Chapitre 8
**L’ARBITRAGE ENTRE CONSOMMATION ET ÉPARGNE**

Rappel : Le revenu primaire d’un ménage provient à la fois de son travail et de son capital.

Le revenu disponible = revenu primaire + revenus de transfert — prélèvements fiscaux et sociaux

1. Comment se fait l’arbitrage entre consommation et épargne ?

Les revenus des ménages se répartissent entre consommation et épargne. Pour 2012, environ 84 % du revenu disponible sont consommés et donc 16 % sont épargnés.

1. Consommer pour satisfaire des besoins en fonction des revenus

La consommation est la destruction immédiate ou progressive d’un bien ou l’utilisation d’un service pour la satisfaction de besoins. La consommation peut concerner des biens durables (meubles, TV…) ou semi-durables (chaussure, stylo…) qui s’usent progressivement dans le temps ou des biens non durables (alimentation, électricité…) qui sont immédiatement détruits.

La répartition entre consommation et épargne dépend des revenus. Selon John Maynard Keynes et la loi psychologique fondamentale : les ménages tendent à accroître leur consommation à mesure que le revenu croit, mais non d’une quantité aussi grande que l’accroissement du revenu".

La consommation est une donnée très importante, car elle est un des principaux moteurs de la croissance économique.

1. Épargner pour l’avenir

L’épargne se définit en fonction de la consommation : c’est la part du revenu qui n’est pas consommée (vision keynésienne). Elle est aussi souvent considérée comme une consommation différée dans le temps. Elle est très dépendante des revenus. En effet, les catégories sociales disposant des revenus les plus faibles ne peuvent quasiment pas épargner (<3% de leur revenu) alors que le taux d’épargne des ménages les plus aisés peut dépasser 36 %. Le niveau de rémunération de l’épargne (le taux d’intérêt) ou le niveau des taux de crédits pour l’acquisition d’un logement peuvent aussi influencer la répartition consommation/épargne.

Le taux d’épargne des ménages français est plutôt important par rapport aux autres pays de l’OCDE. Il se situe entre 14 et 16 % selon les années et varie relativement peu. Pour 2012, le taux était de : en Allemagne 10,3 %, au Japon 0,8 %, États-Unis 3,9 % et la moyenne pour la zone euro était de 7,2 %.

Le niveau de l’épargne a une incidence sur l’économie (fondamentale car facteur de croissance selon Adam Smith, voir l’exercice d’application). Un fort niveau d’épargne des ménages donne à un pays des ressources pour financer les besoins (en investissement notamment) des autres agents économiques et particulièrement l’État (forts besoins du fait de déficits publics importants) et les entreprises.

1. Quels sont les déterminants économiques de la consommation des ménages ?
2. Le niveau du revenu

Ernst Engel (économiste et statisticien allemand, 1821-1896), a énoncé une loi mettant en relation le revenu et la consommation (selon une étude publiée en 1857 sur les budgets des familles) : "plus un individu est pauvre, plus le pourcentage de son revenu consacré à la nourriture est important".

Par extension trois autres lois lui ont été attribuées :

* loi 2 : la part des dépenses d’habillement varie peu,
* loi 3 : la part des dépenses liées à l’habitation reste invariable
* loi 4 : la part des dépenses relatives à l’éducation, la santé ou les loisirs augmente avec les revenus.

L’ensemble de ces lois repose sur un concept fondamental : l’élasticité-revenu. Celle-ci compare la variation d’une consommation en fonction de la variation du revenu.

Elle permet de définir trois types de biens :

* biens « normaux » : élasticité comprise entre 0 et 1 de signe positif, quand le revenu augmente, la consommation augmente mais de manière moins rapide
* bien « inférieurs » : élasticité négative, quand le revenu augmente, la consommation diminue. Il s’agit des produits de base (pommes de terre, pain,…) qui sont remplacés par d’autres produits.
* biens « supérieurs » ou de luxe : élasticité > 1, la consommation s’accélère lorsque le revenu augmente (loisirs, bijoux).

Par exemple, on constate que lorsque le SMIC augmente, la quasi-intégralité de la hausse est consommée.

À travers l’exemple des vacances, on voit bien que le principal frein au départ en vacances est financier.

1. L’évolution des prix

Les choix de consommation sont aussi déterminés en fonction de l’évolution des prix. Normalement, la demande est une fonction décroissante du prix. Mais, elle va dépendre aussi de l’élasticité-prix. Celle-ci est normalement négative.

La demande est élastique (<-1) si elle varie plus fortement que le prix (exemple les loisirs) et rigide (entre -1 et +1) si elle réagit peu aux variations de prix (carburants, dépenses contraintes, tabacCertains cas sont aussi atypiques, car leur demande augmente quand le prix augmente :

* effet Giffen : plus un bien est cher et plus il est consommé. Ainsi en cas de crise alimentaire par exemple, le prix d’un bien de base va augmenter et sa consommation aussi car les revenus ne seront plus suffisants pour acheter autre chose ;
* effet Veblen : plus un bien est cher et plus il est consommé (produit ostentatoire). D’ailleurs, inversement si son prix baissait, la demande chuterait probablement.

Ces effets sont visibles à court terme. Mais si les hausses se poursuivaient dans le temps, les ménages chercheraient à réduire leur consommation des biens dont les augmentations sont régulières, comme le pétrole par exemple.

1. Quels sont les déterminants sociologiques de la consommation ?
2. La consommation, un phénomène social

La consommation dépend aussi de la société dans laquelle vit le ménage.

Selon Jean Braudrillard, la consommation suit une logique de signes plutôt qu’une logique de besoins. En consommant des symboles, l’individu se construit son identité sociale.

Cela se retrouve à tous les âges (exemple les étudiants et leur look) et dans tous les milieux sociaux (exemple les « Bobos »). La culture d’entreprise peut aussi contribuer à forger des comportements de consommation.

L’effet d’imitation : reproduction des habitudes de consommation de son groupe d’appartenance

L’effet de démonstration (James Stemble Duesenberry 1949) : reproduction des habitudes de consommation du groupe d’appartenance juste au-dessus du sien.

1. La consommation, un phénomène culturel

La culture s’est fortement démocratisée depuis une trentaine d’années. En effet, l’accès à certains musées est parfois gratuit, les bibliothèques et médiathèques se sont multipliées… Pourtant, cela reste un domaine de la consommation dans lequel les différences restent très dépendantes du milieu social. On constate que ce sont les ménages appartenant aux catégories socioprofessionnelles ayant nécessité les études les plus courtes (agriculteurs ou ouvriers) qui consomment le moins de produits culturels. Les habitudes prises dans la jeunesse sont également importantes.

 1 ECO STMG