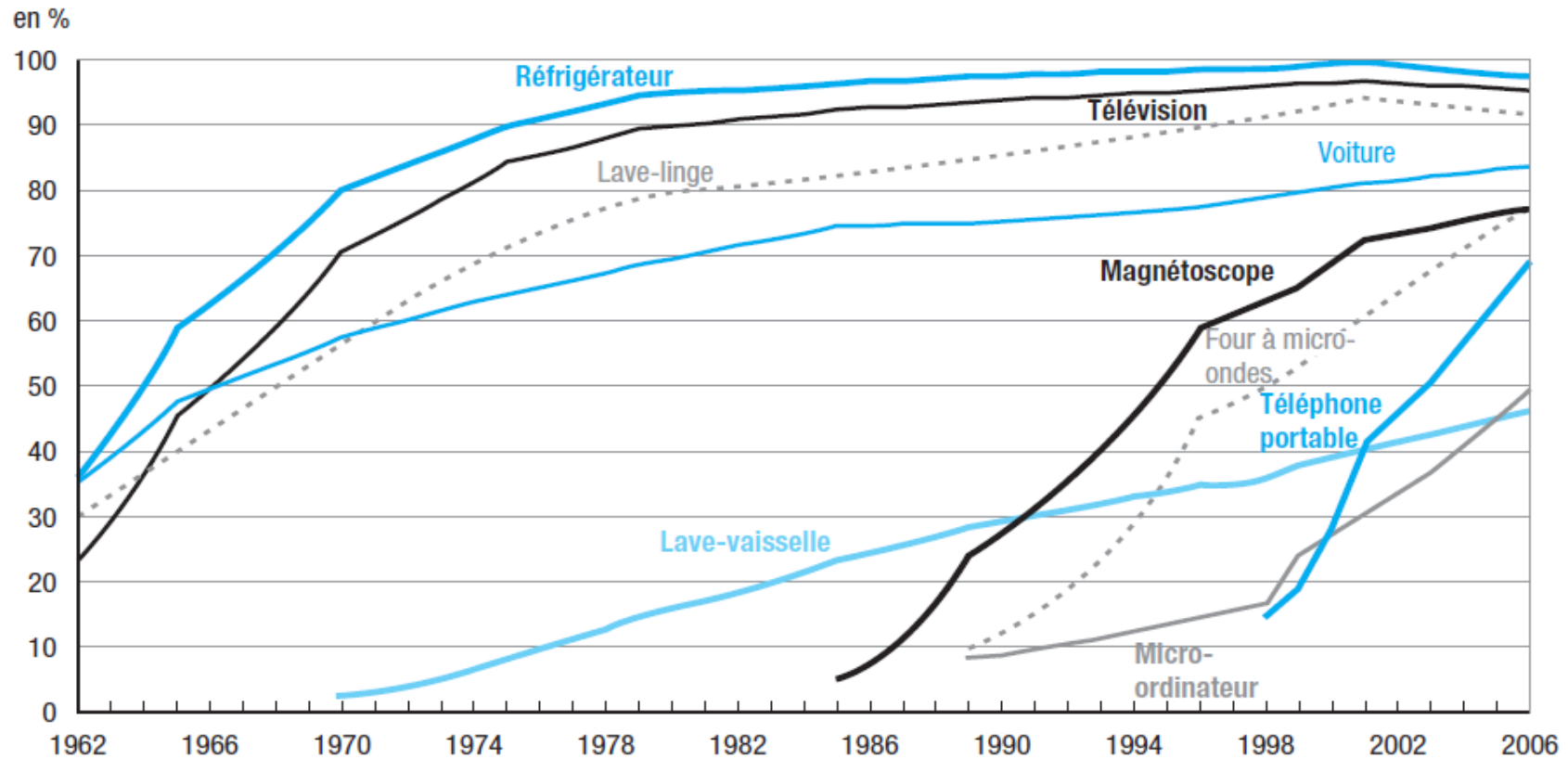
Figure 1 - Source : 1896-1959 P. Villa - Cepii ; 1960-2009 Comptabilité nationale, Insee.

Encadré 4 (suite) Coefficients budgétaires par postes	Coefficients budgétaires (%)				Valeurs (Mds €)	Evolution annuelle 1960-2007 (%)	Prix
	1960	1975	1990	2007			
					2007	Volume/ab.	
<b>Alimentation et tabac</b>	37,6	29,7	27,1	25,0	219,8	1,4	4,8
Alimentation hors boissons	24,7	19,5	17,1	14,4	126,4	1,5	4,4
Boissons non alcoolisées	1,6	1,1	1,1	1,3	11,2	2,9	3,6
Restauration	5,1	4,9	5,6	5,9	51,8	1,1	6,4
Boissons alcoolisées	4,0	2,8	2,0	1,6	14,4	0,7	4,4
Tabac	2,3	1,4	1,4	1,8	15,9	0,4	6,3
<b>Consommation liée au logement</b>	16,4	19,6	18,2	18,8	104,9	2,8	4,8
Loyers nets	2,3	3,8	4,0	5,2	45,3	2,8	6,3
Services liés aux logements	1,2	1,8	2,0	2,7	23,4	2,2	6,7
Chauffage, éclairage, eau	3,9	4,9	4,8	4,7	41,0	2,9	4,6
Grands équipements du logement	4,1	4,0	3,1	2,5	21,7	3,1	2,8
Produits du bricolage	1,0	1,2	0,9	0,9	7,7	2,3	4,7
Produit pour l'entretien courant de la maison	4,0	3,9	3,4	2,9	25,9	2,6	3,8
<b>Transport</b>	11,3	15,0	18,3	17,8	154,5	3,0	5,1
Automobiles, motos, vélos	4,3	6,4	8,9	7,7	67,8	4,2	4,2
Carburants, lubrifiants	3,4	4,3	4,2	4,1	35,8	2,6	4,9
Services liés au transport individuel	1,6	2,4	3,1	3,3	29,1	1,2	7,9
Transport collectif	2,1	1,8	2,1	2,5	21,8	2,0	5,4
<b>Trairie, cuir et biens et services pour la personne</b>	14,3	13,2	11,5	9,0	79,5	1,7	4,4
Articles d'habillement, chaussures	12,0	9,7	7,8	5,4	47,3	1,3	4,1
Produits pour la personne	1,4	2,6	2,6	2,6	22,8	3,5	4,9
Services pour les soins personnels	0,8	0,9	1,1	1,1	9,3	1,3	6,5
Santé	2,4	2,4	3,4	4,2	36,7	4,7	3,6
Biens de santé	1,0	1,2	1,5	1,9	16,3	6,2	2,2
Services de santé	1,4	1,2	1,9	2,3	20,4	3,4	4,7
<b>Biens et services pour la communication</b>	1,9	2,9	4,0	5,9	52,2	10,6	-0,8
Services de communication	0,8	1,3	2,4	3,7	32,8	8,1	2,5
Matériel électronique grand public	1,1	1,5	1,7	2,2	19,3	13,8	-4,1
<b>Biens et services de loisirs</b>	0,0	0,0	0,2	0,7	80,6	2,2	5,9
Biens pour les loisirs	3,5	4,8	4,8	4,0	35,2	3,1	4,3
Services de loisir hors tourisme	2,1	2,0	1,7	2,2	19,5	0,6	6,8
Services liés au tourisme	1,8	1,3	1,6	1,8	15,9	0,6	6,5
Jeux de hasard	0,4	0,6	0,7	1,0	9,2	3,3	5,6
Dépenses en animaux domestiques	0,2	0,2	0,5	0,7	5,9	5,8	4,3
<b>Services divers</b>	7,3	8,3	9,3	11,1	97,2	2,1	5,9
Services d'entretien et de réparation divers	1,2	0,8	0,8	0,6	5,2	-	0,1
de biens de consommation	2,5	3,5	4,0	4,7	41,7	3,2	5,4
Services financiers et d'assurances	2,0	2,2	2,1	3,0	26,3	0,8	7,3
Services domestiques et action sociale	0,6	0,6	0,7	0,9	8,0	1,7	6,2
Education	1,0	1,2	1,6	1,8	15,8	3,0	5,5
Autres services n.e.a.	0,9	0,0	-1,1	-1,2	-10,9		
Solde territorial	100,0	100,0	100,0	100,0	879,4	2,5	4,6
<b>Total budget consommation des ménages</b>	100,0	100,0	100,0	100,0	879,4	2,5	4,6
<b>Budget des ménages</b>	92,7	80,2	84,6	84,0	879,4	2,6	4,6
<b>Concepts spécifiques à la comptabilité nationale</b>	7,3	11,8	15,4	16,0	109,0	2,9	5,8
Autococonsommation	2,1	0,8	0,4	0,3	2,9	-	0,3
Loyers imputés	4,0	7,6	10,8	14,1	147,8	3,9	6,4
Sûreté	1,2	3,4	4,3	1,7	17,3	3,7	4,2
<b>Total dépenses de consommation des ménages</b>	100,0	100,0	100,0	100,0	1047,4	2,6	4,8
Biens alimentaires à domicile	32,0	22,6	18,6	16,6	170,5	1,1	4,5
Biens manufacturés	30,3	31,4	29,6	25,8	269,9	3,2	3,5
Energie	6,9	8,2	7,6	7,7	77,2	2,5	4,8
Services hors loyers	24,7	26,8	29,8	31,7	336,7	1,8	5,9
Loyers	6,1	11,0	14,1	18,3	193,1	3,4	6,4
<b>Total dépenses de consommation des ménages</b>	100,0	100,0	100,0	100,0	1047,4	2,6	4,8
Total dépenses de consommation des ménages	85,9	81,0	73,8	77,1	1047,4	2,6	4,8
Dépenses assurées par la collectivité	14,1	19,0	20,2	22,9	311,3	3,0	5,6
<b>Total consommation effective</b>	100,0	100,0	100,0	100,0	1358,7	2,6	4,9

Source : Comptabilité nationale, comptes des ménages (Insee, 2008), compte semi-détaché au 2007.

Figure 2 - Source : 50 ans de consommation en France, 2009, coll. Insee référence, Insee, p.29

## 8. Diffusion de quelques biens durables entre 1962 et 2006



Note : le délai entre l'apparition sur le marché et le début du suivi statistique varie selon le bien.

Champ : France métropolitaine.

Source : Insee, enquêtes Budget des familles 1963 à 2006, enquêtes Conditions de vie 1965 à 1973, enquêtes Intentions d'achat 1960 à 1976, enquêtes Conjoncture 1977 à 1995, enquêtes Permanentes sur les conditions de vie 1996 à 2004.

**Figure 3** - Source : France, Portrait social, 2007, Insee, p. 108



## 1. Dépense des ménages en produits alimentaires (hors boissons et autoconsommation), structure en valeur

	1960	1975	1990	2005	Valeurs 2005 (Mds€)
Pain et céréales	18,2	14,9	14,8	15,1	18,2
Viandes*	32,5	32,9	31,2	28,9	34,8
Poissons et crustacés*	4,8	5,6	8,0	8,6	10,3
Lait, fromages et œufs*	11,7	14,0	15,3	15,3	18,4
Huiles et graisses	7,6	6,1	3,4	2,7	3,2
Fruits*	7,4	7,3	7,2	7,5	9,1
Légumes*	9,7	10,6	9,9	9,8	11,7
Sucre, confitures, miel, chocolat et confiserie	5,9	6,2	7,2	8,1	9,8
Sel, épices, sauces et produits alimentaires*	2,2	2,4	3,1	4,0	4,8
<b>Total</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>120,4</b>

\* Hors autoconsommation.

Source : Insee, comptes nationaux - base 2000.

Figure 4



## 10. Quantités de plats préparés achetées par tête selon la structure familiale

Lecture : les hommes seuls consomment en moyenne par an 38,8 kilos de plats préparés.  
Champ : France métropolitaine.  
Source : enquête Budget de famille 2006.

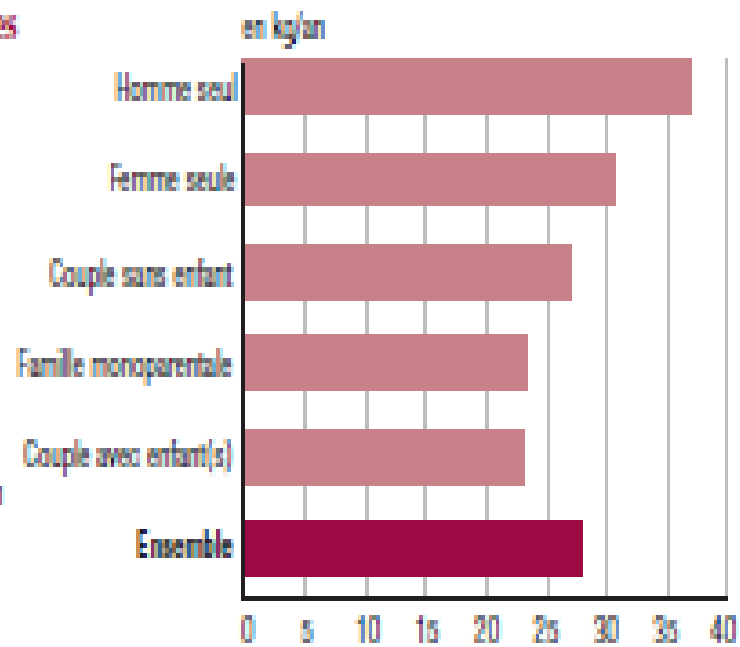
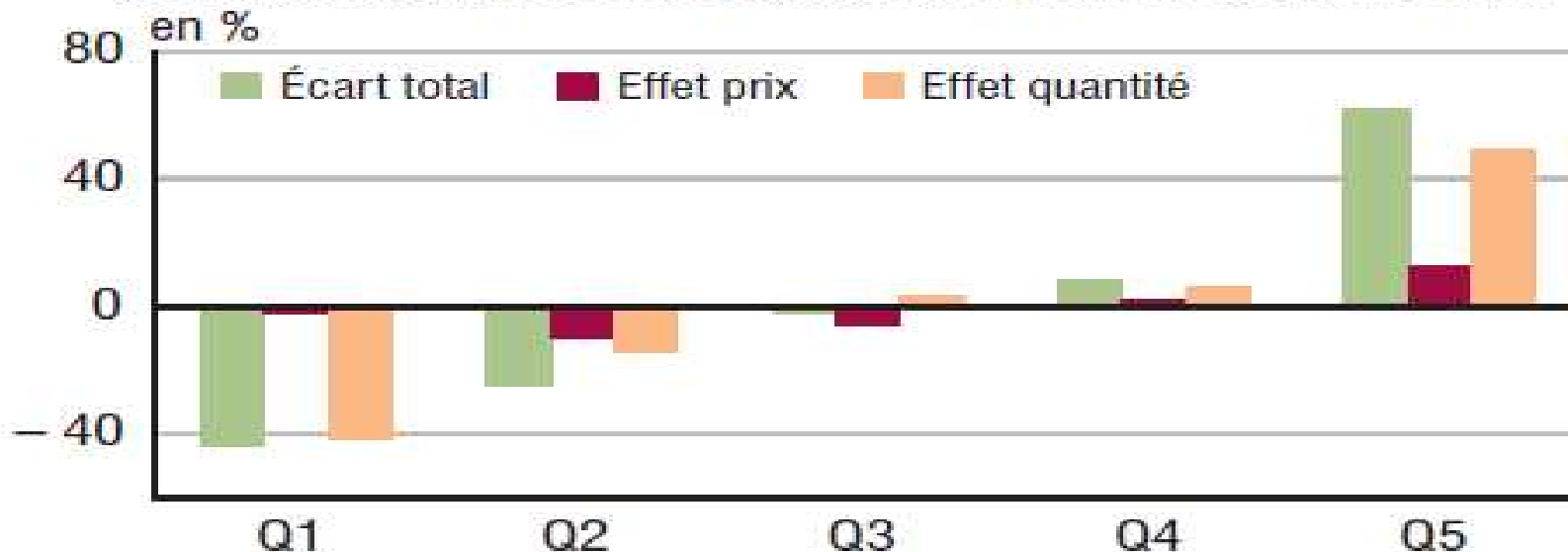


Figure 5 - Source : 50 ans de consommation en France, 2009, coll. Insee référence, Insee, p.58

## 2. Effet prix/quantité pour les dépenses en boissons alcoolisées selon le niveau de vie

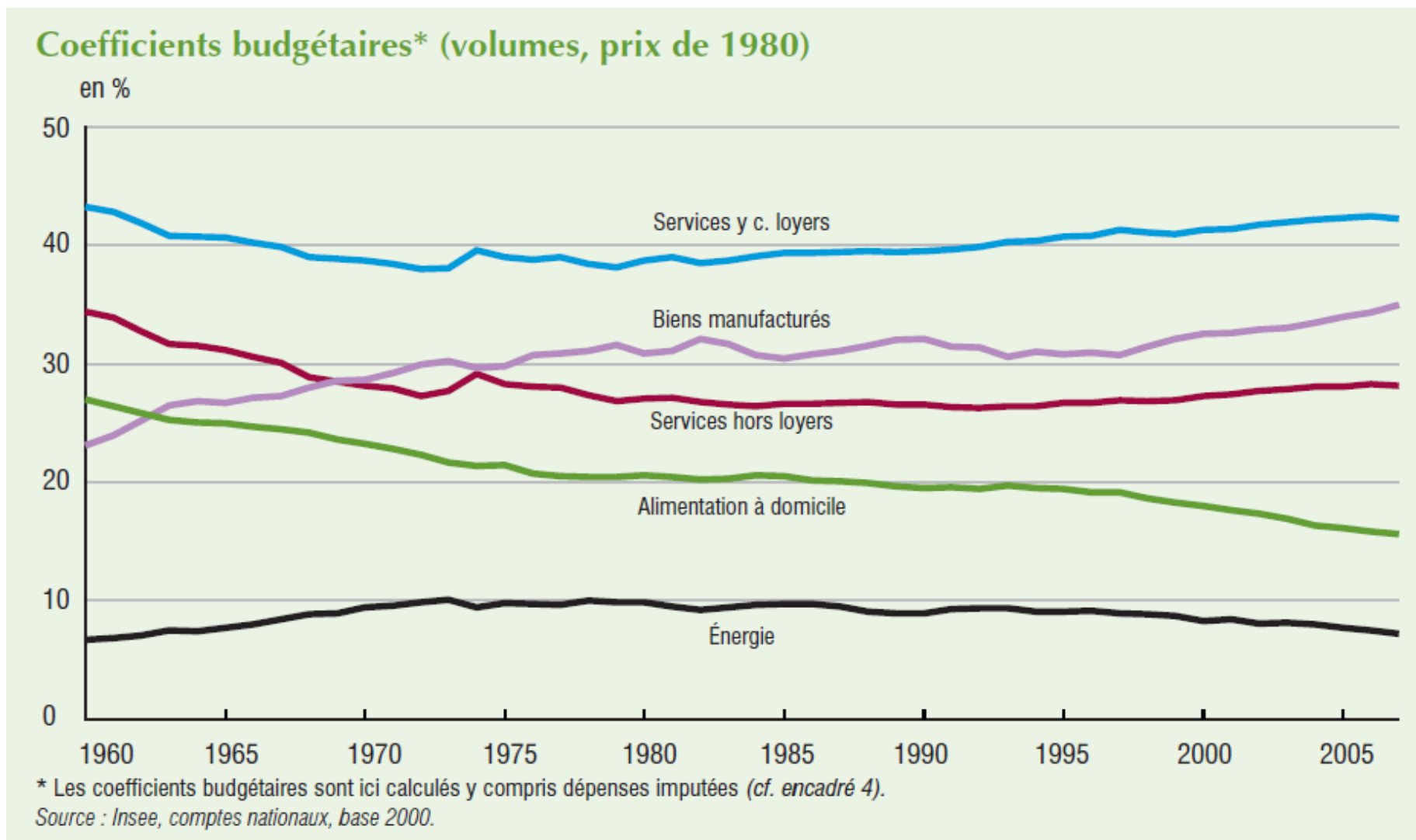


Lecture : en 2006, la dépense moyenne en boissons alcoolisées des ménages du premier quintile était de 44 % inférieure à la celle de l'ensemble de la population : 2 % sont dus à un différentiel de prix moyen à l'achat, 42 % sont dus aux différences de quantités de produits achetés.

Champ : France métropolitaine.

Source : Insee, enquête Budget de famille 2006.

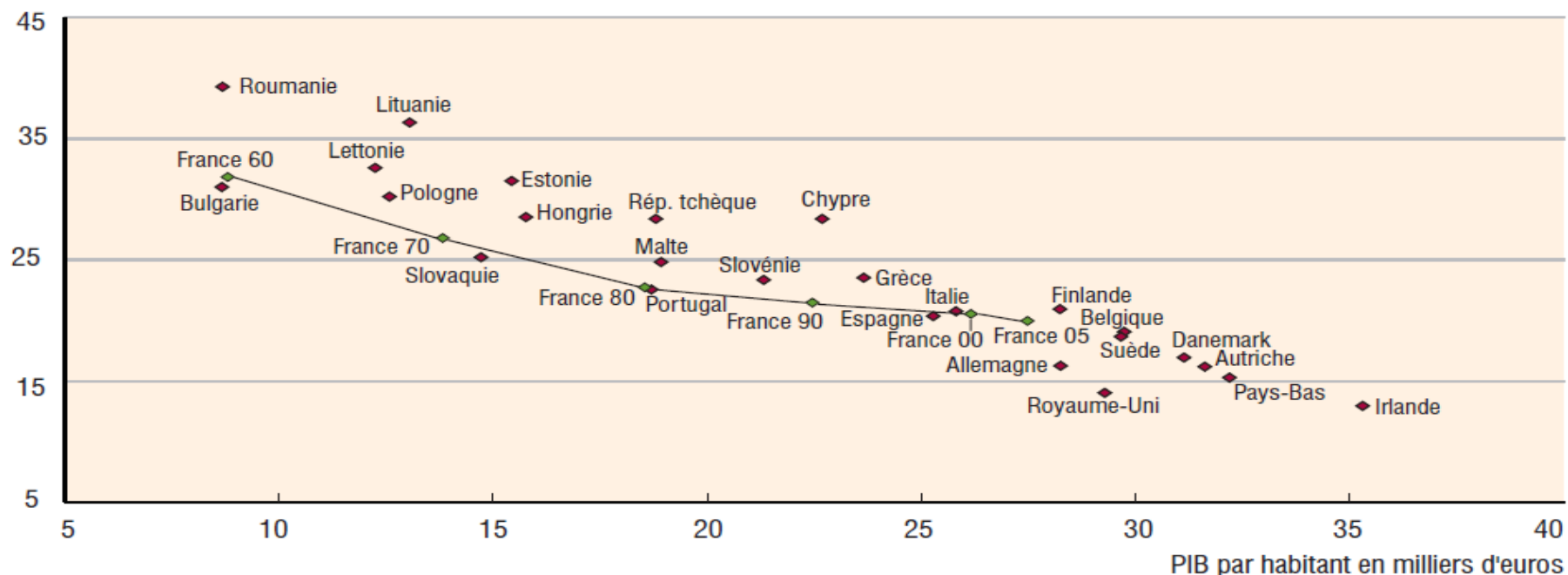
Figure 6 - Source : 50 ans de consommation en France, 2009, coll. Insee référence, Insee, p.103



**Figure 7** - Source : 50 ans de consommation en France, 2009, coll. Insee référence, Insee, p. 17

## 5. Part budgétaire réservée à l'alimentation à domicile et niveau de PIB par habitant

en % du budget des ménages



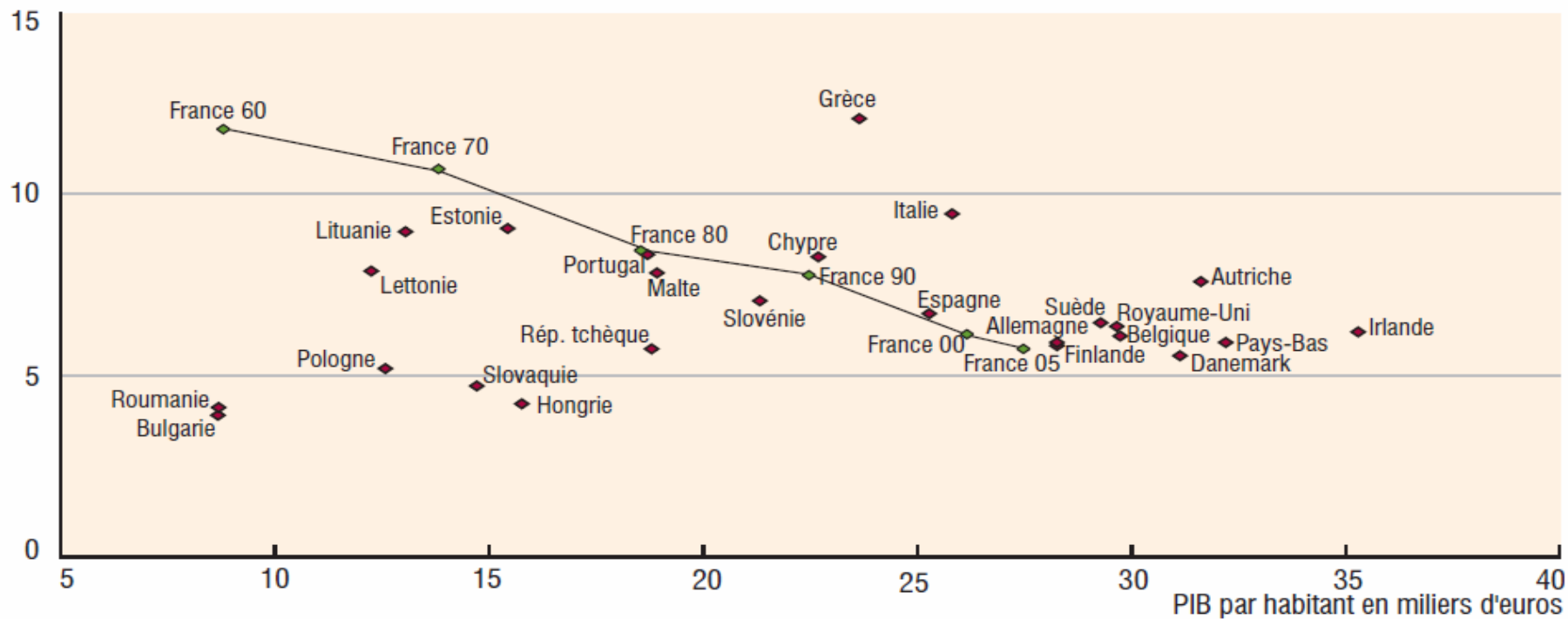
Lecture : en France en 2005, la part budgétaire réservée à l'alimentation à domicile était de 20 % du budget des ménages, pour un PIB de 27 500 euros par habitant.

Source : Insee, comptes nationaux, base 2000.

**Figure 8** - Source : 50 ans de consommation en France, 2009, coll. Insee référence, Insee, p.19

## 6. Part budgétaire réservée à l'habillement et aux chaussures et niveau de PIB par habitant

en % du budget des ménages

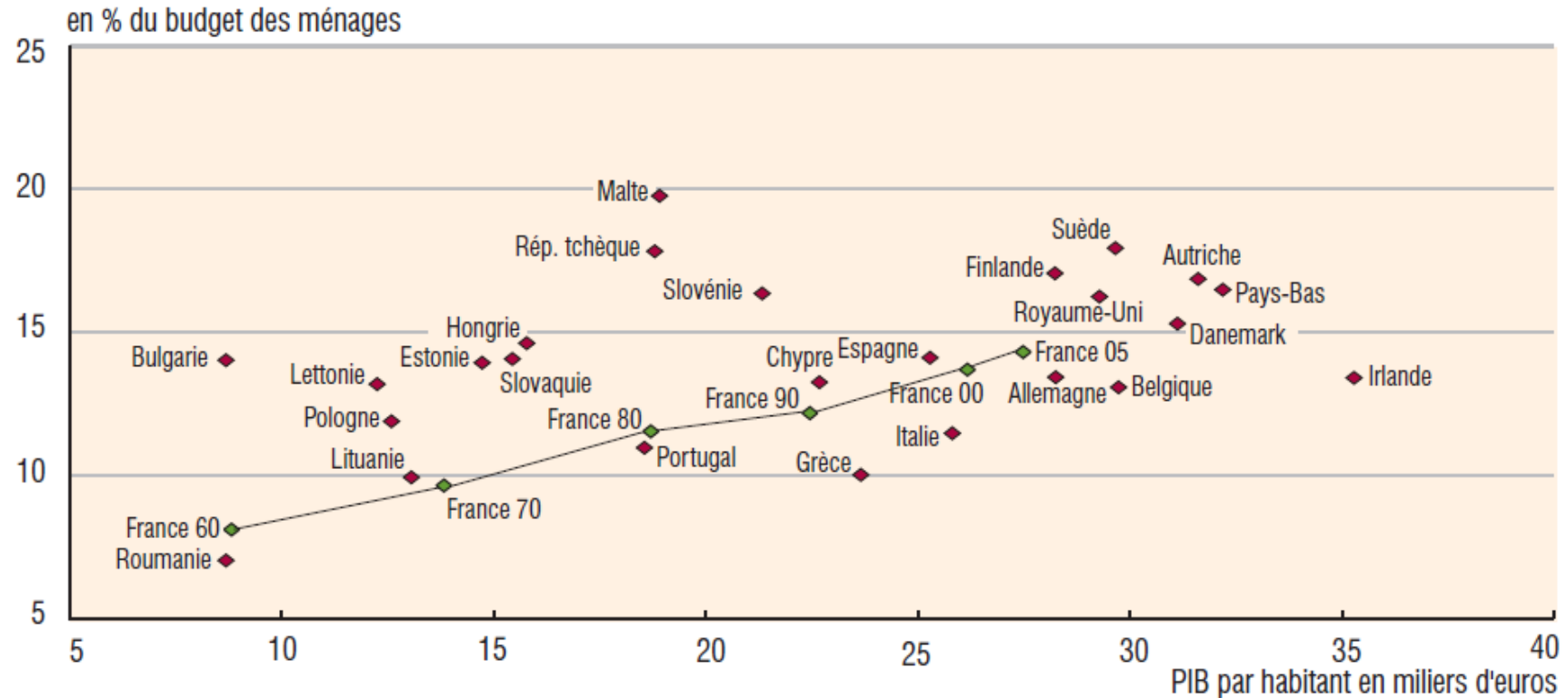


Lecture : en France en 1960, la part budgétaire réservée à l'habillement et aux chaussures était de 12 % du budget des ménages, pour un PIB de 8 800 euros par habitant (en euros constants de 2005).

Source : Insee, comptes nationaux, base 2000.

**Figure 9** - Source : 50 ans de consommation en France, 2009, coll. Insee référence, Insee, p.20

## 9. Part budgétaire réservée à la communication, aux loisirs et à la culture et niveau du PIB par habitant



Lecture : en France en 1960, la part budgétaire réservée à la communication, aux loisirs et à la culture était de 8 % du budget des ménages, pour un PIB de 8 800 euros par habitant (en euros constants de 2005).

Source : Insee, comptes nationaux, base 2000.

**Figure 10** - Source : 50 ans de consommation en France, 2009, coll. Insee référence, Insee, p.25

**1. Évolution du poids du logement entre 1984 et 2005 dans le budget (comparaison avec les principaux autres postes)**

Source : Insee, enquêtes Budget des familles, 1985, 1989, 1995, 2000, 2005.

	Alimentation	Habillement	Transport	Logement
1984	17	6	13	17
1989	17	6	13	17
1995	13	5	12	18
2000	13	5	12	19
2005	11	6	11	18

**2. Évolution du poids du logement entre 1984 et 2005 dans le budget des ménages selon le statut d'occupation du logement**

\* Propriétaire dégagé des crédits d'achat.

Source : Insee, enquêtes Budget des familles, 1985, 1989, 1995, 2000, 2005.

Poids budgétaire	1984	1989	1995	2000	2005
Propriétaires DCA*	13	11	10	12	10
Accédants	21	22	22	22	22
Locataires	19	20	22	22	25
Sous-locataires	16	20	19	15	31
Logés gratuitement	7	6	8	9	8
<b>Ensemble</b>	<b>17</b>	<b>17</b>	<b>18</b>	<b>19</b>	<b>18</b>

**Figure 11** - Source : 50 ans de consommation en France, 2009, coll. Insee référence, Insee, p.34

## 7. Espace disponible par personne dans le logement

	1984	1988	1992	1996	2002	2006
<b>Surface par personne (m<sup>2</sup>)</b>						
Habitat individuel	33	35	37	39	41	44
Habitat collectif	27	29	30	30	31	33
<b>Nombre de pièces par personne</b>						
Habitat individuel	1,5	1,6	1,7	1,8	1,8	1,9
Habitat collectif	1,3	1,3	1,4	1,4	1,4	1,5

Source : Insee, enquêtes Logement 1984, 1988, 1992, 1996, 2002, 2006.

**Figure 12** - Source : 50 ans de consommation en France, 2009, coll. Insee référence, Insee, p.39 et 40

## 9. Opinion des ménages sur leur logement

	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004
Trop petit	18,7	19,0	19,2	20,1	19,8	19,3	17,7	17,7
Difficile à chauffer	28,5	25,3	25,8	25,0	25,1	25,5	25,3	25,4
Humide	13,6	12,6	13,9	13,5	14,1	13,7	14,0	13,6
Bruyant	19,4	19,7	21,4	22,4	22,2	21,9	21,0	17,2

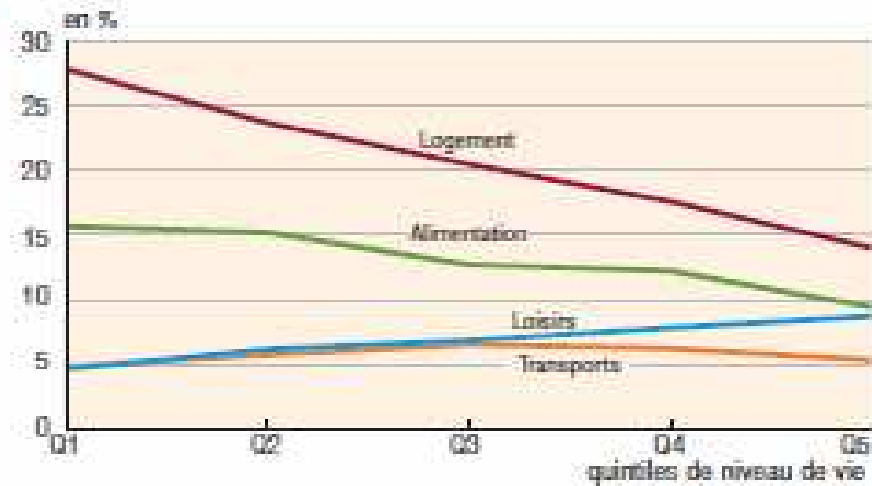
Source : Insee, enquête permanente sur les conditions de vie des ménages, mai 1997 à janvier 2004.

**Figure 13** - Source : 50 ans de consommation en France, 2009, coll. Insee référence, Insee, p.39 et 40



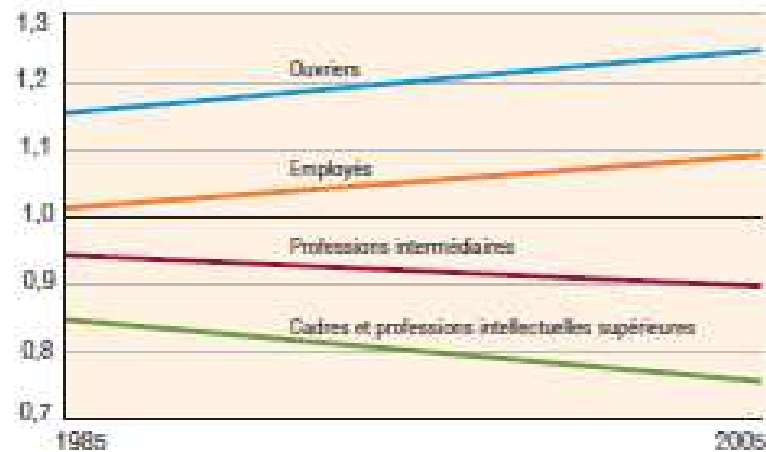
### 10. Niveau de vie et poids budgétaire\* de quelques postes en 2006

\* Le poids budgétaire est calculé, pour chaque quintile de niveau de vie, comme le rapport des médianes : la dépense médiane du poste est rapportée à la dépense totale médiane. Ce choix fournit une estimation plus robuste aux valeurs extrêmes de dépenses.  
Source : Insee, enquête Budget des familles 2006.



### 12. Évolution du poids net du m<sup>1</sup> par personne (PNMP) selon la CS de la personne de référence

Lecture : en 2005, le PNMP était 1,25 fois plus élevé que la moyenne chez les ménages dont la CS de la personne de référence est ouvrier.  
Champ : tous les ménages, France métropolitaine.  
Sources : Insee, enquêtes Budget des familles 1985 et 2005.

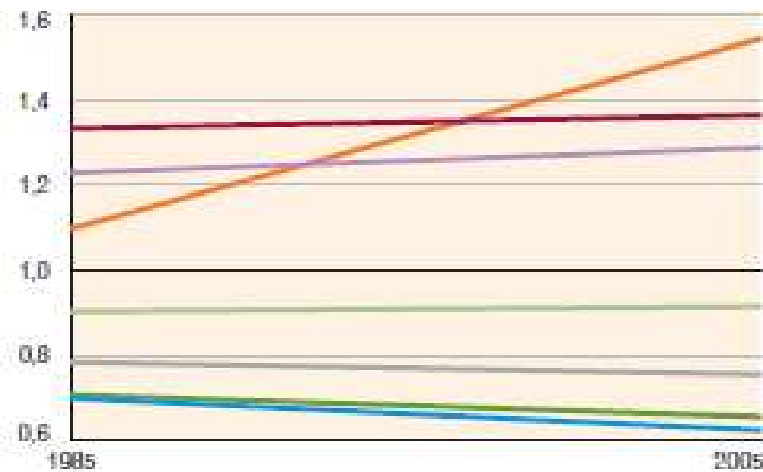


Figures 14 et 15 - Source : 50 ans de consommation en France, 2009, coll. Insee référence, Insee, p.41, 43

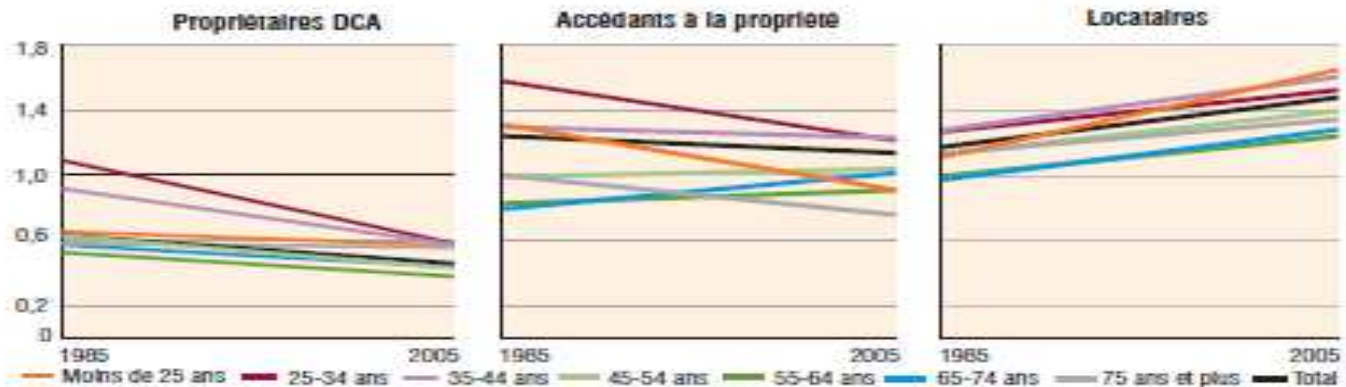
### 13. Évolution du poids net du m<sup>2</sup> par personne selon l'âge de la personne de référence



Lecture : en 2005, le PNMP était près de 1,6 fois plus élevé que la moyenne chez les ménages dont la personne de référence a moins de 25 ans.  
 Champ : tous les ménages, France métropolitaine.  
 Sources : Insee, enquêtes budget des familles 1985 et 2005.



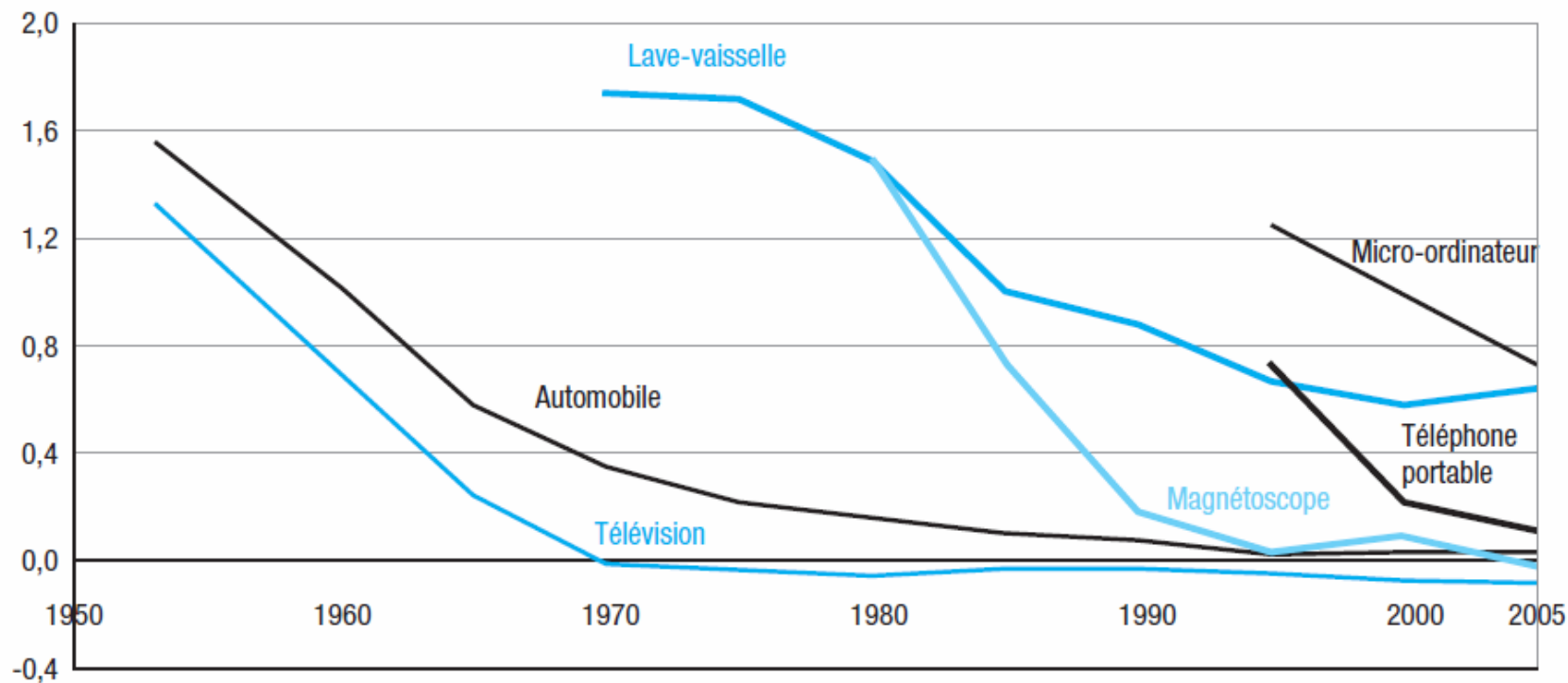
### 14. Évolution du poids net du m<sup>2</sup> par personne selon l'âge de la personne de référence et le statut d'occupation du logement



Lecture : en 2005, pour les propriétaires DCA, le poids net du m<sup>2</sup> par personne est deux fois plus faible que celui de l'ensemble des ménages ; pour les locataires dont la personne de référence a moins de 25 ans, ce poids est 1,6 fois plus élevé que celui de l'ensemble des ménages.  
 Champ : tous les ménages, France métropolitaine.  
 Sources : Insee, enquêtes budget des familles 1985 et 2005.

Figures 16 et 17 - Source : 50 ans de consommation en France, 2009, coll. Insee référence, Insee, p.43, 44

## 9. Écart entre les taux d'équipement des cadres supérieurs ou professions libérales et des ouvriers

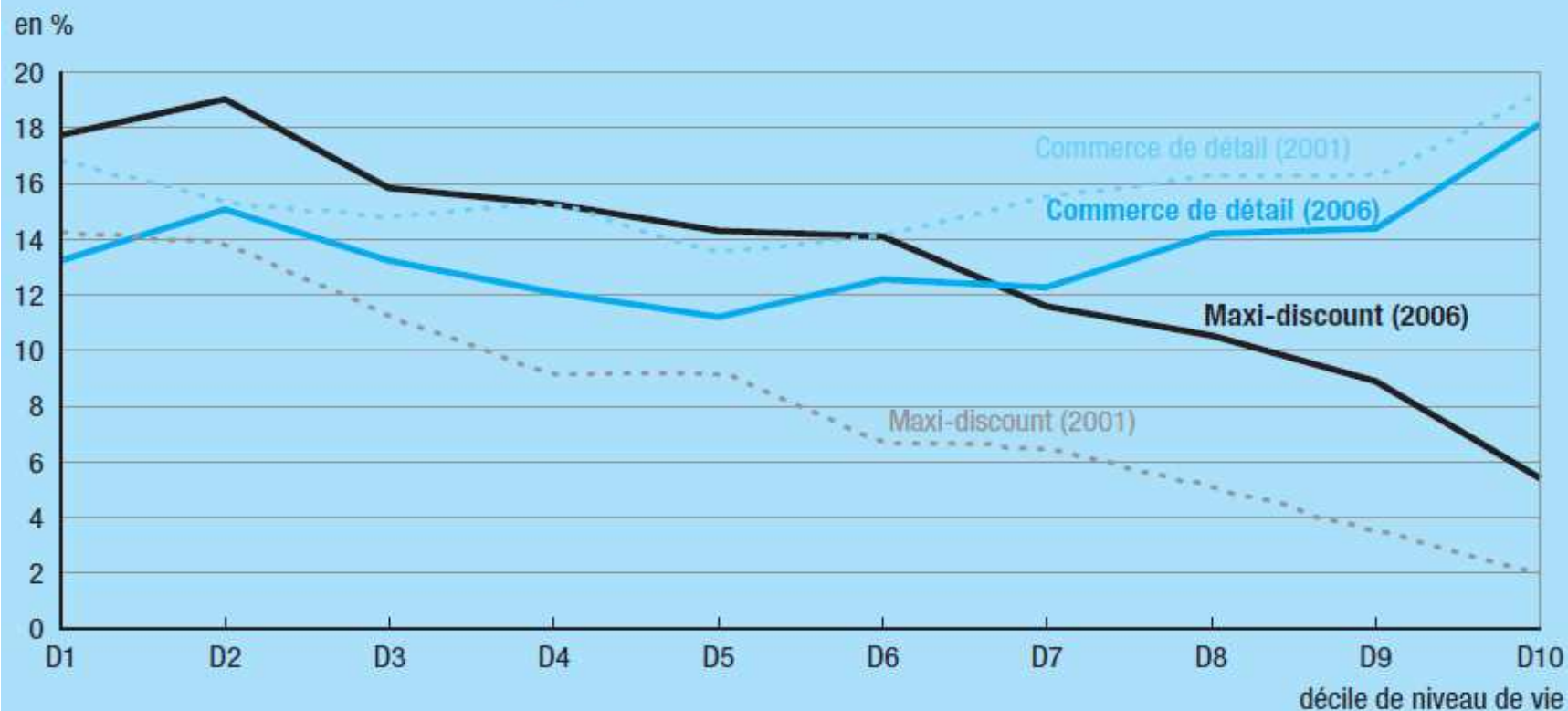


Lecture : on rapporte l'écart entre les taux de possession d'automobile par les ménages de cadres supérieurs ou professions libérales et par les ménages ouvriers à la moyenne de ces deux taux. En 1953, ce rapport était voisin de 1,6.

Source : Insee, enquêtes Assurances 1953. Après 1960, voir figure 8.

Figure 18 - Source : France, Portrait social, 2007, Insee, p. 109

## 5. Part des dépenses alimentaires réalisées dans le maxi discount et dans le commerce de détail selon le niveau de vie, en 2001 et 2006



Lecture : en 2006, pour les 10 % des ménages ayant les niveaux de vie les plus élevés (D10), 5,4 % des dépenses alimentaires sont réalisées en maxi discount et 18,2 % dans le commerce de détail. Pour les 10 % des ménages ayant les niveaux de vie les plus faibles (D1), ces parts sont respectivement de 17,8 % et 13,2 % en 2006.

Champ : France métropolitaine.

Source : Insee, enquêtes Budget des familles 2001 et 2006.

**Figure 19** - Source : 50 ans de consommation en France, 2009, coll. Insee référence, Insee, p.65

en points

	Quintile de niveau de vie <sup>1</sup> : écart entre le 5 <sup>e</sup> quintile (ménages aisés) et le 1 <sup>er</sup> quintile (ménages modestes)		Catégories socioprofessionnelles : écart entre les cadres, professions intellectuelles supérieures, professions libérales et les ouvriers	
	1979	2006	1979	2006
Produits alimentaires et boissons non alcoolisées	- 16,9	- 4,5	- 11,1	- 4,0
Santé	- 2,8	1,0	- 1,4	0,8
Logement, eau, gaz, électricité et autres combustibles (hors loyers fictifs)	- 1,5	- 13,5	0,2	- 7,4
Boissons alcoolisées et tabac	- 0,5	- 1,0	- 1,2	- 1,3
Éducation	0,0	- 0,1	0,8	0,5
Communications	0,3	- 1,5	0,8	- 0,8
Articles d'habillement et chaussures	1,5	0,8	1,2	1,0
Autres biens et services	2,1	0,9	1,3	0,7
Loisirs et culture	3,0	6,4	2,3	5,2
Meubles, articles de ménage et entretien courant de l'habitation	3,2	3,1	1,3	2,7
Hôtels, cafés et restaurants	5,2	3,2	3,5	2,7
Transports	6,3	5,0	2,3	- 0,2

Note : données provisoires pour 2006.

1. Le 5<sup>e</sup> quintile regroupe les 20 % des ménages ayant le niveau de vie le plus élevé, le 1<sup>er</sup> quintile les 20 % des ménages ayant le niveau de vie le plus faible. Pour le calcul du niveau de vie, afin de permettre une comparaison avec 1979, l'échelle d'équivalence d'Oxford a été utilisée.

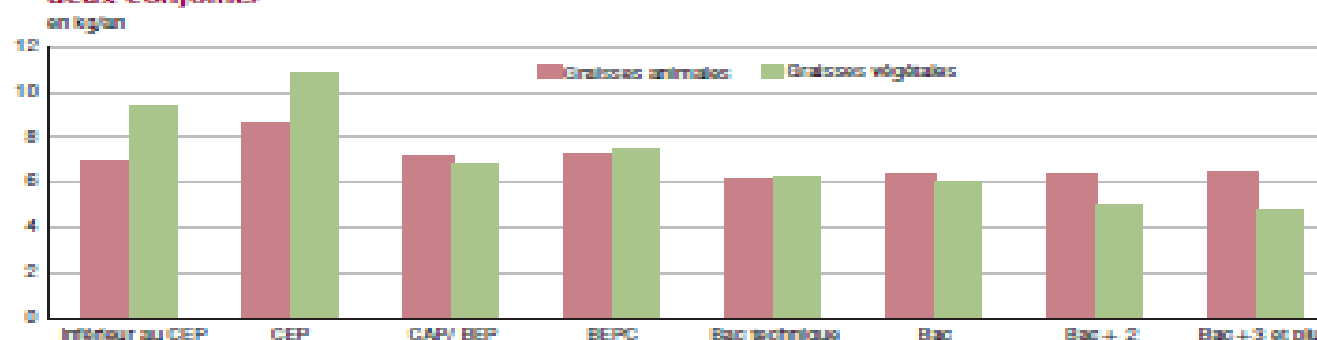
Lecture : en 2006, la part moyenne des produits alimentaires et des boissons non alcoolisées dans la consommation des cadres, des professions intellectuelles supérieures et des professions libérales est inférieure de 4,0 points à celle des ouvriers.

Champ : France métropolitaine.

Source : Insee, enquêtes Budget des familles 1979 et 2006.

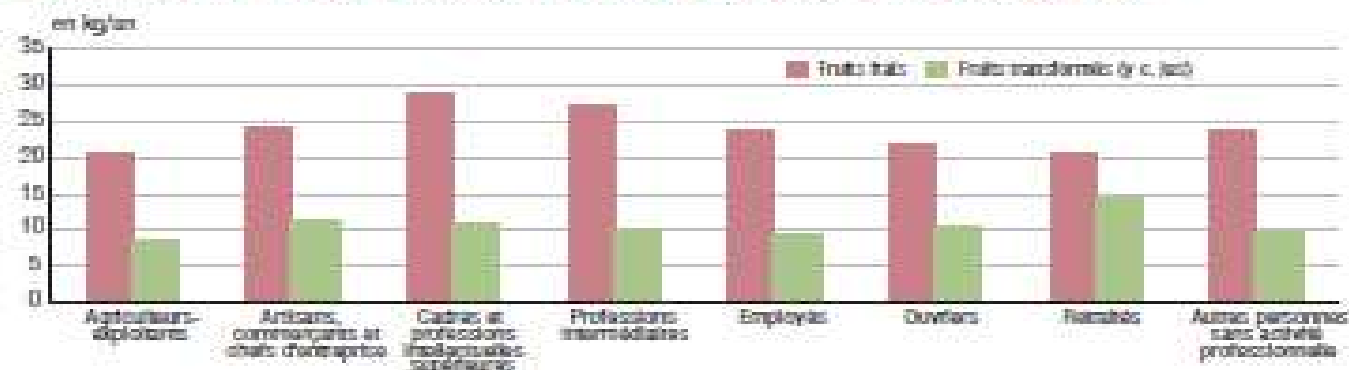
Figure 20

### 8. Quantités de graisses achetées par tête selon le niveau d'éducation le plus élevé entre les deux conjoints



Legende : les ménages dont le niveau d'éducation le plus élevé entre les deux conjoints est inférieur au certificat d'études primaires consomment en moyenne 6,9 kilos de graisses animales et 9,4 kilos de graisses végétales par personne et par an.  
 Champ : France métropolitaine.  
 Source : enquête Budget de famille 2005.

### 9. Quantités de fruits achetées par tête selon la catégorie socioprofessionnelle



Legende : les ménages dont la personne de référence est cadre ou profession intellectuelle supérieure consomment en moyenne 28,2 kilos de fruits frais et 10,5 kilos de fruits transformés par personne et par an.  
 Champ : France métropolitaine.  
 Source : enquête Budget de famille 2005.

Figure 21 et 22 - Source : 50 ans de consommation en France, 2009, coll. Insee référence, Insee, p.57

## ② Prévalence de l'obésité

selon la catégorie socioprofessionnelle



Figure 23 - Source : Th. de Saint Pol (2007), "L'obésité en France", Insee-Première n° 1123