Chapitre 9  
**ÉVOLUTION DU MODE DE CONSOMMATION**

I. Comment analyser l’évolution du mode de consommation des ménages ?

A. Par la structure de la consommation et les coefficients budgétaires

* Qu’est-ce que la structure de la consommation ?

Elle désigne la répartition des dépenses des ménages en fonction des postes budgétaires suivants : alimentation, habillement, logement, transport, loisirs.

* Comment l’analyse-t-on ?

À l’aide de coefficients budgétaires, part de la dépense consacrée à une catégorie de biens par rapport à la dépense totale. Ils permettent aussi d’analyser son évolution dans le temps et de procéder à des comparaisons.

B. Par relation consommation/revenu

Engel (1821-1896), statisticien prussien, a étudié les budgets de familles belges et saxonnes. Il établit des régularités dans la relation consommation/revenu.

* La loi d’Engel pose les principes suivants :

--la part du revenu allouée aux dépenses alimentaires est d’autant plus faible que le revenu est élevé ;

--la proportion allouée au logement et à l’habillement reste constante en fonction du revenu ;

--la proportion consacrée aux produits de « luxe » est croissante.

* Le sens général de cette loi

L’évolution du revenu disponible conduit à la transformation de la structure de la consommation : la part des dépenses d’alimentation diminue au profit des loisirs.

II. Comment la structure de la consommation évolue-t-elle et que traduit-elle ?

Actuellement, le comportement vis-à-vis de la consommation a changé : dans la première moitié du xxe siècle, la vertu suprême était l’épargne. Consommer est devenu légitime, et même valorisé par les publicitaires.

A. Actualité de la relation consommation/revenu

* Les caractéristiques de la structure de la consommation aujourd’hui

Le déclin structurel de l’alimentation est inscrit dans le développement économique d’un pays. Dès lors que celui-ci s’enrichit, il y a place dans le budget des ménages pour de nouvelles dépenses (transport et loisirs) qui viennent relativiser la part de l’alimentation. La part du logement et du transport augmente sous l’effet des hausses de prix.

* Pertinence actuelle de la loi d’Engel

Elle reste vraie pour caractériser la baisse de la part de l’alimentation au profit des transports et des loisirs.

Par contre, la part de l’habillement, grâce aux importations, a chuté et celle du logement a considérablement augmenté. En effet, les loyers se sont envolés à la suite des dépenses d’amélioration de l’habitat, de la forte demande en ville et de la crise, l’immobilier devenant une valeur refuge.

B. Généralisation de la consommation, maintien des clivages sociaux

* L’équipement des maisons se généralise. On assiste à un rattrapage de la consommation par les revenus modestes. Des biens dits supérieurs deviennent « normaux » avec la baisse des prix. La diffusion des biens durables en est une illustration : les taux d’équipement sont élevés.
* De plus l’État providence améliore la santé et l’éducation de tous. Les progrès en matière de santé et l’éducation se diffusent à tous grâce à leur prise en charge par les administrations.
* Toutefois, les écarts restent significatifs pour les biens les plus coûteux. Il faut se méfier des moyennes qui masquent les disparités de consommation. La consommation reste différenciée d’une catégorie sociale à une autre : l’alimentation et le loge­ment restent les dépenses qui occupent la plus grande part du revenu pour les familles modestes (45 %), qui sont souvent locataires et vivent en zone périurbaine.
* Les écarts sont accentués pour les consommations culturelles. Pour le théâtre, les musées, les concerts, le différentiel de consommation demeure important entre les cadres et les ouvriers. C’est en partie lié au milieu et aux habitudes de loisirs prises au cours de l’enfance, ainsi qu’au lieu de résidence par rapport aux foyers culturels.

III. Quels facteurs expliquent l’évolution de la structure de la consommation ?

A. L’augmentation du pouvoir d’achat

* Le pouvoir d’achat

Il désigne la quantité de biens qu’un certain revenu permet d’obtenir. Il est influencé par le revenu et les prix. Une hausse de revenu supérieure à la hausse des prix entraîne une augmentation du pouvoir d’achat.

* Rôle du pouvoir d’achat sur la structure de la consommation

La hausse du pouvoir d’achat, liée aux gains de productivité, permet d’augmenter le volume de la consommation et de l’orienter vers des dépenses pour se faire plaisir.

Une baisse du pouvoir d’achat conduit à une diminution des dépenses jugées non indispensables.

* Le malentendu relatif au pouvoir d’achat qui oppose l’Insee aux ménages

L’Insee prétend qu’il augmente tandis que les ménages perçoivent une baisse. L’Institut de statistique raisonne sur des moyennes qui gomment les disparités : revenus moyens compte tenu des très hauts salaires, augmentation des prix sur 20 000 produits. Le ménage raisonne sur ses achats quotidiens et sur son revenu propre.

B. Les contraintes exercées sur les ménages et les évolutions de la société

* La hausse des prix des matières premières

Le prix de l’essence pèse dans le budget des ménages dont le domicile est éloigné du travail : ce sont souvent les plus modestes qui vivent en périphérie des villes.

* L’importance croissante des dépenses pré-engagées

Ce sont les dépenses incompressibles : le loyer, le chauffage et l’éclairage, les crédits à la consommation et tous les abonnements qui se multiplient : accès aux chaînes de TV payantes, forfait mobile… Ces dépenses ne peuvent être renégociées à court terme et amputent le budget d’une part de plus en plus importante (27 %).

* La hausse du taux d’activité féminin, l’évolution de la structure des ménages

Elle augmente le revenu du ménage mais conduit à consommer des produits préparés, à utiliser des équipements de préparation rapide (four à micro-ondes…). Par ailleurs les ménages sont de plus en plus petits, ce qui a des incidences fortes sur le coût du logement.

* Les progrès scientifiques et techniques

Ils se traduisent par l’apparition de nouveaux produits. Ils orientent les modes (tablettes tactiles, lecteurs MP3…), ils entraînent la consommation d’accessoires… et favorisent l’émergence de nouveaux besoins. Internet a favorisé l’émergence du commerce électronique et s’est imposé comme source d’information avant l’achat. Cela est de nature à favoriser l’avènement d’un consommateur plus « éclairé ».

* La préoccupation environnementale et sanitaire

Elle conduit à privilégier des produits respectueux de l’environnement et de la santé. Le consommateur souhaite des emballages recyclables et des produits émanant du commerce équitable (payer le prix juste au producteur afin qu’il vive décemment).

Il est vigilant sur la sécurité des produits alimentaires : les rappels de produits défectueux s’organisent, la traçabilité des produits est assurée. Enfin, le consommateur privilégie de plus en plus l’alimentation saine et se préoccupe de son bien-être.