

---

# CINQUANTE ANS DE CONSOMMATION EN FRANCE

---

Édition 2009



<b>Coordination</b>	Jérôme Accardo, Vanessa Bellamy, Georges Consalès, Vladimir Passeron
<b>Contribution</b>	<p><i>Institut national de la recherche agronomique :</i> France Caillavet, Cédric Lecogne, Véronique Nichèle</p> <p><i>Centre de recherche en économie et statistique :</i> Fanny Bugeja</p> <p><i>Direction de la de la recherche, des études, de l'évaluation et des statistiques, ministère des Affaires sociales :</i> Guillaume Vidal</p> <p><i>Insee :</i> Jérôme Accardo, Dominique Brossault, Philippe Clarenc, Georges Consalès, Vanessa Bellamy, Rosine Devillaire, Maryse Fesseau, Stéphanie Grangier, Brigitte Larochette, Laurent Léveillé, Vladimir Passeron, Thibaut de Saint Pol, Maël Theuillère</p>
<b>Directeur de la publication</b>	Jean-Philippe Cotis
<b>Rédaction</b>	Colette Dulon, Anne-Catherine Morin
<b>Composition</b>	<p><b>Coordination</b> Jean-Jacques Ribier, Pierre Thibaudeau</p>
<b>Maquette</b>	Mireille Brunet, Séverine Clément, Sylvie Couturaud, Catherine Kohler, Scalabrino Laterza, Pascal Nguyen, Rose Pinelli-Vanbauce, Pierre Thibaudeau
<b>Couverture</b>	<p><b>Coordination</b> Françoise Danger</p> <p><b>Conception et réalisation</b>      <b>Photo</b> Ineiaki Global Design              © Stockbyte</p>
<b>Éditeur</b>	Institut national de la statistique et des études économiques 18, boulevard Adolphe-Pinard, 75675 PARIS CEDEX 14 www.insee.fr

# Avant-propos

Représentant plus des deux tiers du PIB, la consommation des ménages occupe une place de première importance parmi les grands agrégats économiques. Quotidiennement, l'information économique met surtout l'accent sur son rôle dans la dynamique économique de court terme.

Pour autant, on ne saurait s'en tenir à l'analyse de son rôle dans les fluctuations conjoncturelles. La consommation se modifie aussi sur le long terme, en niveau comme en structure, et ces évolutions correspondent à des transformations profondes des modes de vie. La simple comparaison de ce qui se consommait en France au début des années 1960 avec la consommation aujourd'hui met en évidence les changements économiques et sociaux considérables intervenus en quelques décennies.

En cinquante ans, le niveau en volume de la consommation par habitant a été multiplié par trois. La structure de la demande s'est aussi profondément modifiée : l'alimentation à domicile, qui représentait un tiers du budget de consommation des ménages, en constitue aujourd'hui moins du cinquième. Le logement et les transports lui disputent désormais la première place.

Ces mouvements à l'œuvre au cours du dernier demi-siècle résultent d'une multitude de facteurs : augmentation du niveau et de l'espérance de vie, mutations du marché du travail, progression du temps libre, progrès technique conduisent à une offre en perpétuel mouvement. Les transformations survenues dans l'agriculture, le succès puis le relatif déclin de l'automobile, les variations des prix de l'énergie, l'augmentation du nombre de propriétaires, le mouvement général d'accroissement des échanges internationaux... Cette liste, non exhaustive, suffit à le montrer : étudier la consommation afin de cerner les questions majeures qui se posent à la société française aujourd'hui, oblige à examiner les grands événements économiques de ces cinquante dernières années.

La mise en perspective internationale enrichit également l'analyse. Comparer les pays entre eux sous l'angle de la consommation permet d'identifier des traits économiques et sociétaux stables comme par exemple, le lien fort et positif entre l'élévation du niveau de vie et la part budgétaire réservée à la santé. En illustrant les différences entre pays comme les ressemblances, l'examen de la consommation permet de mieux comprendre ce qui contribue à leur convergence et ce qui la freine.

Un autre angle d'analyse consiste à rendre compte de la diversité des situations et des évolutions individuelles. Appréhender la variété des modes de vie des ménages exige de connaître la variété des formes de leur consommation. Dans la plupart des questions au cœur du débat public actuel, on ne peut évaluer en effet la pertinence des réponses proposées qu'en mesurant les disparités de consommation entre les ménages et l'incidence qu'elles peuvent avoir sur les comportements socio-économiques des individus : accès au logement ou aux soins, qualité de l'alimentation, inégalités de niveau de vie, pouvoir d'achat, consommation d'énergie et développement durable...

Devant l'importance économique et sociale du sujet, on comprend aisément que chaque année, une multitude d'acteurs (instituts, bureaux d'études, sociétés de sondages, de marketing, groupements professionnels, associations de consommateurs, etc.) produisent une quantité considérable d'informations sur la consommation. L'Insee joue, dans ce travail, un rôle central. En revanche, il existe peu d'ouvrages de synthèse sur ce thème. L'ambition du présent volume de la collection Insee-Références est de contribuer à combler ce manque.

Son originalité réside dans le rapprochement systématique des deux grandes sources statistiques sur la consommation : les comptes nationaux et les enquêtes auprès des ménages. Les premiers sont élaborés par la Comptabilité nationale, en rapprochant toutes les sources possibles (administratives, auprès des entreprises, des ménages...) pour suivre l'ensemble de la consommation en France. Ils fournissent une vue complète et fiable, à un niveau de détail très fin de la nomenclature des produits. En revanche, ils ne donnent pas de détail par catégorie de ménages.

Les enquêtes auprès des ménages, elles, répondent à cette question, mais elles ne peuvent se prévaloir de l'exhaustivité inhérente aux données de la Comptabilité nationale. On a pris le parti ici de s'appuyer sur la complémentarité de ces deux sources, pour proposer un tableau à la fois synthétique et reflétant la richesse des données disponibles sur la consommation. Comme souvent en pareil cas, des problèmes de réconciliation des chiffres surgissent. L'ouvrage a fait le choix, raisonné, de privilégier les évaluations de la Comptabilité nationale. C'est elle qui fournit les niveaux globaux de consommation retenus. Les données d'enquête sont alors sollicitées pour déterminer les écarts de consommation entre les différentes catégories de ménages.

L'ouvrage balaye de façon assez systématique les grands postes de consommation et s'attarde sur certains domaines, produits ou thèmes qui présentent des traits spécifiques et intéressants par eux-mêmes et qui font l'objet d'une attention particulière dans le débat public.

A large, stylized handwritten signature in black ink, consisting of several sweeping, overlapping strokes.

Alain Chappert,  
Directeur des Études  
et des synthèses économiques

A smaller, more compact handwritten signature in black ink, featuring a prominent initial 'S' followed by a few loops.

Stéfán Lollivier,  
Directeur des Statistiques  
démographiques et sociales

Édition  
2009

# Cinquante ans de consommation

*Sources et concepts concernant la consommation* 7

## Dossiers

La consommation des ménages depuis cinquante ans 13  
Le poids des dépenses de logement depuis vingt ans 33  
La consommation alimentaire :  
des inégalités persistantes mais qui se réduisent 49

## Fiches transversales

I Les lieux d'achat 64  
II Impôts sur la consommation 66  
III Fiscalité directe (hors contributions) et taxes diverses 68  
IV Alimentation et genre 70  
V Priorités en matière de consommation 72  
VI Disparités de consommation 74  
VII Consommation, âge et génération 76  
VIII Consommation des retraités 78  
IX Consommation des ménages avec trois enfants ou plus 80  
X Convergence des structures de consommation des Dom  
avec la métropole 82

## Fiches thématiques

*Lecture des figures* 86

### 1- Alimentation et tabac

1.1 Alimentation à domicile (hors boissons) 88  
1.2 Boissons non alcoolisées 92  
1.3 Restauration hors domicile 96  
1.4 Boissons alcoolisées 100  
1.5 Tabac 104

### 2 - Logement

2.1 Loyers réels 110  
2.2 Services liés au logement 112  
2.3 Loyers réels et services liés au logement 114  
2.4 Chauffage, éclairage et eau 116

2.5 Gros équipement du logement	120
2.6 Produits du bricolage	124
2.7 Produits pour l'entretien courant de la maison	128

### **3 - Transports**

3.1 Automobiles, motos, vélos	134
3.2 Carburants et lubrifiants	138
3.3 Services liés aux transports individuels	142
3.4 Services liés aux transports collectifs	146

### **4 - Biens et services pour la personne**

4.1 Articles d'habillement, chaussures	152
4.2 Produits pour la personne	156
4.3 Services de soins personnels	160

### **5 - Santé**

5.1 Biens de santé	166
5.2 Services de santé	168
5.3 Biens et services de santé à la charge des ménages	170

### **6 - Communication**

6.1 Services de communication	174
6.2 Matériel électronique grand public	178

### **7 - Loisirs**

7.1 Biens pour les loisirs	184
7.2 Services de loisirs non liés au tourisme	188
7.3 Services de loisirs liés au tourisme	192
7.4 Jeux de hasard	196
7.5 Animaux domestiques	200

### **8 - Autres services**

8.1 Services d'entretien et de réparation de biens de consommation	206
8.2 Services financiers et d'assurances	210
8.3 Services domestiques et action sociale	214
8.4 Éducation	218
8.5 Services juridiques et autres services divers	222

### **Annexes**

Glossaire	227
Sigles utilisés	233

## **Sources et concepts concernant la consommation**

L'étude de la consommation peut s'appuyer sur deux types de données : celles élaborées par la comptabilité nationale (CN) et celles collectées dans les enquêtes auprès des ménages. La comptabilité nationale utilise diverses sources : enquêtes auprès des entreprises, données fiscales et douanières, estimations, etc.

La consommation mesurée par les comptes nationaux est à privilégier pour l'analyse des séries temporelles ou l'analyse économétrique faisant intervenir de nombreuses variables des comptes, qui respectent les contraintes de comparabilité. La dépense saisie par les enquêtes auprès des ménages est plus apte à mettre en évidence les disparités internes aux populations enquêtées (socioprofessionnelles, démographiques ou géographiques), et permet d'introduire des données autres que comptables, plus qualitatives, dans une étude.

### **La consommation en comptabilité nationale**

La consommation des ménages qui doit être évaluée en comptabilité nationale est celle des ménages résidents, qu'elle ait lieu dans ou hors du territoire économique national. Selon le SEC 95, « on considère comme unités résidentes les ménages qui ont un centre d'intérêt économique dans le pays, même s'ils se rendent à l'étranger pour une courte durée (moins de un an) ».

Pour des raisons statistiques, on ne peut évaluer dans un premier temps, par produits, qu'une consommation territoriale, représentant l'ensemble des achats effectués sur le territoire par des ménages résidents ou non. La consommation totale est obtenue en retranchant la consommation globale des non-résidents sur le territoire et en additionnant la consommation globale des résidents hors du territoire. Les données nécessaires sont obtenues par un traitement particulier de la balance des paiements.

Les biens et services marchands constituent l'essentiel de la dépense des ménages ; ils correspondent aux achats de biens neufs (sauf les logements mais y compris les achats en leasing pour les automobiles), aux achats de véhicules d'occasion (passant par le commerce), et aux achats de services marchands. Ils comprennent aussi l'autoconsommation de produits alimentaires, les avantages en nature fournis par les employeurs à leurs salariés ou par l'armée aux militaires, les loyers « imputés » des logements occupés par leurs propriétaires, qui, tous, viennent en contrepartie des revenus de même montant inclus dans le revenu disponible des ménages. Enfin, sont également compris dans la dépense des ménages les montants des biens et services consommés par les ménages mais financés par les assurances ou les mutuelles.

En revanche, la comptabilité nationale ne classe pas en consommation l'achat et les gros travaux d'amélioration du logement, les intérêts liés à ceux-ci, les impôts. Elle ne retrace pas non plus les achats de ménages à d'autres ménages : seules les marges commerciales des revendeurs sont prises en compte. C'est notamment le cas pour le poste « voitures d'occasion ».

Quand les biens et services marchands sont utilisés par des entrepreneurs individuels pour leur activité productive, on ne les prend pas en compte dans la consommation finale des ménages. Pour les biens et services à usage mixte, on ne retient ici qu'une partie de leur valeur, proportionnelle à l'utilisation domestique qui en est faite.

Les services non marchands pris en compte dans la dépense de consommation finale des ménages comprennent tout d'abord les paiements partiels des ménages aux administrations publiques (APU) (hôpitaux, enseignement, musées, théâtres) ou aux institutions sans but lucra-

tif au service des ménages (ISBLSM) (séances de ciné-club, spectacles amateurs, offices religieux). S’y ajoutent les services domestiques fournis par le personnel salarié employé par les ménages (employés de maison, nourrices, concierges et gardiens d’immeubles), qui ont leur contrepartie en production pour compte propre des ménages.

Pour passer de la dépense de consommation des ménages à la consommation effective, il faut ajouter les transferts sociaux en nature versés par les APU et ISBLSM, qui constituent une dépense de consommation pour celles-ci.

Les dépenses de consommation finale des administrations publiques sont subdivisées entre dépenses de consommation finale individualisable (celles dont le consommateur effectif est identifiable), santé et éducation pour l’essentiel, et dépenses de consommation collective correspondant aux fonctions régaliennes des administrations : justice, défense, police, administration générale...

Les transferts sociaux en nature des administrations publiques aux ménages correspondent aux dépenses de consommation finale individualisable de ces administrations. La consommation effective des administrations publiques ne comprend plus alors que les biens et services inclus dans les dépenses de consommation finale collective.

L’ensemble de la dépense de consommation des ISBLSM, qui est considéré comme individualisable, constitue une consommation effective des ménages. Il n’y a donc pas de consommation finale effective pour les ISBLSM.

	Ménages	Administrations publiques	ISBLSM
Dépenses de consommation	Dépenses de consommation des ménages	Dépenses collectives et individuelles des administrations publiques	Dépenses de consommation des ISBLSM
Consommation effective	Dépenses de consommation des ménages + dépenses individuelles des APU + dépenses de consommation des ISBLSM	Dépenses collectives des administrations publiques	

## La consommation à travers les enquêtes

En France, comme dans la plupart des pays, il existe par ailleurs une enquête auprès des ménages qui cherche à mesurer leur consommation. Cette enquête, dénommée « Budget de famille » (BdF) est disponible depuis 1979 sous sa forme quinquennale, auprès d’un important échantillon (plus de 10 000 ménages) en France métropolitaine et, depuis 1995, dans les Dom. Moins fréquente et moins précise que la comptabilité nationale, cette source a en revanche l’avantage de décrire les différences dans les comportements de consommation entre les ménages. La dernière collecte a été réalisée en 2005-2006. Les résultats des deux approches peuvent être comparés, puisque l’enquête BdF utilise aussi la Classification of Individual Consumption by Purpose (COICOP) comme classification des produits, à condition de garder à l’esprit leurs différences de concept et de champ.

Collectant ses informations auprès de ménages, l’enquête BdF est obligée de rester proche de leur perception de la consommation. Elle est ainsi conduite à s’écarter des concepts de la comptabilité nationale. Dans certains cas, elle peut les retrouver *a posteriori*, à partir des données collectées. On peut par exemple, pour chaque ménage propriétaire de sa résidence principale, calculer un loyer fictif par des modèles économétriques. On sait de même valoriser l’autoconsommation. Mais il est parfois impossible de se rapprocher du concept de la CN : par exemple, l’information collectée auprès d’un ménage ne permet pas d’identifier à coup sûr le



montant de l'aide au logement. Les dépenses de santé soulèvent des difficultés analogues, le ménage répondant n'étant souvent pas capable d'indiquer le montant réellement dépensé, après prise en charge des assurances-maladie obligatoires et complémentaires.

La seconde différence majeure porte sur le champ : par construction, l'enquête BdF ne collecte que les dépenses des personnes résidant en France en ménage ordinaire (c'est-à-dire hors collectivité). Elle prend donc en compte les dépenses réalisées lors de séjours touristiques à l'étranger mais pas celles des touristes étrangers en France. La CN, à l'inverse, ne distingue pas les ménages ordinaires des collectivités, ignore les dépenses des touristes français à l'étranger mais inclut celles des touristes étrangers en France.

Malgré tout, dans l'ensemble, au niveau des grands postes de consommation, les deux approches observent des poids comparables et les mêmes évolutions de moyen et long terme.

### **La classification des fonctions de consommation (COICOP)**

La classification des fonctions de consommation des ménages (Classification of Individual Consumption by Purpose - COICOP) est une des nomenclatures « fonctionnelles » du système de comptabilité nationale (SCN). Cette nomenclature fonctionnelle rassemble traditionnellement dans un même poste, les biens et les services nécessaires pour satisfaire un même besoin (se nourrir, s'habiller, se loger...).

Elle sert à classer les transactions effectuées entre les producteurs et le secteur institutionnel des ménages. Elle est dite fonctionnelle parce qu'elle identifie les objets ou les objectifs pour lesquels s'effectuent ces transactions. Nomenclature validée internationalement, c'est aussi, à quelques exceptions près, la nomenclature utilisée dans l'enquête Budget de famille de l'Insee. Pour plus de précisions concernant l'enquête Budget de famille, voir : <http://www.insee.fr/fr/methodes/default.asp?page=sources/sou-enq-bdf-2006.htm>



---

# DOSSIERS

---



## La consommation des ménages depuis cinquante ans

*Georges Consales, Maryse Fesseau et Vladimir Passeron\**

Depuis cinquante ans, les Français ont, sauf en 1993, consommé un peu plus chaque année, si bien qu'aujourd'hui le volume annuel de consommation par personne est trois fois plus élevé qu'en 1960. La France est pourtant passée des Trente Glorieuses, caractérisées par le développement d'une consommation de masse, à une période beaucoup moins dynamique en termes de gains de pouvoir d'achat et de consommation à partir du milieu des années 1970. Cette progression globale recouvre de profonds changements dans la répartition du budget des ménages, entre les différents postes de dépenses : les parts réservées à l'alimentation et à l'habillement se sont réduites, au profit notamment du logement et des transports, de la santé, de la communication et des loisirs. Globalement, les services prennent aujourd'hui une part prépondérante dans le budget des ménages, bien plus importante qu'en 1960 : les loyers tiennent une place croissante, et les prix des autres services ont progressé plus rapidement que ceux des biens. Ce déplacement des dépenses en valeur au profit des services recouvre des évolutions plus complexes sur les volumes consommés. Les Trente Glorieuses se sont d'abord traduites par le développement des achats de biens matériels ; depuis, l'écart de croissance avec les services s'est certes resserré, mais ne s'est pas inversé pour autant.

La baisse continue de la part de budget consacrée à l'alimentation et, à l'opposé, la hausse de celle affectée à la santé sont principalement le reflet de la progression du niveau de vie tout au long de la période, phénomène également attesté par les comparaisons européennes. Plus généralement, l'analyse des structures de consommation propres à chaque pays révèle qu'un processus de convergence est à l'œuvre. Ce processus est sans doute lié à celui du niveau de vie des pays, mais il résulte également de l'ouverture du marché européen et de la libre circulation des biens et des technologies. Aussi, bien qu'ils aient des niveaux de PIB par habitant comparables à celui de la France des années 1960 ou 1970, la structure de consommation des derniers pays entrant dans l'Union européenne se rapproche de celle des Français d'aujourd'hui pour nombre de postes budgétaires. En outre, cette analyse en termes de convergence, au cours du temps ou entre pays, trouve aussi ses limites : par exemple, parmi les pays fondateurs de l'Union européenne, certaines spécificités nationales demeurent.

Sur les cinquante dernières années, la croissance économique en France se décompose en deux grandes périodes. Dans un premier temps, après la période de pénurie de l'après-guerre et jusqu'au milieu des années 1970, les Trente Glorieuses sont caractérisées par un cercle « vertueux » alliant forte croissance des revenus distribués et avènement d'une consommation de masse. De 1960 à 1974, le revenu disponible des ménages (RDB) a progressé de façon continue, de 11,2 % en moyenne par an. Les prix de la consommation ont augmenté de 5,2 % en moyenne, le pouvoir d'achat du revenu disponible de l'ensemble des ménages a donc progressé sur la période de + 5,8 % par an. Compte tenu de l'évolution du nombre de ménages

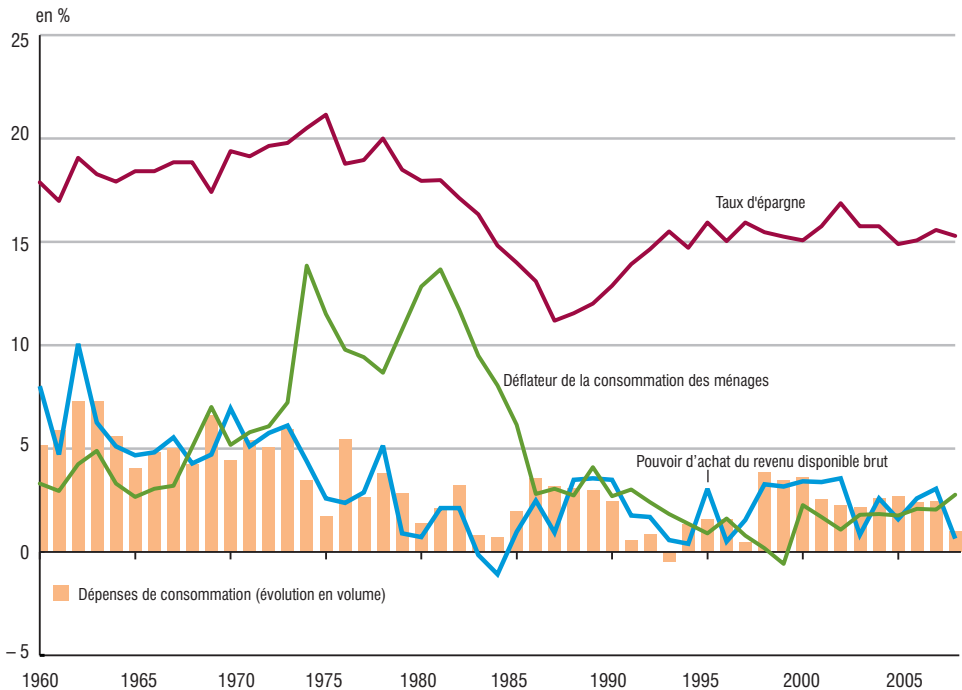
---

\* Maryse Fesseau est à la division Synthèse générale des comptes de l'Insee ; Georges Consales et Vladimir Passeron sont à la division Synthèse des biens et services de l'Insee.

et de leur composition, cette croissance correspond à une progression moyenne du pouvoir d'achat au niveau individuel<sup>1</sup> de 4,6 %. La consommation de masse s'est traduite dans le même temps par une augmentation annuelle au niveau individuel des dépenses en volume de 4,1% par an.

Le premier choc pétrolier en 1974 a marqué une rupture dans le rythme de croissance tendanciel de l'économie française. Le pouvoir d'achat des ménages a depuis lors progressé moins vite : + 2,1 % par an en moyenne entre 1975 et 2008, soit, compte tenu de la hausse tendancielle de la population, + 1,3 % au niveau individuel. La consommation est demeurée un peu plus dynamique (+ 2,2 % par an, soit + 1,5 % au niveau individuel) car les ménages ont diminué sur la même période leur taux d'épargne (de 21 % à 15 %). Dans un premier temps, entre 1975 et 1987, le pouvoir d'achat a nettement décéléré (+ 0,9 % par an au niveau individuel), avec le ralentissement du PIB. Malgré cela, les ménages ont maintenu un rythme de consommation ferme (+ 1,7 % au niveau individuel), en puisant dans leur épargne dont le taux a perdu 10 points, passant de 21 % en 1975 à 11 % en 1987 (figure 1). Revenu au début des années 1990 à 15 %, le taux d'épargne s'est ensuite stabilisé, la croissance des dépenses de consommation suivant celle des revenus. Sur la période récente, de 2000 à 2007, les dépenses de consommation ont progressé à un rythme assez régulier, de 1,8 % par an au niveau individuel, quasi indépendant des fluctuations du pouvoir d'achat. Toutefois, en 2008, sous le coup du fort ralentissement de ce dernier (0,0 % après + 2,4 % en 2007), elles ont nettement marqué le pas (+ 0,3 % après + 1,8 %).

### 1. Évolutions du pouvoir d'achat et des dépenses de consommation, taux d'épargne en niveau



1. L'expression « au niveau individuel » signifie ici que l'on neutralise dans l'évolution de la grandeur macro-économique les effets liés à l'accroissement démographique en rapportant cette grandeur au nombre d'unités de consommation (encadré 2).

## Les mutations du budget de consommation depuis cinquante ans

Au-delà de la rupture de tendance survenue au milieu des années 1970, entre 1960 et 2008, la hausse des dépenses de consommation des ménages a été quasi continue, et a suivi celle de leur revenu : + 3,2 % par an en moyenne. Par habitant, la progression est de + 2,5 %, ce qui représente une multiplication par trois du volume de consommation en près de cinquante ans. Cette progression globale recouvre de profonds changements dans la structure des dépenses : les parts réservées à l'alimentation et à l'habillement se sont réduites, au profit notamment du logement, des transports, de la santé, des dépenses de communication et de loisirs (*figure 2*). Cette transformation traduit des évolutions relatives des prix et des volumes de chacun des biens et services consommés. Outre l'accroissement total du budget disponible par personne, les mutations du marché du travail (taux d'activité), la nette progression du temps libre disponible par personne en emploi, l'évolution des goûts et des modes de vie, les facteurs sociodémographiques (type d'emploi, urbanisation, structure familiale...) et les progrès techniques sont autant de facteurs explicatifs de ces changements.

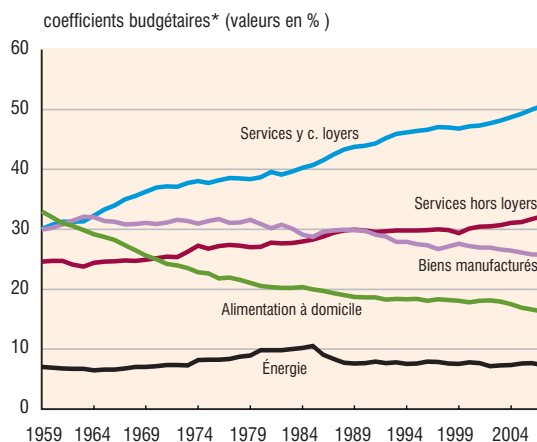
Ce déplacement relatif de la consommation depuis les postes d'alimentation et d'habillement vers d'autres postes recouvre un phénomène plus massif encore : les services qui représentaient 30 % des dépenses de consommation en 1960, dépassent 50 % depuis le milieu des années 2000. Plus de la moitié de cette hausse tient aux seuls services de logement (paiement de loyers, qu'ils soient réels, ou imputés aux ménages propriétaires occupant leur logement). Le reste concerne l'ensemble des autres services (*figure 3*).

### 2. La structure de la dépense des ménages a profondément évolué en cinquante ans

	Coefficients budgétaires				Évolution annuelle 1960-2007	
	1960	1975	1990	2007	Volume par habitant	Prix
Alimentation	38	30	27	25	1,4	4,8
Logement	16	20	18	19	2,8	4,6
Transport	11	15	18	18	3,0	5,1
Habillement et autres produits pour la personne	14	13	11	9	1,7	4,4
Santé	2	2	3	4	4,7	3,5
Communication, loisirs et culture	10	12	13	16	4,6	3,6
Services divers	7	8	9	11	2,1	5,9
Solde territorial	1	0	-1	-1	-	-
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>2,5</b>	<b>4,6</b>

Source : Insee, comptes nationaux, base 2000.

### 3. Une part croissante des services dans la dépense de consommation des ménages



\* Les coefficients budgétaires sont calculés ici y compris dépenses imputées (cf. encadré 4).

Source : Insee, comptes nationaux, base 2000.

En contrepartie, la part budgétaire dévolue aux dépenses alimentaires a diminué sur l'ensemble de la période et celle affectée aux biens manufacturés a baissé à partir du milieu des années 1980. Les postes dépendant des produits de l'énergie (chauffage et carburants) ont quant à eux subi les effets des deux chocs pétroliers de 1974 et 1979, puis du contre-choc de 1986. En 2007, leur part dans le budget de consommation des ménages est quasiment la même que celle du début des années 1960.

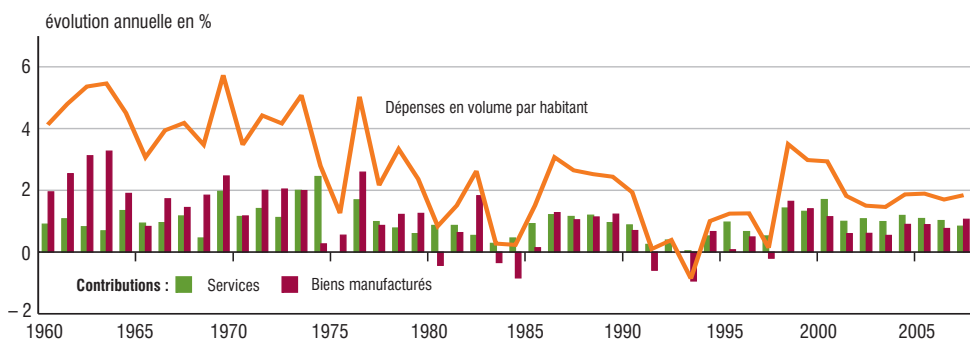
Ce déplacement relatif des dépenses des biens vers les services s'explique en premier lieu par un effet-prix : sur longue période, le prix des biens, en particulier celui des biens manufacturés (+ 3,5 % par an), évolue nettement moins rapidement que celui des services (+ 5,9 % pour les services hors loyers). Cela tient au fait que les gains de productivité induits par le progrès technique bénéficient surtout à la fabrication des biens manufacturés, alors même que les augmentations salariales se diffusent dans tous les secteurs d'activité. C'est pourquoi, à structure de consommation inchangée en volume, la simple augmentation relative du prix des services par rapport à celui des biens tend à déformer la structure du budget des ménages.

De fait, cette déformation de la structure des dépenses en valeur recouvre des évolutions plus complexes sur les volumes consommés (*encadré 1*). La consommation de masse, caractéristique des Trente Glorieuses, s'est dans un premier temps traduite par la multiplication des acquisitions de biens matériels. Lorsque, grâce à la hausse de leurs revenus, ce type de besoins a commencé à atteindre une forme de saturation, les ménages ont pu chercher à satisfaire de nouveaux besoins, plus immatériels, favorisant ainsi l'essor des services culturels et de loisirs, ceux de santé ou de voyage. De même, le développement des services marchands sur la période récente permet aux ménages de diminuer le temps qu'ils consacrent aux tâches domestiques.

Cette grille de lecture opposant les développements respectifs des biens et des services doit toutefois être nuancée. Ces nouveaux besoins se traduisent également par l'achat de biens : biens directement liés aux loisirs et renouvellement de biens durables qui, grâce aux progrès techniques, permettent toujours plus de gains de temps et de performance. En outre, la baisse du coût d'acquisition de nombreux biens durables rend préférable le renouvellement à la réparation. Cette baisse se traduit alors par une progression des dépenses en volume de biens et une diminution de certains services. Enfin, biens et services connaissent souvent un développement complémentaire : le taux d'équipement en téléphones mobiles à la fin des années 1990 a, par exemple, fortement augmenté avec les dépenses en services de téléphonie.

Au final, la croissance en volume des dépenses des ménages en biens manufacturés demeure toujours supérieure à celle des services (y compris loyers réels et imputés), même si l'écart s'est nettement resserré : + 6,1 % par an contre + 3,6 % avant 1974, + 2,3 % contre + 2,0 % depuis lors. Néanmoins, compte tenu de leur poids grandissant dans le budget des ménages en valeur, la part prise par la consommation de services dans la croissance de la consommation totale s'est accrue au cours du temps (*figure 4*). Plus précisément, jusqu'en

#### 4. Dépenses de consommation et contributions des biens manufacturés et des services à la consommation



Source : Insee, comptes nationaux, base 2000.



### L'évolution relative des consommations par type de produit en volume

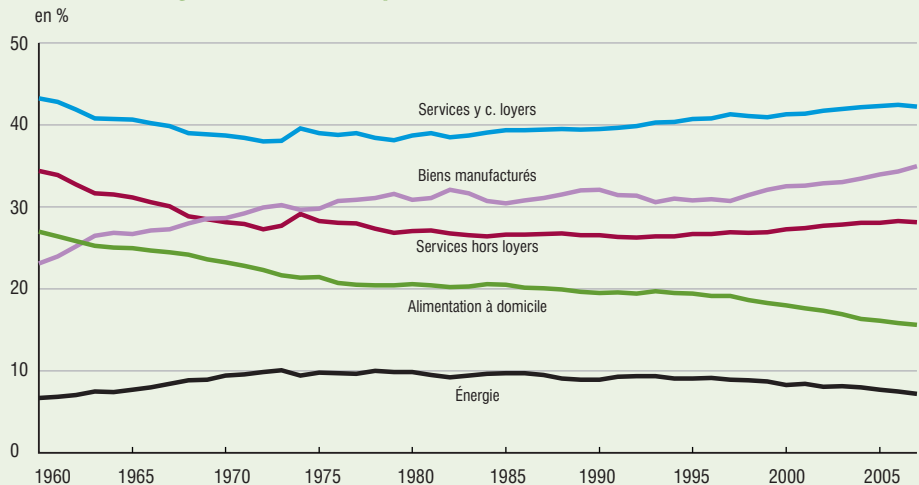
Pour un poste donné, la part budgétaire rapporte le montant en valeur des dépenses de ce poste au budget global des ménages. L'évolution d'une part budgétaire dépend de deux paramètres : l'évolution relative des prix et celle des volumes. La hausse relative du coefficient budgétaire correspondant à la plupart des postes de services relève par exemple souvent d'une plus forte hausse des prix de ces services, par rapport à l'inflation d'ensemble. Inversement, la baisse de la part des achats des biens manufacturés dans le budget des ménages résulte bien souvent d'une hausse moindre des prix, par rapport à l'inflation d'ensemble.

Hors les évolutions relatives de prix, achète-t-on plus ou moins de biens relativement aux services en 2007 qu'en 1960 ? Pour répondre à cette question, il faut choisir une année de référence pour fixer les niveaux de prix relatifs. En reprenant ensuite les seules évolutions en volume par poste et en recalant sur le volume total chaque année, on peut alors définir une part budgétaire en volume et la faire évoluer au cours du temps. Naturellement, le chiffre dépend directement de l'année de référence retenue pour les prix.

On retient ici (*graphique*) comme année de référence une année « temporellement médiane » (1980) pour fixer les niveaux de prix. Par définition, les coefficients budgétaires en volume de 1980 coïncident avec ceux en valeur de la même année. Mais pour les autres années, ils dépendent des évolutions relatives des volumes consommés.

Le diagnostic sur les évolutions relatives de consommation par type de produit diffère alors assez nettement de celui que l'on tire de la seule observation des parts budgétaires en valeur (*figure 3*). La part budgétaire affectée aux biens alimentaires baisse sur longue période dans les deux cas. En revanche, celle des biens manufacturés progresse continûment en volume, alors qu'en valeur, elle est stable de 1960 à 1990 puis décroît quelque peu. S'agissant des services, leur part relative augmente fortement en valeur, mais apparaît beaucoup plus stable en volume sur longue période. Le diagnostic d'une tendance à la « dématérialisation » de la consommation des ménages sur longue période s'en trouve pour le moins nuancé. Ce d'autant qu'au-delà de ces considérations sur les évolutions de parts relatives en volume, il faut rappeler la progression spectaculaire du volume global de consommation au niveau individuel : celui-ci a été multiplié par 3 en l'espace de cinquante ans.

#### Coefficients budgétaires\* (volumes, prix de 1980)



\* Les coefficients budgétaires sont ici calculés y compris dépenses imputées (cf. encadré 4).

Source : Insee, comptes nationaux, base 2000.

1974, la croissance totale de la consommation en volume était essentiellement tirée par les biens manufacturés (+ 1,9 point de contribution en moyenne par an, contre + 1,2 point pour les services). De 1975 à 1990, biens manufacturés et services ont contribué en moyenne à parts égales (+ 0,8 point). Depuis 1991, un écart de contribution s'est creusé en faveur des services (+ 0,9 point par an, contre + 0,5 pour les biens manufacturés).

## La part de l'alimentation en baisse sur longue période : un effet de saturation des besoins

La très nette hausse des niveaux de vie a d'abord permis de desserrer la contrainte des dépenses de première nécessité. La part en valeur des dépenses d'alimentation et tabac, est passée de 38 % du budget de consommation<sup>2</sup> en 1960 à 25 % en 2007. Cette baisse concerne exclusivement les dépenses de produits alimentaires à domicile, la part des seules dépenses en restauration ayant quant à elle un peu augmenté, passant de 5 à 6 %.

Pour les dépenses à domicile, la baisse de la part budgétaire s'explique surtout par une croissance des volumes des dépenses alimentaires (+ 1,4 % en moyenne annuelle par habitant) inférieure à celle du budget total de consommation (+ 2,5 %). Dans le même temps, en moyenne sur l'ensemble de la période, la hausse des prix alimentaires (+ 4,5 % par an) a été légèrement inférieure à l'inflation (+ 4,8 %). Par habitant, le montant consacré à la dépense alimentaire à domicile a certes progressé, de 1 470 euros en 1960 à 2 640 euros en 2007 (en euros constants de 2007), mais cette hausse est plus faible que pour les autres postes de consommation. Les besoins en nourriture et en boissons sont en effet naturellement limités. Le niveau de vie atteint par la plupart des habitants des pays développés leur permet désormais d'assurer leurs besoins alimentaires. Dans ce contexte, le fait que les dépenses alimentaires continuent de croître, même à un rythme faible, s'explique aujourd'hui pour l'essentiel par des phénomènes de transferts en faveur de produits de meilleur qualité, de plus en plus élaborés et diversifiés (essor des dépenses de produits surgelés et autres plats préparés) au détriment de produits bruts, nécessitant plus de temps de préparation.

Le lien entre la pauvreté des familles et la part du budget réservée à l'alimentation est avéré et étudié depuis longtemps (Engel au dix-neuvième siècle). La part de l'alimentation dans le budget est ainsi souvent utilisée comme indicateur de niveau de vie. À cette aune, et d'un point de vue macroéconomique, la diminution de la part alimentaire en France depuis cinquante ans dans la dépense de consommation de l'ensemble des ménages est le reflet de la hausse de leur pouvoir d'achat.

En matière de comparaisons internationales, le lien est également marqué entre part du budget alimentaire (à domicile) et niveau de PIB par habitant (*figure 5*). Les pays de l'ex-Union à 15 se caractérisent par un coefficient budgétaire en valeur relativement faible. À l'inverse, les 12 derniers entrants dans l'Union (en 2004 puis en 2007) ont des coefficients budgétaires en valeur plus élevés.

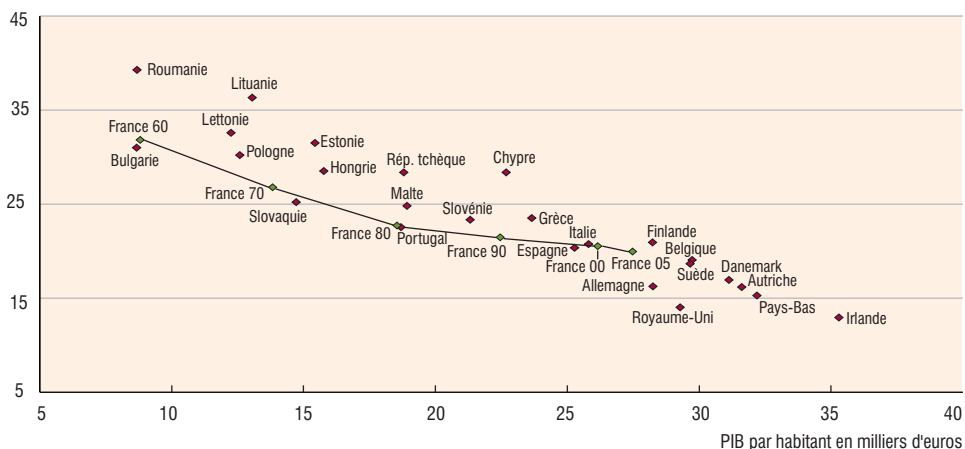
Le lien entre niveau de vie et dépenses en restauration apparaît quant à lui plus ténu. L'attractivité touristique joue indéniablement, expliquant par exemple les niveaux élevés des parts budgétaires en Grèce (15,0 %) ou en Espagne (17,2 %). En effet, les dépenses de consommation, lorsqu'elles sont exprimées par type de dépenses, incluent les dépenses des touristes étrangers effectuées sur le territoire national (*encadré 4*). Mais au-delà, certains écarts de parts budgétaires semblent tenir à des modes de vie différents : au Royaume-Uni, par exemple, la part budgétaire prise par les services de restauration est bien plus élevée qu'en France (10,1 %

2. Dans la suite du dossier, les parts des différents postes de consommation sont calculées sur un champ dit de « budget de consommation », un peu restreint par rapport à celui des dépenses de consommation de la comptabilité nationale, mais plus proche d'un concept de décaissement, donc de l'acceptation retenue par les ménages lorsqu'ils décrivent leur propre consommation (*encadré 4*).

contre 4,9 %). En contrepartie, la part affectée aux dépenses alimentaires à domicile ressort comme l'une des plus faibles d'Europe (8,9 % pour les dépenses alimentaires hors alcool et tabac, contre 13,9 % en France).

## 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.

## Des dépenses d'habillement moins contraintes que les dépenses alimentaires

Comme pour l'alimentation, les dépenses d'habillement et des produits pour la personne relèvent *a priori* en partie de la nécessité. Leur part budgétaire a baissé, elle aussi, de 14 % en 1960 à 9 % en 2007. Ce tassement provient pour l'essentiel d'une moindre croissance en volume (+ 1,7 % par an et par habitant) par rapport à celle du volume des dépenses totales de consommation (+ 2,5 %), même si une moindre hausse relative des prix y a également contribué.

Ce recul de la part budgétaire semble là encore illustrer l'effet de la hausse du niveau de vie moyen sur la part des dépenses nécessaires : au-delà d'un certain seuil de revenu, le budget en habillement des ménages ne progresse pas dans les mêmes proportions que leur revenu. L'analyse sur longue période montre pourtant qu'il faut nuancer ce jugement. À la différence des produits alimentaires, les achats d'habillement et de chaussure sont sensibles à court terme aussi bien aux variations de prix qu'aux variations de revenu. Ceci signale sans doute à la fois que les besoins de première nécessité sont globalement couverts et que, au-delà, les ménages tendent à arbitrer fréquemment sur ce poste.

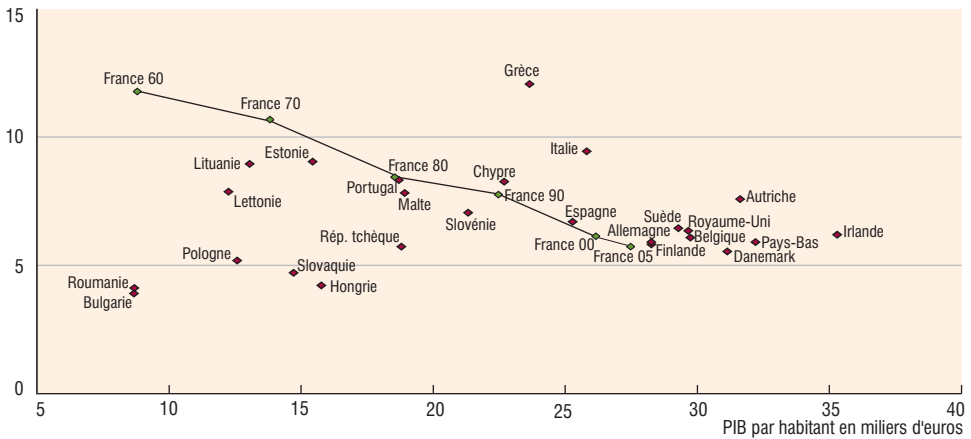
Depuis 1960, les dépenses d'habillement ne répondent plus aux mêmes motifs. D'une part, l'offre a profondément évolué. La production intérieure a dégagé des gains de productivité importants, grâce au progrès technique et à des modes de fabrication de plus en plus intenses en capital. Les importateurs se sont progressivement imposés sur le marché national, atteignant plus de 60 % du marché en 2007 contre 5 % en 1960. Les circuits de distribution se sont également fortement modifiés, avec le développement de grandes surfaces, spécialisées ou non, au détriment des petites surfaces spécialisées. La progression des importations est allée de pair avec une diversification des produits, dont notamment des produits à plus bas coût. D'autre part, la demande s'est transformée, la dépense relevant moins de la nécessité que de la mode. Ainsi, durant les Trente Glorieuses, les phénomènes de mode vestimentaire se sont imposés à grande échelle, conduisant à des mises au rebut massives d'articles présentant encore une valeur

d'usage. Entretien par un système productif international toujours plus réactif, ainsi que par l'action des médias et de la publicité, ils peinent cependant à faire croître tendanciellement la demande, plus saturée encore dans ce domaine que dans celui de l'alimentation.

Les données internationales ne permettent pas de mettre en évidence un lien entre niveau de vie du pays et part budgétaire affectée à l'habillement (figure 6). Par exemple, la Pologne et la France ont un niveau de richesse créée par habitant très différent, mais la part de budget que les ménages consacrent à l'habillement y est très proche. De même, une préférence marquée pour l'habillement en Italie par rapport à des pays de niveau de vie similaire (Allemagne, France, Espagne) semble indiquer que cette part budgétaire dépend davantage des goûts des consommateurs que des niveaux de vie. Enfin, contrairement à ce qui est observé pour les dépenses alimentaires, la part budgétaire consacrée à l'habillement en France dans les années 1960 ou dans les années 1970 est nettement plus élevée que celle observée aujourd'hui dans des pays européens comparables en termes de niveau de vie.

## 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.

## Le logement, premier poste de dépenses

Les Trente Glorieuses ont été marquées à la fois par la hausse du nombre de logements, de leur qualité, et par la diffusion intensive de leur équipement en meubles et appareils électroménagers. La part budgétaire consacrée à ce poste a ainsi crû sensiblement entre 1960 (16 %) et 1975 (20 %). Elle a depuis très légèrement baissé (19 % en 2007), mais cet infléchissement traduit en réalité la croissance du nombre de ménages propriétaires : leur part dans le nombre total de ménages a augmenté tout particulièrement entre 1973 (45 %) et 1988 (54 %). En effet, les nouveaux propriétaires, ne payant plus de loyers, ne font plus face aux mêmes dépenses de consommation de services de logement, mais à des dépenses d'autres natures (dépenses d'investissement-logement, remboursement d'emprunts). Au cours des années 1990, la part des propriétaires a continué de croître, mais la hausse est de moindre ampleur (56 % en 2002).

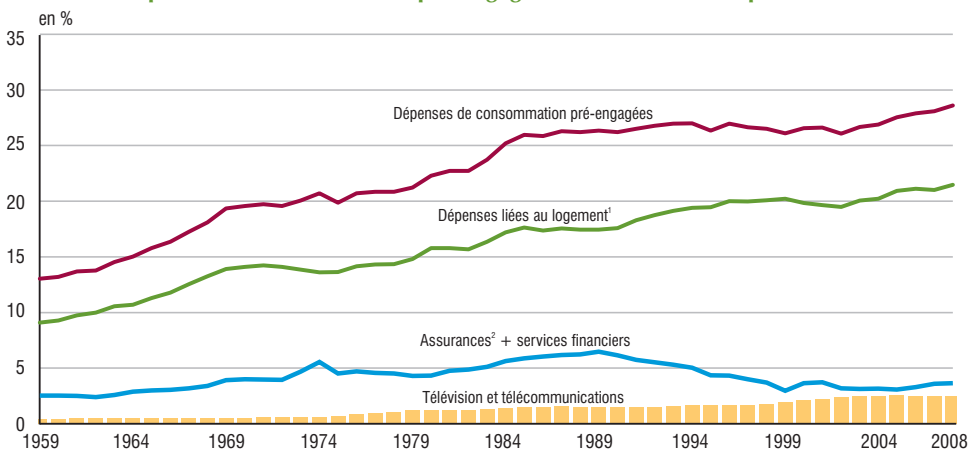
Pour neutraliser cet effet trompeur de l'accession à la propriété sur la mesure de la consommation des ménages, la comptabilité nationale considère que les ménages propriétaires occupant leur logement bénéficient *de facto* d'une consommation de logement, c'est-à-dire se payent des loyers à eux-mêmes (loyers dits « imputés »). En élargissant ainsi le

champ, c'est-à-dire en passant du budget de consommation des ménages (notion micro-économique) au champ des dépenses de consommation des ménages (notion de comptabilité nationale qui inclut les dépenses « imputées »), le poids des dépenses liées au logement augmente alors continûment sur l'ensemble de la période, passant de 20 % en 1960 à 30 % en 2007. Les loyers imputés sont les principaux contributeurs de cette hausse, celle des loyers réels l'expliquant dans une moindre mesure. Cette hausse de la part budgétaire consacrée aux loyers résulte à la fois d'un effet-prix, le prix des loyers ayant augmenté plus fortement que l'inflation globale, et d'un effet-volume, la quantité et la qualité des logements ayant augmenté globalement plus vite que la consommation d'ensemble. Cela a notamment été le cas dans les années 1960 et 1970, marquées par des efforts massifs de construction pour résorber la crise du logement de l'après-guerre et absorber la forte hausse du nombre de ménages. Enfin, la croissance de la part des dépenses consacrées au logement est également tirée par les charges (eau, gaz, électricité...). Les variations de prix des dépenses de chauffage ont globalement peu joué sur l'ensemble de la période, mais de fortes fluctuations ont été enregistrées lors des chocs et du contre-choc pétroliers.

Les dépenses liées au logement sont bien souvent ressenties par les ménages comme contraintes car pré-engagées dans leur budget : c'est le cas pour les dépenses de loyers, de chauffage ou d'éclairage. En 2007, la part des dépenses que les ménages consacrent au logement, à son chauffage et à son éclairage, atteint 25 % de leur consommation. Ces dépenses représentent 75 % des dépenses « pré-engagées », sur lesquelles les ménages peuvent difficilement arbitrer à court terme. La part de ces dépenses « pré-engagées » dans le revenu disponible brut des ménages n'a cessé de progresser, atteignant 28 % en 2007 contre 13 % en 1960 (*figure 7* et *encadré 2*). Une forte augmentation de cette part au cours des années récentes, imputable notamment aux prix des loyers, pourrait avoir contribué à faire naître et se creuser un écart entre la mesure du pouvoir d'achat et la perception que s'en font les ménages.

Jusqu'au milieu des années 1980, les logements, de plus en plus nombreux, ont de plus en plus été équipés en meubles et gros équipements électroniques, contribuant à la hausse de la consommation d'ensemble. Depuis, la demande semble avoir atteint un niveau de saturation et les achats correspondent désormais plutôt au renouvellement de mobilier. Pour les meubles, la sensibilité des achats aux variations du revenu et des prix est forte, attestant du caractère arbitrageable de ces biens. Une grande sensibilité aux aléas conjoncturels caractérise aussi le gros équipement électrique du logement, marqué en outre par des phases cycliques,

## 7. Part des dépenses de consommation pré-engagées dans le revenu disponible brut



1. Y compris les loyers imputés.

2. Hors assurance-vie.

Source : Insee, comptes nationaux, base 2000.

## Encadré 2

### Pouvoir d'achat, pouvoir d'achat « arbitrage », pouvoir d'achat au niveau individuel

La notion usuelle de pouvoir d'achat correspond au pouvoir d'achat du revenu disponible brut des ménages (ou revenu réel disponible). Il s'agit d'une grandeur macroéconomique calculée dans le cadre global et cohérent de la comptabilité nationale sur des bases harmonisées au plan international. Elle rapporte l'évolution du revenu disponible brut à celle du prix de la dépense de consommation des ménages. Cette mesure macroéconomique peut différer de la perception qu'ont les ménages de l'évolution de leur niveau de vie. En effet, les ménages peuvent appréhender leur pouvoir d'achat sur un champ plus étroit, en considérant qu'ils ont en réalité peu de prise sur certaines de leurs dépenses de consommation et en se focalisant sur les marges de manœuvre qu'ils estiment leur rester pour effectuer librement des choix de consommation ou d'épargne.

Pour se rapprocher de cette perception du pouvoir d'achat, on examine l'évolution d'un revenu « arbitrage », défini comme le revenu disponible une fois déduit un ensemble de dépenses de consommation « pré-engagées ». Ces dépenses sont celles qui sont réalisées dans le cadre d'un contrat difficilement renégociable à court terme. Cette approche complémentaire, présentée en particulier dans une étude publiée dans le rapport sur l'Économie française de

2007, a été affinée et préconisée par la commission « Mesure du pouvoir d'achat des ménages » dans son rapport remis le 6 février 2008 au ministre de l'Économie, des Finances et de l'Emploi.

Ces dépenses sont définies comme suit :

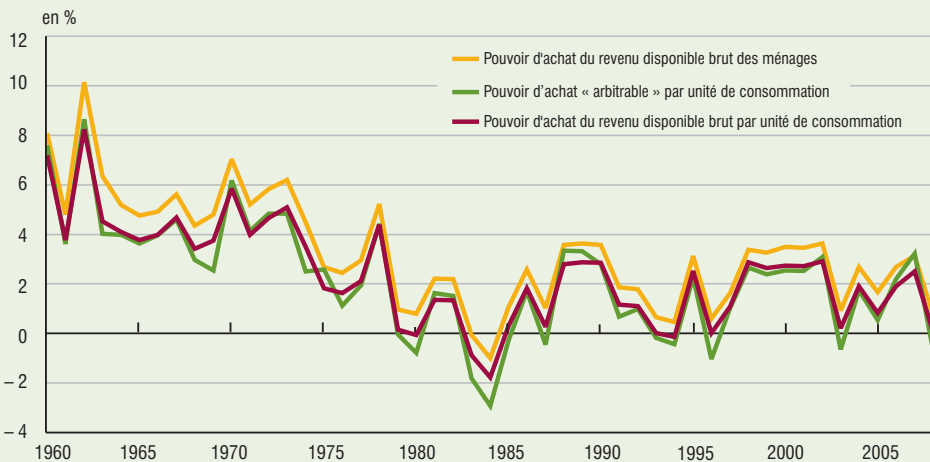
- les dépenses liées au logement (y compris les loyers imputés aux propriétaires occupant leur logement) ainsi que dépenses relatives à l'eau, au gaz, à l'électricité et aux autres combustibles utilisés dans les habitations ;
- les services de télécommunications ;
- les frais de cantines ;
- les services de télévision (redevance télévisuelle, abonnements à des chaînes payantes) ;
- les assurances (hors assurance-vie) ;
- les services financiers (y compris les services d'intermédiation financière indirectement mesurés).

Sur longue période, la part prise par les dépenses pré-engagées dans le revenu disponible brut des ménages s'est accrue sensiblement (figure 7).

L'évolution du pouvoir d'achat de ce revenu « arbitrage » rapporte l'évolution du revenu disponible hors dépenses « pré-engagées » à celle du prix de la dépense de consommation non « pré-engagée » (graphique).

D'autres facteurs sont susceptibles d'expliquer le décalage entre la perception des ménages et la mesure macroéconomique, en particulier l'accrois-

### Évolution du pouvoir d'achat du revenu disponible brut et du revenu arbitrage, par unité de consommation



Source : Insee, comptes nationaux, base 2000.

### Encadré 2 (suite)

sement de la population (dynamisme des naissances, augmentation de l'espérance de vie). Pour tenir compte également des facteurs démographiques, le revenu réel disponible et le revenu «arbitrable» peuvent être rapportés à l'ensemble de la population française. La croissance du pouvoir d'achat par tête est alors amortie, compte tenu de la croissance de la population. Ils peuvent également être rapportés au nombre de ménages. Le nombre de ménages augmentant plus rapidement que la population (du fait du vieillissement de la population et de la tendance à la décohabitation), la croissance du pouvoir d'achat par ménage est ralentie d'autant. Cependant, pour ramener l'évolution du pouvoir d'achat à un

niveau individuel, le mieux est de tenir compte de l'évolution de la composition des ménages et du fait que les dépenses d'un ménage ne sont pas strictement proportionnelles au nombre de personnes qui le composent. On raisonne alors en termes de pouvoir d'achat par nombre d'unités de consommation (UC).

La taille de chaque ménage en nombre d'unités de consommation est calculée de la façon suivante : le premier adulte compte pour 1 unité de consommation, chaque personne supplémentaire de 14 ans et plus compte pour 0,5 UC et chaque enfant de moins de 14 ans compte pour 0,3 UC. Le pouvoir d'achat par nombre d'unités de consommation permet ainsi de prendre en considération l'évolution de la structure des ménages.

liées aux cycles de vie de ce type de produit. Peu de ménages peuvent acheter un nouveau produit à son apparition, compte tenu de son coût ; puis les progrès technologiques et les rendements d'échelle permettent des baisses de prix, donc sa plus large diffusion. Le taux d'équipement des ménages augmente jusqu'à sa saturation, dont le niveau dépend du caractère plus ou moins indispensable du produit. La quasi-totalité des ménages possède aujourd'hui un lave-linge et un réfrigérateur ou combiné réfrigérateur-congélateur (apparu au début des années 1970), 80 % un four à micro-ondes (sur le marché depuis le milieu des années 1980), mais moins de 50 % un lave-vaisselle (apparu au début des années 1970).

Au sein de l'Union européenne à 27, on n'observe pas de corrélation positive marquée entre le niveau de revenu par habitant et l'importance accordée aux dépenses de logement. Comme en France où il est le premier poste de dépenses, il s'agit dans tous les pays d'un poste de dépense essentiel.

## L'essor de l'automobile, principal facteur de la hausse de la part des transports

Le poids du poste des dépenses de transport dans le budget des ménages a progressé fortement entre 1960 (11 %) et le début des années 1980 (17 %), puis s'est quasi stabilisé (18 % en 2007). Cette progression tient, à parts quasi égales, à la croissance plus rapide des volumes consommés par rapport à celle du budget de consommation total, et à l'évolution plus dynamique des prix par rapport à l'inflation d'ensemble. Les volumes ont particulièrement augmenté jusqu'au milieu des années 1970, avec la très forte progression du taux d'équipement des ménages en automobiles, de 30 % en 1960 à 60 % en 1973. Par la suite, compte tenu de son poids dans l'activité économique, l'automobile a fait l'objet de plusieurs mesures de relances conjoncturelles (aide à l'achat, prime à la casse...), alors que dans le même temps les exigences croissantes en termes de sécurité routière et d'environnement ont pu freiner son utilisation.

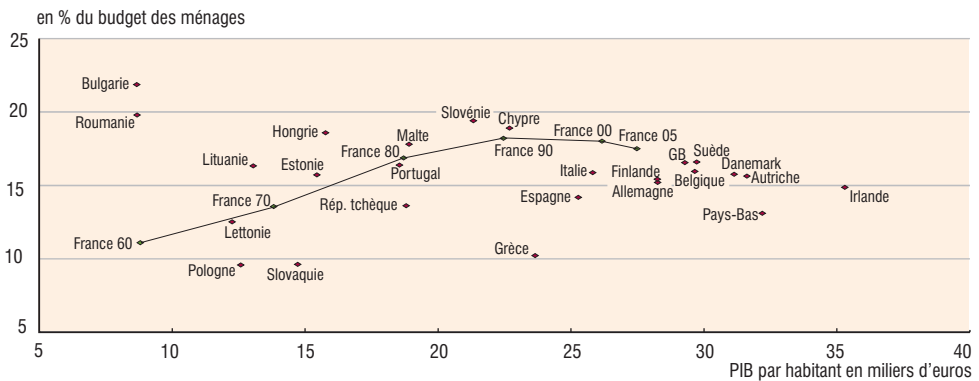
Les dépenses d'utilisation des véhicules personnels ont profité de cet essor d'équipement, mais leur part croissante dans le budget des ménages résulte surtout de la très forte hausse de leurs prix par rapport à l'inflation d'ensemble. Ces hausses de prix sont d'abord tirées par les dépenses d'entretien et de réparation. La hausse des prix des carburants a été moins marquée, en moyenne sur la période, même s'ils ont fluctué de façon spectaculaire. Depuis 2000, les hausses du cours du pétrole ont renchéri le coût d'utilisation du transport individuel et pesé sur le budget des ménages. Pour cette raison, même si elles ne sont pas à proprement parler

« pré-engagées », elles sont souvent ressenties comme contraintes et peu arbitrables, en raison de l'utilisation des véhicules personnels dans les déplacements domicile-travail. La sensibilité particulière de nombre de ménages aux fortes variations de prix des carburants constitue sans doute un autre élément d'explication de l'écart entre mesure et perception de l'évolution du pouvoir d'achat.

Relativement au total des dépenses, la consommation en transports collectifs a modérément augmenté depuis 1960 : leur prix a augmenté plus vite que l'inflation d'ensemble, mais les volumes relatifs ont baissé, concurrencés par le transport individuel. Malgré le développement du TGV à compter des années 1980, le transport ferroviaire a subi une baisse relative sur l'ensemble de la période, dans un contexte de profonde mutation de l'offre (modification des infrastructures, fermetures de lignes...). Seul le transport aérien a connu un dynamisme plus important que la consommation d'ensemble ; il s'est banalisé et a fini par toucher une grande partie de la population.

Au sein de l'Union européenne, le poids des dépenses de transport ne semble pas lié au niveau de vie du pays (*figure 8*). Des pays très différents en termes de PIB par habitant, comme la Lituanie et l'Italie, présentent par exemple des coefficients budgétaires identiques. Certes, le taux d'équipement en véhicules individuels s'élève avec le niveau de vie. Il est par ailleurs positivement corrélé au volume annuel d'achat en automobiles, motos et vélos (hors pièces détachées) des ménages dans les différents pays. Mais, en contrepartie les ménages de la plupart des pays ayant un niveau de PIB par habitant élevé dépensent une part plutôt faible de leur budget pour les transports collectifs. Le caractère souvent contraint de cette dépense et le développement des infrastructures (réseau ferré notamment) sont également des facteurs déterminants de la place relative prise par les transports collectifs dans la dépense de consommation des ménages des différents pays.

## 8. Part budgétaire réservée aux transports et niveau de PIB par habitant



Lecture : en France en 2005, la part budgétaire réservée aux transports (individuels ou collectifs) était de 17 % du budget des ménages, pour un PIB de 27 500 euros par habitant.

Source : Insee, comptes nationaux, base 2000.

## Toujours plus de dépenses de communication et de loisirs

Le poste regroupant les dépenses de communication, de loisirs et de culture a connu l'une des plus fortes croissances depuis cinquante ans : sa part est passée de 10 % du budget de consommation en 1960 à 16 % en 2007. Ce phénomène est encore plus prononcé en termes réels : la croissance en volume par habitant a atteint + 4,6 % par an sur la période, contre + 2,5 % pour l'ensemble du budget de consommation. Dans le même temps, les prix de ces produits ont augmenté moins vite que l'inflation d'ensemble (- 1,0 point par an en moyenne).



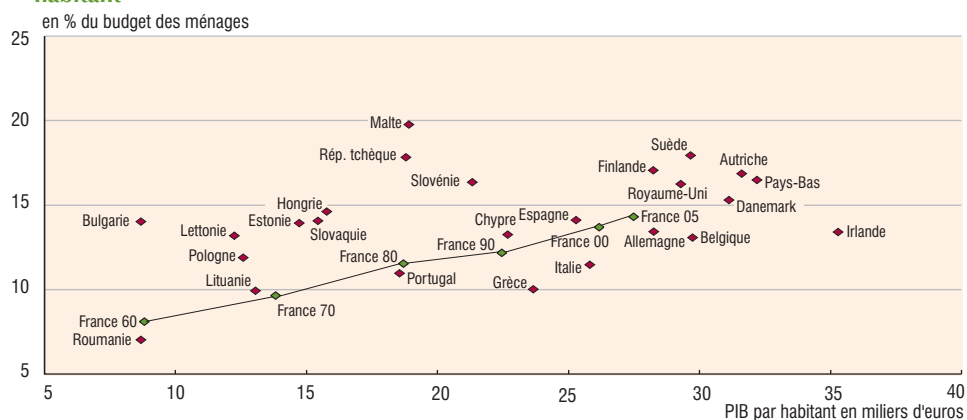
Depuis 1960, le poids des services de communication a quasiment quintuplé dans le budget des ménages. La consommation en volume de ces services a augmenté nettement plus vite (+ 8,1 % par habitant) que l'ensemble des autres postes de dépenses des ménages (+ 2,5 %), principalement dans les années 1970 avec la diffusion de la téléphonie fixe et depuis le milieu de la décennie 1990 avec la téléphonie mobile et l'internet. Ces produits apparus comme des produits de luxe se sont rapidement révélés de plus en plus accessibles, et indispensables. En outre, le caractère souvent contractuel de ces dépenses, qui lie les ménages aux opérateurs sur des périodes longues, en a fait, avec le logement, l'un des principaux facteurs du développement des dépenses « pré-engagées » depuis une décennie (figure 7).

Les appareils électroniques ont tiré la croissance de la consommation à la hausse depuis cinquante ans, avec des phases cycliques, qui correspondent aux grandes phases d'équipement des ménages : téléviseurs en noir et blanc puis en couleurs dans les années 1960 et 1970 ; appareils photos dans les années 1970 ; magnétoscopes et caméscopes dans les années 1980 ; ordinateurs et téléphones mobiles depuis la fin des années 1990 ; enfin, tout récemment, télévisions à écran plat. Par ailleurs, la très grande sensibilité des achats de ces biens à la variation de leur prix d'une part, à celle du pouvoir d'achat d'autre part, illustre le caractère généralement non « indispensable » de ces produits.

Pour les autres dépenses du poste, qualifiées de dépenses de loisirs, le dynamisme depuis cinquante ans n'est pas continu dans le temps ni uniforme selon les produits. Les achats de biens pour les loisirs et les dépenses en jeux de hasard ont été plus dynamiques que la progression de l'ensemble du budget de consommation. La part budgétaire consacrée aux services de loisirs est plus stable, les volumes consommés, notamment les services d'hébergement touristique, ayant pâti d'une évolution relativement défavorable de leurs prix.

Au sein de l'Union européenne, en 2005, les comparaisons internationales ne font pas apparaître de lien entre coefficient budgétaire lié à la communication et aux loisirs (hors services d'hébergement) et niveau de richesse par habitant (figure 9). Alors qu'on observe un lien de ce type en France au cours du temps (la hausse du pouvoir d'achat ayant coïncidé sur longue période avec le développement de ce poste), les données internationales font par exemple apparaître des coefficients budgétaires du même ordre en Allemagne et dans nombre des pays de l'est de l'Europe. En outre, le poids de ce poste dans le budget des ménages dans les pays de niveau de PIB comparable à celui de la France il y a trente ou quarante ans est nettement plus important qu'il ne l'était à l'époque dans l'Hexagone.

### 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.

## Les dépenses de santé croissent avec le niveau de vie

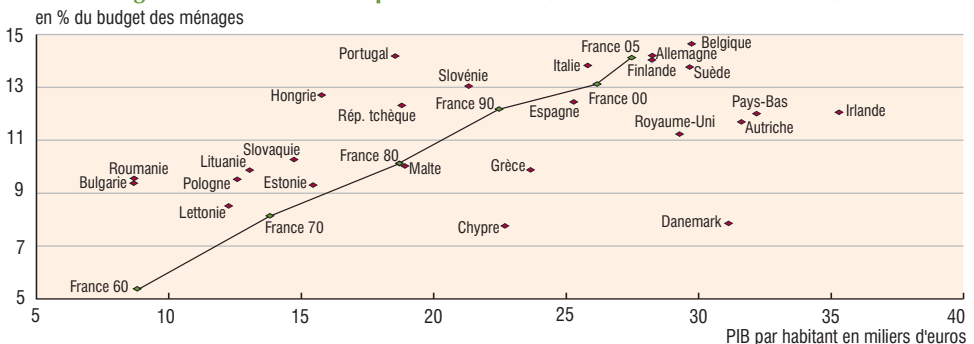
Les ménages ne paient pas directement tout ce qu'ils consomment. Certaines dépenses sont prises en charge en totalité ou en partie par les administrations publiques. C'est tout particulièrement le cas pour les dépenses d'éducation (enseignement primaire, secondaire et universitaire public), de santé (remboursements de la Sécurité sociale) et de logement (allocations logement). En comptabilité nationale, en additionnant à la dépense prise en charge par les ménages celle prise en charge par la collectivité, on passe d'une logique de dépense de consommation des ménages à une logique de consommation finale effective. Par exemple, du fait de l'importance de l'assurance-maladie en France, les dépenses de santé directement payées par les ménages ne représentent que 4 % de leur budget en 2007, mais leur consommation finale effective de santé représente près de 11% de leur consommation finale effective totale.

La hausse de la part des dépenses de santé prises en charge par la collectivité a été forte entre 1960 (61 %) et 1980 (82 %). Depuis, cette part est relativement stable : elle a légèrement reculé sur les cinq dernières années (78 % en 2007) sous l'effet de mesures visant à maîtriser les dépenses d'assurance-maladie : augmentations des tickets modérateurs et du forfait hospitalier, franchises sur les actes médicaux et sur les boîtes de médicaments, déremboursements de certaines classes de médicaments, développement des dépassements d'honoraires non remboursés.

Sur longue période, la consommation finale effective de santé fait partie des postes de consommation les plus dynamiques, sa part dans la consommation finale effective passant de 5 % en 1960 à 11 % en 2007. Les volumes consommés ont considérablement augmenté, sous l'effet de multiples facteurs : l'accroissement de la médicalisation tout au long du cycle de vie ; une meilleure couverture de l'assurance maladie ; le vieillissement de la population, le nombre de visites chez le médecin s'élevant avec l'âge ; le développement de l'offre de soins, avec notamment l'incorporation continue des innovations et du progrès technologique. Cette augmentation a contribué à l'amélioration générale de l'état de santé de la population et à l'allongement de l'espérance de vie d'environ dix ans depuis 1960.

Cette plus grande propension à consommer des biens et services de santé a été rendue possible grâce à la hausse du niveau de vie depuis cinquante ans. Elle en est même un de ses reflets. Au sein de l'Union européenne, la part des dépenses de santé est également étroitement liée au niveau de richesse du pays considéré (*figure 10*). Il reste qu'à niveau de richesse similaire, certains pays se distinguent de cette tendance générale : une plus grande propension à dépenser dans la santé en France et en Allemagne ; un poids moins important des dépenses de santé au Royaume-Uni, qui pourrait s'expliquer par une organisation de l'offre de soins plus encadrée que dans les autres pays de niveau de vie comparable. ■

### 10. Part budgétaire réservée aux dépenses de santé (individuelles ou collectives)



Lecture : en France en 2005, la part des dépenses (collectives ou assurées par les ménages) réservée à la santé était de 14 % de la consommation effective des ménages, pour un PIB de 27 500 euros par habitant.

Source : Insee, comptes nationaux, base 2000.

### Vers une structure de consommation « unique » ?

Que ce soit sur données temporelles françaises ou sur données de comparaisons internationales pour une année donnée, la part budgétaire consacrée aux dépenses de consommation alimentaire diminue avec le niveau de vie. En revanche, pour d'autres postes de consommation, le coefficient budgétaire des ménages apparaît positivement corrélé avec le revenu. C'est le cas par exemple pour les dépenses effectives (*i.e.* quelles que soient leurs prises en charge) de santé et d'action sociale (crèches, maisons de retraite...) et pour celles de services d'assurance.

Dans cette logique, l'analyse des évolutions propres à chaque pays de l'Union européenne s'interpréterait dans un mouvement de convergence des structures de consommation, liée à celle du niveau de vie : une fois leurs besoins « nécessaires » satisfaits (alimentation), les ménages chercheraient à satisfaire des besoins moins indispensables (habillement, équipement du logement, transports...), avant d'acheter des produits « supérieurs » (santé, culture, communication, loisirs...).

Toutefois, l'élévation du niveau de vie n'explique pas tout et ce processus de convergence des coefficients budgétaires entre pays résulte sans doute aussi de l'ouverture du marché européen et de la libre circulation des biens et des technologies. Ainsi, bien qu'ils aient un niveau de PIB par habitant comparable à celui de la France des années 1960 ou 1970, la structure de consommation des derniers pays entrant au sein de l'Union européenne s'en distingue sensiblement pour

beaucoup de postes budgétaires. La part budgétaire consacrée en France il y a cinquante ans aux dépenses d'habillement, de télécommunication ou de santé est ainsi très différente de celle observée aujourd'hui en Bulgarie.

Il reste que cette analyse en termes de convergence, au cours du temps et entre pays, a aussi des limites : même passé un certain niveau de vie, pour les pays fondateurs de l'Union européenne, des spécificités liées aux préférences des consommateurs demeurent.

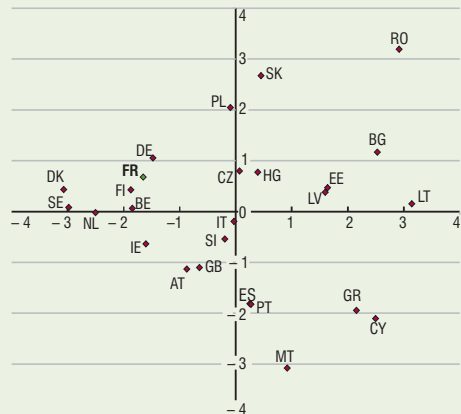
Une analyse en composantes principales (ACP) permet de faire apparaître, de manière très schématique, cette distinction entre des variables liées (positivement ou non) au niveau de vie, et d'autres variables, plus dépendantes des préférences des consommateurs et des spécificités de chaque pays (*graphique I*). Le premier axe de cette ACP oppose d'un côté la part affectée à l'alimentation et de l'autre celles réservées à la santé et aux autres produits, dont l'action sociale. Cet axe oppose naturellement les pays à niveau de PIB par habitant plus élevé que la moyenne (notamment le Danemark, la Suède, les Pays-Bas), aux autres pays (*graphique II*). Le deuxième axe place aux extrêmes la part affectée au logement (qui comprend les loyers mais aussi les charges de chauffage) et les parts affectées à l'habillement ou aux restaurants. Nombre de pays touristiques situés au sud de l'Europe se trouvent placés de ce dernier côté du deuxième axe (Malte, Chypre, la Grèce, le Portugal et l'Espagne).

#### I. Représentation graphique des variables de l'analyse en composantes principales sur les axes 1 et 2



Source : Insee, comptes nationaux, base 2000.

#### II. Représentation graphique des pays\* sur les axes 1 et 2



\* Voir code ISO des pays en page 86.

Source : Insee, comptes nationaux, base 2000.

## Des dépenses des ménages aux concepts de consommation spécifiques à la comptabilité nationale

### La nomenclature de consommation utilisée

Les groupes de produits présentés dans ce dossier, comme dans les fiches thématiques, ne reposent pas sur les nomenclatures dans lesquelles les données sur la consommation des ménages sont diffusées habituellement par la comptabilité nationale. Usuellement, on présente ces données suivant trois types d'approches :

- une approche fonctionnelle qui rassemble les biens et les services nécessaires pour satisfaire un même besoin (se nourrir, s'habiller, se loger...) ;
- une approche par type de produit, qui suit une logique de processus de fabrication (produits chimiques, services aux particuliers...) ;
- une approche par durabilité, qui oppose les biens durables aux biens fongibles.

Ces trois types de nomenclatures ont toutes des avantages et des inconvénients lorsqu'il s'agit de présenter les données de consommation des ménages à un niveau relativement agrégé. La nomenclature de fonctions est celle qui correspond le mieux à la logique des consommateurs, mais elle présente deux défauts : à partir d'un certain niveau d'agrégation, les postes décrits recouvrent des parts d'importances très inégales dans le total de la consommation ; les biens et les services y sont mélangés, alors que leur consommation ne répond pas nécessairement aux mêmes déterminants.

La nomenclature retenue dans cet ouvrage et déclinée dans les fiches s'appuie pour l'essentiel sur celle déclinée par fonction, mais en réaffecte certains postes afin de corriger ces deux défauts. Elle est résumée dans la *figure 2*, présentée plus en détail dans le tableau de l'encadré.

### Les concepts de comptabilité nationale

Les concepts de la comptabilité nationale, harmonisés au niveau international, rendent nécessaire la prise en compte de certaines consommations qui ne donnent pas lieu à des dépenses au sens propre pour le ménage, se traduisant par des décaissements. Il s'agit des loyers imputés, de l'autoconsommation et des services d'intermédiation financière indirectement mesurés (Sifim).

La notion de « loyer imputé » recouvre le service que se rendent à eux-mêmes les propriétaires occupant leur logement, c'est-à-dire les loyers qu'ils paieraient s'ils étaient locataires de

leur résidence. Sans la prise en compte de loyers imputés à la fois dans la production et la consommation de services de logement, un pays pour lequel la part des propriétaires-occupants est élevée aurait un PIB artificiellement bas par rapport aux autres.

Pour un logement donné, le loyer imputé est égal au loyer moyen payé par les locataires d'un logement de mêmes caractéristiques. La typologie des logements repose notamment sur le caractère individuel ou collectif, la localisation géographique, le nombre de pièces et la surface moyenne, l'année d'achèvement de la construction et le confort. Des loyers sont également imputés à l'ensemble des résidences secondaires.

La part des loyers imputés dans la dépense de consommation des ménages est passée de 4,0 % en 1960 à 14,1 % en 2007 (*tableau*). Dans le même temps, la part des loyers réels est passée de 2,1 % à 4,3 % (soit de 2,3 % à 5,2 % de leur budget de consommation). Deux facteurs contribuent notamment à ces hausses : une augmentation des prix plus rapide que l'inflation (1,6 point par an en moyenne, *graphique I*) ; une amélioration de la qualité des logements.

L'autoconsommation est la consommation par des ménages de biens qu'ils ont eux-mêmes produits. Il s'agit essentiellement de produits alimentaires et de bois de chauffage. Depuis 1960, la part que représente l'autoconsommation dans la dépense totale des ménages a sensiblement diminué, de 2,1 % à 0,3 % en 2007 (*graphique II*). La baisse de la part alimentaire dans le budget des ménages contribue à ce mouvement ; mais la baisse résulte surtout de la diminution du nombre d'habitants à la campagne, qui pèse sur la part autoconsommée au sein du seul budget alimentaire des ménages français.

La consommation finale de services d'intermédiation financière indirectement mesurés (Sifim) par les ménages correspond pour l'essentiel au manque à gagner sur leurs dépôts, comparé au revenu que ceux-ci génèrent pour les banques. Le reste provient de la différence de coût entre les intérêts versés par les ménages sur leurs crédits à la consommation et celui du refinancement supporté par les organismes prêteurs. La part des Sifim dans la dépense totale des ménages reste aujourd'hui supérieure à celle des services réellement facturés (*graphique III*). Elle a d'abord fortement progressé, passant de 1,2 % en 1960 à un maximum de 4,4 % en 1989. Depuis lors, elle s'est repliée, atteignant

## Encadré 4 (suite)

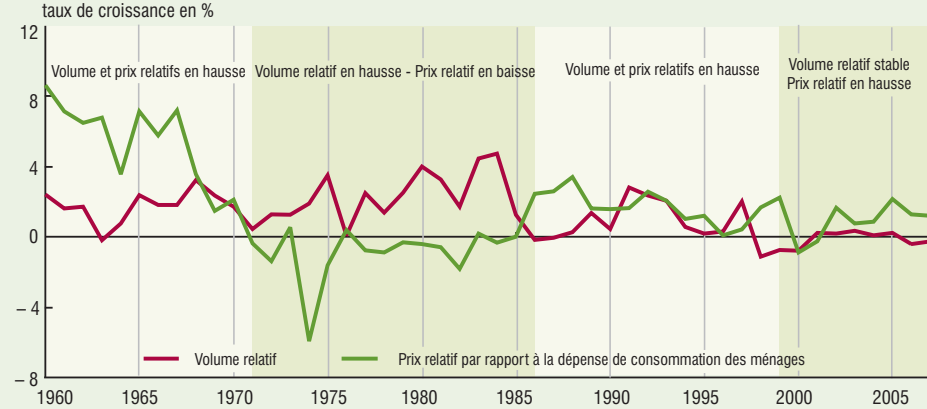
## Coefficients budgétaires par postes

	Coefficients budgétaires (%)				Valeurs (Mds €)	Évolution annuelle 1960-2007 (%)	
	1960	1975	1990	2007	2007	Volume/hab.	Prix
<b>Alimentation et tabac</b>	<b>37,6</b>	<b>29,7</b>	<b>27,1</b>	<b>25,0</b>	<b>219,8</b>	<b>1,4</b>	<b>4,8</b>
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>	<b>16,4</b>	<b>19,6</b>	<b>18,2</b>	<b>18,8</b>	<b>164,9</b>	<b>2,8</b>	<b>4,6</b>
Loyers réels	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
Gros équipement 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>	<b>11,3</b>	<b>15,0</b>	<b>18,3</b>	<b>17,6</b>	<b>154,5</b>	<b>3,0</b>	<b>5,1</b>
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>Textile, cuir et biens et services pour la personne</b>	<b>14,3</b>	<b>13,2</b>	<b>11,5</b>	<b>9,0</b>	<b>79,5</b>	<b>1,7</b>	<b>4,4</b>
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
<b>Santé</b>	<b>2,4</b>	<b>2,4</b>	<b>3,4</b>	<b>4,2</b>	<b>36,7</b>	<b>4,7</b>	<b>3,5</b>
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>	<b>1,9</b>	<b>2,9</b>	<b>4,0</b>	<b>5,9</b>	<b>52,2</b>	<b>10,6</b>	<b>-0,5</b>
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>	<b>8,0</b>	<b>9,0</b>	<b>9,2</b>	<b>9,7</b>	<b>85,6</b>	<b>2,2</b>	<b>5,3</b>
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>	<b>7,3</b>	<b>8,3</b>	<b>9,3</b>	<b>11,1</b>	<b>97,2</b>	<b>2,1</b>	<b>5,9</b>
Services d'entretien et de réparation divers de biens de consommation	1,2	0,8	0,8	0,6	5,2	-0,1	5,7
Services financiers et d'assurances	2,5	3,5	4,0	4,7	41,7	3,2	5,4
Services domestiques et action sociale	2,0	2,2	2,1	3,0	26,3	0,8	7,3
Éducation	0,6	0,6	0,7	0,9	8,0	1,7	6,2
Autres services n.c.a.	1,0	1,2	1,6	1,8	15,8	3,0	5,5
<b>Solde territorial</b>	<b>0,9</b>	<b>0,0</b>	<b>-1,1</b>	<b>-1,2</b>	<b>-10,9</b>		
<b>Total budget consommation des ménages</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>879,4</b>	<b>2,5</b>	<b>4,6</b>
<b>Budget des ménages</b>	<b>92,7</b>	<b>88,2</b>	<b>84,6</b>	<b>84,0</b>	<b>879,4</b>	<b>2,5</b>	<b>4,6</b>
<b>Concepts spécifiques à la comptabilité nationale</b>	<b>7,3</b>	<b>11,8</b>	<b>15,4</b>	<b>16,0</b>	<b>168,0</b>	<b>2,9</b>	<b>5,8</b>
Autoconsommation	2,1	0,8	0,4	0,3	2,9	-0,3	3,1
Loyers imputés	4,0	7,6	10,8	14,1	147,8	3,9	6,4
Sifim	1,2	3,4	4,3	1,7	17,3	3,7	4,2
<b>Total dépenses de consommation des ménages</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>1047,4</b>	<b>2,6</b>	<b>4,8</b>
Biens alimentaires à domicile	32,0	22,6	18,6	16,6	170,5	1,1	4,5
Biens manufacturés	30,3	31,4	29,8	25,8	269,9	3,2	3,5
Énergie	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>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>1047,4</b>	<b>2,6</b>	<b>4,8</b>
Total dépenses de consommation des ménages	85,9	81,0	79,8	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>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>1358,7</b>	<b>2,6</b>	<b>4,9</b>

Source : comptabilité nationale, comptes définitifs jusqu'en 2006, compte semi-définitif sur 2007.

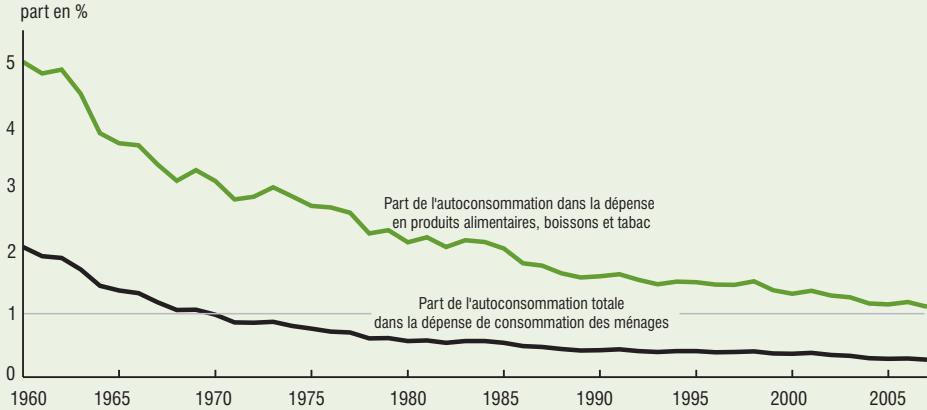
Encadré 4 (suite)

**I. Volume et prix relatifs de la dépense des ménages en loyers imputés**



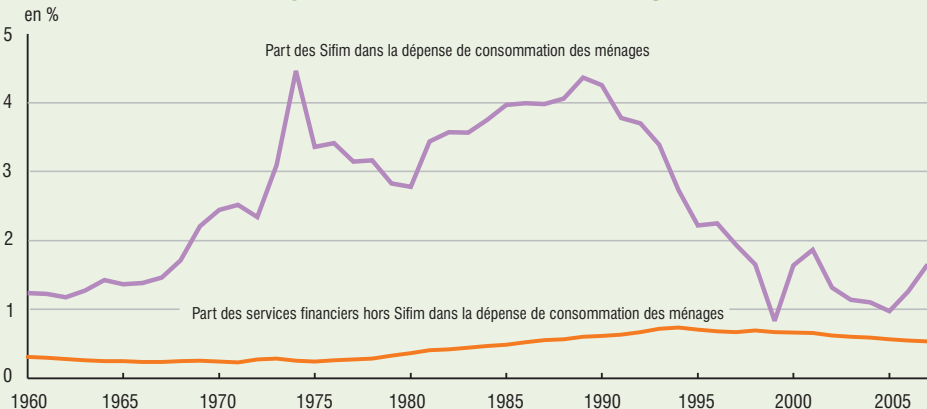
Source : Insee, comptes nationaux, base 2000.

**II. Évolution de la part de l'autoconsommation dans la dépense de consommation des ménages**



Source : Insee, comptes nationaux, base 2000.

**III. Part des Sifim dans la dépense de consommation des ménages**



Source : Insee, comptes nationaux, base 2000.

#### Encadré 4 (suite)

1,7 % en 2007 sous l'effet de la baisse des taux d'intérêt. Les variations des taux d'intérêt jouent directement et fortement sur le prix des Sifim : entre 2002 et 2005, celui-ci a contribué pour - 0,25 point en moyenne à l'évolution du prix de la dépense de consommation au sens de la comptabilité nationale et explique ainsi en grande partie l'écart enregistré entre cette évolution et celle de l'indice des prix à la consommation (IPC). Depuis lors, les Sifim jouent en sens inverse sur les prix d'ensemble.

Enfin, la comptabilité nationale mesure les dépenses de consommation réalisées par les résidents en France, qu'elles aient lieu ou non sur le territoire national. Or, du fait de l'information statistique disponible, le montant de

consommation par produit est approché par la mesure des ventes sur le territoire national. Ainsi, les achats des touristes non-résidents sont comptabilisés, mais pas ceux des résidents effectués à l'étranger. C'est pourquoi une correction globale (*i.e.* non déclinée par produit) est apportée aux achats sur le territoire, afin que la consommation totale des ménages corresponde au concept recherché. Cette correction correspond au solde touristique. Dans les années 1960, les dépenses réalisées à l'étranger par les résidents sur le territoire national étaient plus importantes que celles des touristes étrangers en France. Ce constat s'est inversé à partir des années 1970, lorsque la France est devenue l'une des destinations mondiales les plus prisées par les touristes étrangers.

---

## Bibliographie

- Cases L. (1997), « La consommation des ménages en 1997 » - partie 4 « Niveaux de consommation exprimés en parités pouvoir d'achat », *Insee Résultats* Consommation et mode de vie.
- Consales G. (2008), « En 2007, la consommation des ménages demeure solide », *Insee Première* n° 1192, mai 2008.
- Consales G. (2009), « En 2008, la consommation des ménages s'infléchit mais résiste » *Insee Première* n° 1241, juin 2009.
- Herpin N., Verger D. (2000), « La consommation des Français - 1. Alimentation, habillement, logement », et « La consommation des Français - 2. Transports, loisirs, santé », édition La découverte.
- « La mesure du pouvoir d'achat et sa perception par les ménages », dossier dans *L'économie française*, rapport sur les comptes de la Nation 2006, édition 2007, Insee.
-





## Le poids des dépenses de logement depuis vingt ans

Jérôme Accardo et Fanny Bugeja\*

**Le poids des dépenses de logement dans le budget des ménages s'est globalement accru au cours des vingt dernières années. Les évolutions ont affecté les ménages diversement selon leur groupe d'âge, leur niveau de vie, leur niveau social. Durant cette période, une importante accession à la propriété a amélioré la situation de nombreux ménages. En revanche, celle des plus modestes, notamment locataires, apparaît plus difficile aujourd'hui qu'au début des années 1980.**

Le logement constitue un poste de dépenses particulièrement lourd dans le budget des ménages et en même temps celui dont l'analyse est la plus délicate.

Tout d'abord, comment le définir ? Entre un périmètre strict qui s'en tient aux loyers des locataires et aux remboursements des intérêts d'emprunt des accédants, et une définition large, tout aussi recevable, qui inclut l'ensemble des dépenses occasionnées par l'occupation d'un logement (y compris les dépenses d'ameublement), le poids du poste dans le budget varie du simple à plus du triple.

La manière dont les économistes appréhendent le logement peut différer de la conception courante. L'approche économique le traite en effet de la même façon, qu'on soit propriétaire ou locataire, en introduisant notamment, la notion de loyer « imputé », dit encore « loyer fictif » (*encadré 1*). Celle-ci, peu intuitive pour le non-spécialiste, modifie pourtant fortement la notion de dépense de logement telle que la ressentent en général les ménages. En particulier, ces derniers conçoivent souvent le logement comme une « dépense contrainte », ce qui a un effet probablement important sur leur perception du coût de la vie et des évolutions de leur pouvoir d'achat (voir sur ce point le dossier « *La consommation des ménages depuis cinquante ans* » dans le présent ouvrage). Appréhender cet impact est d'autant plus important qu'il varie beaucoup selon le statut d'occupation du logement [Fack et Delaveau, 2006].

Le logement sera considéré ici du point de vue de la contrainte budgétaire afin de se rapprocher du ressenti des ménages, comme nous y invite explicitement le rapport de la Commission Quinet [Quinet, Ferrari, 2008]. On choisit donc de limiter le poste aux loyers acquittés par les locataires, aux remboursements des prêts immobiliers (capital et intérêts) des accédants, aux charges, dépenses d'eau, d'énergie et d'entretien courant du logement, aux assurances et aux impôts immobiliers (taxe d'habitation, taxe foncière), seule la résidence principale étant prise en compte<sup>1</sup>. Ce champ mélange des types de dépenses usuellement distinguées (consommation, investissement, impôts). Il s'éloigne sensiblement des concepts rigoureux de la comptabilité nationale, lesquels excluent notamment les remboursements en capital mais, en revanche, attribuent aux ménages propriétaires de leur résidence principale des loyers fictifs qui représentent la moitié environ du poste Logement. Laissant notamment

---

\* Jérôme Accardo, Insee, division Conditions de vie des ménages ; Fanny Bugeja, Crest.

1. Les dépenses pour l'ameublement ne sont pas incluses. L'ameublement est un poste important qui, lorsqu'on l'inclut, tend à écraser l'effet des plus petites composantes. Par ailleurs, il est délicat d'assimiler ce type de dépenses à une dépense contrainte comme le chauffage, l'éclairage ou le loyer.

de côté la nature d'actif patrimonial du logement, l'optique retenue ici rend parfois plus délicate la comparaison de la situation des différentes catégories d'occupants. Mais elle apparaît mieux adaptée pour suivre les évolutions apparentes du poste dans le budget des ménages et comprendre leurs liens avec la perception du pouvoir d'achat.

## La prééminence du poids du logement s'est nettement accentuée en vingt ans

La place dominante du logement dans le budget n'est pas remise en cause par la nouvelle définition adoptée ici : avec 18 % de la dépense totale<sup>2</sup> annuelle moyenne du ménage en 2005, il est très supérieur à son suivant immédiat, le poste Transports (11 %)<sup>3</sup>.

La prééminence budgétaire du logement s'est d'ailleurs accentuée au cours des vingt dernières années : il a maintenu son poids alors que l'alimentation, qui pesait autant que lui en 1984, a perdu 4 points (*figure 1*)<sup>4</sup>. De même les transports, troisième poste en 1984, ont légèrement régressé dans le budget. Quant aux postes les plus dynamiques au cours de la période (loisirs, communications), ils sont encore loin d'être aussi importants.

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

	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

Source : Insee, enquêtes Budget des familles, 1985, 1989, 1995, 2001, 2006.

Le poids du logement est cependant sujet à d'importantes variations selon que les ménages sont propriétaires dégagés des crédits d'achat (DCA)<sup>5</sup>, accédants ou locataires. Pour les premiers, exempts de remboursements ou de loyers, le poids est de moitié inférieur à ce qu'il représente pour les deux autres catégories. Les écarts se sont d'ailleurs accentués depuis vingt ans. Entre 1984 et 2005, le poids du logement a baissé pour les propriétaires DCA. Il est resté à peu près stable chez les accédants. Il a en revanche nettement augmenté, en particulier sur la dernière période pour les locataires (*figure 2*).

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

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>

\* Propriétaire dégagé des crédits d'achat.

Source : Insee, enquêtes Budget des familles, 1985, 1989, 1995, 2001, 2006.

2. Outre les dépenses de consommation au sens strict (comptes nationaux), elle comprend notamment les impôts, les remboursements immobiliers et les prélèvements effectués par l'employeur.

3. Il comprend les achats de véhicules.

4. L'alimentation demeure, néanmoins, le premier poste si on inclut les repas hors domicile.

5. On se réfère ici aux seuls crédits pour l'achat de la résidence principale. Dans tout le dossier, on utilisera l'abréviation « propriétaire DCA ».

## Les logiques de calcul des dépenses de logement

Il existe plusieurs logiques de calcul des dépenses de logement.

La première est la celle de la comptabilité nationale (CN - *graphique*). Sa caractéristique majeure est de ne pas comptabiliser les dépenses d'achat de logement (y c. les dépenses de gros travaux). Dans le cadre de la CN en effet, acheter un logement est non une consommation, mais un investissement. Le poste « Logement » habituellement traité par la comptabilité nationale se limite donc aux loyers, aux dépenses courantes de réparation et d'entretien du logement, aux services liés au logement et aux dépenses d'énergie (électricité, gaz et autres combustibles).

Néanmoins, pour éviter d'introduire une asymétrie trop forte entre propriétaires et locataires qui générerait l'interprétation économique, la CN impute aux propriétaires (qu'ils soient encore accédants ou bien dégagés de leur crédits pour l'achat de leur résidence principale) une dépense de loyer fictif. Cette dépense est définie comme le montant que le ménage propriétaire paierait s'il prenait en location le logement qu'il habite (symétriquement, le ménage se voit attribuer ce même loyer au titre d'un revenu, de sorte que, de manière comptable, l'opération est neutre).

La deuxième approche est celle de l'indice des prix à la consommation qui suit la CN mais sans prendre en compte les loyers fictifs.

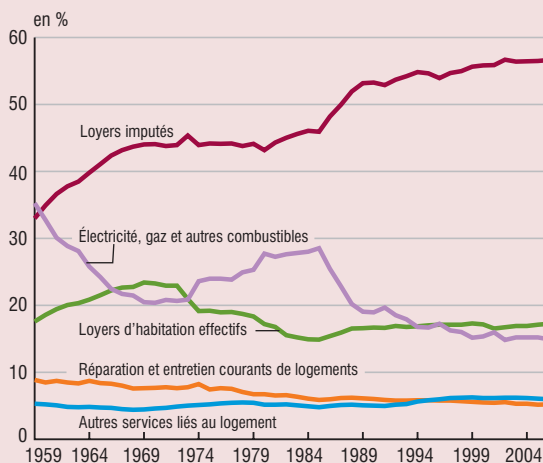
La troisième notion est propre à la tradition des enquêtes Logement : c'est le taux d'effort

des ménages (brut ou net selon qu'on déduit ou non les aides au logement), « qui rapporte la dépense de logement au revenu des ménages ». Ici les dépenses de logement considérées comprennent les loyers des locataires et les remboursements d'emprunt (capital et intérêt) des accédants à la propriété. Cet indicateur ne prend donc pas en compte les dépenses de logement annexes (réparation et entretien du logement, services liés au logement et dépenses d'énergie).

C'est dans le cadre de la comptabilité nationale que le poids du poste apparaît le plus élevé : de l'ordre de 25 % de la consommation en 2007, dont environ la moitié correspond aux loyers fictifs. Dans l'indice des prix à la consommation, le poste représente moins de 15 % de la consommation. Enfin, le taux d'effort (net) était de 12 % en 2006.

On a choisi dans ce dossier la définition la plus proche de l'intuition ordinaire : elle raisonne en termes de dépense et inclut donc des dépenses d'investissement immobilier, à savoir les remboursements en capital des emprunts immobiliers et les dépenses pour gros travaux. Cette définition ignore la notion de loyer fictif. Mais elle se différencie du taux d'effort par la prise en compte non seulement de l'ensemble des charges, eau, énergie, qui vont généralement avec l'occupation d'un logement, mais aussi des assurances et des impôts (taxe foncière et taxe d'habitation, notamment). Il s'agit d'une dépense brute : les aides au logement ne sont pas déduites, sauf dans le calcul du poids net du m<sup>2</sup> par personne (PNMP, voir *encadré 2*).

### Décomposition des dépenses de logement au sens de la comptabilité nationale



Champ : France entière.

Source : Insee, comptabilité nationale.

La structure du poste, autrement dit la part relative de ses différentes composantes, varie entre les ménages comme au cours du temps. Le statut du ménage vis-à-vis du logement est évidemment déterminant, de sorte que les structures du poste ne sont pas réellement comparables entre les propriétaires d'une part et les locataires ou accédants de l'autre. Pour les premiers, le coût du logement représente essentiellement des dépenses d'énergie, d'impôts et d'assurances, pour des parts assez comparables (en 2005). Pour les autres, les loyers ou les remboursements dominent largement.

À statut donné, la part des différentes composantes a évolué en vingt ans (*figure 3*). La part de la composante « Loyers et charges » a augmenté quel que soit le statut d'occupation du logement (pour les propriétaires ou accédants, il s'agit donc d'une augmentation des charges seules)<sup>6</sup>. En particulier, les dépenses en eau se sont alourdies<sup>7</sup>. Le poids des remboursements des accédants et, pour les trois catégories, celui des impôts et assurances se sont accrues. En revanche, la part consacrée à l'énergie a substantiellement diminué en raison de prix de l'énergie nettement plus bas relativement aux ressources des ménages, en 2005 qu'en 1985.

### 3. Évolution de la composition du poste logement entre 1985 et 2005 selon le statut d'occupation

Statut d'occupation	Loyers et charges		Remboursements		Énergie		Impôts et assurances	
	2005 (%)	1985-2005 (points)	2005 (%)	1985-2005 (points)	2005 (%)	1985-2005 (points)	2005 (%)	1985-2005 (points)
<b>Ensemble</b>	<b>39</b>	<b>8</b>	<b>27</b>	<b>0</b>	<b>20</b>	<b>- 10</b>	<b>14</b>	<b>3</b>
Propriétaires DCA*	17	4	-	-	46	- 17	37	8
Accédants	6	1	69	7	15	-9	11	2
Locataires	83	13	-	-	12	-11	5	2

\* Propriétaire dégage des crédits d'achats.

Lecture : en 2005, les loyers et charges représentent, en moyenne sur l'ensemble des ménages, 39 % du poste logement ; c'est 8 points de plus qu'en 1985.  
Source : Insee, enquêtes Budget des familles 1985, 2006.

### Les variations des prix : une explication partielle de la hausse du poids du logement

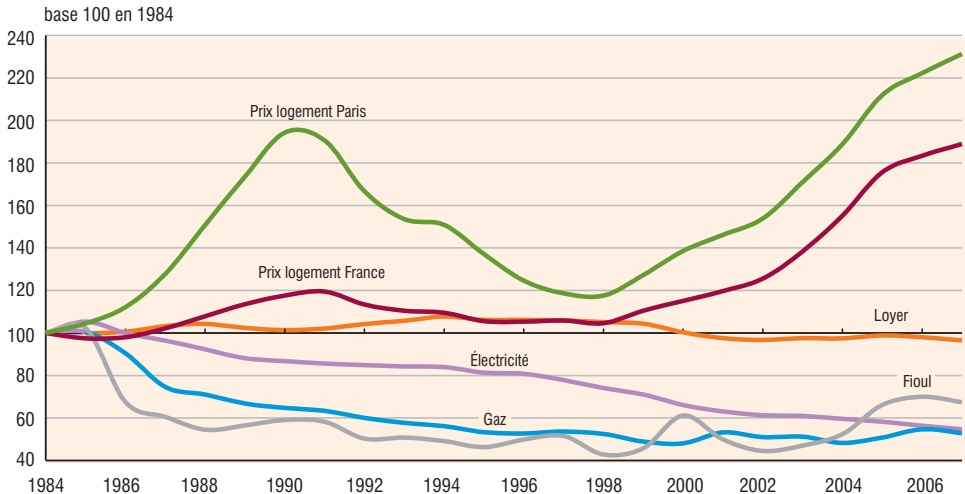
Il est fréquent d'attribuer la hausse du poids du logement à la hausse de quelques prix particulièrement importants, comme le prix des logements, les loyers, le prix de l'énergie. C'est effectivement largement le cas au cours des dernières années. Mais, durant l'ensemble des deux dernières décennies, les mouvements de ces différents facteurs et leurs contributions ont été plus complexes. Le poids du logement a ainsi été la résultante d'évolutions souvent déphasées. Plutôt que de raisonner sur les prix nominaux, il est plus instructif de les rapporter au revenu disponible brut (RDB) par habitant.

Le prix d'achat des logements (prix au m<sup>2</sup>) a connu des évolutions contrastées selon les périodes : de 1984 au début des années 1990, il croît fortement comparé au revenu disponible par tête (*figure 4*). Mais il s'agit d'une hausse limitée à l'Île-de-France. En province, l'évolution des prix suit celle du RDB par habitant. À partir de 1992, le marché francilien se détend et les prix retrouvent leur niveau de 1985. À la fin des années 1990, la hausse était effacée. À partir de 1999, les prix remontent vivement, en Île-de-France et en province. Entre cette date et 2007, les prix ont pratiquement doublé. Malgré son caractère spectaculaire, l'impact du mouvement des prix du logement sur le poids

6. Dans les enquêtes Budget des familles, loyers et charges ne sont pas toujours bien séparés. On est donc contraint de considérer la somme de ces deux composantes.

7. Voir Briant P., Rougerie C. (2008), *op. cit.*

#### 4. Évolution des prix du logement en France métropolitaine, des loyers et des principales énergies, rapportés au revenu disponible brut (RDB)



Sources : J. Friggit (CGEDD) d'après Insee, base de données notariales et indices Notaires - Insee, Comptes du Logement (1984 - 2007), DAEI.

budgétaire du poste est nécessairement limité, la hausse n'ayant affecté que les acquéreurs les plus récents. D'autre part, près de 40 % des acheteurs des années 2000 étaient déjà propriétaires de leur résidence principale<sup>8</sup>. Ils ont financé très généralement l'achat de leur nouveau logement par la vente de l'ancien, de sorte que la hausse des prix immobiliers accroît leurs ressources en même temps qu'elle en grève le pouvoir d'achat. L'impact sur leur budget en est donc atténué.

Les loyers du parc social comme ceux du secteur libre ont, quant à eux, évolué pour l'essentiel au rythme du pouvoir d'achat, légèrement plus rapidement jusqu'en 2000, ralentissant ensuite.

En revanche, au cours des vingt dernières années, les prix de l'énergie ont la plupart du temps crû moins vite que le RDB par habitant. Même si, à partir de 2002, le prix du fioul, puis du gaz connaissent une hausse forte et soutenue, on reste loin du point haut atteint en 1985. En 2007, l'impact de la consommation d'une quantité donnée d'énergie sur le revenu disponible des individus ne représente que les deux tiers de ce qu'il était en 1985.

Cette baisse des prix unitaires s'est accompagnée de modifications dans le recours aux différentes sources d'énergie : en 2007, la quantité d'électricité consommée par les ménages pour le logement est de deux tiers supérieure à celle de 1985. Le volume des consommations de gaz a lui aussi augmenté, de moitié environ. Ces hausses ont eu lieu au détriment du fioul dont les volumes consommés pour le chauffage du logement ont diminué de près de 30 % entre ces deux dates. La baisse du fioul s'est certes accélérée ces dernières années après les fortes hausses de prix survenues depuis 2002, mais elle s'observe depuis 1985, à une période pendant laquelle le prix du fioul baissait de 1 % par an en moyenne.

Les évolutions suivies par les trois formes principales d'énergie domestique aboutissent ainsi à un recul de 2 points en vingt ans du coefficient du poste dans le budget des ménages (de 5,8 à 3,8 %). On retrouve en 2006 le niveau qui prévalait dans les années 1960.

8. Source : Insee, enquêtes Logement 2002 et 2006.

## Une forte variation du poids du logement selon le statut d'occupation

Le niveau de la dépense de logement diffère selon le statut d'occupation du logement. Le poids moyen du logement dépend donc de la proportion de propriétaires, d'accédants et de locataires, au même titre que les variations de prix. Ces parts se sont notablement modifiées en vingt ans (*figure 5*). La part des ménages propriétaires a fortement augmenté, passant du quart au tiers de la population, ce qui a mécaniquement induit, toutes choses égales par ailleurs, une baisse des dépenses de logement. Il y a là un facteur qui a contribué à modérer les évolutions globales du poste.

### 5. Poids de différentes catégories d'occupants

	en %					
	1984	1988	1992	1996	2002	2006
Autres	10	9	9	8	6	5
Locataires	39	37	38	38	38	37
Accédants	24	26	24	22	21	20
Propriétaires DCA*	26	27	30	32	35	38
<b>Ensemble</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

\* Propriétaire dégage des crédits d'achats.

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

Mais prises séparément, toutes les catégories de ménages ont subi des modifications, notamment en termes d'âge et de niveau de vie : ce sont ces évolutions qui permettent de rendre compte des certains résultats paradoxaux. Comment en effet comprendre que le poids du logement s'est accru chez les locataires et qu'il est resté stable chez les accédants (*figure 2*), alors que ce sont les loyers qui ont suivi le revenu moyen et le prix des logements qui a au contraire connu une croissance très vive (*figure 4*) ?

L'explication réside dans la dégradation relative du niveau de vie des locataires. Celui des locataires de 2005 est nettement plus bas par rapport à la moyenne qu'il ne l'était pour les locataires de 1985. Ce n'est donc pas le loyer qui a crû par rapport au revenu moyen, mais la catégorie des locataires qui a décroché : elle s'est progressivement vidée des ménages disposant de ressources financières suffisantes pour concrétiser un projet d'accession à la propriété ou pour devenir propriétaire.

La baisse du poids du logement chez les propriétaires a une explication analogue : si l'âge moyen des accédants et des locataires est resté constant au cours des vingt ans, celui des propriétaires a nettement augmenté (*figure 6*). Ceux-ci sont, plus souvent qu'en 1985, des couples retraités ou en fin de vie active, sans enfant au domicile. Leur niveau de vie est sensiblement plus élevé que la moyenne et cette aisance est renforcée par le faible niveau de leurs dépenses de logement.

### 6. Évolution 1985-2006 des populations d'occupants (niveau de vie, type de ménage, âge)

	Écart au niveau de vie moyen (%)			Part des couples sans enfant (%)			Âge moyen de la personne de référence		
	1985	1995	2005	1985	1995	2005	1985	1995	2005
Propriétaires DCA*	1	12	13	36	43	44	60	64	64
Accédants	9	5	12	16	16	14	42	43	43
Locataires	-5	-12	-20	22	19	18	43	43	43
Autres	-9	-17	-13	21	19	18	52	55	56
<b>Ensemble</b>	-	-	-	<b>25</b>	<b>26</b>	<b>27</b>	<b>49</b>	<b>51</b>	<b>52</b>

\* Propriétaire dégage des crédits d'achats.

Source : Insee, enquêtes Budget des familles, 1985, 1989, 1995, 2001, 2006.

## Une amélioration des logements réelle mais mal perçue

Même si, durant les années 1980 et 1990, le nombre de nouveaux logements construits chaque année a été sensiblement moins élevé que dans les années antérieures (passant de plus de 400 000 durant les années 1970 à moins de 300 000 durant les années 1990), l'effort d'investissement a été suffisant pour continuer de modifier fortement les conditions de logement. Il faut aussi tenir compte du vieillissement de la population qui a entraîné un desserrement des taux d'occupation [Briant et Rougerie, 2008]. Les logements sont ainsi, en 2006, en moyenne plus grands et moins surpeuplés qu'il y a vingt ans. Chaque habitant dispose désormais de 40 m<sup>2</sup> et de 1,8 pièce, soit 30 % d'espace en plus par rapport à 1984. Il y a cependant une différence entre l'habitat individuel et l'habitat collectif, le gain d'espace étant plus marqué pour le premier (figure 7).

### 7. Espace disponible par personne dans le logement

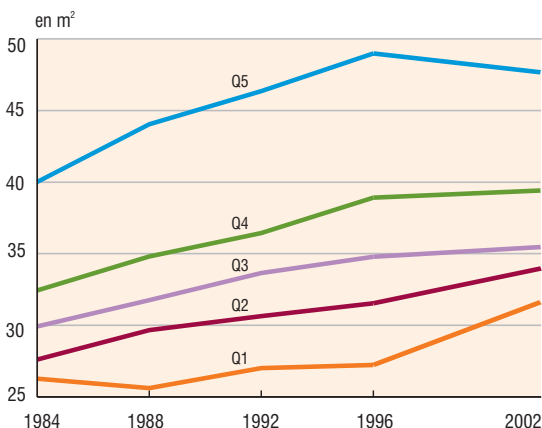
	1984	1988	1992	1996	2002	2006
<b>Surface par personne (m<sup>2</sup>)</b>						
Habitat individuel	33	35	37	39	41	44
Habitat collectif	27	29	30	30	31	33
<b>Nombre de pièces par personne</b>						
Habitat individuel	1,5	1,6	1,7	1,8	1,8	1,9
Habitat collectif	1,3	1,3	1,4	1,4	1,4	1,5

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

Le confort de base s'est étendu à l'ensemble du parc : en 1982, encore 15 % des résidences principales de France métropolitaine ne possédaient pas de douche ou de baignoire, et autant ne disposaient pas de W-C intérieurs. En 2006, les logements manquant d'eau courante, d'une installation sanitaire ou encore de W-C intérieurs ne représentent plus que 1,3 % du parc.

La surface par personne est fortement dépendante du niveau de vie (figure 8). Les 20 % des ménages les plus aisés disposent de moitié plus de surface que les moins aisés. En revanche, la hausse de ces surfaces a concerné l'ensemble des ménages. Dans un premier temps, elle a bénéficié aux plus aisés. Mais à partir de la moitié des années 1990, les logements des plus modestes sont devenus plus grands, grâce à la diffusion, dans ces catégories, de la maison individuelle.

### 8. Surface par personne selon le quintile de niveau de vie



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

Malgré tout, le rythme d'amélioration des conditions de logement, tel que le mesurent les indicateurs d'espace ou de confort élémentaire, n'est probablement pas suffisamment rapide pour être très perceptible. Et l'on constate en effet un écart entre la qualité mesurée du logement et la perception qu'en ont les ménages. La croissance objective du confort ne les a pas conduits à ressentir une croissance comparable du mieux-être. Alors que, par exemple, la surface moyenne par habitant s'est significativement accrue de 1996 à 2006 (de près de 5 m<sup>2</sup>), la proportion des ménages estimant leur logement trop petit n'a pas sensiblement changé (figure 9). De même, les progrès réguliers depuis plus de vingt ans dans l'isolation des logements ne semblent pas modifier l'impression qu'ont les ménages d'occuper un logement difficile à chauffer (et donc inutilement coûteux). Ainsi, l'accroissement du coût du logement a d'autant plus tendance à être ressenti comme une pure inflation que l'élévation de la qualité du bien est minorée.

## 9. Opinion des ménages sur leur logement

en %

	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.

## Le logement est-il un bien supérieur ?

Dans les analyses conduites à partir des concepts de la comptabilité nationale (selon lesquels l'achat de logement n'est pas compté comme consommation), le poids du logement dans la consommation s'accroît régulièrement depuis plusieurs décennies [Insee, 2007], en même temps que le revenu disponible. Ce phénomène s'observe dans la plupart des pays développés. Il paraît certes atténué dans les analyses qui, comme ici, recourent à un concept de dépenses de logement plus proche de l'intuition ordinaire. Néanmoins, elles aussi concluent au maintien de la part du logement dans la dépense totale (d'autant qu'elles ne tiennent compte que de la seule résidence principale). Le logement se distingue donc de postes comme l'alimentation à domicile, dont le coefficient budgétaire connaît une décroissance nette et régulière.

Dans cette perspective, le logement apparaît comme un bien que les économistes baptisent de « normal », l'alimentation étant elle-même un bien dit « inférieur » : l'élévation du revenu moyen (réel) des ménages leur permettrait de satisfaire de plus en plus facilement des besoins alimentaires tendant à se saturer et d'orienter leurs dépenses vers d'autres besoins en croissance, dont le logement.

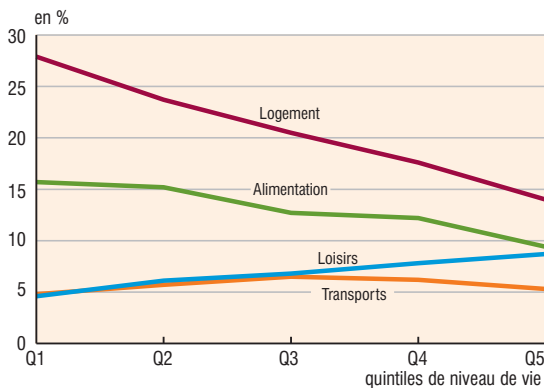
Cette analyse semble trompeuse. La notion de dépense de logement est en effet plus complexe que pour la plupart des autres postes. Certaines conventions (comme les loyers fictifs) empêchent d'interpréter les évolutions en termes de nature du poste (supérieure ou inférieure). La définition retenue dans ce dossier met en évidence les différences de poids budgétaire du logement selon le statut d'occupation ; en particulier elle montre que, conformément à l'intuition ordinaire, les propriétaires DCA dépensent moins pour leur logement que les autres. Or, être propriétaire est en moyenne associé à un niveau de vie plus élevé. C'est aussi le cas des accédants. À l'inverse, le statut de locataire va souvent de pair avec de faibles revenus. Au total, le logement pèse d'autant plus lourd dans le budget que le ménage est



modeste. En d'autres termes le logement doit être vu comme un bien inférieur : comme l'alimentation, quoique pour des raisons différentes, son poids baisse à mesure qu'augmente le niveau de vie, de façon particulièrement marquée (figure 10).

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

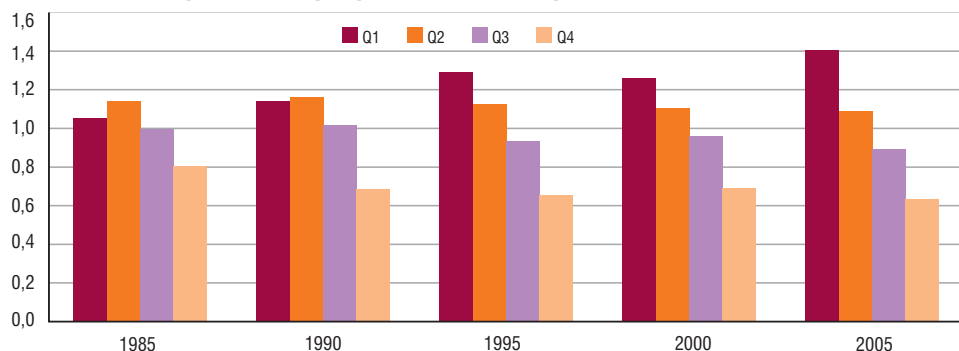
\* Le poids budgétaire est calculé, pour chaque quintile de niveau de vie, comme le rapport des médianes : la dépense médiane du poste est rapportée à la dépense totale médiane. Ce choix fournit une estimation plus robuste aux valeurs extrêmes de dépenses.  
Source : Insee, enquête Budget des familles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



### Le poids du logement s'accroît pour les ménages les plus modestes...

Depuis 1985, les ménages ayant un haut niveau de vie ont un poids net du m<sup>2</sup> par personne (ou PNMP, encadré 2) plus faible que les ménages moins aisés (figure 11). Au cours des vingt dernières années, les disparités se sont accrues. En effet, pour les ménages du premier quartile de niveau de vie, cette mesure de la contrainte s'est accrue de 40 % entre 1985 et 2005 alors qu'elle a diminué de 5 % chez les ménages du dernier quartile. Ainsi, toutes choses égales par ailleurs, et en particulier à logement équivalent, il est beaucoup plus difficile à un ménage modeste en 2005 de se loger que ce ne l'était vingt ans plus tôt. Pour les plus aisés, c'est en revanche en moyenne légèrement moins coûteux. Les évolutions relativement complexes des prix des différents composants du logement se sont révélées, au final, nettement désavantageuses pour les ménages aux plus bas revenus.

### 11. Évolution du poids du m<sup>2</sup> par personne selon le quartile de niveau de vie



Lecture : en 2005, pour les ménages du premier quartile des niveaux de vie, le PNMP était 1,4 fois plus élevé que la moyenne.  
Champ : tous les ménages, France métropolitaine.

Sources : Insee, enquêtes Budget des familles 1985, 1994, 2001 et 2006.

## ... notamment chez les ménages employés et ouvriers

Aux disparités de contrainte budgétaire du logement selon les niveaux de vie, s'ajoutent des disparités selon les catégories socioprofessionnelles. En vingt ans, le poids net du m<sup>2</sup> par personne s'est effectivement accru pour les ouvriers et employés alors qu'il a diminué pour les cadres et professions intellectuelles supérieures et les professions intermédiaires (*figure 12*). Au-delà de la pure capacité financière du ménage, le poids du logement dans le budget reflète aussi des préférences ou « besoins » différents selon les catégories sociales, comme le souligne d'ailleurs une longue tradition sociologique [Halbwachs, 1913 ; Baudelot et Establet, 1994].

Encadré 2

### La construction d'indicateurs pour les dépenses de logement

Comme l'alimentation ou l'habillement, le logement satisfait des besoins primordiaux. À la différence des loisirs, des communications ou des transports, il comporte ainsi une partie contrainte, en dessous de laquelle le ménage ne peut plus satisfaire des besoins vitaux. Le logement se distingue en outre par l'importance de cette part contrainte, nettement plus importante que pour les autres secteurs de la consommation. Même l'habitation la plus modeste représente en effet un coût généralement substantiel pour le ménage.

Il paraît donc possible d'interpréter, dans une certaine mesure, des différences de poids du logement dans le budget comme un indicateur d'inégalité des ménages face au logement : pour satisfaire un même besoin fondamental, se loger, certains ménages doivent amputer plus que d'autres leurs ressources.

Les limites de cette approche sont néanmoins évidentes. Le logement n'est pas seulement une dépense contrainte, c'est aussi l'objet d'un choix du consommateur, d'un arbitrage entre ses différentes dépenses. Deux ménages aux ressources équivalentes peuvent ainsi présenter des coefficients différents simplement parce qu'ils n'ont pas les mêmes exigences en matière de logement. Inversement, des coefficients identiques peuvent correspondre à des situations de logement très différentes : il n'est pas équivalent de devoir dépenser 20 % de son budget pour un appartement confortable ou pour un logement vétuste.

Il conviendrait donc de tenir compte des différences dans les préférences des ménages et dans la qualité du logement. L'information disponible ne permet pas de tenir compte des goûts. En admettant, néanmoins, qu'elles sont distribuées au hasard dans la population, il est légitime de

voir dans les écarts de coefficient budgétaire moyen des différentes catégories de ménages, un indicateur d'inégalité devant la contrainte de logement. Un coefficient du logement nettement plus élevé pour les ménages les plus modestes que pour les plus aisés indique bien une telle inégalité de conditions. Il serait en effet absurde d'en voir la seule raison dans une préférence pour le logement plus marquée chez les pauvres que chez les riches.

Les écarts de qualité du logement sont en revanche mieux saisis dans les sources statistiques. Mais la qualité s'exprime sous de multiples aspects qu'il est difficile de synthétiser dans une seule mesure. Pour la simplicité, on retient ici la seule surface disponible par habitant du logement. Cette mesure est certes grossière, mais elle permet néanmoins de préciser de façon commode l'information apportée par le seul poids du logement. On analysera donc les inégalités de logement en se fondant sur le **poids net du m<sup>2</sup> par personne (PNMP)** qui rapporte le coefficient budgétaire du logement à la surface par habitant du logement. À la différence de ce qui est présenté dans le reste du dossier, le coefficient est fondé sur une dépense de logement nette, c'est-à-dire qui tient compte des aides au logement dont le ménage bénéficie. C'est en effet cette notion nette qui peut le mieux se prêter à des analyses en termes d'inégalité entre ménages.

Le coefficient PNMP est calculé net de l'allocation logement dont le rôle est justement d'atténuer le poids des dépenses de logement. Il est défini comme :

$$\text{PNMP} = A/B \times 100$$

où A = Dépenses de logement hors allocations logement / Dépense totale hors allocations logement,

et B = Surface du logement / nombre d'habitants.

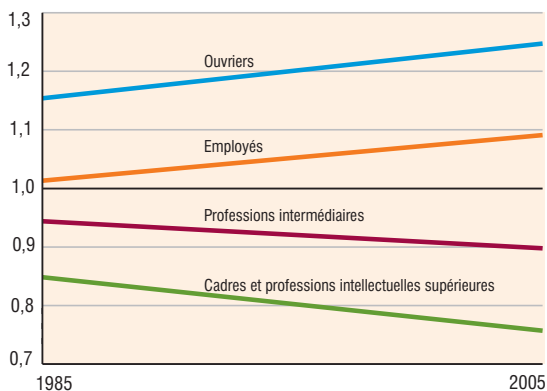
Les dépenses de logement sont celle retenues dans ce dossier.

## 12. Évolution du poids net du m<sup>2</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 2006.

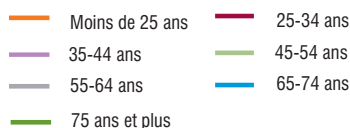


## Les inégalités selon l'âge sont liées aux inégalités d'accès à la propriété

Indépendamment du niveau de vie, du type de ménage ou du degré d'urbanisation du lieu de résidence, le PNMP varie selon l'âge, pesant davantage sur les plus jeunes. Ces disparités selon l'âge se sont renforcées au cours de la période : les moins de 25 ans sont plus contraints par le logement en 2005 qu'en 1985 alors que l'ensemble des ménages plus âgés n'a pas connu d'évolution significative du poids du logement durant la période. Les ménages de plus de 55 ans ont même connu une légère diminution de la contrainte budgétaire entre 1985 et 2005 (figure 13). Ce constat est en effet vérifié dans un raisonnement « toutes choses égales par ailleurs »<sup>9</sup>.

On constate ainsi un effet générationnel : du point de vue de la contrainte budgétaire de logement, la situation relative des jeunes des années 2000 s'est dégradée par rapport à celles de leurs aînés au même âge.

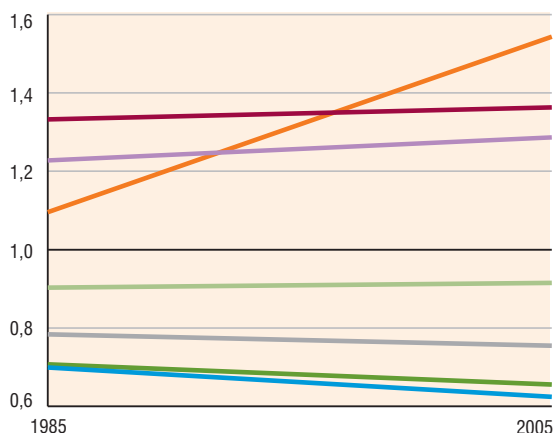
## 13. Évolution du poids net du m<sup>2</sup> par personne selon l'âge de la personne de référence



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.

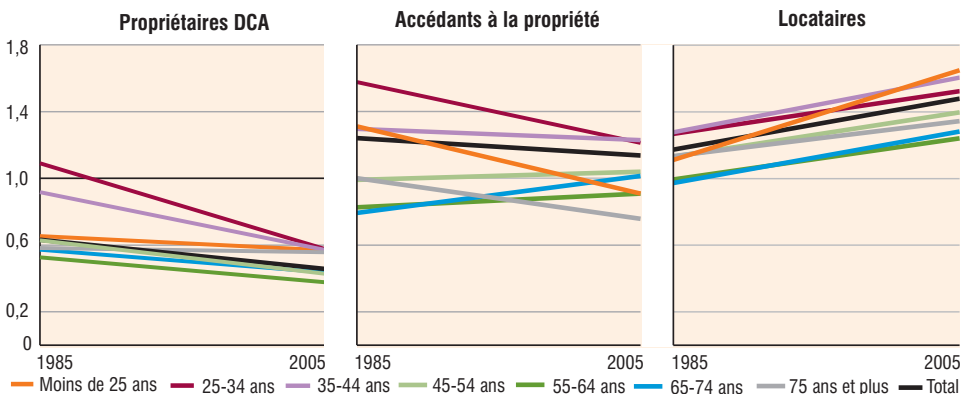
Sources : Insee, enquêtes Budget des familles 1985 et 2006.



9. L'ensemble des résultats résumés dans les figures 10 à 14 sont également vérifiés dans un modèle rapportant le poids net du m<sup>2</sup> par personne à l'âge, la catégorie socioprofessionnelle de la personne de référence du ménage, le niveau de vie, le statut d'occupation du logement, la période et trois interactions : entre l'âge et la période ; le niveau de vie, le degré d'urbanisation, le type de ménage et la période ; la PCS et la période.

L'accroissement de la contrainte représentée par le logement dans le budget des plus jeunes s'explique par des différences de statut d'occupation entre classes d'âge : la part des propriétaires DCA s'élève avec l'âge alors que le PNMP de ce statut d'occupation est relativement faible et décroît entre 1985 et 2005. Inversement, la part des locataires parmi les ménages dont la personne de référence a moins de 25 ans a augmenté de 4 points sur la période ; ces locataires connaissent en même temps la plus forte croissance de la contrainte budgétaire du logement (*figure 14*). Ainsi, l'évolution des disparités de contrainte budgétaire du logement selon l'âge s'explique, essentiellement, par celle de la répartition des statuts d'occupation du logement selon l'âge d'une part et par celle du poids du m<sup>2</sup> par personne selon l'âge d'autre part.

#### 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 2006.

#### Les écarts de contrainte budgétaire de logement se réduisent davantage au Royaume-Uni...

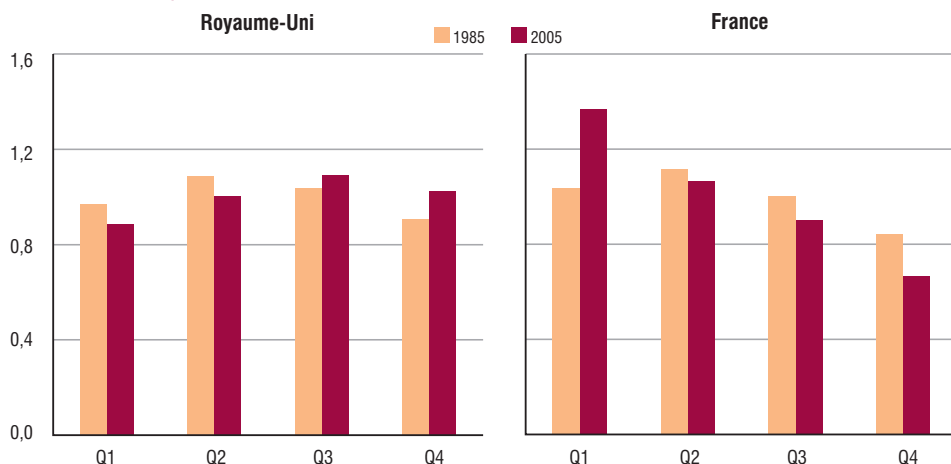
Une analyse comparative du logement entre la France et le Royaume-Uni est pertinente compte tenu de leurs nombreuses similarités. Les principaux points communs sont les tensions constatées sur les marchés immobiliers, les fortes densités de population, le nombre de personnes par logement, la préférence pour la maison individuelle et pour la propriété [Massot, 2003]. En revanche, si dans les deux pays, les taux de propriétaires sont plus élevés que ceux des locataires, les taux d'accédants à la propriété ont récemment dépassé ceux des propriétaires DCA au Royaume-Uni alors qu'en France cette relation est inversée. Ensuite, il existe, par ailleurs, des disparités importantes en matière de système de crédit immobilier. Outre-Manche, il s'agit d'un crédit hypothécaire, ce qui implique que l'attention des organismes prêteurs se porte beaucoup moins qu'en France sur les revenus de l'emprunteur [Goodchild et al., 1998]. En termes de politique de logement, les vingt dernières années se sont caractérisées, dans les deux pays, par le passage de l'aide à la pierre à l'aide à la personne. En France, l'essor de l'aide à la personne s'est opéré par le développement des allocations logement d'une part et par celui de l'accession sociale d'autre part [Bidou, 1996]. Au Royaume-Uni, ce passage s'est fait, comme en France, via les allocations logement, mais aussi

par la mise en place d'allègements d'impôt sur les taux d'intérêt hypothécaires, la politique du droit à l'achat (*voir ci-dessous*) et le passage à un financement mixte et non plus exclusivement public du logement social. La part des aides à la personne est ainsi plus élevée au Royaume-Uni qu'en France [Balchin, 1996] et les années 1980 et 1990 se sont caractérisées par une politique de privatisation outre-Manche [Benit, 1994].

En France, la contrainte budgétaire de logement mesurée par le poids net du m<sup>2</sup> par personne<sup>10</sup> a crû de près de 15 % alors qu'elle a diminué de plus de 20 % entre 1985 et 2005 au Royaume-Uni. Cette diminution est-elle équitablement répartie selon les niveaux de vie des ménages ?

Si les niveaux de contrainte budgétaire du logement selon les niveaux de vie sont relativement proches entre le Royaume-Uni et la France, l'évolution de cette contrainte témoigne de disparités importantes. En France, les inégalités de PNMP se sont renforcées en vingt ans alors qu'elles ont significativement diminué outre-Manche. En France, pour disposer d'une pièce d'habitation par personne, les moins aisés ont dû accroître leur coefficient budgétaire de près de 32 % alors qu'outre-Manche, ils l'ont baissé de près de 10 % (*figure 15*).

### 15. Évolution du poids net du m<sup>2</sup> (ou d'une pièce) par personne selon le quartile des niveaux de vie au Royaume-Uni et en France



Lecture : en 1985, au Royaume-Uni, les ménages du premier quartile des niveaux de vie avaient un poids d'une pièce par personne proche de la moyenne.  
Champ : tous les ménages.

Sources : Family Expenditure Survey 1985, Expenditure and Food Survey 2004-2005 et Insee, enquêtes Budget des familles 1985 et 2006.

### ... sous l'effet d'un fort impact de l'allocation logement

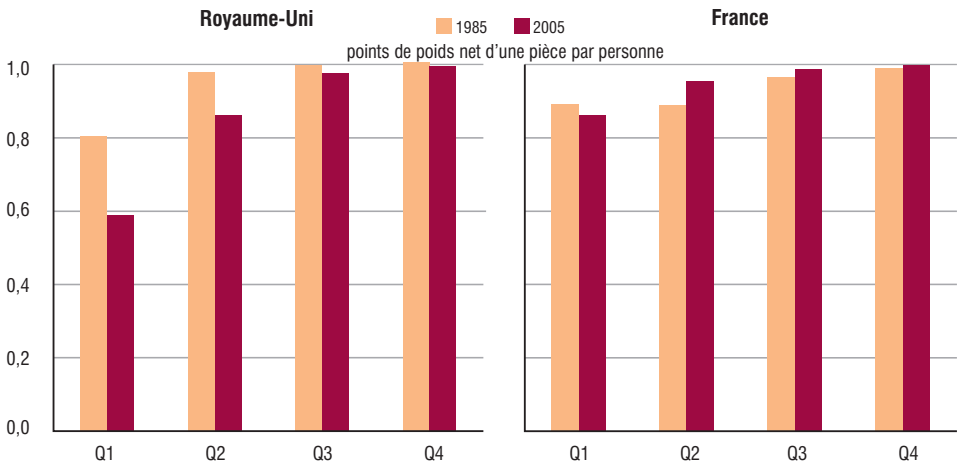
Au Royaume-Uni, la baisse des inégalités de contrainte budgétaire du logement selon les niveaux de vie s'explique d'abord par un impact plus fort de l'aide au logement.

Cette baisse peut paraître paradoxale. En effet, alors qu'en France, comme dans de nombreux pays d'Europe, les inégalités de niveaux de vie ont diminué ces trente dernières années, elles se sont au contraire renforcées au Royaume-Uni [Chambaz, 2002], sous l'effet principalement de deux facteurs.

10. En réalité, les données britanniques ne fournissant pas la surface du logement, on approche ici et dans toute la suite le poids net du m<sup>2</sup> par personne par le poids net par pièce d'habitation par personne.

Le premier est lié au système des aides au logement. Au Royaume-Uni, en 1985, elles n'abaissent chez les plus démunis la contrainte budgétaire de logement que de 0,2 point ; elles la réduisent du double en 2005 (figure 16). En France, en revanche, les aides au logement ne permettent qu'un allègement moindre, qui n'a d'ailleurs que peu varié entre 1985 et 2005 (passant de 0,10 à 0,13 point). Ensuite, l'aide au logement britannique a un caractère plus universel et est plus généreuse qu'en France puisque les ménages du deuxième quartile des revenus en bénéficient aussi très largement. En France, la hausse des allocations logement se double d'un effet pervers selon lequel les propriétaires augmentent proportionnellement le montant des loyers [Fack, 2005 ; Olm et Aldeghi , 2007].

### 16. Réduction apportée par l'aide au logement



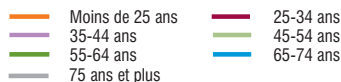
Lecture : en 2005, au Royaume-Uni, la réduction apportée par l'aide au logement pour les ménages du premier quartile des niveaux de vie sur la mesure de contrainte budgétaire du logement était de 0,4 point.

Champ : tous les ménages.

Sources : Family Expenditure Survey 1985 et Expenditure and Food Survey 2004-2005 et Insee, enquêtes Budget des familles 1985 et 2006.

Le deuxième facteur expliquant la diminution des inégalités de contrainte budgétaire du logement selon les niveaux de vie au Royaume-Uni est lié à la politique du « droit à l'achat ». Cette mesure, instaurée à partir de 1980, permet aux locataires de logements sociaux d'acheter leur logement avec des réductions allant de 30 % à 70 % par rapport aux prix du marché. Cette mesure a connu un succès considérable puisque 3 millions de logements sociaux ont ainsi été vendus [Hamnett, 1999]. Les premiers bénéficiaires de cette mesure, ayant accédé à la propriété entre 1980 et 1985, sont aujourd'hui propriétaires DCA et ont ainsi vu diminuer leur contrainte budgétaire liée au logement.

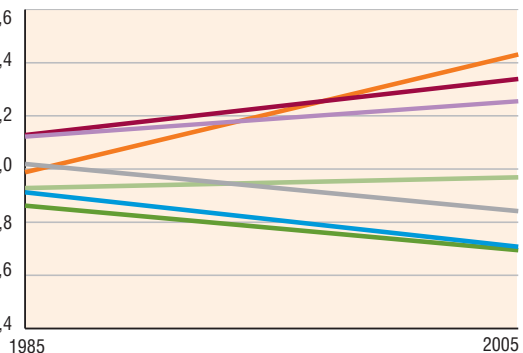
### 17. Évolution du poids net d'une pièce d'habitation par personne selon l'âge de la personne de référence au Royaume-Uni



Lecture : en 2005, au Royaume-Uni, les ménages dont la personne de référence était âgée de 55 à 64 ans avaient un coefficient budgétaire du logement 0,7 fois plus faible que la moyenne.

Champ : tous les ménages.

Sources : Family Expenditure Survey 1985 et Expenditure and Food Survey 2004-2005.



En France, cette contrainte budgétaire est d'autant plus forte que la personne de référence du ménage est jeune. En vingt ans, ces écarts selon les âges se sont renforcés puisque les ménages les plus âgés ont pu diminuer leur contrainte budgétaire du logement alors que les plus jeunes ont dû l'accroître. Au Royaume-Uni, on constate un phénomène relativement similaire. S'il y a eu une baisse moyenne du poids d'une pièce d'habitation par personne en vingt ans, celle-ci profite exclusivement aux ménages de plus de 55 ans. Inversement, ceux de moins de 55 ans ont dû accroître le poids du logement (*figure 17*). Depuis la baisse des prix réels de l'immobilier au début des années 1990, qui a entraîné plus de 400 000 saisies immobilières [Hamnett, 1999, p. 5], les jeunes ménages ont réfréné leur engouement pour l'accession à la propriété et se sont davantage tournés vers le secteur libre locatif [Ford et al., 2001]. Or, la contrainte budgétaire du logement a augmenté de 6 % en vingt ans pour les ménages locataires de moins de 25 ans. La baisse plus forte de la contrainte budgétaire pour les ménages plus âgés s'explique, comme dans le cas précédent, par la politique du droit à l'achat qui a permis à l'ensemble des ménages britanniques de plus de 55 ans d'accroître leur taux de propriétaires DCA et d'alléger la contrainte budgétaire du logement. ■

---

## Bibliographie

- Balchin P. (1996), *Housing policy in Europe*, Routledge.
- Baudelot C. & Establet R. (1994), *Maurice Halbwachs : Consommation et Société*, PUF.
- Benit C. (1994), « La privatisation du logement en Grande-Bretagne », *Cahiers de l'Institut d'aménagement et d'urbanisme de la région d'Île-de-France, Habitat* n° 9, p. 20-27.
- Bidou C. (1996), « Les rigidités de la ville fordiste, sur les dysfonctionnements dans les banlieues françaises », *Espaces et sociétés* n° 82-83, p. 97-118.
- Briant P., Rougerie C., (2008), « Les logements sont plus confortables qu'il y a vingt ans et pèsent davantage sur le revenu des ménages », *France Portrait Social*, Insee.
- Chambaz C. (2002), « L'évolution des inégalités de revenus au Royaume-Uni », *Dossiers solidarité et santé* n° 3, p. 7-19.
- Fack G. (2005), « Pourquoi les ménages pauvres paient-ils des loyers de plus en plus élevés ? L'incidence des aides au logement en France (1973-2002) », *Économie et Statistique* n° 381-382, p. 17-40.
- Fack G., Delaveau B. (2006), « Hétérogénéité des ménages face au coût du logement », *Note de veille du Centre*.
- Ford J., Burrows R. & Nettleton S. (2001), *Home ownership in a risk society, a social analysis of mortgage arrears and possessions*, The Policy Press.
- Goodchild B., Reid B. & Blandy S. (1998), « Accès au logement privé pour les ménages modestes: une analyse des initiatives en Grande-Bretagne », *Technical report, Plan Urbanisme Construction Architecture, Sociétés urbaines, habitat et territoires*.
- Halbwachs M. (1913), *La classe ouvrière et le niveau de vie - Recherches sur la hiérarchie des besoins dans les sociétés industrielles contemporaines*, Alcan, Paris.
- Hamnett C. (1999), *Winners and Losers Home ownership in modern Britain*, Routledge.
- Insee (2007), « Les structures de consommation évoluent et les écarts entre groupes sociaux se déplacent », *France Portrait Social 2008*, p. 99.
- Massot A. (2003), « Le Logement en France et au Royaume-Uni, des Besoins Croissants dans les Grandes Villes », *Cahier de l'Institut d'Aménagement et d'Urbanisme de la région Île-de-France* n° 35, p. 22-29.
- Olm C. ; Aldeghi I. (2007), « L'impact des aides publiques sur les inégalités face au logement », *Credoc, Cahier de recherche* 245.
- Quinet, A., N. Ferrari, (2008), *Rapport de la commission « Mesure du pouvoir d'achat des ménages »*, La documentation française.





## La consommation alimentaire : des inégalités persistantes mais qui se réduisent

France Caillavet, Cédric Lecogne et Véronique Nichèle\*

**L'alimentation reste l'un des premiers postes de dépense des ménages. Ce poste accuse de diverses manières les effets des inégalités sociales. Dans la répartition des dépenses entre alimentation à domicile et à l'extérieur, les écarts persistent, voire s'accroissent, entre les deux extrémités de l'échelle des niveaux de vie : le poids de la consommation de repas hors domicile s'accroît en moyenne mais régresse dans le bas de l'échelle des niveaux de vie. En revanche, les écarts de consommation se resserrent dans certaines catégories de l'alimentation à domicile. Ainsi, l'importance des produits carnés se réduit désormais dans la hiérarchie sociale. La consommation de viande, produit au prix unitaire le plus élevé et autrefois signe de distinction sociale, pèse moins dans le budget des ménages. Il en est de même pour les produits de la mer et les légumes.**

Au cours des trente dernières années, les pratiques de consommation tendent à se rapprocher [Nichèle et al., 2008]. Dans le même temps, les principaux écarts entre groupes sociaux se sont déplacés de l'alimentation vers le logement entre 1979 et 2006 [Bellamy et Léveillé, 2007b]. L'alimentation est-elle encore une dimension de la pauvreté et des inégalités ? [Andrieu et al., 2006] Cette question est légitime, bien que la consommation alimentaire ne figure pas parmi les indicateurs d'inégalités sociales usuellement suivis<sup>1</sup>.

### Plus les ménages sont pauvres, plus la part de leur budget consacrée à l'alimentation est élevée

L'alimentation dans son ensemble (c'est-à-dire l'alimentation à domicile, mais aussi les repas pris à l'extérieur et l'autoconsommation) reste, en 2006, l'un des principaux postes de dépense des ménages. Il est même, selon l'enquête Budget de famille (*encadré 1*), celui qui pèse le plus lourd : 21 % de la dépense de consommation, devant le logement (16 %) et les transports (15 %). Toutefois, le poids du logement dépasse désormais celui de l'alimentation à domicile pour les 20 % de ménages ayant les niveaux de vie les plus faibles (c'est-à-dire pour les deux premiers déciles de la distribution).

Le poids de l'alimentation est d'autant plus élevé que le niveau de vie des ménages est faible. Les ménages les plus pauvres, ceux qui ont un niveau de vie inférieur ou égal au premier décile consacrent 18 % de leur budget à l'alimentation à domicile, alors que pour le dernier décile cette part est de 14 % (*encadré 2*). Ce sont les retraités et les agriculteurs qui accordent le plus de poids à l'alimentation (respectivement 23 % et 21 % du budget total), les personnes seules et les familles monoparentales qui en accordent le moins (autour de 20 %).

\* France Caillavet, Cédric Lecogne et Véronique Nichèle, Inra-Aliss, UR 1303.

1. Un seul des indicateurs d'inégalité proposés par le Conseil national de l'information statistique (Cnis, 2007) concerne en fait la consommation alimentaire : il s'agit du rapport du coefficient budgétaire de l'alimentation pour les ménages de cadres à celui des ménages ouvriers.

Entre 2001 et 2006, le rapport entre la dépense alimentaire du décile le plus aisé et celle du décile le plus modeste se resserre légèrement (de 2,4 à 2,2).

Dans la logique d'un « reste à vivre », on calcule également un revenu disponible après déduction des coûts du logement (*encadré 3*). L'alimentation représente alors 29 % du « budget » des ménages les plus pauvres, contre 22 % pour les plus riches. Là encore les écarts entre les plus pauvres et les plus riches se réduisent : en 2001, l'alimentation pesait davantage pour les plus pauvres et un peu moins pour les plus riches, avec respectivement 34 % et 21 % des dépenses totales.

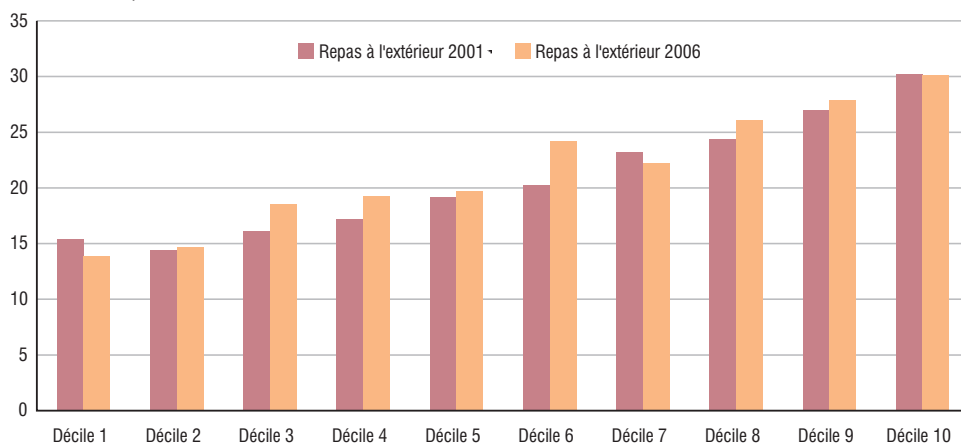
## Les repas à l'extérieur, marqueur des inégalités de consommation

Les repas à l'extérieur représentent 23 % du budget alimentaire des ménages, une part croissante de ce budget depuis le début des années 2000, et même auparavant [Andrieu et al., 2006].

Entre 2001 et 2006, les écarts entre riches et pauvres se réduisent pour les dépenses d'alimentation à domicile : ainsi, en 2001, leur poids budgétaire baissait de près de 6 points entre les ménages du premier quintile et ceux du plus haut quintile. En 2006, il ne varie plus que de 4 points [Camus, Cérani, 2004, et Bellamy, Léveillé 2007]. À l'inverse, pour les repas à l'extérieur, l'écart entre les ménages les plus modestes et les autres se maintient, voire s'accroît. Ainsi, dans les deux premiers déciles, la part de ce poste dans le budget alimentaire total recule ou reste pratiquement inchangée tandis qu'elle s'accroît, parfois nettement, dans la plupart des déciles supérieurs (*figure 1*). Dans le dernier décile (celui des ménages les plus aisés), les repas à l'extérieur dépassent toujours 30 % du budget alimentaire total, une part deux fois plus élevée que dans les deux premiers déciles. On gardera cependant à l'esprit que les ménages qui composent les déciles aux deux dates étudiées ne sont pas nécessairement les mêmes, de sorte que ces résultats ne retracent pas forcément des évolutions individuelles.

### 1. Parts budgétaires des repas à l'extérieur selon les déciles de revenu disponible par unité de consommation

en % de la dépense alimentaire totale



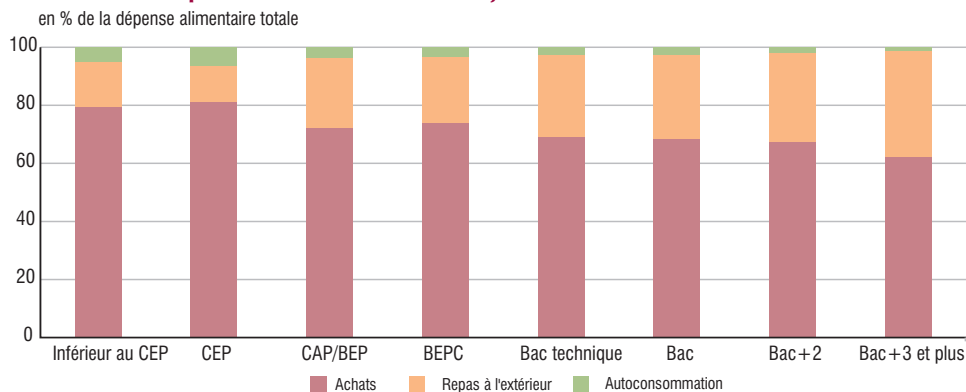
Lecture : les ménages appartenant au 1<sup>er</sup> décile font partie des 10 % des ménages ayant le revenu disponible par unité de consommation le plus faible. En 2001, ils consacraient 15,4 % de leur budget alimentaire aux repas à l'extérieur.

Champ : France métropolitaine.

Sources : enquêtes Budget de famille 2001 et 2006.

En 2006, les ménages ayant un niveau d'études inférieur au CEP consacrent 84% de leur budget à l'alimentation à domicile contre 63 % pour les plus diplômés (figure 2). Les titulaires d'un diplôme au moins égal à bac + 3 consacrent ainsi une part de leur budget alimentaire aux repas à l'extérieur très importante (37 %). Les écarts entre les sans-diplômes et les plus

## 2. Parts budgétaires des achats, repas à l'extérieur et autoconsommation selon le niveau d'éducation le plus élevé entre les deux conjoints



Lecture : les ménages dont le niveau d'éducation le plus élevé entre les deux conjoints est inférieur au certificat d'études primaires consacrent 79,6 % de leur budget alimentaire aux achats pour le domicile.

Champ : France métropolitaine.

Source : enquête Budget de famille 2006.

### Encadré 1

#### Mesurer la consommation alimentaire dans le budget des ménages

Contrairement au principe suivi dans le reste de l'ouvrage, les coefficients budgétaires figurant dans cet article sont directement issus des données des enquêtes Budget de famille. Ils diffèrent donc, en général, des valeurs présentées ailleurs dans l'ouvrage qui ont, elles, été calées sur les données de la Comptabilité nationale (voir *Avant-propos* et *Sources et concepts*).

Le choix fait ici se justifie par le souci de préserver la comparabilité de l'article avec les autres travaux réalisés (notamment par les mêmes auteurs) dans le domaine de l'économie et de la sociologie de l'alimentation, lesquels, lorsqu'ils utilisent les enquêtes Budget de famille, ne procèdent pas à ce type de calage.

Ce choix technique n'a pas d'incidence sur les conclusions présentées dans l'article.

L'enquête Budget de famille enregistre les dépenses correspondant aux achats et aux repas à l'extérieur à l'aide d'un carnet de compte complété par le membre du ménage responsable des approvisionnements, pendant 14 jours consécutifs. Des carnets de compte individuels sont distribués aux autres membres du ménage (conjoint, enfants de 14 ans et plus)

mais, dans la plupart des cas, l'Insee admet que l'information soit transférée sur le carnet « principal ». Cette édition de l'enquête enregistre également les quantités achetées correspondantes dans le carnet de compte et l'autoconsommation alimentaire par questionnaire. Cette dernière est valorisée par l'enquêteur aux prix du marché local.

La consommation alimentaire est aussi appréhendée selon le mode d'approvisionnement (achat ou autoconsommation) et le lieu de consommation : repas à l'extérieur ou alimentation au domicile, et au sein de cette dernière : achats et autoconsommation. Les consommations nulles sont intégrées dans le calcul des moyennes.

On calcule également un **prix moyen des aliments ou valeur unitaire moyenne**. Celle-ci est obtenue par le rapport dépense/quantité achetée pour chaque catégorie de produit, corrigée des effets qualité [Caillavet, Lecogne, et Nichèle 2009]. Elle constitue un indicateur des comportements alimentaires en termes de choix de qualité des produits (contenu nutritionnel, types de morceaux de viande par exemple...) et de stratégies d'approvisionnement des ménages (types de magasins fréquentés, conditionnement des produits...).

### Les indicateurs d'inégalité

Différents indicateurs permettent de repérer les inégalités en matière de consommation alimentaire :

- coefficients budgétaires de l'alimentation à domicile et des dépenses en repas à l'extérieur ;
- rapport du dixième au premier décile de revenu ;
- rapport du diplôme supérieur ou égal à bac+3 au diplôme inférieur ou égal au CEP ;
- rapport de la catégorie socioprofessionnelle des cadres à celle des ouvriers ;

- rapport entre familles monoparentales et couples sans enfant.

Ces deux derniers indicateurs sont recommandés par le Cnis au niveau global de la consommation et au niveau des revenus. Ils ne se révèlent pas toujours les plus discriminants pour l'alimentation : ils correspondent certes aux deux extrêmes de la distribution du revenu mais pas aux plus fortes disparités de la consommation alimentaire. Enfin, les élasticités ont été calculées sur les quintiles extrêmes de revenu.

diplômés se sont néanmoins fortement réduits sur ce poste depuis 2001, le rapport entre la part budgétaire des plus diplômés et celle des moins diplômés passant de 2,1 à 1,4. Plusieurs études ont montré l'importance des facteurs générationnels dans les comportements de consommation alimentaire [Cardon, 2007, Recours et Hébel, 2007]. Or les écarts enregistrés selon le niveau d'éducation incorporent ces effets et les reflètent en partie.

De la même façon, le poids des repas à l'extérieur dans la dépense alimentaire totale est fonction de la position sociale : 34,2 % chez les cadres et 22 % chez les ouvriers. Ce sont les retraités qui consacrent la plus faible part de leur budget alimentaire aux repas à l'extérieur, vraisemblablement en raison de leur âge et de problèmes de santé. Depuis 2001, la part des repas à l'extérieur diminue légèrement pour les professions indépendantes (agriculteurs-exploitants, artisans, commerçants et chefs d'entreprise), à l'inverse des autres catégories socioprofessionnelles.

En fait, parmi les repas à l'extérieur, la restauration commerciale est largement prépondérante (elle représente 69,8 % des dépenses alimentaires prises à l'extérieur). Elle est d'autant plus importante que le niveau de vie est élevé : 64,9 % pour le premier décile, 74 % pour le dernier. Cependant, la dépense consacrée à la restauration commerciale est également élevée pour les niveaux de diplôme les plus bas et pour les femmes seules. Ces personnes sont très insérées dans la vie active et consacrent une part importante de leurs dépenses alimentaires à la restauration collective [Caillavet et Nichèle 2002].

Au sein des dépenses de restauration collective, les cantines scolaires et professionnelles ont un poids comparable. Le poids des cantines scolaires se réduit avec le revenu.

### L'autoconsommation reste limitée

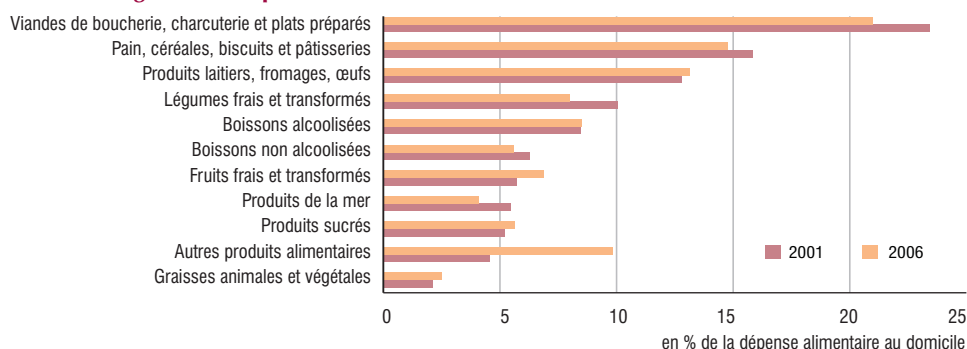
L'autoconsommation est globalement faible entre 2001 et 2006. Bien évidemment, la part de l'autoconsommation est élevée chez les agriculteurs, dépassant même les repas à l'extérieur : un peu plus de 19,3 % contre 14,3 %. Mais l'autoconsommation n'est pas négligeable pour les retraités avec 6,2 % du budget alimentaire, les ouvriers (3,1 %) et même les cadres (1,1 %). Valorisée aux coûts du marché, l'autoconsommation est importante principalement pour les légumes et pour les fruits. Les légumes autoconsommés représentent en effet 23 % de la dépense par personne en légumes consommés à domicile, et les fruits autoconsommés 12 % de la consommation de fruits. Au cours des dernières années, l'autoconsommation de fruits et légumes a peu varié : en 1991, elle représentait respectivement 26 % des dépenses de légumes du ménage et 12 % de celles en fruits [Caillavet et Nichèle, 1999]. Pour les produits de la mer (7 %) et la viande (4 %), elle est évidemment moins répandue.

## Produits de la mer, boissons alcoolisées et fruits, signes de différences sociales

Les viandes occupent la première place dans le budget alimentaire des ménages (21 % de la dépense alimentaire totale), les produits céréaliers la deuxième (14,8 %) et les produits laitiers la troisième (13,1 %) [figure 3]. La hiérarchie entre viandes, produits céréaliers et produits laitiers est la même qu'en 2001, mais ils n'ont pas évolué au même rythme. Les postes dont le poids progresse sont les produits laitiers, les fruits frais et transformés, les produits sucrés, et les graisses animales et végétales. Les aliments dont l'importance budgétaire décroît sont les viandes, les produits céréaliers, les légumes frais et transformés, les produits de la mer, les boissons non alcoolisées alors que les boissons alcoolisées se maintiennent stables au cours de cette période.

Comme en 2001, la structure de la consommation alimentaire en 2006 varie assez peu selon le niveau de vie. Les postes traditionnellement sous-représentés chez les ménages les plus pauvres sont les poissons et produits de la mer, les boissons alcoolisées, les fruits frais et transformés. Chez ces ménages modestes, les produits surreprésentés sont les produits céréaliers, les corps gras et les viandes (figure 4).

### 3. Parts budgétaires des produits alimentaires en 2001 et en 2006

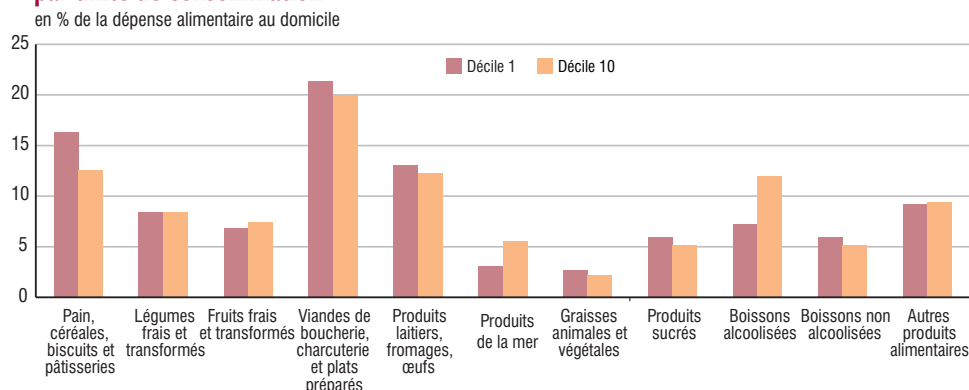


Lecture : les viandes de boucherie, la charcuterie et les plats préparés représentaient 23,4 % de la dépense alimentaire à domicile en 2001.

Champ : France métropolitaine.

Sources : enquêtes Budget de famille 2001 et 2006.

### 4. Parts budgétaires des produits alimentaires selon les déciles extrêmes de revenu disponible par unité de consommation



Lecture : les ménages appartenant au 1<sup>er</sup> décile font partie des 10 % des ménages ayant le revenu disponible par unité de consommation le plus faible. En 2006, ils consacraient 21,4 % de leur budget alimentaire aux achats de viandes de boucherie, de charcuterie et de plats préparés.

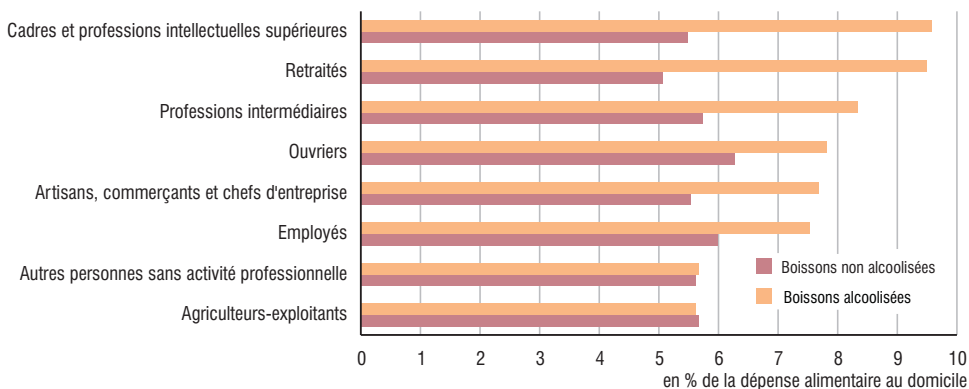
Champ : France métropolitaine.

Source : enquête Budget de famille 2006.

Entre catégories socioprofessionnelles, les écarts sont en général plus accentués. Les cadres consacrent une part de leur budget alimentaire aux produits de la mer, aux fruits et aux boissons alcoolisées très supérieure à celle qu'y consacrent les ouvriers. Les retraités consacrent également une part importante de leurs dépenses alimentaires aux boissons alcoolisées (figure 5). De façon analogue, ce sont les plus diplômés qui consacrent une part élevée de leur budget alimentaire aux produits de la mer ou aux fruits. En revanche, le poids des viandes, mais aussi des graisses, est plus élevé pour les moins diplômés.

Les écarts entre les différentes catégories de ménages reflètent, au moins en partie, des disparités de consommation selon l'âge, l'effet de génération étant important sur les habitudes de consommation [Caillavet, et al., 2002, Recours et Hebel, 2007]. La structure familiale joue également. Ainsi, dans leur budget, les familles monoparentales accordent un poids accru aux produits céréaliers, aux produits sucrés et aux boissons non alcoolisées. Les couples sans enfant privilégient les viandes, les produits de la mer et les légumes, les couples avec enfants les produits laitiers. Parmi les personnes seules, les femmes accordent une importance particulière dans leur budget aux fruits, les hommes aux boissons alcoolisées [De Saint Pol, 2008].

## 5. Parts budgétaires des boissons selon la catégorie socioprofessionnelle



Lecture : les cadres et professions intellectuelles supérieures consacrent 9,6 % de leur dépense alimentaire au domicile aux achats de boissons alcoolisées.

Champ : France métropolitaine.

Source : enquête Budget de famille 2006.

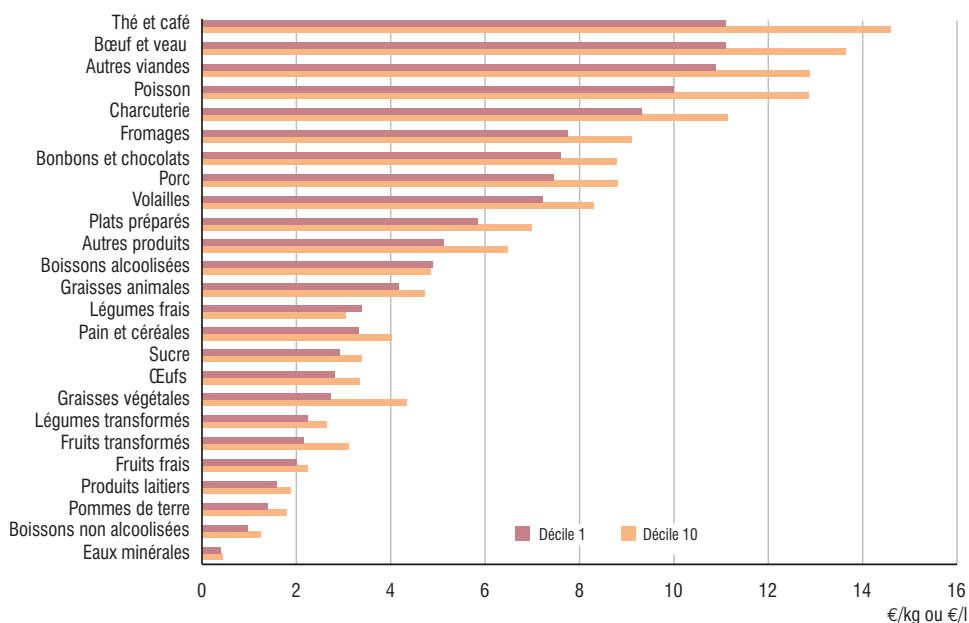
## Les ménages aisés achètent des aliments plus chers que les ménages modestes

La valeur unitaire des aliments achetés par les ménages du premier décile de niveau de vie est inférieure à celle calculée sur le dernier décile pour tous les groupes d'aliments, à l'exception des légumes frais (figure 6), en 2006 comme en 2001.

Les plus fortes disparités de prix concernent les graisses végétales, les fruits transformés, le thé et le café, les produits de la mer, les boissons non alcoolisées et les pommes de terre. Les constats sont les mêmes selon le niveau d'éducation, avec, en plus, une différence marquée pour le prix du sucre entre les plus diplômés et les sans-diplômes.

Si, en général, les ouvriers s'approvisionnent aux prix les plus bas et les cadres (et professions libérales) aux prix les plus élevés, les ménages d'agriculteurs paient, eux, moins cher que toutes les autres catégories sociales certaines viandes (mouton, volaille), les produits sucrés, le thé et le café, mais paient le prix le plus élevé – lorsqu'il ne s'agit pas d'autoconsommation – pour les légumes frais et les boissons non alcoolisées.

## 6. Valeurs unitaires selon les déciles extrêmes de revenu disponible par unité de consommation



Lecture : les ménages appartenant au 1<sup>er</sup> décile font partie des 10 % des ménages ayant le revenu disponible par unité de consommation le plus faible. Le prix moyen du poisson qu'ils achètent est de 10 euros/kg.

Champ : France métropolitaine.

Source : enquête Budget de famille 2006.

Les retraités achètent nombre de produits alimentaires à un prix supérieur à celui des autres catégories sociales : fruits et légumes transformés (conserves, surgelés), viande bovine, plats préparés, graisses animales et végétales. Il s'agit vraisemblablement d'un effet d'âge (ils fréquentent des lieux d'achat proches de leur domicile) ; il s'agit sans doute également d'un effet de conditionnement des produits (ils achètent en petites quantités). En revanche, ils consomment des boissons alcoolisées à un plus faible prix au litre.

On observe également des différences selon la structure familiale. Les familles monoparentales achètent la plupart des produits aux moindres prix. Comme les ménages les plus pauvres, elles fréquentent davantage les magasins de *hard discount* [Recours et Hebel, 2006, Bellamy et Léveillé, 2007a]. À l'inverse, les produits chers sont plus souvent achetés par des personnes vivant seules. Dans la plupart des cas, il s'agit de femmes âgées, recourant sans doute plus fréquemment aux commerces de proximité. Les hommes vivant seuls achètent plus cher que les autres ménages certains produits basiques : légumes frais, œufs, beurre. Ils paient aussi plus cher des produits qu'affectionnent les jeunes : confiseries et chocolats, boissons.

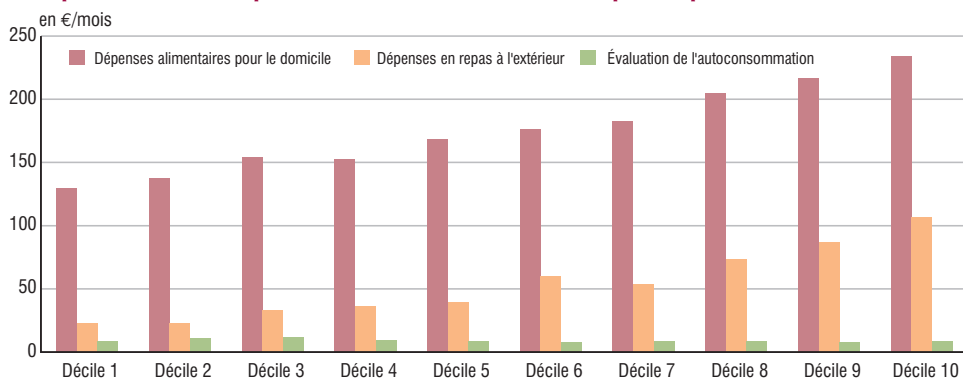
Les écarts de valeurs unitaires selon le niveau de vie peuvent remettre en cause, au moins partiellement, la hiérarchie des aliments selon leur coût, et notamment entre les fruits et légumes, produits emblématiques d'une « bonne » alimentation, et les graisses et produits sucrés qui sont des produits de moins bonne qualité nutritionnelle [Caillavet et Darmon, 2005]. Ainsi, les légumes sont relativement plus chers pour les ménages modestes que pour les ménages aisés : le prix unitaire des légumes frais achetés est au 14<sup>e</sup> rang pour le premier décile, mais au 19<sup>e</sup> pour le dernier décile. Le prix moyen des graisses végétales est en revanche relativement plus faible (18<sup>e</sup> place pour le premier décile, 14<sup>e</sup> place pour le dernier). Les ménages modestes n'achètent vraisemblablement pas les mêmes variétés d'huile que les ménages aisés : davantage d'huiles de colza pour les premiers, davantage d'huiles d'olive pour les seconds.

## Les dépenses moyennes par personne varient du simple au double selon le niveau de vie

La dépense alimentaire à domicile par personne varie de 138 euros/mois au sein des ménages du premier décile à 242 euros/mois dans le dernier décile de niveau de vie.

À domicile, la dépense moyenne par personne représente 173 euros/mois, avec 130 euros pour le premier décile et 234 euros pour le dernier décile (figure 7). Dans une nomenclature en 11 postes alimentaires, ceux pour lesquels on dépense le plus sont : le pain et les produits à base de céréales (25 euros/mois), les fruits et légumes (25 euros), la viande (22 et 36 euros en incluant la charcuterie et les plats préparés), les boissons (21 euros, dont 16 euros pour les boissons alcoolisées), les produits laitiers (20 euros).

### 7. Dépenses alimentaires par tête selon les déciles de revenu disponible par unité de consommation



Lecture : les ménages appartenant au 1<sup>er</sup> décile font partie des 10 % des ménages ayant le revenu disponible par unité de consommation le plus faible. Leurs dépenses alimentaires à domicile par personne s'élèvent à 130 euros par mois.

Champ : France métropolitaine.

Source : enquête Budget de famille 2006.

La dépense par personne pour les repas à l'extérieur varie de 22 euros/mois à 107 euros/mois entre le premier et le dernier décile. Les écarts de dépense en valeur absolue sont beaucoup plus importants que pour l'alimentation au domicile. Les boissons consommées au café (bière et cidre d'une part, café et autres boissons chaudes d'autre part) sont parmi les biens de consommation pour lesquels les hausses de prix sont les plus fortes entre 2001 et 2006 [Accardo et al., 2007]. Ces hausses ont induit une baisse des volumes consommés et donc également de la part de ce poste dans le budget alimentaire.

### Les plus riches consomment en plus grandes quantités à domicile tout en dépensant davantage à l'extérieur

En termes absolus, les personnes des ménages aisés consomment de plus fortes quantités de tous les produits pour l'alimentation à domicile, le niveau étant quasiment proportionnel au revenu. On ne peut préciser, cependant, ce que recouvre cet écart : les ménages plus riches consomment-ils effectivement de plus grandes quantités eux-mêmes ? Mangent-ils plus souvent au domicile ? Reçoivent-ils davantage d'invités à déjeuner, et à dîner ? Gaspillent-ils plus facilement ?

Les aliments que les plus riches consomment en plus grandes quantités sont, là encore, les eaux en bouteille, les boissons alcoolisées, les produits laitiers, les fruits et les légumes frais, les légumes transformés, les plats préparés, les viandes de boucherie, les plats préparés et dans



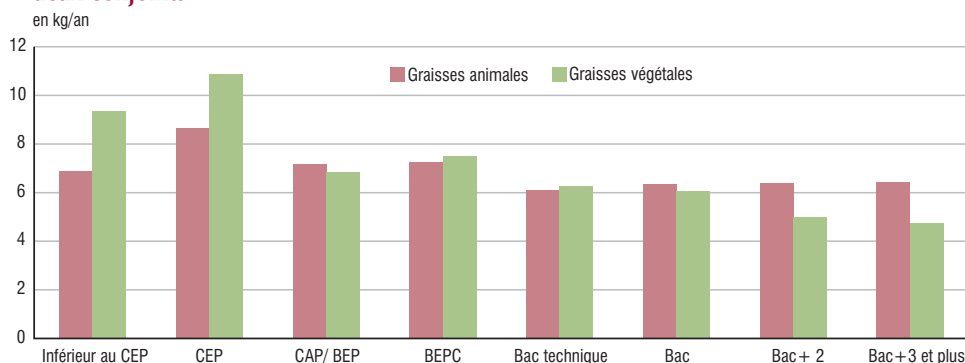
une moindre mesure la charcuterie. Les plus pauvres consomment davantage pour seulement trois catégories de produits : les graisses végétales, les sucres et les boissons non alcoolisées.

Ces tendances sont confirmées pour les plus diplômés. Seules la viande et les graisses animales, comme le beurre, sont moins consommées à des niveaux de diplômes supérieurs (figure 8). Les moins diplômés consomment à l'inverse davantage de viande, de charcuterie et de graisses végétales, de sucre, de féculents (produits céréaliers et pommes de terre) et d'eau en bouteille.

Chez les agriculteurs, les quantités consommées sont plus faibles pour un grand nombre de produits. Cela s'explique bien évidemment par le fait que, pour beaucoup d'agriculteurs, l'autoconsommation est importante (pommes de terre, légumes frais, fruits frais et transformés, viande bovine, volailles, charcuterie, lait et produits laitiers frais). Autre explication possible, ils utilisent moins de plats préparés. La consommation en sucre est plus élevée que dans d'autres catégories. Les graisses végétales, comme l'huile et la margarine, sont davantage consommées par les ouvriers, et les graisses animales par les professions intermédiaires.

Le cas des agriculteurs mis à part, ce sont les ouvriers qui consomment le moins de fruits et légumes, et les cadres qui en consomment le plus (figure 9). Les employés sont ceux qui

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

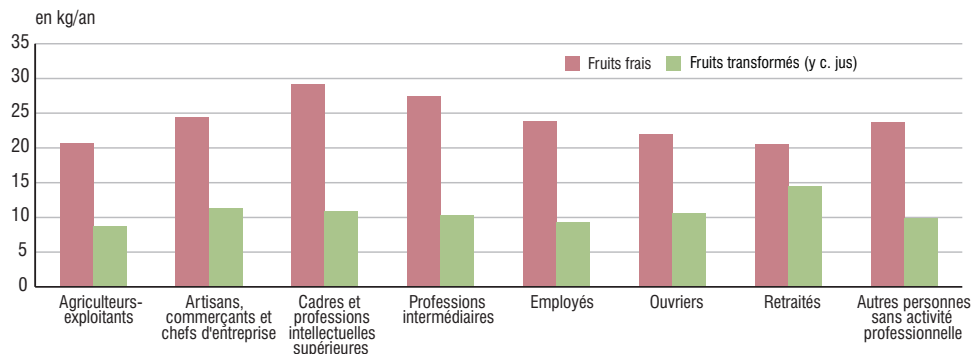


Lecture : les ménages dont le niveau d'éducation le plus élevé entre les deux conjoints est inférieur au certificat d'études primaires consomment en moyenne 6,9 kilos de graisses animales et 9,4 kilos de graisses végétales par personne et par an.

Champ : France métropolitaine.

Source : enquête Budget de famille 2006.

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



Lecture : les ménages dont la personne de référence est cadre ou profession intellectuelle supérieure consomment en moyenne 29,1 kilos de fruits frais et 10,8 kilos de fruits transformés par personne et par an.

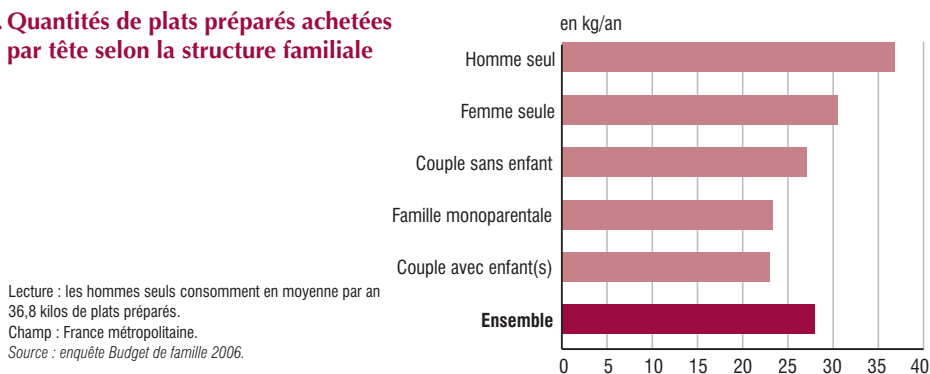
Champ : France métropolitaine.

Source : enquête Budget de famille 2006.

consomment le moins de viande bovine, les cadres le moins de viande de porc et de charcuterie, les ouvriers le moins de volailles et d'œufs. Les retraités sont notamment les plus forts consommateurs de tous les produits sources de protéines animales : viandes, œufs, produits de la mer, fromages, produits laitiers frais, fruits frais, légumes frais et transformés, boissons alcoolisées. Ces comportements reflètent une alimentation variée, marquée par un effet de génération.

Les familles monoparentales consomment des quantités moindres de la totalité des produits, à l'exception des boissons non alcoolisées, eaux minérales et sodas. Dans ces ménages en effet, la proportion d'enfants est plus élevée (et ils consomment moins que des adultes) ; le niveau de vie y est également plus faible. Inversement, les ménages qui ont davantage recours aux plats préparés sont des ménages sans enfant, les plus gros consommateurs étant les hommes seuls (*figure 10*). Les femmes seules se distinguent par leurs fortes consommations de fruits et légumes frais et de produits laitiers. Les hommes seuls préfèrent les produits céréaliers et les boissons, alcoolisées ou non.

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

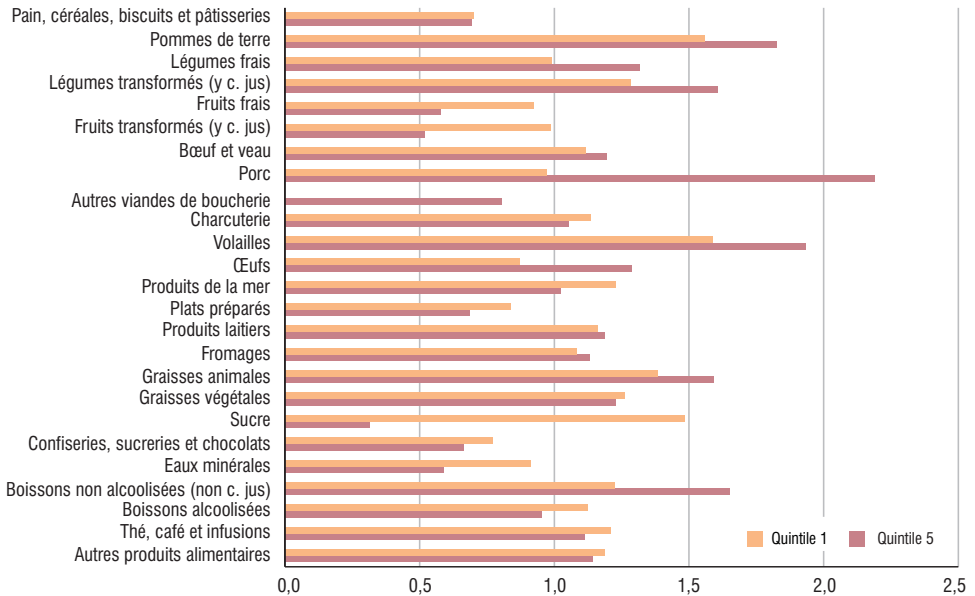


### La consommation des produits alimentaires est sensible aux prix, mais aussi au budget consacré à l'alimentation

Les produits alimentaires se différencient selon l'importance de leur élasticité (au prix ou à la dépense). Plus elle est forte, plus la demande du produit en question varie en fonction de la dépense consacrée à l'alimentation à domicile ou selon le prix du produit (*encadré 4*). L'élasticité-dépense est ainsi forte pour les volailles, la viande de bœuf, les boissons non alcoolisées, les graisses animales comme végétales, et les légumes transformés. De tels biens sont dits supérieurs (au prix d'un léger abus de langage, voir *encadré 4*). Les légumes transformés ont ainsi une élasticité supérieure à celle des légumes frais. Dans le cas des ménages du premier quintile de revenu, la charcuterie et les produits de la mer sont également des biens supérieurs. Les élasticité par rapport à la dépense ne sont cependant pas systématiquement plus élevées chez les ménages modestes. C'est le cas pour les fruits – frais ou transformés – mais pas pour les légumes. L'élasticité est en revanche inférieure à celle des ménages les plus aisés pour certains produits animaux tels que le porc ou les œufs (*figure 11*).

Chez les plus modestes, les produits pour lesquels l'élasticité-prix est la plus forte sont le café et le thé, les légumes frais, les fruits transformés. Chez les plus riches, il s'agit des boissons non alcoolisées et de la viande de volaille. Les élasticité-prix sont supérieures pour les produits laitiers frais (lait, yaourts, desserts lactés...) que pour les fromages. Les achats de corps gras sont peu sensibles aux prix, mais les ménages les plus riches le sont un peu plus aux prix des graisses animales. Les plus modestes sont plus sensibles aux prix des légumes frais qu'à ceux des légumes transformés, aux prix de la viande bovine qu'à ceux de la viande de porc. C'est le contraire chez les ménages les plus aisés (*figure 12*).

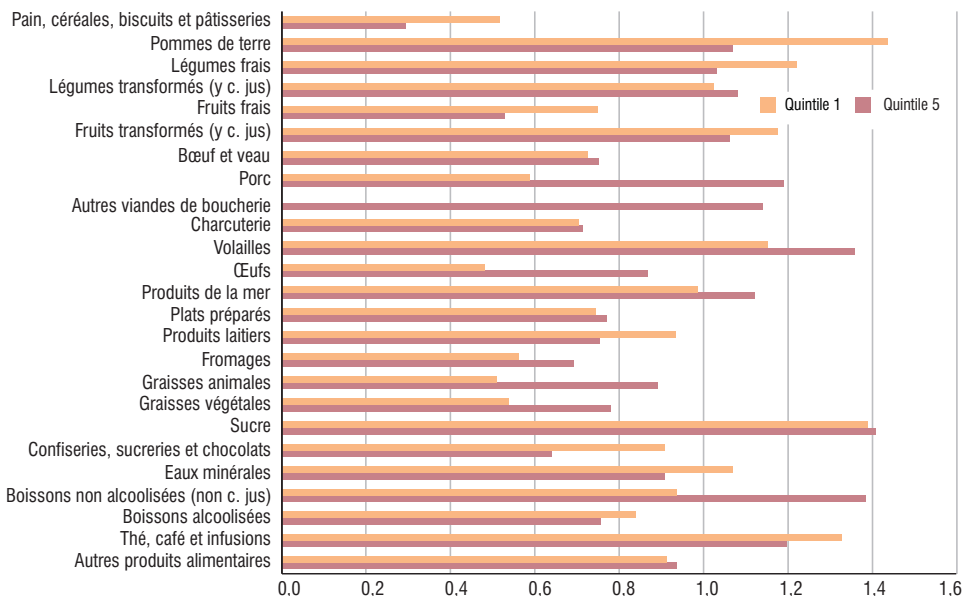
## 11. Élasticités-dépense totale en fonction du revenu disponible par unité de consommation



Lecture : les ménages appartenant au 1<sup>er</sup> quintile font partie des 20 % des ménages ayant le revenu disponible par unité de consommation le plus faible. Pour les légumes frais, l'élasticité-dépense totale est de 1. Autrement dit, quand leur budget alimentaire augmente de 10 %, leurs achats de légumes frais augmentent de 10 %.  
Champ : France métropolitaine.

Source : enquête Budget de famille 2006, estimations Inra.

## 12. Élasticités-prix en fonction du revenu disponible par unité de consommation



Lecture : les ménages appartenant au 1<sup>er</sup> quintile font partie des 20 % des ménages ayant le revenu disponible par unité de consommation le plus faible. Pour les légumes frais, l'élasticité-prix est de 1,2. Autrement dit, lorsque le prix des légumes frais augmente de 10 %, les achats de légumes frais diminuent de 12 %. Les élasticités-prix sont exprimées en valeur absolue.

Champ : France métropolitaine.

Source : enquête Budget de famille 2006, estimations Inra.

### Les critères de statut socio-économique retenus

Dans cette étude, le choix des indicateurs pour appréhender le statut socio-économique et, à travers eux l'inégalité et la pauvreté s'est porté sur des critères monétaires et non monétaires. Pour les premiers, on a retenu le **revenu disponible brut par unité de consommation** et sa distribution par déciles, comme dans les études classiques sur la pauvreté en France [Goutard et Pujol 2008].

La mesure du revenu par unité de consommation incorpore de l'information socio-démographique puisqu'il s'agit d'une mesure corrigée par la taille et la structure par âge du ménage selon l'échelle dit de l'OCDE modifiée. Les ménages du premier décile, les plus pauvres en ressources monétaires, ne sont néanmoins pas forcément les plus pauvres en niveau de vie [Lollivier et Verger 1997].

Le **revenu réellement disponible pour la consommation** s'entend après prise en compte des dépenses incompressibles de court terme. Dans cette logique, les services statistiques britanniques calculent une mesure de revenu disponible, après déduction des coûts liés au logement (DWP, 2007). Dans le cas français, le Cnis (2007) a cerné les dépenses contraintes *stricto sensu* qui comportent en outre les charges liées à la téléphonie ainsi que les dépenses à caractère obligatoire liées aux assurances et à certains services financiers. Depuis 2008, l'Insee a officiellement adopté

une définition de **dépenses pré-engagées**, recommandée par la Commission Quinet sur la mesure du pouvoir d'achat. Il s'agit des dépenses qui font partie d'un engagement contractuel qui lie les ménages à court terme : loyers et dépenses liées au logement, services de télécommunications, frais de cantines, services de télévision, assurances et services financiers.

On utilise ici ce concept en identifiant les dépenses liées au logement par les coûts de loyer, d'eau, les intérêts ou mensualités de remboursement de prêt immobilier et les frais d'assurance liés à l'habitation.

Pour les critères non monétaires, on retient le **niveau d'éducation le plus élevé** entre la personne de référence du ménage et son conjoint, et la **catégorie socioprofessionnelle** de la personne de référence du ménage, en choisissant de faire apparaître les retraités comme une catégorie à part. Enfin, la **structure familiale** est fondée sur le sexe de la personne de référence, la présence de membres du ménage jeunes et le statut matrimonial. Ceci, bien que l'on utilise le revenu disponible brut par unité de consommation qui corrige des différences dans les économies d'échelle entre ménages. En effet, les comportements alimentaires des familles monoparentales diffèrent de ceux des couples avec enfants et des personnes seules, et le sexe de la personne de référence compte également [De Saint Pol 2008].

### Élasticité-dépense, élasticité-prix

L'analyse économétrique des données de l'enquête Budget de famille permet de calculer – toutes choses égales par ailleurs, c'est-à-dire à caractéristiques socio-démographiques fixées – les coefficients d'élasticité de la demande des ménages. Ceux-ci mesurent les variations de la quantité achetée d'un produit alimentaire suite à une variation des dépenses alimentaires au domicile (élasticité-dépense) ou suite à une variation du prix du produit (élasticité-prix).

On s'attend à ce que la demande d'un bien diminue lorsque son prix augmente (élasticité-

prix négative). Inversement, on s'attend à ce que la demande augmente lorsque la dépense croît (élasticité-dépense positive). Les élasticité-dépense supérieures à 1 expriment une variation de la quantité demandée plus que proportionnelle à celle du budget, on parlera alors de biens supérieurs (même si, en toute rigueur le terme se réfère, dans la théorie micro-économique usuelle, à l'élasticité de la demande du bien par rapport au revenu du ménage et non par rapport à la dépense). Les élasticité-dépense comprises entre 0 et 1 désignent les biens dits normaux.

## Des inégalités alimentaires aux inégalités nutritionnelles

Bien que ces données de consommation d'aliments ne soient pas converties en équivalents nutritifs, les conséquences des écarts qui demeurent ne sont vraisemblablement pas neutres sur le plan nutritionnel. En effet, les catégories de produits les plus discriminantes entre niveaux de revenu comprennent, en termes de quantités consommées, les fruits et légumes et les produits de la mer. Ces catégories de produits sont précisément celles dont la consommation est recommandée par les nutritionnistes et figurent d'ailleurs en bonne place dans les objectifs du Plan national nutrition santé. Ce sont des marqueurs sociaux de la consommation puisque les ménages à faibles revenus n'en consomment pas suffisamment par rapport aux recommandations nutritionnelles.

Les différences de sensibilité des ménages selon leur niveau de vie aux variations de prix des aliments peuvent encore aggraver les écarts. Les ménages pauvres sont d'autant plus exposés à des hausses de prix alimentaires que l'alimentation occupe un poids accru dans leur budget. La recherche d'une alimentation moins chère peut aggraver le risque d'une baisse de la qualité nutritionnelle [Drewnowski et Darmon 2005]. Par ailleurs, des données américaines montrent que l'alimentation consommée hors domicile contient davantage de nutriments surconsommés et moins de nutriments sous-consommés [Lin, Guthrie, Frazao 1999], ce qui renforce encore les inégalités nutritionnelles. ■

---

### Bibliographie

- Accardo J., Chevalier P., Forgeot G., Friez A., Guédès D., Lenglard F., Passeron V., 2007, « La mesure du pouvoir d'achat et sa perception par les ménages », *L'économie française*, édition 2007.
- Andrieu E., Caillavet F., Momic M., Lhuissier A., Régnier F., 2006, « L'alimentation comme dimension spécifique de la pauvreté. Approches croisées de la consommation alimentaire des populations défavorisées », in *Les Travaux de l'ONPES 2005-2006*, p. 247-278, Paris, La documentation française.
- Bellamy V., Leveillé L. 2007a. « Consommation des ménages. Quels lieux d'achat pour quels produits » *Insee Première* n° 1165.
- Bellamy V., Leveillé L. 2007b. « Enquête Budget de famille 2006 » *Insee Résultats* n° 73.
- Caillavet F., Combris P., Nichèle V., 2006, « Le recueil des consommations alimentaires en France », in *Analyse des Risques alimentaires*, Feinberg M., Bertail P., Tressou J., Verger P. (ed.), p. 3-31, éditions Tec-Doc.
- Caillavet F., Combris P., Perchard S., 2002, « L'alimentation des ménages à bas revenu en France », *Alimentation et Précarité* 16, p. 8-16.
- Caillavet F., Darmon N. 2005, « Contraintes budgétaires et choix alimentaires : pauvreté des ménages, pauvreté de l'alimentation ? » *Inra Sciences Sociales*.
- Caillavet F., Lecogne C., Nichèle V. 2009, « Les inégalités alimentaires : que révèle le budget des ménages ? », *Document de travail Inra-Aliss*.
- Caillavet F., Nichèle V. 1999 « Autoconsommation et jardin », *Économie rurale* n° 250, p.11-20.
- Caillavet F., Nichèle V., 2002 « L'activité féminine détermine la consommation de repas hors domicile », *Inra Sciences Sociales* n° 1-2, octobre.
- Camus M., Cérani N., 2004, « Le budget des familles en 2001 », *Insee Résultats* n° 29.
- Cardon P. 2007, « Vieillesse et délégation alimentaire aux aides à domicile » *Cahiers d'Économie et de Sociologie rurales* n° 82-83, p. 139-166.

---

## Bibliographie (suite)

- Cnis (Conseil National...) 2007, Niveaux de vie et inégalités sociales, Paris, rapport n° 103 [http://www.cnis.fr/ind\\_actual.htm](http://www.cnis.fr/ind_actual.htm)
- DWP (Department for Work and Pensions) 2007. Households Below Average Income [http://www.dwp.gov.uk/asd/hbai/hbai2007/pdf\\_files/full\\_hbai08.pdf](http://www.dwp.gov.uk/asd/hbai/hbai2007/pdf_files/full_hbai08.pdf)
- Goutard et Pujol 2008, Les niveaux de vie en 2006, *Insee Première*, juillet 2008.
- Grignon C. et Grignon Ch. 1999. Long-term trends in food consumption : a French portrait, *Food and Foodways* 8 (3): 151-174.
- Hebel P. 2007, Comportements et consommations alimentaires en France, Paris, éditions Lavoisier.
- Lollivier S., Verger D. 1997. « Pauvreté d'existence, monétaire ou subjective sont distinctes », *Économie et Statistique* n° 308-309-310, p. 113-142.
- Lin B.H., Guthrie J, Frazao E. 1999., Nutrient contribution of food away from home, in *America's eating habits*, USDA ERS.
- Mareuge C., Ruiz N. 2008, « Dispersion des revenus et hétérogénéité des structures de consommation, vers la notion de pouvoir d'achat effectif catégoriel », in *Les rapports du conseil d'analyse économique* n° 73, Moati P., Rochefort R.
- Moati P., Rochefort R. 2008, « Mesurer le pouvoir d'achat », *Les rapports du conseil d'analyse économique* n° 73.
- Nichèle V., Andrieu E., Boizot-Szantaï C., Caillavet F., Darmon N. 2008 « L'évolution des achats alimentaires : 30 ans d'enquêtes auprès des ménages en France », *Cahiers de Nutrition et de Diététique* n° 43(3) p.123-130.
- Recours F., Hebel P. 2006, « Les populations modestes ont-elles une alimentation déséquilibrée ? » *Cahiers du Credoc* n° 232, décembre.
- Recours F., Hebel P. 2007, « Évolution des comportements alimentaires : le rôle des générations », *Cahiers d'Économie et de Sociologie rurales* n° 82-83, p. 79-108.
- Ruiz N., Trannoy A. 2008, « Le caractère régressif des taxes indirectes : les enseignements d'un modèle de microsimulation », *Économie et Statistique* n° 413, p. 21-46.
- De Saint Pol T. 2008, « La consommation alimentaire des hommes et femmes vivant seuls », *Insee Première* n° 1194, mai.
-

---

# FICHES TRANSVERSALES

---

# I Les lieux d'achat

Les achats de nourriture s'effectuent très majoritairement dans les grandes surfaces à prédominance alimentaire (hypermarchés et supermarchés des grandes enseignes et du maxi-discount de type *Carrefour*, *Auchan*, *Lidl*...) : 70 % des dépenses de ce type y sont effectuées, dont 13 % dans les magasins maxi-discount. Ces derniers ont doublé leur part de marché entre 2001 et 2006, aux dépens des hypermarchés mais aussi des supermarchés, alors que les ménages n'ont pas modifié la part totale des dépenses réalisées en grandes surfaces alimentaires. Ce sont les ménages les plus modestes qui font le plus leurs achats en maxi-discount alimentaire : les ménages des deux premiers **déciles de niveau de vie** y réalisent en 2006 près d'un cinquième de leurs dépenses d'alimentation, contre 5 % pour les ménages du dernier décile (figure 1). À l'inverse, ces derniers dépensent davantage que la moyenne dans les commerces de détail (18 %) voire sur les marchés (9 %), ou directement auprès des producteurs.

En revanche, vêtements et biens durables sont pour leur plus grande part achetés dans des magasins spécialisés : en 2006, les ménages y effectuent 67 % de leurs dépenses d'habillement et 72 % de leurs dépenses en biens durables. Ces parts sont en légère baisse depuis 2001 : - 4 points pour l'habillement et - 2 points pour les biens durables. Le tassement profite d'abord aux grandes surfaces alimentaires, dont la part de marché pour ces produits passe de 14 % à 16 % entre 2001 et 2006. Pour les biens durables, le recul des achats en magasins spécialisés est dû à l'érosion de la part des grandes surfaces spécialisées (42 % en

2006 contre 46 % en 2001), qui n'est que partiellement compensée par la progression des petits commerces de détail spécialisés (31 % en 2006 contre 28 % en 2001). La vente par correspondance reste relativement stable ; les achats par internet se développent mais ne représentent qu'une faible part des dépenses de biens durables en 2006.

Un ménage achète d'autant plus de vêtements ou de biens durables dans les grandes surfaces (alimentaires ou spécialisées) que son niveau de vie est bas : les 10 % des ménages les plus modestes y réalisent 44 % de leurs dépenses vestimentaires et 67 % de leurs dépenses en biens durables contre respectivement 27 % et 45 % de celles des 10 % les plus aisés (figures 2 et 3). Pour les biens durables, les grandes surfaces alimentaires sont plus fréquentées par les ménages aux revenus modestes et les petits commerces de détail par les ménages plus aisés. En revanche, les grandes surfaces spécialisées attirent tous les ménages quel que soit leur niveau de vie à l'exception des 10 % les plus aisés qui y effectuent seulement 35 % de leurs achats de biens durables.

Que ce soit pour l'alimentation, l'habillement ou les biens durables, les ménages réalisent d'autant plus d'achats dans les petits commerces spécialisés que leur niveau de vie est élevé ou qu'ils habitent Paris. En 2006, pour les 10 % des ménages les plus aisés, la part des dépenses dans les petits commerces de détail atteint 18 % pour l'alimentation, 57 % pour l'habillement et 42 % pour les biens durables, contre respectivement 13 %, 36 % et 21 % pour les 10 % des ménages les plus modestes. ■

## Définitions

### Les lieux d'achat dans l'enquête Budget de famille

La nomenclature des magasins comprend six grands postes, eux-mêmes éclatés en 100 postes environ au niveau le plus fin. Parmi ceux-ci, nous avons retenu les postes suivants :

- grandes surfaces alimentaires (hypermarchés, supermarchés, dont le maxi-discount) ;
- petites surfaces alimentaires (petits commerces d'alimentation générale, supérettes) ;
- grands magasins non spécialisés (ex. : *BHV*, *Printemps*, *Galleries Lafayette*) ;
- grandes surfaces spécialisées (ex. : *Darty*, *Kiabi*, *Conforama*) ;
- petits commerces spécialisés ;
- vente par correspondance (VPC) sur catalogue général ou spécialisé (ex. : *La Redoute*) ;
- vente par internet, téléphone ou téléachat ;
- vente sur les marchés, commerces ambulants, brocantes, ou directement chez les producteurs.

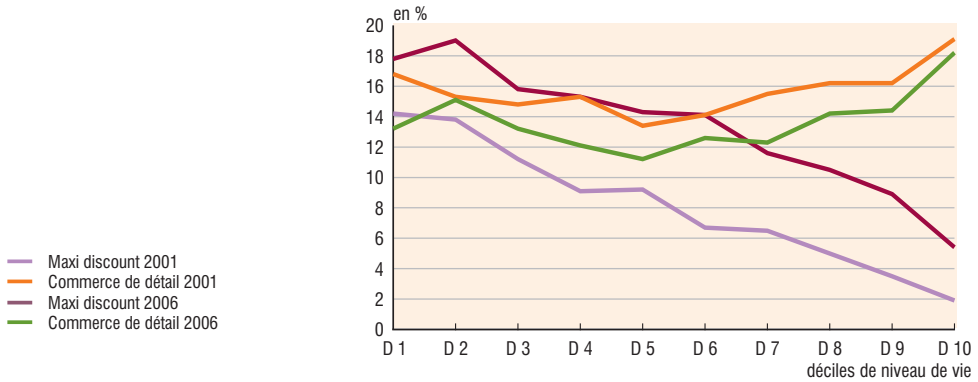
**Décile, niveau de vie** : voir *Glossaire*.

## Pour en savoir plus

- Bellamy V. et Lévêillé L., « Consommation des ménages – Quels lieux d'achat pour quels produits ? » *Insee Première* n° 1165, novembre 2007.



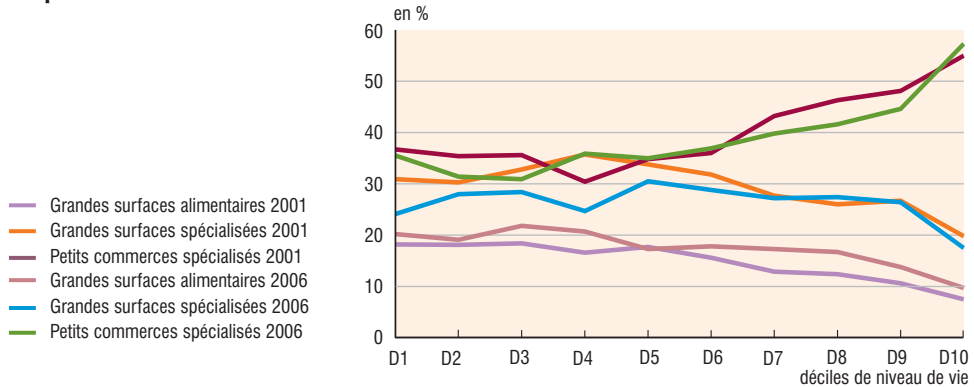
## 1. Part des dépenses alimentaires réalisées dans le maxi-discount et dans le commerce de détail selon le niveau de vie en 2001 et 2006.



Champ : France métropolitaine.

Source : Insee, enquêtes Budget de Famille 2006 et 2001.

## 2. Part des dépenses d'habillement réalisées en grandes surfaces alimentaires et magasins spécialisés selon le niveau de vie en 2001 et 2006



Champ : France métropolitaine.

Source : Insee, enquêtes Budget de Famille 2006 et 2001.

## 3. Part des dépenses en biens durables selon le lieu d'achat et le niveau de vie des ménages

Décile de niveau de vie	Dépenses de biens durables					
	Grandes surfaces alimentaires	Magasins spécialisés		Grands magasins non spécialisés	VPC sur catalogue	Autres
		Grandes surfaces	Petits commerces de détail			
D1	21,4	45,4	21,0	1,6	2,6	8,0
D2	23,0	41,4	24,0	3,5	2,1	6,0
D3	19,2	43,5	26,5	2,0	2,7	6,1
D4	23,5	42,8	22,5	1,1	4,2	5,9
D5	19,2	42,8	28,2	1,6	2,2	6,0
D6	15,7	42,7	29,5	1,8	3,3	7,0
D7	12,3	48,1	27,5	2,0	2,7	7,4
D8	15,5	41,6	29,5	1,9	3,5	8,0
D9	12,2	41,3	32,6	1,8	4,8	7,3
D10	10,0	35,4	41,6	2,4	3,3	7,3
<b>Ensemble</b>	<b>15,5</b>	<b>41,7</b>	<b>30,6</b>	<b>2,0</b>	<b>3,3</b>	<b>6,9</b>

Champ : France métropolitaine.

Source : Insee, enquête Budget de Famille 2006.

## II Impôts sur la consommation

Les **taxes sur la consommation** sont acquittées par les ménages lorsqu'ils achètent des biens et services. Les montants payés (*figure 1*) dépendent peu du **niveau de vie du ménage**. Un ménage paie ainsi 14 euros de taxes lorsqu'il dépense 100 euros s'il fait partie du 1<sup>er</sup> **quintile** de niveau de vie, 14,40 euros s'il se situe dans le 2<sup>e</sup> quintile, 14,90 euros dans le 3<sup>e</sup>, 14,90 euros dans le 4<sup>e</sup> et 14,40 euros s'il se situe dans le 5<sup>e</sup> quintile de niveau de vie.

Pourtant, le poids de la taxe principale, la TVA, dans les dépenses de consommation augmente au fur et à mesure qu'on s'élève dans la hiérarchie des revenus. Mais celui des **droits de consommation sur les tabacs** diminue fortement avec le niveau de vie : pour 100 euros dépensés, un ménage du 1<sup>er</sup> quintile de niveau de vie paie ainsi 1,80 euro de taxes sur les tabacs contre 0,70 euro pour un ménage du 5<sup>e</sup> quintile. Cela tient au fait que les dépenses de tabac pèsent davantage dans le budget des ménages modestes (*voir fiche 1.5*). De façon moins nette, le

montant de **TIPP** acquittée sur leurs achats de carburants et de fioul par les ménages du dernier quintile est également plus faible.

L'âge de la **personne de référence** du ménage a un effet plus marqué (*figure 2*). Un ménage dont la personne de référence a plus de 65 ans paie en moyenne 12,90 euros de taxes pour 100 euros de consommation ; en dessous de 65 ans, ce montant est d'environ 15 euros. Ce décalage tient aux taxes sur le tabac et à la TIPP. Il y a moins de fumeurs parmi les ménages âgés (*voir fiche 1.5*) : ces droits pèsent en moyenne 0,30 euro pour 100 euros dépensés par les ménages dont la personne de référence a plus de 65 ans contre 1,70 euro pour ceux dont la personne de référence a moins de 35 ans. De plus, les ménages âgés, qui se déplacent moins en voiture, consomment moins de carburants (*voir fiche 3.2*) et acquittent donc moins de TIPP que les ménages d'actifs : 1,40 euro pour 100 euros dépensés pour les premiers contre 1,90 euro pour les ménages dont la personne de référence a moins de 35 ans. ■

### Définitions

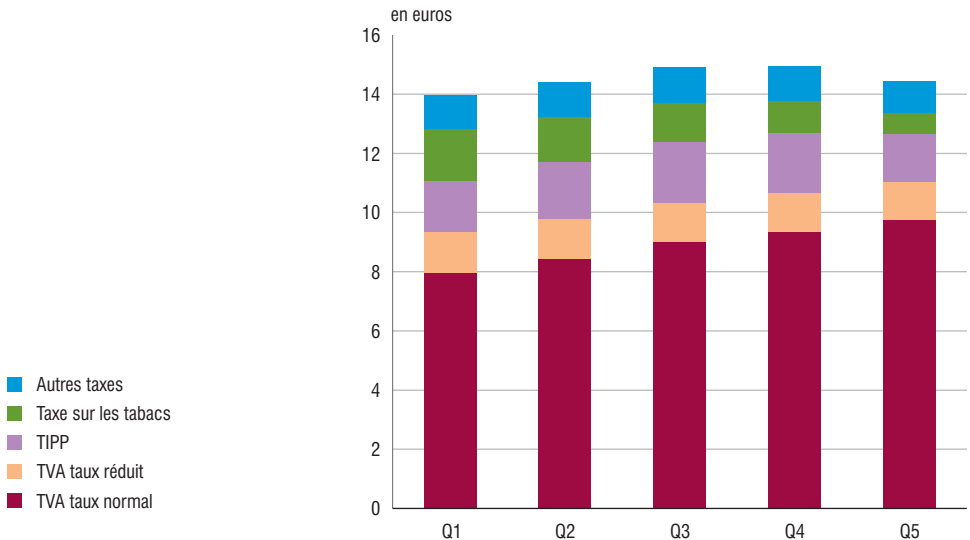
**Taxes sur la consommation** : une grande partie de la consommation est soumise à la taxe à la valeur ajoutée (TVA), le plus souvent au taux normal (19,6 %) mais au taux réduit (5,5 %) pour l'alimentation et les autres produits et services indispensables. Les carburants et les produits du tabac supportent des taxes spécifiques en sus de la TVA : la taxe intérieure sur les produits pétroliers (**TIPP**) et les **droits de consommation sur les tabacs**. Il existe d'autres taxes moins importantes (taxe sur les assurances, sur les produits alcoolisés ...) que nous ne détaillons pas ici.

**Niveau de vie du ménage, quintile, personne de référence** : voir *Glossaire*.

### Pour en savoir plus

- Amar E., Befly M., Marical F. et Raynaud E. « Les services publics de santé, éducation et logement contribuent deux fois plus que les transferts monétaires à la réduction des inégalités de niveau de vie », *France portrait social* 2008.
- Ruiz N. et Trannoy A. « Le caractère régressif des taxes indirectes : les enseignements d'un modèle de microsimulation », *Économie et statistique* n° 413, novembre 2008.

## 1. Montant de taxes pour 100 euros consommés selon le quintile de niveau de vie du ménage

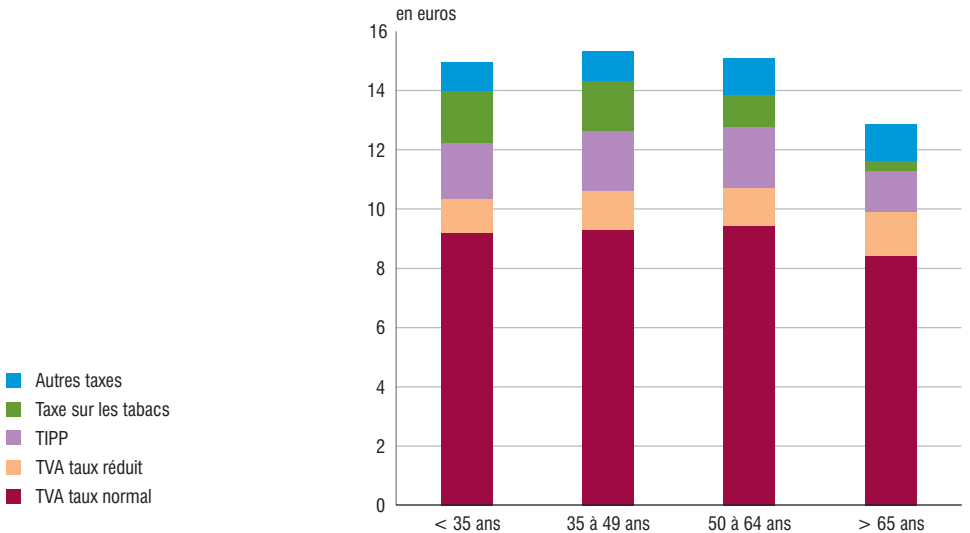


Lecture : un ménage qui se situe dans le 1<sup>er</sup> quintile de niveau de vie (Q1) acquitte en moyenne 14 euros de taxes sur la consommation pour 100 euros de biens et services consommés.

Champ : France métropolitaine.

Source : Insee, enquête budget de famille 2006.

## 2. Montant de taxes pour 100 euros consommés selon l'âge de la personne de référence



Lecture : un ménage dont la personne de référence a moins de 35 ans acquitte en moyenne 14,9 euros de taxes sur la consommation pour 100 euros de biens et services consommés.

Champ : France métropolitaine.

Source : Insee, enquête budget de famille 2006.

### III Fiscalité directe (hors contributions) et taxes diverses

L'impôt sur le revenu, principal **impôt direct**, constitue environ les deux tiers du montant acquitté par les **ménages** au titre de la **fiscalité directe et taxes diverses**, hors CSG et CRDS (*figure 2*). Les impôts et taxes sur les logements (taxes foncières et d'habitation) représentent environ 30 % de ce montant, le reliquat correspondant à diverses autres taxes (taxes automobiles, timbres administratifs, amendes). Le poids de l'impôt sur le revenu étant prépondérant, le montant payé pour l'ensemble du poste dépend essentiellement des revenus et de la composition du ménage. De plus, du fait de la progressivité de cet impôt, les sommes versées par les ménages augmentent plus qu'en proportion de leur revenu.

Pour l'ensemble de la fiscalité directe et des taxes diverses, les ménages appartenant au 1<sup>er</sup> **quintile** de **niveau de vie** acquittent un montant inférieur de 80 % à la moyenne, tandis que les ménages les plus aisés (dernier quintile) payent un montant près de trois fois supérieur (*figure 1*). Si les disparités selon le niveau de vie sont de fait très marquées pour l'impôt sur le revenu, elles sont moins fortes pour les taxes et impôts liés à la résidence principale. Dans ce domaine, les ménages les plus aisés ne paient que quatre fois le montant acquitté par les ménages modestes, contre près de quarante fois pour l'impôt sur le revenu. De fortes disparités existent aussi sur les impôts liés aux résidences secondaires, du fait d'un taux de possession supérieur chez les ménages aisés.

Parmi les ménages dont la **personne de référence** est active, ce sont les cadres qui sont le plus imposés, avec un montant acquitté 2,6 fois plus important qu'en moyenne. À l'inverse, les ouvriers le sont moins que l'ensemble des ménages (- 60 %). Les sommes versées en impôts directs et taxes diverses augmentent avec l'âge de la personne de référence. Cependant, après 65 ans, la tendance s'inverse et le montant payé s'inscrit dans la moyenne. Le barème de l'impôt sur le revenu, qui tient compte de la composition du ménage, bénéficie à ceux qui ont des enfants. Les couples sans enfant consacrent aux impôts directs et taxes diverses un montant de dépense 1,5 fois supérieur à la moyenne, quand celui des couples ayant au moins trois enfants est inférieur de 25 %. Les familles monoparentales sont soumises à la charge la plus légère en raison de la présence d'enfants mais aussi de revenus en moyenne plus faibles que les autres catégories de ménages. Des revenus plus bas expliquent aussi le moindre poids des impôts acquittés par les personnes vivant seules.

Durant la période 1979-2006, la part des impôts directs et taxes diverses dans le **revenu total** des ménages augmente régulièrement jusqu'en 1995, puis diminue jusqu'en 2006 pour revenir à peu près au niveau de 1979 (soit 7,5 %). Cette part s'élève avec le niveau de vie (*figure 3*). En 2006, elle est inférieure à 4 % pour les ménages les plus modestes (1<sup>er</sup> quintile de niveau de vie) et atteint presque 12 % pour les plus aisés. ■

#### Définitions

**Fiscalité directe et taxes diverses** : le champ de l'étude couvre à la fois la fiscalité directe hors contributions sociales (CSG, CRDS) c'est-à-dire l'impôt sur le revenu, la taxe foncière et la taxe d'habitation, ainsi que diverses taxes comme les taxes automobiles (vignette, carte grise, contraventions), les frais de timbres administratifs (passeport, carte d'identité), les amendes...

**Impôt direct** : impôt dû nominativement par une personne physique ou morale et qui taxe le capital ou le revenu.

**Ménage, quintile, niveau de vie des ménages, personne de référence** : voir *Glossaire*.

**Revenu total** : il s'agit ici de la somme des revenus d'activité, revenus sociaux, revenus du patrimoine et des montants reçus régulièrement d'un autre ménage.

#### Pour en savoir plus

- Hourriez J.-M., « Des ménages modestes aux ménages aisés : des sources de revenus différentes », *Insee Première* n° 916, août 2003.

## 1. Les déterminants des montants acquittés en fiscalité directe et taxes diverses<sup>1</sup>

en %

	Écart à la dépense moyenne par ménage			
	Ensemble fiscalité directe et taxes diverses	Dont		
		Impôts et taxes résidence principale	Impôts et taxes résidence secondaire ou autres logements	Impôt sur le revenu
<b>Quintile de niveau de vie</b>				
Q1	-80,6	-57,9	-70,1	-91,0
Q2	-69,7	-34,9	-61,6	-84,4
Q3	-47,4	-13,5	-50,6	-61,5
Q4	0,8	19,9	-2,9	-11,9
Q5	197,0	86,5	185,3	249,1
<b>Type de ménage</b>				
Personne seule	-39,2	-34,4	-33,2	-41,2
Célibataire homme	-32,0	-36,4	-49,7	-28,5
Célibataire femme	-44,2	-33,1	-22,1	-49,9
Famille monoparentale	-58,0	-44,2	-49,4	-66,4
Couple sans enfant	47,1	34,7	67,8	51,3
Couple avec 1 enfant	25,3	13,7	10,0	33,9
Couple avec 2 enfants	19,0	22,0	-26,6	18,5
Couple avec 3 enfants et +	-25,1	-0,6	-40,6	-37,6
<b>Catégorie socioprofessionnelle</b>				
<b>Actifs</b>				
Agriculteurs	-36,2	-10,8	0,9	-46,0
Artisans, commerçants et chefs d'entreprise	97,8	31,8	79,9	135,8
Cadres	163,2	64,0	77,2	209,2
Professions intermédiaires	6,2	7,9	-35,3	8,7
Employés	-48,0	-28,8	-41,0	-56,9
Ouvriers	-59,1	-38,9	-79,9	-68,0
<b>Inactifs</b>				
Retraités	0,7	15,0	52,0	-8,4
Autres	-74,9	-58,0	-64,6	-84,3

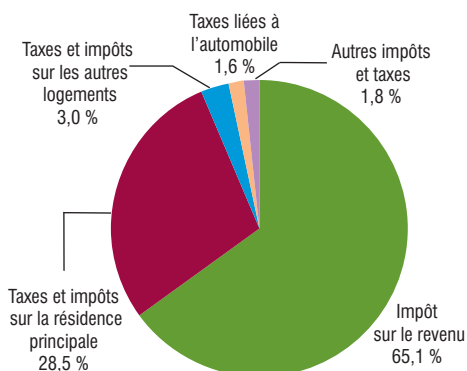
1. Par souci de cohérence avec le reste de l'ouvrage, les résultats présentés ici sont issus de l'enquête Budget de famille. On observe quelques divergences mineures avec les résultats de l'enquête Revenus fiscaux.

Lecture : en 2006, les ménages appartenant au 1er quintile de niveau de vie (Q1) ont acquitté un montant d'impôts directs et taxes diverses inférieur de 80,6 % à la moyenne : les artisans ont acquitté un montant supérieur de 97,8 % à la moyenne, c'est-à-dire deux fois plus.

Champ : France métropolitaine.

Source : Insee, enquête Budget de famille 2006.

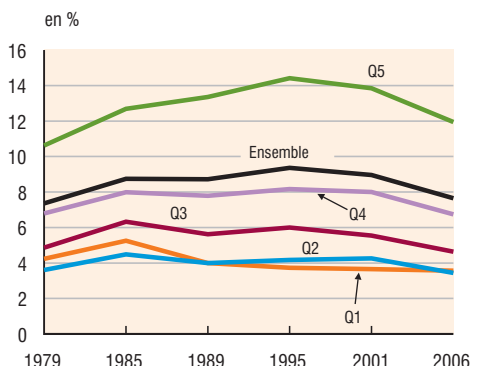
## 2. Répartition de la fiscalité directe et taxes diverses payées par les ménages



Champ : France métropolitaine.

Source : Insee, enquête Budget de famille 2006.

## 3. Part de la fiscalité directe et taxes diverses dans le revenu total des ménages par quintile de niveau de vie



Champ : France métropolitaine.

Source : Insee, enquêtes Budget de famille.

## IV Alimentation et genre

**P**armi les **personnes vivant seules**, les femmes consacrent à l'alimentation 18 % de leurs dépenses et les hommes 15 % ; cela correspond à un écart de 303 euros par an en moyenne, à âge, niveau de diplôme et **niveau de vie** identiques. En tenant compte des boissons alcoolisées dans les dépenses alimentaires, la part de l'alimentation augmente de deux points aussi bien pour les hommes que pour les femmes et l'écart se réduit (167 euros par an).

Hommes et femmes ne se nourrissent pas de la même manière (*figure 1*). Lorsqu'elles vivent seules, les femmes consacrent 10 % de leurs dépenses alimentaires à l'achat de légumes contre 7 % pour les hommes dans la même situation. Elles consacrent également une part plus grande aux fruits et au lait, au fromage et aux œufs. En revanche, l'alimentation des hommes se distingue par le poids des produits à base de céréales, qui comprennent en particulier le pain, le riz et les pâtes, de la viande et des boissons alcoolisées. Les hommes achètent ainsi plus de vin, cidre, champagne, spiritueux et bière.

Les produits achetés diffèrent également. Pour les fruits et légumes, les femmes donnent une plus grande place aux légumes frais à feuilles et à tiges, tels le céleri, les salades ou les endives (+ 3 points dans la part de leurs dépenses alimentaires), et aux agrumes frais (+ 2 points). Les hommes, quant à eux, privilégient plutôt les fruits et légumes les plus nourrissants et simples à manger : pommes, bananes, fruits séchés et pommes de terre. La part consacrée aux plats préparés à base de légumes est aussi plus importante

(+ 4 points). Les hommes accordent également plus de place à la viande sous forme de plats préparés, de produits de transformation et de conserves. La volaille et le poisson sont plutôt des consommations féminines de même que les conserves de produits de la mer et le poisson surgelé (hors poisson pané ou cuisiné). Par ailleurs, femmes et hommes se distinguent aussi sur les boissons non alcoolisées : les boissons gazeuses (+ 5 points) et le cacao (+ 1 point) sont des consommations plus masculines. Eaux minérales, thés et plantes à infusion sont des boissons plutôt féminines (+ 3 points).

Quel que soit le genre, 15 % des **achats alimentaires** se font dans des commerces de proximité (boulangerie, boucherie, épicerie fine...) et 7 % dans des petites surfaces d'alimentation générale et de produits surgelés. Mais la majeure partie des produits alimentaires (sept achats sur dix) sont achetés en grandes surfaces (hypermarchés, supermarchés, magasins populaires et maxi-discount). La principale différence entre hommes et femmes porte sur la fréquentation des marchés : les femmes y achètent 4 % de leurs aliments (actes d'achat et non montants dépensés) contre seulement 2 % pour les hommes. En outre, les produits achetés dans chacun de ces lieux ne sont pas les mêmes (*figures 2 et 3*). Les femmes achètent le plus souvent les boissons en grande surface, tandis que les hommes y achètent plus fréquemment poisson, viande, fruits et légumes, produits que les femmes sont justement plus nombreuses à se procurer sur les marchés. ■

### Définitions

**Personnes vivant seules** : personnes qui habitent seules dans leur logement et ne sont pas en couple. L'enquête Budget de famille interrogeant des ménages et non des individus, il était nécessaire de se restreindre aux ménages composés d'une seule personne pour étudier les consommations alimentaires individuelles. Toutefois, les individus seuls ne sont pas représentatifs de l'ensemble de la population : ils sont notamment plus âgés, surtout les femmes.

**Niveau de vie des ménages** : voir *Glossaire*.

**Achats alimentaires** : la part des achats alimentaires est un pourcentage du nombre total d'actes d'achats effectués pendant la période et non une part du montant dépensé.

### Pour en savoir plus

- De Saint Pol T., « La consommation alimentaire des hommes et des femmes vivant seuls », *Insee Première* n° 1194, mai 2008.
- Caillavet F., Combris P. et Perchard S., « L'alimentation des ménages à bas revenu en France », *Alimentation et Précarité* n° 16, p. 8-16, 2002.

## 1. Les dépenses alimentaires des hommes et des femmes vivant seuls

Type de produit	Part des dépenses alimentaires (%)		Écart corrigé des femmes par rapport aux hommes
	Femmes	Hommes	
Vin, cidre, champagne et vin doux naturel	3,7	6,2	- 2,7
Légumes y compris pommes de terre et autres tubercules	9,9	7,1	2,6
Fruits	7,9	5,3	2,1
Spiritueux	1,2	3,3	- 2,0
Lait, fromages et œufs	13,6	11,8	2,0
Pain et céréales, produits à base de céréales (y c. pâtisserie, riz, pâtes)	18,3	21,3	- 1,8
Viande	20,1	19,9	- 1,2
Bière	0,6	1,9	- 1,0
Sucre, confitures, miel, chocolat et confiserie	5,5	4,9	0,9
Poissons et fruits de mer	5,6	4,4	0,9
Autres produits alimentaires : condiments, produits pour dessert et pâtisserie, soupes, alim. bébés, produits diététiques	2,5	2,4	0,3
Eaux minérales, boissons gazeuses, sirops et jus	4,2	4,7	n. s.
Huiles et graisses	2,3	2,1	n. s.
Autres dépenses d'alimentation	2,0	2,2	n. s.
Café, thé, cacao	2,6	2,6	n. s.

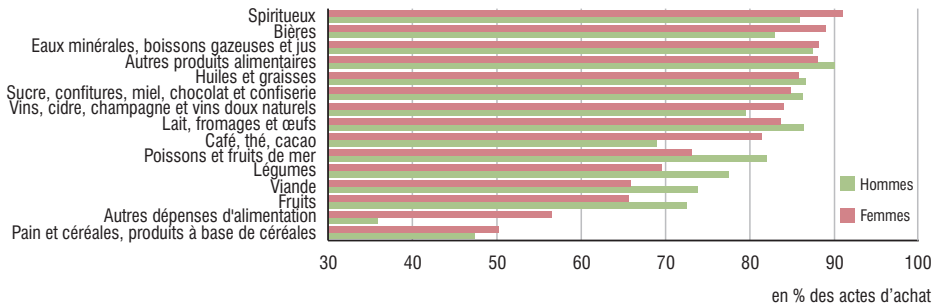
Les écarts « corrigés » sont calculés en neutralisant les effets de l'âge, du niveau de diplôme et du niveau de vie (ou du genre pour les trois dernières colonnes). « n. s. » indique que la différence est non significative.

Lecture : les femmes consacrent 9,9 % du budget alimentaire à l'achat de légumes, contre 7,1 % pour les hommes. Si on tient compte des différences d'âge, de niveau de diplôme et de niveau de vie, l'écart est de 2,6 points. À titre de comparaison, l'écart entre les 46-60 et les 16-30 ans est de 1,9 point à sexe, diplôme et niveau de vie identiques et celui des diplômés du supérieur par rapport aux sans diplôme de - 1,2 point (à sexe, âge et niveau de vie identiques).

Champ : individus de France métropolitaine vivant seuls.

Source : Insee, enquêtes Budget de famille 2001 et 2006.

## 2. Part des achats réalisés en grandes surfaces

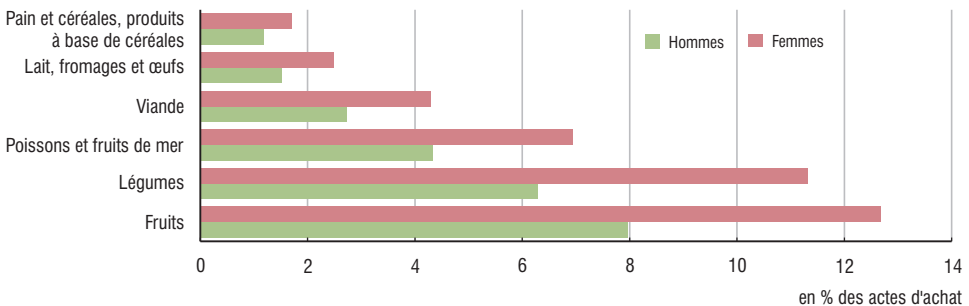


Lecture : les hommes achètent 72 % des fruits en grandes surfaces et les femmes 66 %.

Champ : individus de France métropolitaine vivant seuls.

Source : Insee, enquêtes Budget de famille 2001 et 2006.

## 3. Part des achats réalisés sur les marchés



N'ont été gardés que les produits achetés dans au moins 1 % des cas sur les marchés et éventaies.

Lecture : les hommes achètent 8 % des fruits sur les marchés et éventaies, les femmes 13 %.

Champ : individus de France métropolitaine vivant seuls.

Source : Insee, enquêtes Budget de famille 2001 et 2006.

## V Priorités en matière de consommation

Que feraient prioritairement les ménages s'ils disposaient de ressources supplémentaires ? En 2006, 21 % d'entre eux déclarent qu'ils dépenseraient plus pour les loisirs et les vacances, et 13 % pour l'équipement de leur logement, pendant que 18 % épargneraient et 8 % rembourseraient leurs dettes (figure 1). De fortes disparités existent selon le **niveau de vie** des ménages. « Dépenser plus en loisirs et vacances » est la réponse la plus fréquente, quel que soit le niveau de vie, mais elle est donnée par 26 % des ménages les plus aisés et seulement 16 % des ménages les plus modestes. Pour ces derniers, les trois items les plus souvent cités sont les mêmes que pour l'ensemble de la population, mais à des niveaux moindres. Ainsi, 13 % des ménages à faible niveau de vie souhaitent dépenser plus pour leur alimentation. Au total, les trois quarts des ménages qui ont retenu cette réponse appartiennent aux premier ou deuxième **quintiles** de niveau de vie.

Comme pour l'alimentaire, mais de manière moins marquée, plus les ménages ont un niveau de vie faible, plus ils déclarent souhaiter en priorité affecter des ressources supplémentaires à des dépenses de santé, de culture ou d'éducation des enfants ou bien à des dépenses d'habillement. Enfin, 15 % des ménages du dernier quintile de niveau de vie déclarent qu'un accroissement de leurs ressources profiterait prioritairement à leurs proches ; ils ne sont que 8 % dans le premier quintile. Plus contraints dans leur budget, les ménages les moins aisés ont en effet des dépenses à satisfaire pour eux-mêmes avant d'en faire profiter d'autres personnes.

Les priorités varient aussi largement selon l'âge de la **personne de référence** du ménage

(figure 2). En effet, à partir de 45 ans environ, les ménages souhaiteraient, largement plus que les plus jeunes, « faire profiter leurs proches » d'une augmentation de leurs ressources (jusqu'à 26 % des plus de 64 ans). De même, les ménages les plus âgés ne sont que 14 % à souhaiter épargner et 2 % à rembourser des dettes. Étant pour une bonne part propriétaires de leur logement, ils sont ainsi moins endettés que les autres ménages. À l'inverse, chez les moins de 24 ans, 26 % des ménages consacraient 10 % de ressources supplémentaires à l'épargne et 11 % à rembourser des dettes ou crédits, contre 2 % à en faire profiter des proches. Enfin, les souhaits de dépenses de loisirs et de vacances augmentent avec l'âge de la personne de référence, jusqu'à atteindre 26 % des réponses pour la tranche d'âge 55-64 ans.

Lorsqu'on permet aux ménages de donner deux priorités d'affectation, le fait de dépenser plus pour les loisirs ou les vacances reste majoritaire (43 % des ménages - figure 3), l'épargne arrivant toujours en deuxième position (32 %) et l'équipement du logement en troisième place (24 %).

Une étude réalisée en 2007 par le Credoc a tenté de cerner quelles dépenses alimentaires les ménages seraient prêts à « sacrifier » s'ils avaient, inversement, des difficultés financières. Les boissons alcoolisées sont les plus citées (62 %), loin devant l'épicerie sucrée ou salée (12 %). Au total, avec trois réponses possibles, 85 % des ménages ont cité au moins une fois les boissons alcoolisées, 67 % l'épicerie sucrée ou salée, 37 % les produits surgelés et 30 % les boissons non alcoolisées. ■

### Définitions

**Niveau de vie, quintile, personne de référence** : voir *Glossaire*.

### Pour en savoir plus

- Credoc, « Baromètre de la perception de l'alimentation 2007 » pour le ministère de l'Agriculture et de la Pêche, août 2007.



# Priorités en matière de consommation V

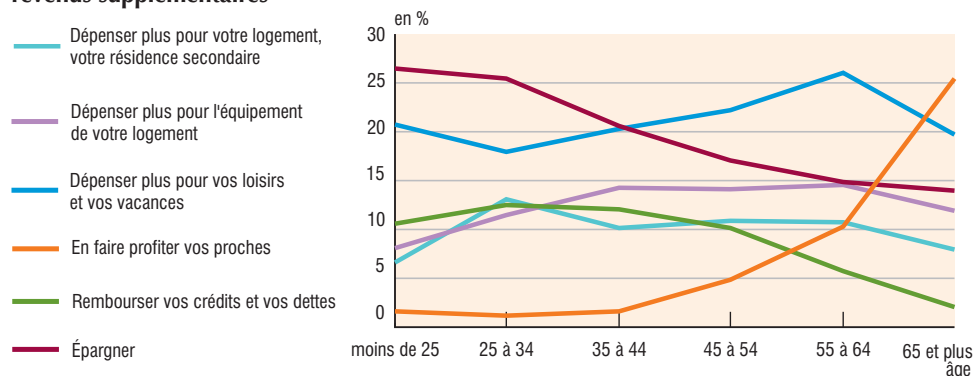
## 1. « Si vos ressources augmentaient (d'environ 10 %), que feriez-vous en priorité avec cet argent ? »

Quintile de niveau de vie	Q1	Q2	Q3	Q4	Q5	Ensemble
Dépenser plus pour vos loisirs ou vos vacances	15,7	19,6	20,9	23,1	26,3	21,1
Épargner	14,6	18,6	20,5	18,6	18,3	18,1
Dépenser plus pour l'équipement de votre logement	13,1	13,4	13,0	14,0	11,5	13,0
Dépenser plus pour votre logement, votre résidence secondaire	7,3	8,6	10,4	11,6	12,5	10,1
En faire profiter vos proches	7,8	8,9	8,5	9,7	14,8	9,9
Rembourser vos crédits ou vos dettes	8,6	8,4	8,7	8,6	5,9	8,0
Dépenser plus pour votre alimentation	13,4	6,6	3,9	1,8	0,6	5,3
Dépenser plus pour vos transports (achat d'automobile...)	4,7	4,8	4,0	4,7	3,3	4,3
Dépenser plus pour votre habillement	5,3	4,1	3,2	2,2	1,0	3,1
Dépenser plus pour votre culture, pour l'éducation de vos enfants	3,9	2,7	2,6	2,1	2,5	2,8
Dépenser plus pour votre santé	3,7	2,2	2,7	1,8	1,0	2,3
Autres cas	1,9	2,1	1,6	1,8	2,3	2,0
<b>Total</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

Champ : France métropolitaine.

Source : Insee, enquête Budget de famille 2006.

## 2. Affectation prioritaire, selon l'âge de la personne de référence du ménage, de 10 % de revenus supplémentaires

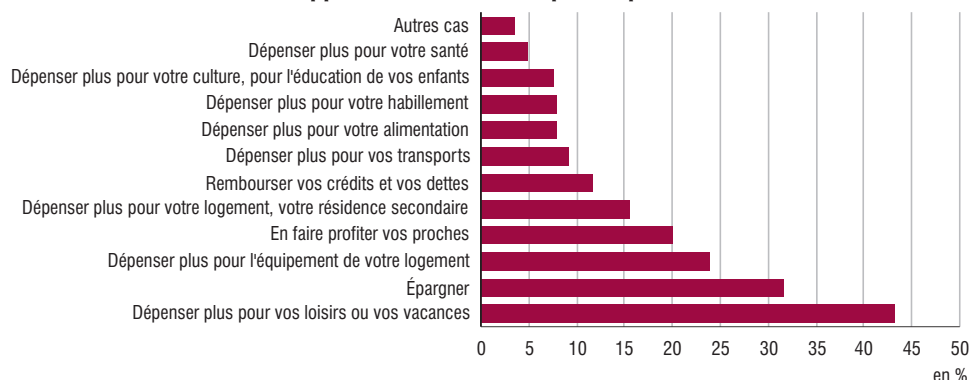


Lecture : 26 % des ménages dont la personne de référence a moins de 25 ans déclarent qu'ils affecteraient un surplus de ressources à épargner. C'est le cas de 14 % des 65 ans et plus. Les modalités les moins citées ne sont pas reprises sur le graphique.

Champ : France métropolitaine.

Source : Insee, enquête Budget de famille 2006.

## 3. Affectations de revenus supplémentaires (deux réponses possibles)



Lecture : 43 % des ménages dépenseraient plus pour les loisirs et les vacances si leurs ressources augmentaient.

Champ : France métropolitaine.

Source : Insee, enquête Budget de famille 2006.

## VI Disparités de consommation

Les écarts de dépenses de consommation apparaissent assez stables : depuis 20 ans, les **ménages** du plus haut quintile de niveau de vie consomme environ deux fois plus que ceux du plus bas quintile (*figure 1*). Dans le même temps, la structure du budget des ménages a évolué différemment suivant leur niveau de vie. Ainsi, les écarts de **poids budgétaires** se sont accrus pour les postes logement et hôtels, cafés restaurants et voyages « tout compris » et réduits pour l'alimentation (à domicile).

L'écart de la **part budgétaire** consacrée aux dépenses alimentaires entre les ménages des premier et dernier déciles de niveau de vie a diminué entre 1985 et 2006, passant de près de 12 à 5 points (*figure 2*). Cette réduction résulte d'une diminution générale du poids de l'alimentation dans tous les budgets (*figure 3*), plus prononcée pour les ménages du premier décile (-9 points) que pour les ménages aisés (-2,5 points). Chez les plus modestes, la baisse provient pour moitié de la réduction du poids de la viande dans leur budget et, dans une moindre mesure, du poids des dépenses en légumes.

Alors qu'en 1985, le poids du **logement** variait peu avec le niveau de vie (les ménages les plus modestes y consacraient seulement 2,4 points de plus de leur budget que ceux du dernier décile), en 2006, la part budgétaire du logement est de près de 14 points supérieure chez les ménages du premier **quintile** de niveau de vie. Ce creusement reflète à la fois la hausse du poids des loyers réels chez les locataires, et la réduction, parmi les ménages les plus aisés (dernier quintile) de la proportion de locataires qui passe de 34 % à 20 % entre 1985 et 2006. Les remboursements des prêts

des accédants, de même que les **loyers imputés** (ou fictifs) que les ménages propriétaires se versent à eux mêmes (*voir dossier Logement et Sources et concepts*) ne sont en effet pas pris en compte ici. Une plus grande part de propriétaires (y c. les accédants) parmi les ménages les plus aisés réduit donc la dépense moyenne de logement de cette catégorie.

Pour les autres grands postes de consommation, les différences de poids budgétaires ont peu évolué, certaines restant substantielles : ainsi la part des dépenses de transports est de 5 points supérieure dans le budget du **décile** le plus aisé à ce qu'il est dans le décile le plus modeste en 2006. Ces différences sont exclusivement dues à l'achat de véhicules, principalement automobiles. Les ménages du dernier décile dépensent en effet 8 fois plus que ceux du premier en achats de véhicules : plus de 13 fois plus pour les véhicules neufs, près de 5 fois plus pour les véhicules d'occasion. En 1985, les ménages aisés ne dépensaient que 3,3 fois plus en achats d'automobile que les ménages les plus pauvres.

Pour le poste « Loisirs », bien que les dépenses concernant ce poste et son poids budgétaire aient sensiblement augmenté depuis 1985, l'écart entre les déciles de niveau de vie n'a quasiment pas varié (*figure 1*). Les dépenses de communications ont connu une évolution particulière : jusqu'à la fin des années 1970, elles pesaient plus lourd dans le budget des plus aisés. En un quart de siècle, la situation s'est inversée : ce sont les plus modestes qui dépensent relativement plus pour le poste communication. ■

### Définitions

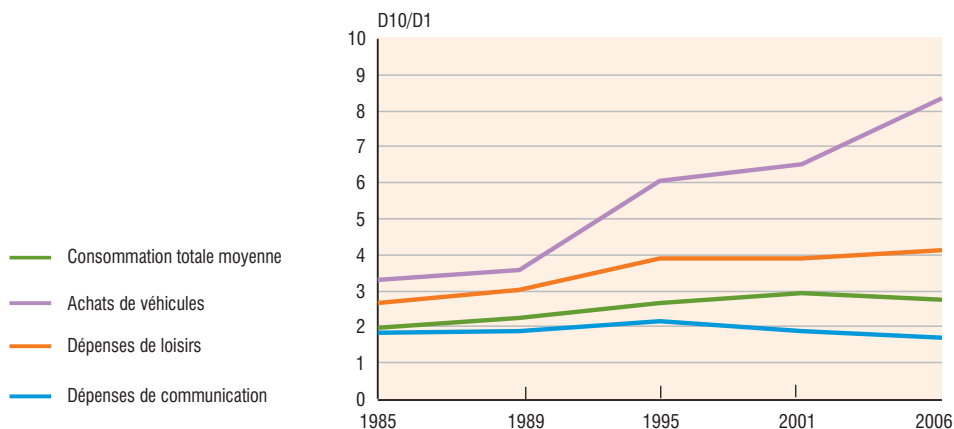
**Niveau de vie, décile, ménage, poids (part) budgétaire, quintile, loyers imputés** : voir *Glossaire*.

**Logement** : le poste logement comprend ici les loyers réels des locataires, les dépenses en eau, gaz, électricité, combustibles, mais pas les remboursements d'emprunts.

### Pour en savoir plus

- Accardo J., « 1979–2006 : les structures de consommation évoluent et les écarts entre groupes sociaux se déplacent », *France, Portrait Social, édition 2007*.

## 1. Rapport de la consommation moyenne des premier et dernier déciles de niveau de vie entre 1985 et 2006



Lecture : en 2006, les ménages du dernier décile dépensent en moyenne 2,8 fois plus que ceux du premier décile de niveau de vie.

Champ : France métropolitaine.

Source : Insee, enquêtes Budget de famille.

## 2. Disparités de consommation de 1985 à 2006

en points

	Différence de coefficient budgétaire entre le 1 <sup>er</sup> et le dernier décile	
	1985	2006
Produits alimentaires et boissons non alcoolisées	- 11,5	- 5,1
Boissons alcoolisées et tabac	- 0,4	- 1,1
Articles d'habillement et chaussures	1,1	0,6
Logement, eau, gaz, électricité et autres combustibles (hors loyers fictifs)	- 2,4	- 13,7
Meubles, articles de ménage et entretien courant de l'habitation	3,1	4,1
Santé	- 1,9	0,9
Transports	5,0	5,4
Communications	- 0,1	- 1,8
Loisirs et culture, hors voyages à forfait	2,4	2,6
Éducation	0,0	0,1
Hôtels, cafés, restaurants et voyages à forfait	3,4	7,4
Autres biens et services	1,6	0,6

Lecture : en 1985, les dépenses en produits alimentaires et boissons non alcoolisées (à domicile) pesaient 11,5 points de plus dans le budget des ménages du 1<sup>er</sup> décile de niveau de vie que dans celui des ménages les plus aisés. En 2006, l'écart n'est plus que de 5,1 points.

Champ : France métropolitaine.

Source : Insee, enquêtes Budget de famille.

## 3. Évolution du coefficient budgétaire alimentaire entre 1985 et 2006

en points

Décile de niveau de vie	Ensemble alimentation dont :	Viande	Lait, fromages et œufs	Légumes y compris pommes de terre et autres tubercules
D1	- 8,8	- 4,3	- 0,9	- 1,2
D10	- 2,3	- 1,2	- 0,2	- 0,2
<b>Ensemble</b>	<b>- 6,3</b>	<b>- 2,9</b>	<b>- 0,7</b>	<b>- 0,9</b>
<b>Différence de réduction entre D1 et D10</b>	<b>6,4</b>	<b>3,1</b>	<b>0,8</b>	<b>1,0</b>

Lecture : entre 1985 et 2006, la part de l'alimentation dans le budget du décile le plus modeste (D1) s'est réduite de 8,8 points, dont près de la moitié (4,3 points) sont imputables à la réduction du poids des dépenses en viande.

Champ : France métropolitaine.

Source : Insee, enquêtes Budget de famille.

## VII Consommation, âge et génération

En 20 ans, la consommation moyenne selon l'âge de la **personne de référence** du ménage a relativement peu varié (*figure 1*). Les écarts de consommation selon l'âge se sont légèrement réduits. En revanche, la structure du budget par groupe d'âge s'est beaucoup modifiée.

Les dépenses d'alimentation (à domicile) des ménages les plus âgés pèsent moins dans leur budget qu'il y a 20 ans. En 1985, les 50-59 ans lui consacraient deux points de plus que la moyenne des ménages alors qu'en 2006, ils sont dans la moyenne (*figure 2*). Le **poids** de l'alimentation diminuant habituellement avec l'aisance du ménage, la baisse observée dans cette tranche d'âge traduit, au moins en partie, le fait que les ménages cinquantenaires en 2006 sont dans une meilleure situation financière par rapport au reste des ménages que ne l'étaient les cinquantenaires des générations précédentes.

Chez les plus jeunes, la comparaison des années 1985 et 2006 met en évidence une forte augmentation du poids du **logement** dans le budget. Pour les 25-29 ans, les dépenses de logement (hors loyers fictifs), qui en 1985, pesaient 2,5 points de plus dans leur budget que dans celui de la moyenne des ménages, sont en 2006, plus élevées de 6 points. À l'inverse, ces dépenses pèsent relativement moins qu'avant chez les

ménages plus âgés. Ainsi, les cinquantenaires de 1985 consacraient à leur logement 1,3 point de **coefficient budgétaire** de moins que la moyenne des ménages ; ceux de 2006, 2,7 points de moins. À la différence des plus jeunes, chez qui la proportion de ménages locataires n'a pas sensiblement varié en 20 ans, les plus de 50 ans doivent la baisse relative du poids du logement à l'accroissement de la proportion de propriétaires de leur résidence principale dans cette tranche d'âge (qui passe de 61 % en 1985 à plus de 69 % en 2006).

Dans le même temps, les dépenses d'habillement et de communication prennent de plus en plus d'importance dans le budget des jeunes générations (*figure 3*). En 1985, l'habillement avait, chez les moins de 30 ans, un poids légèrement inférieur à la moyenne de la population. En 2006, cette classe d'âge est, avec les trentenaires, celle qui consacre la plus grosse part de son budget pour s'habiller. Les moins de 30 ans de 2006 consacrent une part budgétaire moindre que la moyenne aux transports et aux loisirs, et plus aux communications, contrairement à ce qu'on observait en 1985. Dans les transports, l'écart est dû à une moindre utilisation des véhicules (et donc à des dépenses moindres en carburant et entretien) chez les jeunes de 2006 plutôt qu'à un moindre équipement. ■

### Définitions

**Personne de référence, poids (ou part ou coefficient) budgétaire** : voir *Glossaire*.

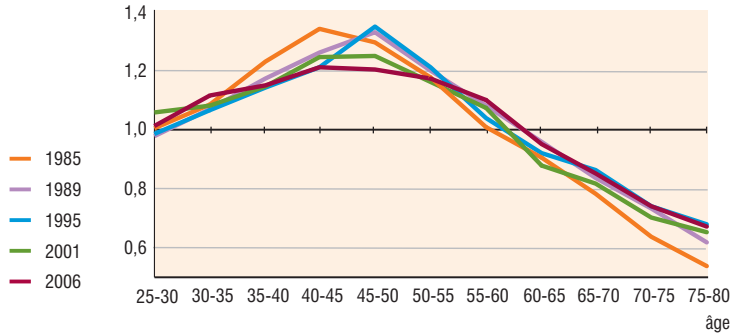
**Logement** : les dépenses en logement comprennent ici les loyers réels des locataires, les dépenses en eau, gaz, électricité, combustibles, etc. mais pas les remboursements d'emprunts.

### Pour en savoir plus

- Bodier M., « Les effets d'âge et de génération sur le niveau et la structure de la consommation », *Économie et Statistique* n°324-325, août 1999
- Babayou P. et Volatier J. L., « Les effets d'âge et de génération dans la consommation alimentaire », *Cahier de recherche* n° C105, septembre 1997, Credoc.
- Cordier M, Houdré C. et Rougerie C., « Les inégalités de patrimoine entre 1992 et 2004 », *Données sociales, la société française, édition 2006*.
- Baclet A., « Les seniors : des revenus plus faibles pour les plus âgés, compensés par un patrimoine plus élevé », *Les revenus et le patrimoine des ménages, Insee références, édition 2006*.

# Consommation, âge et génération VII

## 1. Rapport de la consommation par tranche d'âge à la consommation moyenne (1985 à 2006)



Lecture : en 1985, les ménages dont la personne de référence avait entre 65 et 70 ans dépensaient en moyenne 80 % de ce que dépensait l'ensemble des ménages.  
 Champ : France métropolitaine.  
 Source : Insee, enquêtes Budget de famille.

## 2. Écarts à la moyenne du coefficient budgétaire par âge en 1985 et 2006

en points

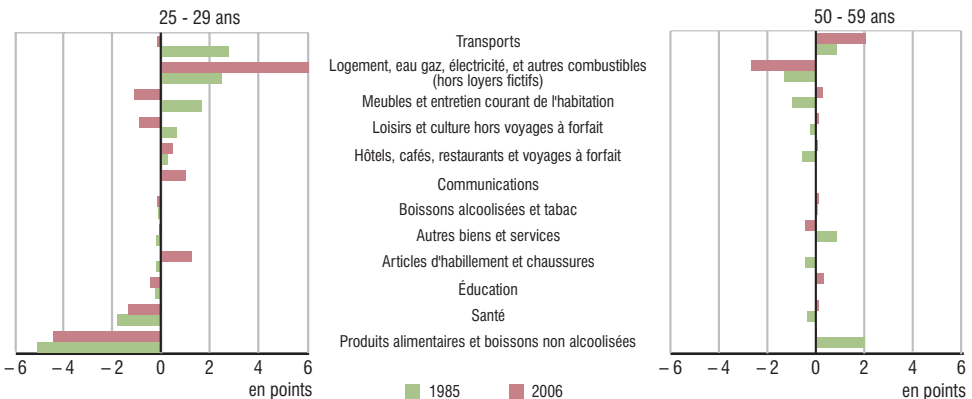
	25-29 ans		30-39 ans		40-49 ans		50-59 ans		60-79 ans	
	1985	2006	1985	2006	1985	2006	1985	2006	1985	2006
Produits alimentaires et boissons non alcoolisées	-5,1	-4,4	-2,2	-1,9	-0,3	-0,3	2,0	0,0	4,2	3,5
Boissons alcoolisées et tabac	-0,1	-0,2	0,1	-0,1	-0,3	0,1	0,1	0,1	0,1	0,0
Articles d'habillement et chaussures	-0,2	1,3	0,5	1,4	1,1	1,1	-0,4	0,0	-1,3	-2,3
Logement, eau, gaz, électricité et autres combustibles (hors loyers fictifs)	2,5	6,0	-0,1	0,1	-2,4	-2,1	-1,3	-2,7	2,6	0,9
Meubles et entretien courant de l'habitation	1,7	-1,1	0,6	0,1	-0,4	-0,5	-1,0	0,3	-0,2	0,1
Santé	-1,8	-1,4	-1,0	-0,6	-0,7	-0,4	-0,3	0,1	3,4	1,1
Transports	2,8	-0,2	1,4	0,9	1,1	1,5	0,8	2,0	-5,6	-3,0
Communications	-0,1	1,0	-0,2	0,0	-0,2	0,1	0,0	0,0	0,4	-0,6
Loisirs et culture, hors voyages à forfait	0,6	-0,9	0,3	-0,1	0,3	0,3	-0,2	0,1	-1,0	0,2
Éducation	-0,3	-0,5	0,1	-0,3	0,5	0,5	0,0	0,3	-0,4	-0,6
Hôtels, cafés, restaurants et voyages à forfait	0,3	0,5	0,8	0,6	1,0	1,1	-0,6	0,1	-1,7	-1,5
Autres biens et services	-0,2	-0,1	-0,2	-0,1	0,3	-1,4	0,9	-0,4	-0,8	2,3

Lecture : en 1985, la part budgétaire consacrée à l'alimentation des ménages dont la personne de référence est âgée de 25 à 29 ans est de 5,1 points inférieure à celle de l'ensemble des ménages ; en 2006, elle l'est de 4,4 points.

Champ : France métropolitaine.

Source : Insee, enquêtes Budget de famille.

## 3. Écarts à la moyenne du coefficient budgétaire selon la tranche d'âge



Lecture : en 2006, la part budgétaire consacrée au transport par les ménages dont la personne de référence est âgée de 25 à 29 ans est de 0,2 points inférieure à celle de l'ensemble des ménages et supérieure de 2,0 points pour les ménages de 50-59 ans.

Champ : France métropolitaine.

Source : Insee, enquêtes Budget de famille.

## VIII Consommation des retraités

Les « **ménages de retraités** » ont en moyenne un **niveau de vie** comparable à celui du reste de la population et se répartissent à peu près également le long de l'échelle des niveaux de vie. Pourtant, leurs dépenses de consommation sont inférieures de 23 % à la moyenne (*figure 1*). Certains postes sont plus concernés que d'autres par ces écarts de dépenses. Logiquement, les ménages de retraités dépensent très peu pour l'enseignement. Ils sont en effet seulement 8,7 % à déclarer compter au moins un enfant contre 41,3 % pour l'ensemble de la population.

Quatre autres postes différencient fortement les ménages retraités des autres en matière de dépenses de consommation. En valeur comme en **part du budget**, les ménages de retraités ont des dépenses pour les restaurants et hôtels beaucoup plus faibles que la moyenne : 2 fois moins en montant et 2 points de moins en termes de **coefficient budgétaire**. Il en est de même pour l'habillement (- 47 % en montant moyen et - 2,4 points de coefficient budgétaire). Le poste « Transport » connaît la plus forte différence de part de budget par rapport à la moyenne (- 3,2 points), pour des montants inférieurs de 39 %. Cette moindre consommation touche les trois principales composantes de ce poste : achat et utilisation de véhicules, services de transport. En revanche, les ménages de retraités consacrent 3,3 points de plus que la moyenne de leur budget à l'alimentation à domicile, bien que l'écart à la dépense moyenne soit quasi nul. La structure budgétaire des ménages de retraités reflète au total un mode de vie plus sédentaire, privilégiant les dépenses

d'intérieur (repas chez soi, confort du logement), au détriment des dépenses d'extérieur (s'habiller, se déplacer...).

Toutefois, il s'agit de comparer ici des générations différentes à une même date, sans différencier les effets propres de l'âge et de la génération (on ne suit pas dans le temps des cohortes de ménages). Les études menées montrent que lorsque l'on intègre ces effets de génération, ceux dus au vieillissement deviennent alors plus faibles : la baisse du niveau de consommation des retraités s'expliquerait en partie par l'appartenance des ménages concernés à des générations qui ont toujours eu l'habitude de consommer moins (la diminution de la consommation avec l'âge, bien réelle, est ainsi plus limitée).

Au cours des dix dernières années, les écarts de dépense moyenne se sont creusés entre les ménages retraités et l'ensemble de la population pour deux postes (*figure 2*) : les communications (- 34 % en 2006 par rapport à la moyenne contre - 14 % en 1995) et les hôtels, restaurants et cafés (- 51 % contre - 40 %). Inversement, deux postes voient cet écart se réduire : les loisirs et la culture (- 21 % contre - 33 %) et le logement (- 18 % en 2006 contre - 28 % en 1995).

Par rapport à l'ensemble de la population, les ménages de retraités font relativement plus que la moyenne leurs **courses d'alimentation** dans les supermarchés et moins dans les hypermarchés et les magasins maxidiscount (*figure 3*). De même, ils fréquentent plus les commerces de détail (+ 3,6 points par rapport à la moyenne). Ces tendances se retrouvent dans les achats de boissons. ■

### Définitions

**Ménages de retraités** : ensemble des ménages métropolitains dont la **personne de référence** se déclare à la retraite. Ces ménages sont au nombre de 2 955 dans l'enquête Budget de Famille 2006, dont 1 422 personnes seules, 258 couples où le conjoint n'est pas retraité, et 1 275 couples de deux personnes à la retraite.

**Courses d'alimentation** : on parle ici de la part des dépenses effectuées dans les différentes formes de vente et non de la fréquence des actes d'achat.

**Niveau de vie, part du budget, coefficient budgétaire, personne de référence** : voir *Glossaire*.

### Pour en savoir plus

- Bodier M., « Les effets d'âge et de génération sur le niveau et la structure de la consommation », *Économie et Statistique* n° 324-325, août 1999.
- Laferrère A., « Vieillesse et logement : désépargne, adaptation de la consommation et rôle des enfants », *Retraite et société* n° 47, janvier 2006, p. 66-108.

## 1. La consommation des ménages de retraités

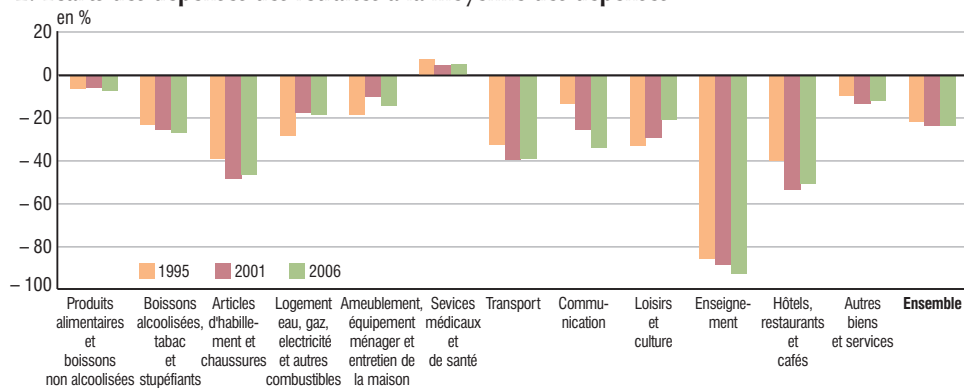
Type de produit	Écart à la moyenne des dépenses du même type (%)	Écart au coeff budgétaire moyen (points)
Produits alimentaires et boissons non alcoolisées dont :	- 7,3	3,3
<i>Boissons alcoolisées, tabac et stupéfiants</i>	- 27,2	- 0,1
Articles d'habillement et chaussures	- 46,6	- 2,4
Logement, eau, gaz, électricité et autres combustibles	- 18,3	1,1
Ameublement, équipement ménager et entretien courant de la maison	- 14,2	0,9
Services médicaux et de santé	5,3	1,3
Transports dont :	- 38,9	- 3,2
<i>Achats de véhicules</i>	- 38,6	- 1,5
<i>Frais d'utilisation de véhicules personnels (entretien, essence, garagiste, parking, péage...)</i>	- 40,0	- 1,3
<i>Services de transport</i>	- 38,6	- 0,3
Communications	- 34,2	- 0,5
Loisirs et culture	- 20,8	0,3
Enseignement	- 92,7	- 0,6
Hôtels, restaurants, cafés	- 50,8	- 2,0
Autres biens et services	- 11,6	1,9
<b>Total</b>	<b>- 23,4</b>	

Lecture : en 2006, les ménages de retraités ont un montant moyen de dépense consacré à l'alimentation inférieur de 7,3 % à celui de l'ensemble des ménages.

Champ : France métropolitaine.

Source : Insee, enquête Budget de famille 2006.

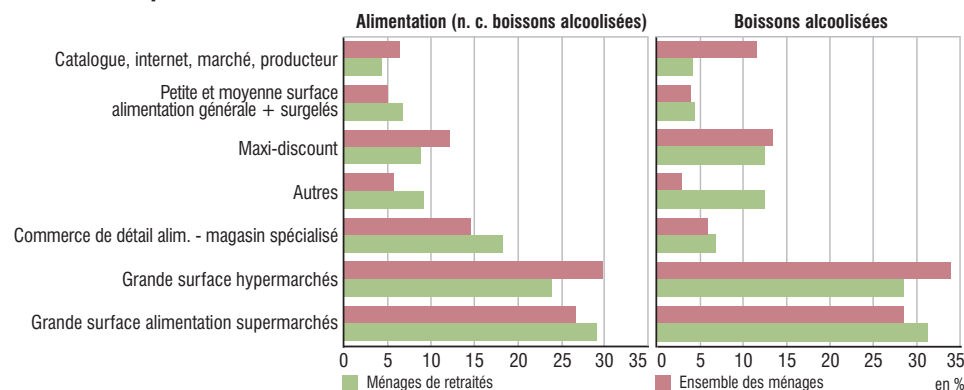
## 2. Écarts des dépenses des retraités à la moyenne des dépenses



Champ : France métropolitaine.

Source : Insee, enquête Budget de famille 2006.

## 3. Part des dépenses selon le lieu d'achat



Lecture : en 2006, les ménages de retraités ont effectué 29 % de leurs dépenses alimentaires et 31,2 % de leurs dépenses de boissons alcoolisées dans un supermarché.

Champ : France métropolitaine, hors restauration à l'extérieur du domicile.

## IX Consommation des ménages avec trois enfants ou plus

Un peu plus d'un ménage métropolitain sur 13 (7,5 %) est **un ménage de trois enfants ou plus**. Dans 16 % des cas, il s'agit de familles monoparentales et pour un quart d'entre eux de ménages avec quatre enfants ou plus. Leur **niveau de vie** est inférieur d'un quart à la moyenne, et même de - 40 % pour les familles monoparentales de trois enfants ou plus. Ainsi, 34 % des ménages de trois enfants ou plus se trouvent dans le premier **quintile** de niveau de vie des ménages.

Ces familles nombreuses ont des dépenses de consommation supérieures de 38 % à la moyenne des ménages métropolitains, avec des écarts importants selon les postes de consommation (*figure 1*). Ainsi, les dépenses d'enseignement (frais d'inscription, cours particuliers ou collectifs, inscription à des concours, etc.), représentent le triple de ce qu'elles sont pour la moyenne des ménages. Elles pèsent 0,8 point de plus dans leur budget. Ces familles nombreuses dépensent aussi 70 % de plus par an que la moyenne des ménages pour l'habillement et les chaussures. Le **coefficient budgétaire** pour ce poste est ainsi supérieur de près de 2 points à la moyenne. Dans le poste « transports », les services de transport s'écartent le plus de la moyenne des ménages (+ 61 %).

Leurs **dépenses d'alimentation** dépassent de 45 % celles de la moyenne des ménages, mais avec des disparités selon les produits. Les écarts sont particulièrement importants (supérieurs à 60 %) pour le pain et les céréales (y compris les pâtes et le riz), le sucre, les

confitures et le chocolat, ainsi que pour les dépenses en produits de type condiments, alimentation pour bébés, etc. Le poids des dépenses de logement (loyers, charges, chauffage, etc.) dans leur budget est moindre par rapport à la moyenne. Ils bénéficient plus souvent, comme locataires, d'un logement en HLM (65 % d'entre eux contre 44 % des ménages locataires) ou d'une aide au logement (79 % contre 41 % des locataires). Ces ménages sont moins souvent propriétaires de leur résidence principale : 12 % contre 38 % en moyenne.

Les ménages de trois enfants ou plus effectuent plus qu'en moyenne leurs achats alimentaires dans les hypermarchés et les magasins maxi-discount (respectivement 33 % et 18 % des dépenses contre 30 et 12 % en moyenne) au détriment des supermarchés (*figure 2*). Ces tendances se retrouvent dans les achats de boissons, avec une moindre part des magasins spécialisés (- 4 points).

Les postes qui s'écartent le plus de la moyenne en 2006 étaient les mêmes dix ans plus tôt : enseignement, habillement et chaussures, hôtels, restaurants et cafés (*figure 3*). L'écart concernant les dépenses d'enseignement s'est réduit : en 1995, les ménages de trois enfants ou plus dépensaient 3,8 fois plus que la moyenne pour ce poste ; en 2006, ce rapport est de 3. Il en est de même pour les dépenses de loisirs et culture : 56 % de plus que la moyenne, contre + 31 % en 2006. À l'inverse, l'écart s'est creusé pour les dépenses en communications : 24 % de plus que la moyenne contre + 46 % en 2006. ■

### Définitions

**Ménages de trois enfants ou plus** : on a sélectionné ici tous les ménages métropolitains avec trois enfants ou plus. Il peut s'agir de « grands » enfants vivant encore chez leurs parents. L'échantillon est ainsi composé de 886 ménages dans l'enquête Budget de famille de 2006.

**Dépenses d'alimentation** : on parle ici de part des dépenses effectuées dans les différentes formes de vente et non de la fréquence des actes d'achat.

**Niveau de vie, quintile, coefficient budgétaire** : voir *Glossaire*.



# Consommation des ménages avec trois enfants ou plus IX

## 1. La consommation des ménages ayant trois enfants ou plus

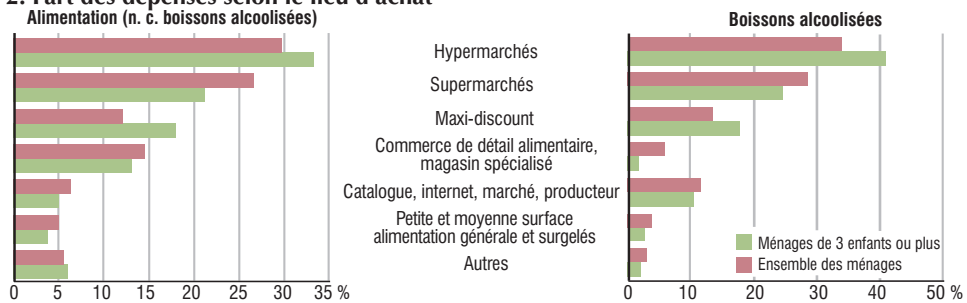
Type de produit	Écart à la moyenne des dépenses du même type (%)	Écart au coefficient moyen (points)
Produits alimentaires et boissons non alcoolisées dont :	44,8	0,7
Pain et céréales, produits à base de céréales (y c. pâtisserie, riz, pâtes)	63,1	0,5
Lait, fromages et œufs	50,2	0,2
Sucre, confitures, miel, sirops, chocolats et confiseries	67,3	0,2
Autres produits alimentaires : condiments, produits pour desserts, alim. bébé, etc.	72,6	0,1
Café, thé et boissons non alcoolisées	51,6	0,1
Dépenses exceptionnelles d'alimentation	51,7	0,1
Boissons alcoolisées, tabac et stupéfiants	32,1	-0,1
Articles d'habillement et chaussures	71,1	1,8
Logement, eau, gaz, électricité et autres combustibles	20,2	-2,1
Ameublement, équipement ménager et entretien courant de la maison	34,9	-0,2
Services médicaux et de santé	14,2	-0,6
Transports dont :	47,3	1,0
Achats de véhicules	48,4	0,5
Frais d'utilisation de véhicules personnels (entretien, essence, garagiste, parking, péage...)	42,3	0,2
Services de transport	61,4	0,3
Communications	46,1	0,2
Loisirs et culture dont :	31,1	-0,5
Enseignement	193,2	0,8
Hôtels, restaurants, cafés	58,1	0,8
Autres biens et services	17,9	-1,8
<b>Ensemble</b>	<b>38,3</b>	

Lecture : en 2006, les ménages de 3 enfants ou plus ont un montant moyen de dépense consacré à l'alimentation supérieur de 44,8 % à celui de l'ensemble des ménages.

Champ : France métropolitaine.

Source : Insee, enquête Budget de famille 2006.

## 2. Part des dépenses selon le lieu d'achat



Lecture : en 2006, 33,2 % des dépenses alimentaires des ménages de 3 enfants ou plus sont réalisées dans un hypermarché, contre 29,7 % pour l'ensemble des ménages.

Champ : France métropolitaine.

Source : Insee, enquête Budget de famille 2006.

## 3. Évolution des écarts à la moyenne des dépenses

	1995	2001	2006
Produits alimentaires et boissons non alcoolisées	57,0	55,1	44,8
Boissons alcoolisées, tabac et stupéfiants	31,2	25,4	32,1
Articles d'habillement et chaussures	70,6	70,7	71,1
Logement, eau, gaz, électricité et autres combustibles	20,5	17,2	20,2
Ameublement, équipement ménager et entretien courant de la maison	36,9	23,3	34,9
Services médicaux et de santé	17,1	25,5	14,2
Transports	45,1	34,9	47,3
Communications	24,3	42,0	46,1
Loisirs et culture	56,4	57,0	31,1
Enseignement	275,8	255,1	193,2
Hôtels, restaurants et cafés	61,5	54,2	58,1
Autres biens et services	24,0	21,7	17,9
<b>Ensemble</b>	<b>43,0</b>	<b>39,1</b>	<b>38,3</b>

Champ : France métropolitaine.

Source : Insee, enquêtes Budget de famille.

## X Convergence des structures de consommation

La structure des dépenses des ménages résidant dans les quatre départements d'outre-mer (Dom) s'apparente de plus en plus à celle observée en France métropolitaine. Le **poids** de l'alimentation (tabac compris) dans le budget des ménages a fortement régressé depuis 1995 pour se situer, en 2006, à moins de 2 points du niveau métropolitain (*figure 1*). La **part des dépenses** courantes de logement (loyer, charges, entretien, eau, électricité et gaz) a progressé, notamment en Guyane. Le budget consacré au logement était traditionnellement plus faible outre-mer du fait d'un taux de propriétaires plus élevé, et de l'absence de dépense de chauffage. Hormis ces dépenses courantes, celles affectées à l'équipement du logement sont en baisse et représentent environ 7 % du budget total, comme au niveau national (10 % en Martinique - *figure 2*). L'équipement des logements ultra-marins est proche de celui de métropole depuis plusieurs années, favorisé notamment par les baisses de prix de ces produits. Il s'agit surtout aujourd'hui d'un marché de renouvellement, alors qu'il s'agissait encore de premier équipement il y a quelques années. La part des dépenses de transport a progressé dans presque toutes les régions, du fait des hausses des prix des carburants. Elle est plus élevée outre-mer car elle comporte davantage de transport aérien et quasiment pas de transport ferroviaire.

Les dépenses pour les loisirs, la culture, l'éducation, les restaurants et les hôtels ont aussi nettement progressé dans les Dom, ainsi que celles des autres biens et services (soins personnels, assurances, services

financiers notamment). Toutefois, leur part budgétaire reste en deçà du niveau métropolitain. Deux postes convergent plus lentement : d'une part les dépenses de santé, même si le vieillissement des populations d'outre-mer devrait conduire à terme à un rattrapage, et d'autre part l'habillement, les ménages des Dom y consacrant toujours une part de leur budget plus importante qu'en métropole.

Plusieurs éléments expliquent la convergence des structures de consommation. En premier lieu, le **revenu disponible** par habitant des Dom a régulièrement augmenté ces dernières années. Il représente en 2007 les trois quarts de celui de métropole. En second lieu, la législation nationale s'est progressivement appliquée au niveau local, notamment pour tout ce qui touche au confort du logement. Cette amélioration de la qualité a conduit à des hausses de prix et des dépenses. Les flux migratoires entre la métropole et les Dom (*figure 3*) peuvent aussi conduire à importer le mode de consommation métropolitain. Enfin, le développement de la grande distribution a fortement contribué à homogénéiser l'offre de biens entre les régions. Les grandes surfaces représentent actuellement près de la moitié du commerce de détail outre-mer, contre moins du quart au début des années 1990. L'impact de cette offre sur l'alignement des modes de consommation métropolitain et ultramarin a pu en outre être accentué par la publicité. Dans les Dom en effet, et contrairement à la métropole, la grande distribution a depuis longtemps accès à la publicité télévisée. ■

### Définitions

**Part des dépenses (ou poids du budget)** : voir *Glossaire*.

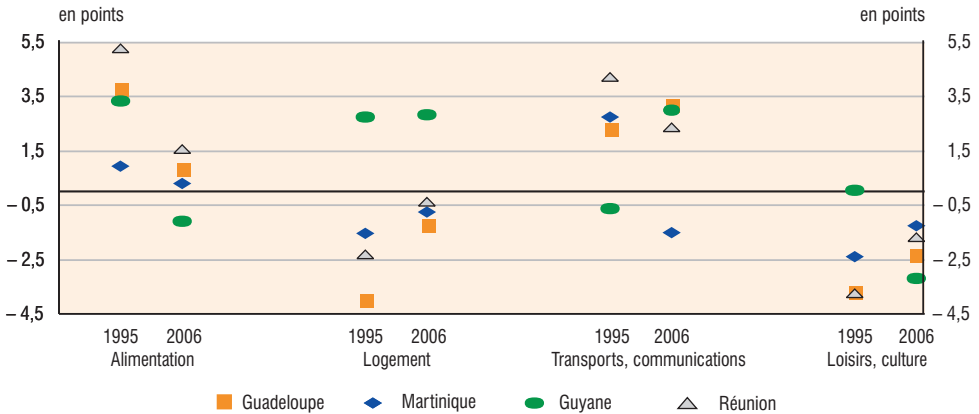
**Revenu disponible** : comprend ici les revenus d'activité et du patrimoine, les transferts entre ménages et les prestations sociales, nets des impôts directs (impôt sur le revenu, taxe d'habitation et contributions sociales généralisées et contribution à la réduction de la dette sociale).

### Pour en savoir plus

- Langlois S., Nouvelles orientations en sociologie de la consommation, *L'Année sociologique* 2002/3, Vol. 52, PUF, p. 83-103.
- Vincent B. « La consommation des ménages européens. L'Euro-consommateur à l'épreuve d'une analyse statistique comparée, 1980-1988 » *Futuribles*, mars 1992.
- Berthier C., Gaudinot S., Monteil C. « Consommation : l'alimentation en tête pour les plus modestes, le transport pour les plus aisés » *Économie de La Réunion* n°133, décembre 2008.

## 1. Convergence des structures de consommation entre 1995 et 2006

Alimentation, logement, transports-communications et loisirs-culture

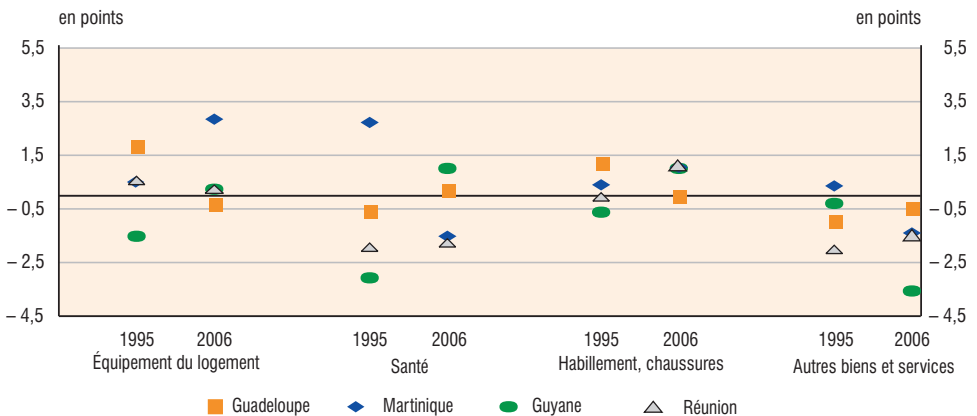


Lecture : ce graphique représente pour chaque Dom l'écart entre sa structure de consommation et celle observée en métropole sur les années 1995 et 2006. Plus un poste de dépense se rapproche de l'axe des abscisses, plus son poids est proche de celui observé en métropole. Ainsi, en 1995, les dépenses alimentaires représentaient 5,3 points de plus dans le budget des ménages réunionnais relativement à la métropole. En 2006, cet écart est de 1,6 point.

Source : Insee, enquêtes Budget de famille.

## 2. Convergence des structures de consommation entre 1995 et 2006

Habillement-chaussure, équipement du logement, santé, autres biens et services



Source : Insee, enquêtes Budget de famille.

## 3. Les mouvements de population avec la métropole

	Guadeloupe	Martinique	Guyane	Réunion
Résidents du département nés en France métropolitaine (a)	11,3	10,1	9,7	10,0
Natifs du département ayant déjà séjourné au moins 6 mois hors de celui-ci (b)	14,8	18,3	7,1	16,8
<b>Ensemble</b>	<b>26,1</b>	<b>28,4</b>	<b>16,8</b>	<b>26,8</b>

Lecture : en 2007, 11,3 % des personnes qui résident en Guadeloupe sont nées en France métropolitaine. Par ailleurs, 14,8 % des personnes de plus de 15 ans nées en Guadeloupe ont déjà séjourné au moins 6 mois hors du département pour le travail, les études, ou autre. Ce sont donc au total plus de 26 % de la population guadeloupéenne qui sont susceptibles d'être influencés par les modes de consommation métropolitains du fait des migrations.

(a) Champ : ensemble de la population.

(b) Champ : ensemble des plus de 15 ans.

Source : Insee, enquêtes annuelles de recensement, enquête sur l'emploi 2007 des Dom.



---

# FICHES THÉMATIQUES

---

**Alimentation et tabac**

### I. Lecture des figures issues de la comptabilité nationale

#### Figure 2 : poids en valeur du poste dans la dépense des ménages

Ce graphique met en évidence la part de la dépense de consommation du poste considéré dans la dépense totale selon un concept le plus proche possible de l'enquête Budget de famille (Bdf). Les dépenses qui ont trait aux concepts de comptabilité nationale sans traduction budgétaire pour les ménages sont retirées : les loyers imputés, l'autoconsommation et les services d'intermédiation financière indirectement mesurés (Sifim). On conserve le montant de correction liée au solde territorial, qui permet de garder la cohérence de la notion de territorialité avec l'enquête Bdf (ensemble des dépenses des ménages résidant en France quel que soit le lieu d'achat). Le graphique permet de comparer la part de ce poste à celle d'un regroupement de produits au champ plus large.

#### Figure 3 : volume et prix relatifs de la dépense des ménages

Ce graphique a pour objectif de caractériser l'évolution du volume et du prix du poste par rapport à celle de l'ensemble de la dépense de consommation des ménages. Les deux courbes correspondent aux séries suivantes :

- le « volume relatif » : évolution du volume du produit par rapport à l'année précédente corrigée de l'évolution du volume de la dépense de consommation totale ;
- le « prix relatif » : évolution du prix du produit par rapport à l'année précédente corrigée de l'évolution du prix de la dépense de consommation totale.

Si la croissance du volume relatif est positive, cela signifie que le volume du produit évolue plus vite que le volume de l'ensemble de la dépense de consommation (idem pour le prix relatif).

#### Figure 4 : dépense des ménages par poste dans l'Union européenne à 25 en 2005

Ce graphique permet d'illustrer le lien éventuel entre la part du poste dans la dépense des ménages et le niveau de vie du pays approché par le PIB par habitant corrigé des parités de pouvoir d'achat. Celles-ci sont des taux qui permettent de convertir toutes les monnaies dans une monnaie commune qui a le même pouvoir d'achat dans chaque pays.

Si par rapport à la moyenne de l'Union européenne, les pays sont plutôt situés dans le quart nord-ouest et dans le quart sud-est, cela signifie que la part du poste dans la dépense des ménages décroît en fonction du niveau de vie. Il s'agit le plus souvent des produits de première nécessité et donc principalement l'alimentation.

Dans le cas contraire où les pays sont plutôt situés dans le quart sud-ouest et le quart nord-est, il s'agit de biens ou services dont la part dans la dépense des ménages croît avec le niveau de vie. Les dépenses de loisirs sont dans cette catégorie, notamment celles concernant le matériel électronique. D'autres facteurs que le niveau de vie peuvent jouer sur la part de certains postes.

#### Code ISO des pays de l'Union européenne :

Allemagne : DE ; Autriche : AT ; Belgique : BE ; Chypre : CY ; Danemark : DK ; Espagne : ES ; Estonie : EE ; Finlande : FI ; France : FR ; Grèce : GR ; Hongrie : HU ; Irlande : IE ; Italie : IT ; Lettonie : LV ; Lituanie : LT ; Luxembourg : LU ; Malte : MT ; Pays-Bas : NL ; Pologne : PL ; Portugal : PT ; République tchèque : CZ ; Royaume-Uni : GB ; Slovaquie : SK ; Slovénie : SI ; Suède : SE.

## II. Lecture des figures issues des enquêtes Budget de famille

### Figure 2 : décomposition des écarts à la dépense moyenne

*Par souci de clarté, on présentera ici la méthode de calcul de l'effet prix et de l'effet quantité sur l'exemple des dépenses en pain des ménages les plus modestes (premier quintile de niveau de vie). Les explications données se transposent directement aux autres produits et catégories de ménages.*

L'écart entre la dépense moyenne en pain de l'ensemble de la population et celle des ménages du premier quintile de niveau de vie a deux causes :

- les ménages les plus modestes achètent des quantités différentes des autres ménages ;
- ils payent leur pain à un prix différent des autres ménages.

En général, les deux effets coexistent. L'effet-prix et l'effet-quantité sont des mesures de ces effets. Ils visent à évaluer la contribution des écarts sur les quantités et des écarts sur les prix à l'écart sur la dépense.

Le calcul de ces effets repose sur une formule décomposant l'écart de dépense. Plus précisément :

- si  $D$  (en euros) est la dépense moyenne en pain dans l'ensemble de la population,  $Q$  (en kg par exemple) la quantité moyenne achetée et  $P$  (€/kg) le prix payé en moyenne, on peut écrire :

$$D = PQ$$

- de même on écrira, pour les ménages du premier quintile, en notant  $d$  leur dépense moyenne en pain,  $q$  la quantité moyenne qu'ils achètent et  $p$  le prix au kg qu'ils acquittent en moyenne :

$$d = pq$$

L'écart à la moyenne de la dépense en pain de ces ménages vérifie alors :

$$d - D = \left[ \frac{p+P}{2} \right] (q - Q) + (p - P) \left[ \frac{q+Q}{2} \right]$$

Il est la somme de :

- (i) l'écart sur les quantités  $q - Q$ , valorisé à un prix à mi-chemin entre le prix moyen du pain,  $P$ , et le prix moyen  $p$  propre à ces ménages modestes ;
- (ii) l'écart sur les prix  $p - P$ , appliqué à une quantité à mi-chemin entre la quantité  $Q$  achetée en moyenne dans l'ensemble de la population, et celle  $q$  achetée par les seuls ménages du premier quintile.

Le premier terme est l'effet-quantité : il correspond à l'écart de dépense que l'on observerait si les ménages modestes payaient le même prix que les autres.

Le second terme est l'effet-prix et correspond, de même, à l'écart qui prévaudrait si les ménages modestes achetaient la même quantité que les autres.

En pratique, les effets sont calculés au niveau de chaque produit élémentaire. Ils sont ensuite additionnés pour déterminer l'effet prix d'un poste (par exemple l'alimentation). Dans les figures présentées, ils sont exprimés en pourcentage de l'écart de dépense.

## 1.1 Alimentation à domicile

En 2005, les ménages ont dépensé 120,4 milliards d'euros en produits alimentaires soit 1 917 euros par habitant. La part de cette dépense dans leur budget a baissé de 10 points entre 1960 (24,7 %) et 2005 (14,8 %) [figure 2].

Depuis 1960, au sein de ce poste, la part des dépenses en viandes est restée la plus forte (29 % en 2005) malgré une baisse de 4 points par rapport à 1960 (figure 1). La part des produits laitiers est passée dans le même temps de 12 % à 15 % rattrapant celle du pain et céréales, en baisse de 3 points.

Relativement aux autres postes de consommation, les prix des produits alimentaires ont diminué sur la période 1960-2005 (- 0,3 point d'écart par an en moyenne). Les baisses ont été marquées au milieu des années 1960, à la fin des années 1970, puis au début des années 1990. La période 1997-2003 fait exception avec des hausses nettement plus fortes que l'inflation. De 1960 à 2005, la consommation en volume a progressé moins rapidement que les autres postes de dépenses des ménages (de 1,0 point en moyenne par an, figure 3).

Ce recul relatif s'explique en premier lieu par l'augmentation du niveau de vie moyen des ménages qui leur permet de consacrer une part moins élevée de leur budget aux biens de première nécessité. La hausse de leur pouvoir d'achat les a également conduits à modifier leurs comportements alimentaires. Ils ont délaissé les produits traditionnels nourrissants (pommes de terre, légumes secs, œufs, farines, riz, pain, pâtes), le sucre et les graisses bruts, pour privilégier les plats cuisinés ou élaborés. Les progrès technologiques (chaîne du froid, micro-ondes...) et l'essor de la grande distribution ont favorisé cette offre de produits élaborés par l'industrie agroalimentaire. Ces derniers

représentent ainsi 45 % du poste « viandes et poissons » en 2005 (20 % en 1960) et 23 % des fruits, légumes et féculents (13 % en 1960). Leurs principaux avantages reposent sur le gain de temps qu'ils permettent et sur la diversité de l'offre. De même, la forte augmentation de la part des produits laitiers repose sur l'essor de la consommation de yaourts et desserts lactés alors que la consommation du produit de base qu'est le lait a modérément augmenté.

Depuis les années 1980, l'équilibre des repas est devenu un facteur important dans la consommation alimentaire, le lien entre alimentation et santé étant de mieux en mieux perçu. Le miel ou les édulcorants de synthèse ont commencé à concurrencer le sucre. De même, les risques liés à une alimentation trop carnée expliquent une partie du déclin de la consommation de la viande. Les crises sanitaires dans la filière viande depuis le début des années 1990 ont encouragé les consommateurs à être encore plus vigilants : crises de l'encéphalopathie spongiforme bovine (ESB) en 1996 puis en 2000, de la fièvre aphteuse en 2001 puis de la grippe aviaire en 2005.

Au sein de l'Union européenne, la part des dépenses en produits alimentaires est d'autant plus faible que le niveau de vie du pays est élevé (figure 4). Ce lien fort entre niveau de vie et part alimentaire traduit, pour les pays au PIB plus élevé, l'arrivée à saturation des besoins en nourriture qui sont naturellement limités. Ainsi, en France, le coefficient budgétaire des produits alimentaires est un peu en dessous de la moyenne européenne. Il est cependant nettement supérieur à celui de l'Allemagne et du Royaume-Uni. Les différences de mode de vie expliquent également la place de la consommation alimentaire dans le budget, et la composition du panier alimentaire. ■

### Définitions

**Alimentation à domicile** : comprend notamment les achats de pain et de céréales, les viandes, les poissons, le lait, les fromages et les œufs, les huiles et graisses, les fruits et légumes, les produits sucrés, les épices.

**Ménage, inflation, volume, pouvoir d'achat, Union européenne, niveau de vie du pays, PIB, coefficient budgétaire** : voir *Glossaire*.

### Pour en savoir plus

- « 15 ans d'achats de produits sucrés - moins de sucre, davantage de produits transformés » *Insee Première* n° 1088, juillet 2006.
- « Le repas depuis 45 ans : moins de produits frais, plus de plats préparés » *Insee Première* n° 1208, septembre 2008.



# Alimentation à domicile 1.1

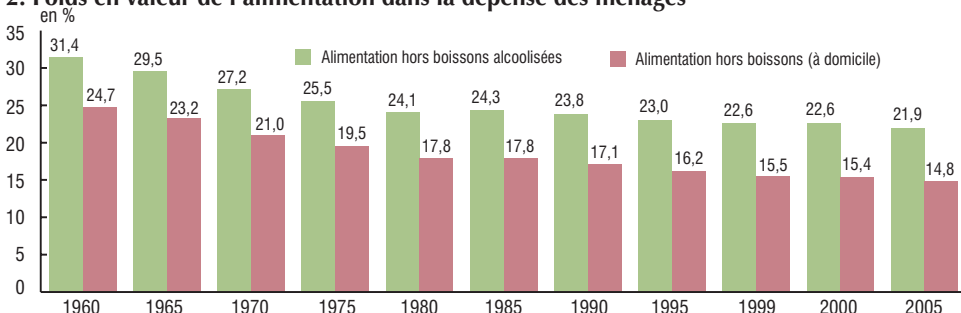
## 1. Dépense des ménages en produits alimentaires (hors boissons et autoconsommation), structure en valeur

	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.

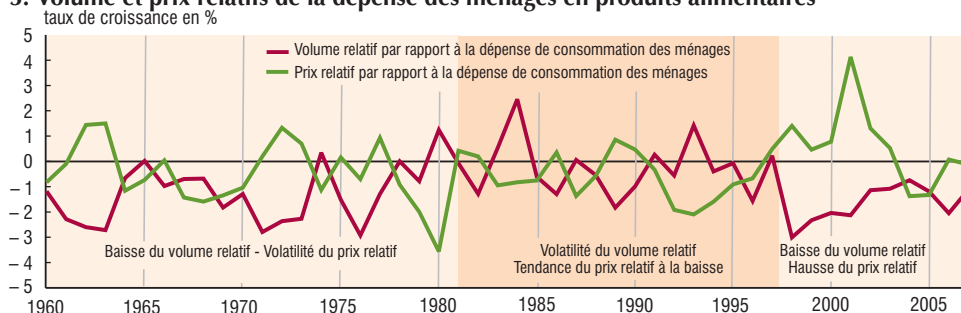
Source : Insee, comptes nationaux - base 2000.

## 2. Poids en valeur de l'alimentation dans la dépense des ménages



Source : Insee, comptes nationaux - base 2000.

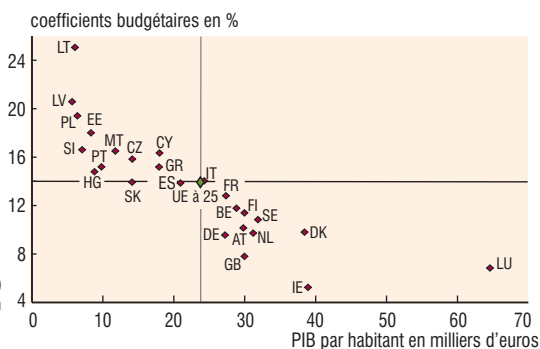
## 3. Volume et prix relatifs de la dépense des ménages en produits alimentaires



Lecture : en 2004 et 2005, le prix des produits alimentaires hors boissons a augmenté moins vite que l'inflation et le volume a progressé moins rapidement que les autres postes de consommation.

Source : Insee, comptes nationaux - base 2000.

## 4. Dépense des ménages en alimentation hors boissons dans l'Union européenne à 25 en 2005



Lecture : en 2005, les ménages luxembourgeois, avec un PIB de 64 600 euros par habitant, ont consacré 6,8 % de leur budget à l'alimentation hors boissons.

Sources : Insee, comptes nationaux - base 2000 ; Eurostat.

# 1.1 Alimentation à domicile

Plus un ménage a un **niveau de vie** élevé, plus la part du budget qu'il consacre à l'**alimentation à domicile** est faible. Ainsi, en 2006, les ménages du 5<sup>e</sup> **quintile** de niveau de vie y consacrent 4 points de moins que les ménages les plus modestes (*figure 1*). Les agriculteurs et surtout les retraités consacrent la **part** la plus élevée de **leur budget** à l'alimentation, contrairement aux cadres et aux professions libérales qui y consacrent 3 points de moins que la moyenne.

Les jeunes et les personnes âgées n'y consacrent pas la même part de leur budget : 10 points séparent les moins de 25 ans des plus de 75 ans. La taille du ménage a un impact fort : les familles avec 3 enfants et plus dépensent 50 % de plus que la moyenne pour se nourrir, les personnes seules 40 à 50 % de moins. Toutefois, les premières ne consacrent pas aux achats alimentaires une part de leur budget beaucoup plus élevée que les secondes. En revanche, dans le secteur de la restauration à domicile, les hommes seuls accordent une part plus importante que la moyenne (*voir fiche 1.3*).

Selon le type de produits alimentaires, les lieux d'achat varient largement (*voir fiche 1*). Les produits à base de céréales (pain, pâtisseries, riz et pâtes) sont les seuls grands types de produits que les ménages achètent majoritairement dans le petit commerce (33 % contre 25 % en hypermarché). Cette exception est due au pain et aux viennoiseries principalement achetés en boulangerie (47 % contre 20 % en hyper et 17 % en supermarchés). La viande et le poisson sont moins achetés que la

moyenne en magasins maxi-discount. Les achats réalisés sur les marchés ne représentent une part significative que pour les fruits, les légumes, et les poissons et fruits de mer.

Les différences de dépenses moyennes consacrées à l'alimentation selon le niveau de vie sont plus liées aux quantités achetées qu'aux prix (*figure 2*). L'effet prix ne joue souvent de façon significative que pour le dernier quintile. Il est surtout important pour la viande, les huiles et graisses, le sucre et les confiseries. Pour l'ensemble des produits alimentaires, la différence de dépenses consacrées à l'alimentaire par les ménages du 1<sup>er</sup> quintile par rapport à l'ensemble de la population est expliqué à 77 % par la différence de quantité achetée. L'effet prix n'est significativement positif que pour le 5<sup>e</sup> quintile, pour lequel il explique presque 38 % de la différence observée.

Depuis 1985, l'écart de la part du budget consacré à l'alimentation s'est beaucoup réduit entre les ménages les plus modestes et les plus aisés (*figure 3*). Alors qu'en 1985, les ménages du 1<sup>er</sup> quintile consacraient 11 points de plus de leur budget à l'alimentation que les ménages du dernier quintile, cet écart est tombé à 4,5 points en 2006. Ce rapprochement est dû à la très forte diminution du poste alimentation pour les plus modestes (- 10 points sur 20 ans) contre une diminution de 3 points pour les plus aisés. La moitié de cette baisse vient du budget alloué à la viande (- 5,3 points), aux légumes (- 1,6 point), et aux produits laitiers et œufs (- 1,2 point). ■

## Définitions

**Alimentation à domicile** : ne sont prises en compte dans cette fiche que les dépenses réalisées en dehors des cantines, cafés et restaurants (hors boissons). Contrairement à la comptabilité nationale, on mesure ici les dépenses des ménages résidant en France métropolitaine, et non les achats effectués sur le territoire.

**Niveau de vie du ménage, quintile, part budgétaire** : voir *Glossaire*.

## Pour en savoir plus

- Nichèle V., Andrieu E., Boizot-Szantai C., Caillavet F., Darmon N., « L'évolution des achats alimentaires : 30 ans d'enquêtes auprès des ménages en France », *Cahiers de Nutrition et de Diététique*, juin 2008, vol. 43 n° 3, p.123-130, Inra.
- « L'alimentation comme dimension spécifique de la pauvreté. Approches croisées de la consommation alimentaire des populations défavorisées », Les travaux de l'Observatoire national de la pauvreté et de l'exclusion sociale 2005-2006, *la Documentation française*, Paris, 2006, p. 247-278.

# Alimentation à domicile 1.1

## 1. Les déterminants de la dépense en alimentation

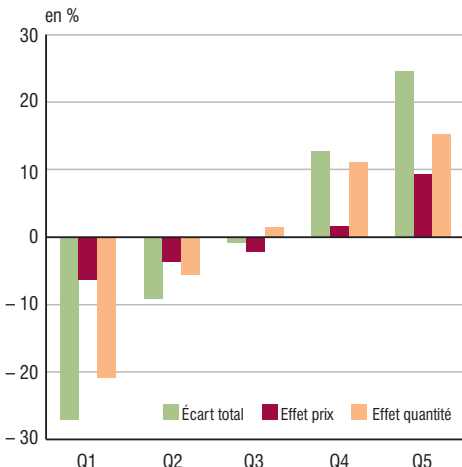
	Écart à la moyenne du coefficient budgétaire (points)	Écart à la moyenne du montant par ménage (%)
<b>Quintile de niveau de vie</b>		
Q1	2,3	- 26,6
Q2	1,5	- 9,5
Q3	0,7	- 1,3
Q4	- 0,2	12,0
Q5	- 2,1	25,4
<b>Âge de la personne de référence</b>		
jusqu'à 24 ans	- 5,0	- 50,5
25 à 34	- 3,1	- 17,8
35 à 44	- 0,7	12,4
45 à 54	- 0,3	15,7
55 à 64	0,7	9,6
65 à 74	3,2	- 1,4
75 ans et plus	4,9	- 16,6
<b>CS de la personne de référence</b>		
<b>Actifs</b>		
Agriculteurs	1,8	9,2
Artisans, commerçants et chefs d'entreprise	- 0,5	27,7
Cadres	- 3,0	27,6
Professions intermédiaires	- 1,4	10,9
Employés	- 1,0	- 11,8
Ouvriers	0,5	- 1,5
<b>Inactifs</b>		
Retraités	3,1	- 5,8
Autres inactifs	0,5	- 35,6
<b>Type de ménage</b>		
Homme seul	- 2,8	- 49,7
Femme seule	- 0,4	- 42,4
Famille monoparentale	0,0	- 4,8
Couple sans enfant	1,1	9,7
Couple avec un enfant	0,0	25,4
Couple avec deux enfants	- 0,4	39,9
Couple avec trois enfants ou plus	0,4	48,6

Lecture : en 2006, les ménages du premier quintile ont une part de dépense consacrée à l'alimentation supérieure de 2,3 points à celle de l'ensemble des ménages.

Champ : France métropolitaine.

Source : enquête Budget de famille 2006.

## 2. Effet prix/quantité pour les dépenses alimentaires par niveau de vie

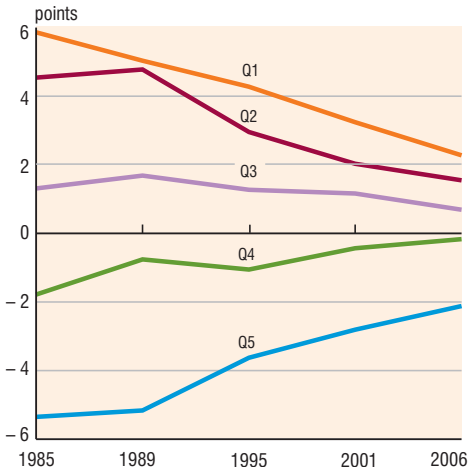


Lecture : en 2006, la dépense moyenne en alimentation des ménages du 1<sup>er</sup> quintile était de 27 % inférieure à celle de l'ensemble de la population : 6 % sont dus à un différentiel de prix moyen à l'achat, 21 % sont dus aux différences de quantités de produits achetés.

Champ : France métropolitaine.

Source : Insee, enquête Budget de famille 2006.

## 3. Écart à la moyenne de la part du poste alimentation selon le niveau de vie



Lecture : en 1985, les ménages du 1<sup>er</sup> quintile de niveau de vie consacraient à l'alimentation dans leur budget 6 points de plus que l'ensemble des ménages.

Champ : France métropolitaine.

Source : Insee, enquêtes Budget de famille.

## 1.2 Boissons non alcoolisées

En 2005, les ménages ont dépensé 10,3 milliards d'euros en boissons non alcoolisées, soit 164 euros par habitant. La part de cette dépense dans leur budget a légèrement diminué entre 1960 (1,6 %) et 2005 (1,3 %, *figure 1*) mais moins que celle des produits alimentaires hors boissons (- 10 points) pour lesquels un habitant dépense en moyenne 1 917 euros par an.

Les eaux et boissons rafraîchissantes représentent un peu plus de la moitié du poste en 2005 (54 %), plus du double qu'en 1960 (27 %, *figure 2*). Les achats de jus de fruits et légumes atteignent 17 %, contre 1 % en 1960. En revanche, le poids du poste des café, thé et cacao a nettement diminué passant de 72 % en 1960 à 29 % en 2005.

Entre 1960 et 2005, les prix des boissons non alcoolisées ont globalement moins augmenté que l'inflation (- 0,9 point par an), avec une exception notable en 1976 et 1977, du fait de l'envolée des cours du café. Sur la même période, la consommation en volume a progressé un peu plus vite que l'ensemble des dépenses des ménages (+ 0,4 point, *figure 3*). Empiriquement une baisse des prix de 1 % a un effet sur la hausse des volumes estimé à + 0,3 %.

En volume, la consommation de boissons rapportée aux autres postes a reculé au cours des années 1960 et 1970. Cette évolution résulte du recul du poste « café, thé, cacao » et ce malgré l'émergence des autres types de boissons non alcoolisées, en particulier des eaux minérales et de source. Le recul est toutefois moins important que celui des boissons alcoolisées : en 1970, les Français consommaient 2,7 fois plus de boissons alcoolisées que de boissons non alcoolisées (en quantités). Le rapport est passé à 1,9 en 1980.

Dans les années 1980, la consommation de boissons est devenue plus dynamique que la consommation d'ensemble (+ 1,2 point par an en volume). Les eaux de table ont continué de se développer, favorisées par l'image de santé qui leur est associée. Ainsi un décret de 1989 stipule qu'« une eau minérale naturelle est une eau possédant un ensemble de caractéristiques qui sont de nature à lui apporter des propriétés favorables à la santé ». La baisse plus forte des prix, comparativement à l'inflation d'ensemble (- 1,9 point dans les années 1980) a également contribué au développement des eaux minérales et de source, des boissons rafraîchissantes et des jus de fruits. Elle résulte pour partie de la baisse de la TVA sur ces produits en 1988.

En 1990, en moyenne, un Français a consommé plus de boissons non alcoolisées (135 litres) que de boissons alcoolisées (125 litres). Cette tendance s'est confirmée depuis lors. Depuis le milieu des années 1990, l'évolution des prix ne s'est pas distinguée de l'inflation tandis que le volume consommé a augmenté plus vite que les autres postes (+ 0,9 point en moyenne entre 1995 et 2005). Les aléas climatiques ont pu jouer sur certaines années ; en particulier, la canicule de 2003 a suscité un surcroît exceptionnel de dépenses consacrées à ce type de boissons.

Au sein de l'Union européenne, le lien entre niveau de vie du pays et part des produits alimentaires dans le budget des ménages se retrouve pour les boissons non alcoolisées : plus le niveau de vie est élevé, moins leur part est grande (*figure 4*). La France se situe légèrement en dessous de la moyenne européenne, contrairement à l'Allemagne. Les Européens du Sud (Portugais, Grecs, Espagnols et Italiens) consomment moins de boissons non alcoolisées que les habitants des pays de niveau de vie comparables. ■

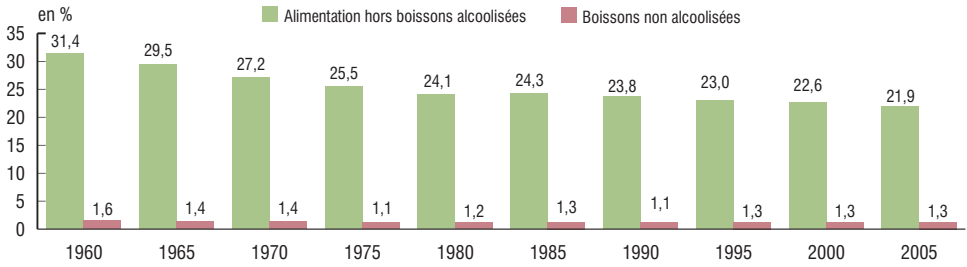
### Définitions

**Boissons non alcoolisées** : comprennent d'une part le café, le thé et le cacao ; d'autre part les eaux de table et les boissons rafraîchissantes sans alcool telles que les limonades, les boissons aux extraits de plantes (colas...), les boissons aux fruits, les sirops, les sodas, et les laits aromatisés. Elles comprennent enfin les jus de fruits et de légumes, les concentrés et les nectars.

**Ménage, inflation, volume, TVA, Union européenne, niveau de vie du pays** : voir *Glossaire*.

# Boissons non alcoolisées 1.2

## 1. Part dans la dépense des ménages, en valeur



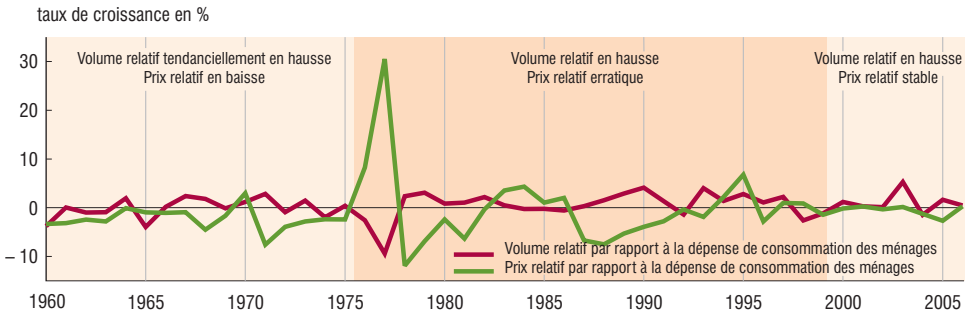
Source : Insee, comptes nationaux, base 2000.

## 2. Structure de la dépense des ménages en boissons non alcoolisées

	1960	1975	1990	2005	Valeurs 2005 (Mds €)
Café, thé et cacao	71,9	49,0	38,0	28,5	2,9
Eaux et boissons rafraîchissantes	26,8	46,4	50,3	54,4	5,6
Jus de fruits et de légumes	1,4	4,6	11,7	17,1	1,8
<b>Total</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>10,3</b>

Source : Insee, comptes nationaux, base 2000.

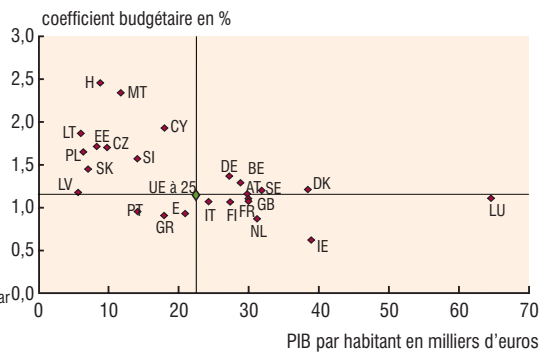
## 3. Volume et prix relatifs de la dépense des ménages en boissons non alcoolisées



Lecture : au début des années 2000, le prix des boissons non alcoolisées ne s'est pas distingué de l'inflation et le volume a progressé un peu plus vite que les autres postes de consommation.

Source : Insee, comptes nationaux, base 2000.

## 4. Dépense des ménages en boissons non alcoolisées dans l'Union européenne à 25 en 2005



Lecture : en 2005, les ménages hongrois avec un PIB de 8 300 euros par habitant, ont consacré 2,5 % de leur budget aux boissons non alcoolisées.

Sources : Insee, comptes nationaux, base 2000, Eurostat.

## 1.2 Boissons non alcoolisées

Les ménages consacrent à peu près la même **part de leur budget** aux **boissons non alcoolisées** consommées à domicile quel que soit leur **niveau de vie**.

En 2006, les ménages du 5<sup>e</sup> **quintile** de niveau de vie y consacrent 0,4 point de moins que ceux du 1<sup>er</sup> quintile (*figure 1*). Ainsi, alors que la dépense totale des ménages les plus riches est 65 % supérieure à la moyenne, leur dépense totale en boissons non alcoolisées n'est que 21 % plus élevée.

La différence de montant dépensé suivant le niveau de vie est majoritairement expliquée par la quantité consommée, pour les ménages des 4 premiers quintiles (*figure 2*). Le prix ne joue que pour les ménages du dernier quintile.

Ce sont les professions intermédiaires et les cadres actifs qui dépensent le plus, en moyenne, en boissons non alcoolisées : respectivement 34 % et 25 % de plus que la moyenne. Les retraités et les inactifs dépensent le moins pour ce poste. Les moins de 25 ans consacrent 0,4 point de moins que les plus de 75 ans aux dépenses en boissons non alcoolisées, mais ces deux catégories de ménages dépensent, en valeur, largement

moins que la moyenne : respectivement - 41 % et - 31 %.

De même, la composition du ménage ne semble pas influencer de façon majeure la part budgétaire consacrée aux boissons non alcoolisées. En revanche, elle influe sur la dépense moyenne. Ainsi, les familles de trois enfants ou plus dépensent 54 % de plus que la moyenne pour ce poste.

Les boissons non alcoolisées sont très majoritairement achetées en grandes surfaces et hypermarchés, qui concentrent 72 % de ces dépenses. L'eau minérale, les boissons gazeuses, les sirops et les jus sont plus souvent achetés en maxi-discount que le café, le thé et le cacao.

Depuis 1985, la différence de dépenses moyennes consacrées aux boissons non alcoolisées s'est accrue entre les ménages les plus modestes et les plus aisés (*figure 3*). Ces derniers, qui dépensaient déjà 5 % de plus que la moyenne, dépensent, en 2006, 22 % de plus. À l'inverse, les ménages les plus modestes sont passés, sur la même période, de - 7 % à - 26 % par rapport à la dépense moyenne. ■

### Définitions

**Boissons non alcoolisées** : contrairement à la comptabilité nationale, on mesure ici les dépenses des ménages résidant en France métropolitaine, et non les achats effectués sur le territoire.

**Part budgétaire, niveau de vie des ménages, quintile** : voir *Glossaire*.

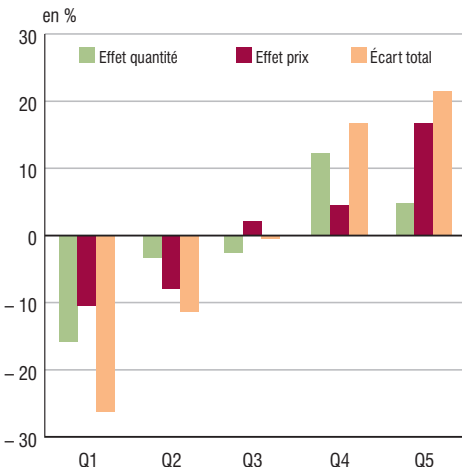
# Boissons non alcoolisées 1.2

## 1. Les déterminants de la dépense en boissons non alcoolisées

	Écart au coefficient budgétaire moyen (points)	Écart à la dépense moyenne par ménage (%)
<b>Quintile de niveau de vie</b>		
Q1	0,2	- 26,3
Q2	0,1	- 11,4
Q3	0,1	- 0,5
Q4	0,0	16,7
Q5	- 0,2	21,5
<b>Âge de la personne de référence</b>		
jusqu'à 24 ans	- 0,3	- 41,2
25 à 34	- 0,1	- 5,8
35 à 44	0,0	20,1
45 à 54	0,0	20,0
55 à 64	0,0	6,4
65 à 74	0,1	- 16,0
75 ans et plus	0,1	- 31,1
<b>CS de la personne de référence</b>		
Agriculteurs actifs	0,1	6,0
Artisans, commerçants et chefs d'entreprise actifs	- 0,1	25,3
Cadres actifs	- 0,2	34,1
Professions intermédiaires actifs	0,0	18,0
Employés actifs	0,0	- 6,1
Ouvriers actifs	0,1	8,3
Retraités	0,1	- 18,0
Autres inactifs	0,0	- 36,7
<b>Type de ménage</b>		
Homme seul	- 0,1	- 43,1
Femme seule	- 0,1	- 44,8
Famille monoparentale	0,1	1,9
Couple sans enfant	0,0	1,9
Couple avec 1 enfant	0,0	28,1
Couple avec deux enfants	0,0	42,6

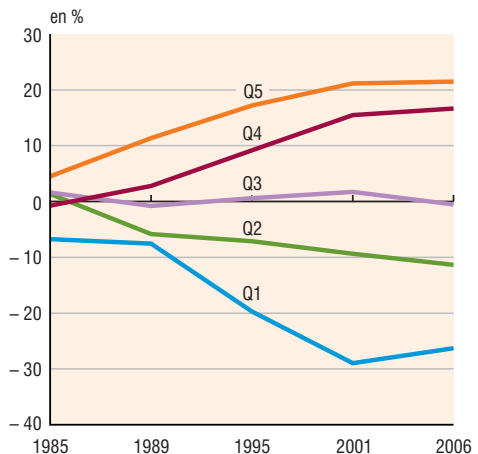
Lecture : en 2006, les ménages du premier quintile ont une part de dépense consacrée aux boissons non alcoolisées supérieure de 0,2 point à celle de l'ensemble des ménages.  
Champ : France métropolitaine.  
Source : Insee, enquête Budget de famille 2006.

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



Lecture : en 2006, la dépense moyenne en boissons non alcoolisées des ménages du premier quintile était de 26 % inférieure à la celle de l'ensemble de la population : 10 % sont dus à un différentiel de prix moyen à l'achat, 16 % aux différences de quantités de produits achetés.  
Champ : France métropolitaine.  
Source : Insee, enquête Budget de famille 2006.

## 3. Écart à la moyenne de la dépense en boissons non alcoolisées selon le niveau de vie



Lecture : en 2006, les ménages du 5<sup>e</sup> quintile de niveau de vie dépensaient en boissons non alcoolisées 21,5 % de plus que l'ensemble des ménages.  
Champ : France métropolitaine.  
Source : Insee, enquêtes Budget de famille.

## 1.3 Restauration hors domicile

En 2005, les ménages ont dépensé 47,7 milliards d'euros en services de restauration, soit 759 euros par personne ; c'est un tiers de la dépense totale en produits alimentaires et boissons qui atteint 2 302 euros par personne.

Les ménages y consacrent une part de leur budget à peine plus élevée en 2005 (5,9 %) qu'en 1960 (5,1 %) [figure 1]. Toutefois, cette hausse est remarquable si on la compare à la baisse de l'ensemble des dépenses d'alimentation à domicile : près de 12 points sur la même période.

Depuis 1960, la part des seuls restaurants dans le budget « restauration » a doublé, pour devenir le poste le plus important (61 % en 2005, figure 2). En parallèle, la part des cafés, a été divisée par trois, pour ne représenter que 16 % du poste en 2005. La part des cantines et de la restauration sous contrat s'est maintenue : leur poids a augmenté jusqu'en 1975 avant de diminuer depuis (23 % en 2005). Le poids des traiteurs et de l'organisation de réceptions est resté négligeable sur toute la période.

Par rapport aux autres postes de consommation, les prix des services de restauration ont augmenté plus vite sur l'ensemble de la période 1960-2005 (figure 3). Dans le même temps, la consommation en volume a progressé moins rapidement que l'ensemble des autres postes de dépenses des ménages, avec une exception à la fin des années 1990.

Jusqu'en 1996, les prix ont augmenté nettement plus fortement que l'inflation (+ 1,7 point par an en moyenne), tandis que le volume de consommation était en baisse. C'est donc essentiellement un effet prix qui explique la hausse des services de restauration dans le budget des ménages.

De 1997 à 2000, les prix relatifs ont continué à augmenter, mais plus modérément, et le volume de consommation a exceptionnellement progressé. En effet, durant ces années, la fréquentation touristique a été bonne, le pouvoir d'achat plutôt dynamique et le moral

des ménages exceptionnel. En outre, des événements particuliers, comme la Coupe du monde de football qui s'est tenue en France en 1998 et les festivités du nouveau millénaire en l'an 2000 ont été bénéfiques pour les restaurants. Les hausses des prix et du volume de consommation ont donc conjointement contribué à l'augmentation de la part en valeur des services de restauration.

Depuis 2001, le volume et les prix relatifs sont peu dynamiques, avec des prix légèrement supérieurs à l'inflation et un volume relatif en baisse (-1,6 point par an en moyenne entre 2001 et 2006). Le tourisme international et le moral des ménages sont plutôt moroses, marqués par les attentats du 11 septembre 2001 aux États-Unis, la guerre en Irak ou l'épidémie de pneumopathie atypique en Asie. De plus, depuis la seconde crise sanitaire dite de la « vache folle » au début des années 2000, les consommateurs ont manifesté une certaine défiance notamment à l'égard des chaînes de restaurants spécialistes de la viande. En parallèle, la hausse du pouvoir d'achat se tassant, les ménages ont diminué les dépenses compressibles. À court terme, une hausse de 1% des revenus entraîne en effet une croissance des dépenses de restauration de l'ordre de 0,4 %, toutes choses égales par ailleurs. La consommation en services de restauration dépend en partie de l'attractivité touristique du pays. Ainsi, en Espagne et en Grèce, la part des dépenses de restauration dans l'ensemble de la consommation est nettement supérieure à la moyenne tandis que la France et le Portugal, destinations touristiques prisées, se distinguent peu de la moyenne européenne. Cette part dépend également de la propension à déjeuner hors du domicile. C'est ce qui semble expliquer la part plus élevée des Britanniques (figure 4). Le niveau de vie du pays ne semble pas un critère discriminant du coefficient budgétaire dédié aux dépenses de restauration : il est aussi faible en Pologne et en Lituanie qu'au Danemark. ■

### Définitions

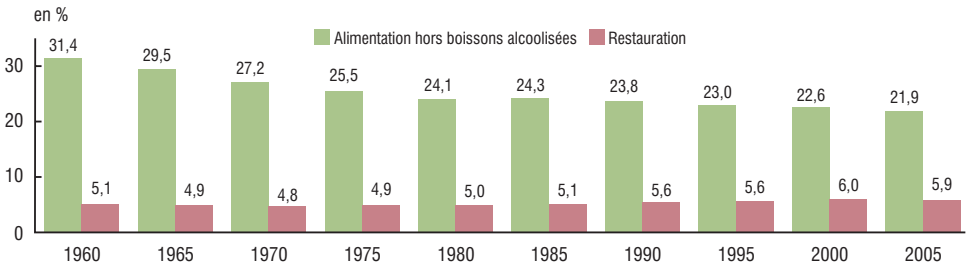
**Restauration hors domicile** : comprend les restaurants traditionnels, la restauration rapide, les cafétérias, les cafés (fourniture de boissons à consommer sur place), les cantines et les services des traiteurs.

**Ménage, volume, inflation, pouvoir d'achat, part des dépenses, niveau de vie du pays, coefficient budgétaire** : voir *Glossaire*.



# Restauration hors domicile 1.3

## 1. Part dans la dépense des ménages en valeur



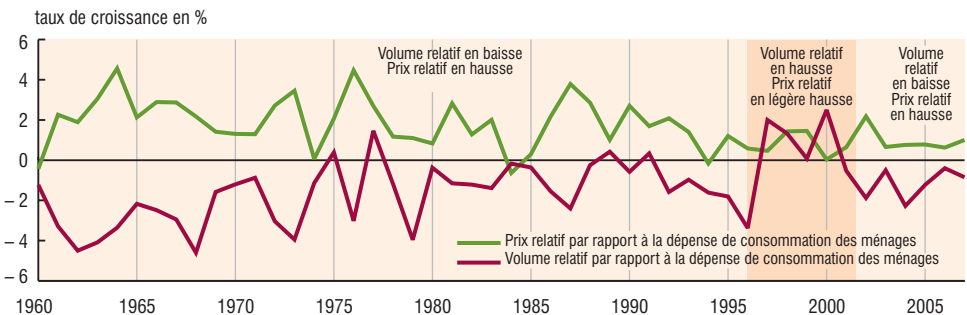
Source : Insee, comptes nationaux, base 2000.

## 2. Structure de la dépense des ménages en services de restauration

	1960	1975	1990	2005	Valeurs 2005 (Mds €)
Restaurants	30,8	35,9	56,3	60,9	29,0
Cafés	45,2	34,3	20,2	15,7	7,5
Cantines d'entreprises et restauration sous contrat	23,9	29,6	23,5	23,3	11,1
Traiteurs, organisation de réceptions	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1
<b>Total</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>47,7</b>

Source : Insee, comptes nationaux, base 2000.

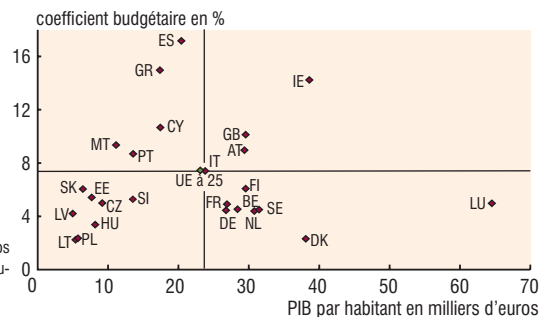
## 3. Volume et prix relatifs en services de restauration



Lecture : depuis 2001, le prix des services de restauration a augmenté plus vite que l'inflation tandis que le volume a progressé moins rapidement que les autres postes de consommation.

Source : Insee, comptes nationaux, base 2000.

## 4. Dépense des ménages en services de restauration dans l'Union européenne à 25 en 2005



Lecture : en 2005, les ménages espagnols, avec un PIB de 20 900 euros par habitant, ont consacré 17,2 % de leur budget aux services de restauration.

Sources : Insee, comptes nationaux, base 2000 et Eurostat.

## 1.3 Restauration hors domicile

En 2006, ce sont les ménages dont la personne de référence est un(e) cadre actif(ve) qui dépensent le plus pour la **restauration hors domicile** : + 134 %, soit 2,5 fois plus que la moyenne (*figure 1*). À l'inverse, les ménages dont la **personne de référence** est inactive (retraîtée ou autre inactif) dépensent environ 50 % de moins que la moyenne. Ainsi, au cours de l'année, un ménage de « cadre actif » dépensera 5 fois plus pour ce poste qu'un ménage dont la personne de référence est inactive. Ces écarts se retrouvent aussi en termes de **coefficients budgétaires** : chez les ménages de « cadres actifs » la part du budget allouée à ce poste est supérieure de 2 points à la part moyenne. Elle est au contraire inférieure de 1,8 point pour les retraités.

Les ménages avec enfant(s) dépensent plus que la moyenne : + 25 % pour les couples avec un enfant, et + 73 % pour les couples ayant au moins deux enfants. La restauration à l'extérieur est composée de deux postes : « les cafés et restaurants », et « les cantines et restaurants d'entreprise ». C'est ce dernier qui croît très fortement avec la taille du ménage : les couples avec deux enfants ou plus dépensent 2,4 fois plus que la moyenne.

Les personnes célibataires dépensent logiquement moins que la moyenne, mais hommes et femmes ont des comportements différenciés (*voir fiche IV*). Les dépenses en cafés et restaurants caractérisent les hommes

célibataires qui y consacrent une part de leur budget nettement supérieure à celle de tous les autres groupes (+ 1,5 point).

Les dépenses en restauration hors domicile augmentent avec **le niveau de vie**, de même que la part du budget qui leur est consacrée. Les ménages du dernier **quintile** dépensent ainsi 84 % de plus que la moyenne, pour une part de budget supérieure de 1 point. Ces ménages dépensent 4,3 fois plus que les ménages du premier quintile de niveau de vie. Cet écart est même accentué pour le sous-poste « restaurants et cafés », les ménages du dernier quintile de niveau de vie dépensant 5,3 fois plus que ceux du premier quintile. À catégorie socioprofessionnelle, diplôme de la personne de référence et taille du ménage identiques, un ménage du dernier quintile dépensera environ 1 400 euros de plus par an pour ce poste qu'un ménage du premier quintile, dont 900 euros en « restaurants et cafés » uniquement.

En dix ans, les ménages les plus modestes, qui dépensaient déjà en 1995, 47 % de moins que la moyenne, ont amplifié cet écart en 2006 (- 57 %), tandis que les ménages des 4<sup>e</sup> et 5<sup>e</sup> quintiles le réduisaient (*figure 2*).

Autre fait marquant sur le long terme : si les dépenses de ce poste représentaient, pour les hommes célibataires, une part de leur budget supérieure de plus de 4 points à la moyenne en 1995, cet écart n'est plus que de 1,7 point en 2006. ■

### Définitions

**Restauration hors domicile** : contrairement à la comptabilité nationale, on ne prend pas ici en compte les dépenses des touristes étrangers sur le territoire.

**Personne de référence, coefficient budgétaire, niveau de vie des ménages, quintile** : voir *Glossaire*.

# Restauration hors domicile 1.3

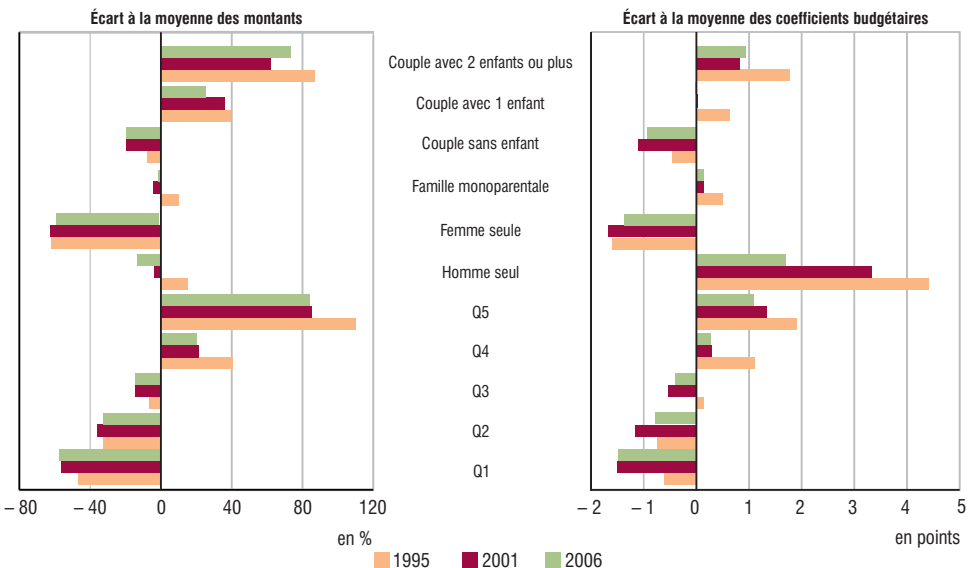
## 1. Les déterminants de la dépense par ménage en restauration hors domicile

	Restauration		Dont Restaurants et cafés		Dont cantines	
	Écart à la moyenne du coefficient budgétaire	Écart à la moyenne du montant en %	Écart à la moyenne du coefficient budgétaire	Écart à la moyenne du montant en %	Écart à la moyenne du coefficient budgétaire	Écart à la moyenne du montant en %
<b>Quintile de niveau de vie</b>						
Q1	-1,5	-57,3	-1,1	-63,2	-0,3	-48,1
Q2	-0,8	-32,5	-0,5	-35,8	-0,1	-24,6
Q3	-0,4	-14,4	-0,3	-17,4	0,0	-8,2
Q4	0,3	20,3	0,2	20,8	0,1	20,0
Q5	1,1	84,0	0,8	95,6	0,1	61,0
<b>CS de la personne de référence</b>						
Agriculteurs actifs	-0,8	-20,6	-0,8	-33,2	0,0	-5,7
Artisans, commerçants et chefs d'entreprise actifs	0,4	43,3	0,2	44,9	0,1	41,8
Cadres actifs	2,0	133,9	0,8	113,8	1,1	162,1
Professions intermédiaires actifs	1,1	52,4	0,3	38,6	0,8	78,1
Employés actifs	-0,2	-8,7	-0,4	-21,4	0,3	11,0
Ouvriers actifs	-0,1	-7,6	-0,2	-12,5	0,2	5,1
Retraités	-1,8	-53,5	-0,3	-32,3	-1,5	-90,0
Autres inactifs	-0,8	-48,5	-0,6	-51,4	-0,2	-45,9
<b>Type de ménage</b>						
Homme seul	1,7	-13,2	1,5	1,4	-0,1	-41,5
Femme seule	-1,4	-58,2	-0,4	-50,7	-1,0	-74,6
Famille monoparentale	0,1	-1,7	-0,1	-9,8	0,4	15,1
Couple sans enfant	-0,9	-19,4	0,1	4,0	-1,1	-59,8
Couple avec 1 enfant	0,0	24,9	-0,2	14,2	0,3	45,0
Couple avec deux enfants ou plus	0,9	73,2	-0,1	36,1	1,2	139,7
<b>Commune d'habitation</b>						
Communes rurales	-0,4	-13,9	-0,3	-16,7	-0,1	-7,4
Unité urbaine de Paris	1,3	51,6	0,6	45,3	0,6	58,0

Champ : France métropolitaine.

Source : Insee, enquête Budget de famille 2006.

## 2. Écarts dans les dépenses de restauration hors domicile selon le niveau de vie et le type de ménage



Champ : France métropolitaine

Source : Insee, enquêtes Budget de famille 2006, 2001 et 1995

Lecture : en 2006, les ménages du premier quintile ont une part de dépense consacrée à la restauration hors domicile inférieure de 1,5 point à celle de l'ensemble des ménages.

## 1.4 Boissons alcoolisées

En 2005, les ménages ont dépensé 13,9 milliards d'euros en boissons alcoolisées soit 221 euros par habitant. La dépense équivalente en boissons non alcoolisées est de 164 euros, celle en tabac est de 248 euros. Les boissons alcoolisées représentaient 4,0 % du budget des ménages en 1960, elles n'en représentent plus que 1,7 %, en 2005 (figure 1). Ce recul est plus rapide que celui des dépenses alimentaires hors boissons. La baisse a surtout été forte jusqu'en 1970 (-1,0 point), puis elle a ralenti.

La part des vins, cidres et champagnes reste prépondérante. Elle représente 59 % des dépenses en 2005 (figure 2) mais est en recul par rapport à 1960 (75 %). Le poids des alcools forts a en revanche doublé depuis 1960, atteignant 29 % en 2005. La part des achats de bières est quasiment la même en 2005 (12 %) qu'en 1960.

Entre 1960 et 2005, les prix des boissons alcoolisées ont en moyenne été légèrement moins dynamiques que l'inflation (-0,2 point par an, figure 3). Le recul de la part en valeur s'explique donc surtout par un « effet-volume » : les volumes consommés ont augmenté nettement moins vite que l'ensemble des autres postes de dépenses des ménages (-1,8 point par an entre 1960 et 2005). Sur l'ensemble de la période, la mobilisation des pouvoirs publics dans la lutte contre l'alcoolisme et la prise de conscience des problèmes qui lui sont liés (santé et sécurité routière) expliquent l'essentiel de ce recul.

Dès les années 1960 la baisse relative de ce poste traduit la modification du comportement des Français. Le recul porte essentiellement sur le vin, dont la consommation régulière a diminué de 20 % au cours des années 1960. Il a été concurrencé par les alcools forts dont la consommation occasionnelle a entraîné un doublement en volume sur la période. Dans les années 1970, cette

tendance s'est poursuivie, avec notamment le recul de la consommation des vins.

À partir des années 1980, le recul des volumes a continué, mais a concerné cette fois l'ensemble des boissons alcoolisées. La prise de conscience collective des problèmes de santé publique s'est renforcée, à l'occasion notamment d'un rapport sur les effets de l'alcoolisme (1980). La loi de janvier 1986 a prévu le retrait immédiat du permis de conduire en cas de présomption d'état d'ivresse. La loi de juillet 1987 a pour la première fois encadré la publicité pour l'alcool notamment en l'interdisant à la télévision.

Dans les années 1990, les mesures de lutte contre l'alcoolisme ont été renforcées. La loi « Évin » de janvier 1991 a fortement limité le droit de publicité pour les boissons alcoolisées. En outre, alors que la hausse des prix des boissons alcoolisées était plutôt moins dynamique que l'inflation d'ensemble jusqu'en 1990 (-0,4 point par an), les différentes augmentations des taxes sur l'alcool l'ont rendue légèrement plus soutenue depuis lors (+0,1 point). Au total, depuis 1990, le volume des dépenses d'alcools a poursuivi sa baisse, relativement aux autres postes de dépenses (-1,1 point). Seul un pic de dépenses a été observé en 1993, en raison notamment de l'ouverture des frontières de la Communauté européenne, qui a dopé les achats de spiritueux par des non-résidents, britanniques entre autres.

Au sein de l'Union européenne, la part des boissons alcoolisées dans la dépense des ménages semble diminuer avec le niveau de vie (figure 4). Elle dépend également des modes de consommation propres à chaque pays. Ainsi, dans les pays d'Europe de l'Est, cette part est nettement supérieure à celle des pays à niveau de vie comparable du sud de l'Europe. La France, l'Allemagne et le Royaume-Uni sont proches de la moyenne européenne. ■

### Définitions

**Boissons alcoolisées** : comprennent les « alcools » (eaux de vie, liqueurs et apéritifs), les champagnes et vins mousseux, les vins, les cidres, les vermouths et les bières.

**Loi Évin de 1991 relative à la lutte contre le tabagisme et l'alcoolisme**

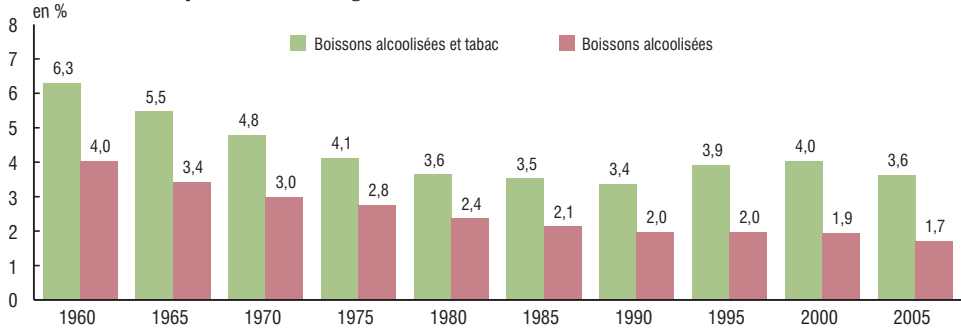
À partir du 1<sup>er</sup> janvier 1993, toute publicité sur le tabac y compris indirecte est interdite (publicité pour une marque, parrainage sportif, culturel).

**Ménage, inflation, volume, Union européenne, niveau de vie du pays** : voir *Glossaire*.

### Pour en savoir plus

- Besson D. « Boissons alcoolisées : 40 ans de baisse de consommation », *Insee Première* n° 966, mai 2004.

## 1. Part dans la dépense des ménages en valeur



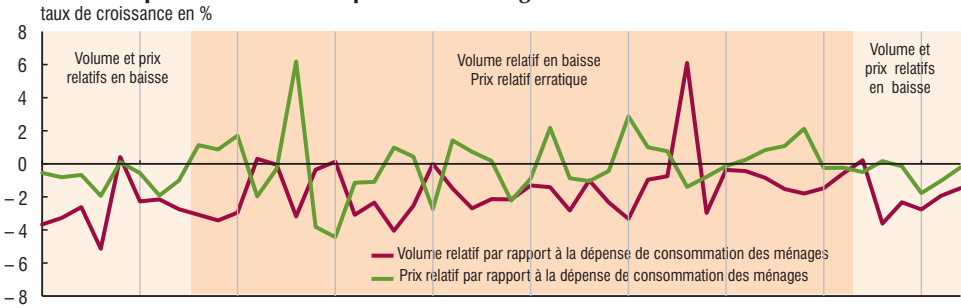
Source : Insee, comptes nationaux, base 2000.

## 2. Structure de la dépense des ménages en boissons alcoolisées

	en %				
	1960	1975	1990	2005	Valeurs 2005 (Mds €)
Alcools	13,9	27,9	28,9	28,9	4,0
Vins, cidres et champagnes hors autoconsommation	74,9	57,4	56,6	59,4	8,3
Bières	11,2	14,7	14,5	11,7	1,6
<b>Total</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>13,9</b>

Source : Insee, comptes nationaux, base 2000.

## 3. Volume et prix relatifs de la dépense des ménages en boissons alcoolisées

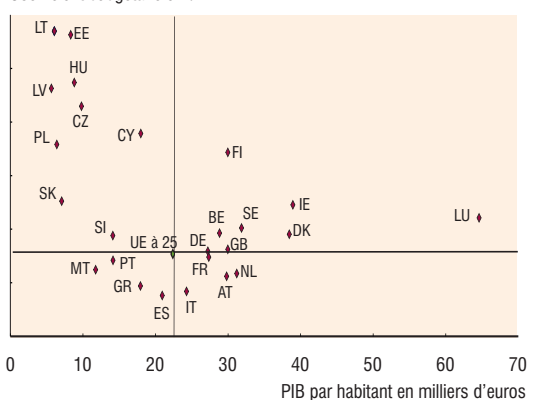


Lecture : de 2004 à 2007, le prix des boissons alcoolisées a augmenté moins vite que l'inflation et le volume a progressé moins rapidement que les autres postes de consommation.

Source : Insee, comptes nationaux, base 2000.

## 4. Dépense des ménages en boissons alcoolisées dans l'Union européenne à 25 en 2005

Coefficient budgétaire en %



Lecture : en 2005, les ménages français avec un PIB de 27 300 euros par habitants, ont consacré 1,5 % de leur budget aux boissons alcoolisées.

Sources : Insee, comptes nationaux, base 2000 et Eurostat.

## 1.4 Boissons alcoolisées

Les dépenses en **boissons alcoolisées** (hors débits de boissons et restaurants) augmentent avec le **niveau de vie des ménages**. En 2006, les ménages du 5<sup>e</sup> **quintile** de niveau de vie consomment 62 % de plus que la moyenne, soit près de 3 fois plus que les ménages du 1<sup>er</sup> quintile (*figure 1*). Le montant de ces dépenses augmentant proportionnellement avec le niveau de vie, les **coefficients budgétaires** restent assez proches quelque soit le quintile.

Les ménages dont la **personne de référence** est cadre actif dépensent près de 50 % de plus que la moyenne pour ce poste, et les « inactifs », autres que les retraités (étudiants, femmes au foyer...) près de 60 % de moins. Le montant des dépenses en boissons alcoolisées croît avec l'âge de la personne de référence du ménage, tout au moins jusqu'à 65 ans. Il reste encore plus élevé que la moyenne pour les 65-74 ans, mais se réduit ensuite. Un ménage dont la personne de référence est âgée de 65 à 74 ans dépense ainsi deux fois plus qu'un ménage « jeune », son coefficient budgétaire pour ce poste étant lui aussi le double de celui d'un ménage jeune.

Ces écarts entre classes d'âge peuvent être relativisés par le fait que les ménages dont la personne de référence a moins de 25 ans dépensent 2,5 fois plus que la moyenne en boissons alcoolisées dans les bars et cafés (hors restaurants). L'ensemble de ces résultats n'est pas contradictoire, au contraire, avec les études épidémiologiques sur l'alcoolisation des Français : « les jeunes sont peu nombreux à consommer de l'alcool quotidiennement, mais leurs consommations les mènent plus souvent à l'ivresse que celle des plus âgés ».

La différence de dépense moyenne en boissons alcoolisées par niveau de vie

s'explique d'abord par les quantités achetées par les ménages (*figure 2*). Toutefois l'effet prix joue également, notamment pour les ménages du dernier quintile : il explique 20 % de la différence observée. L'analyse de ces dépenses selon le type d'alcool acheté montre des divergences notables. Notamment si la dépense en bières est surtout forte pour les classes moyennes, elle est due exclusivement à un effet quantité. Les classes aisées consomment quantitativement moins de bières, mais ces dernières sont plus chères que pour le reste de la population. À l'inverse, la différence constatée dans les dépenses de vins est principalement liée à un effet quantité. Ainsi, si les ménages aisés consacrent davantage d'argent à l'achat de vins, c'est d'abord parce qu'ils en consomment plus.

L'écart des dépenses selon le niveau de vie s'est légèrement creusé depuis 1979 (*figure 3*). En effet, les ménages du dernier quintile dépensaient 42 % de plus que la moyenne en 1979, contre + 72 % en 2001 puis + 62 % en 2006, soit près de trois fois plus que les ménages du premier quintile.

En dehors de la consommation dans les bars et cafés, les ménages achètent 76 % de leurs boissons alcoolisées dans les grandes surfaces à dominante alimentaire (*figure 4*), dont 34 % dans des hypermarchés, 29 % dans des supermarchés et 13 % dans des magasins « maxi discount », avec de fortes disparités selon le type de boisson. En effet, la part des dépenses en bières et spiritueux est plus importante dans les hypermarchés et supermarchés que celle en vins. À l'inverse, près de 15 % des dépenses en vins sont réalisées auprès des producteurs ou sur les marchés et 8 % dans les commerces de détail spécialisés. ■

### Définitions

**Boissons alcoolisées** : ne sont prises en compte dans cette fiche que les dépenses réalisées en dehors des débits de boissons. Contrairement à la comptabilité nationale, on mesure ici les dépenses des ménages résidant en France métropolitaine, et non les achats effectués sur le territoire.

**Niveau de vie des ménages, quintile, coefficient budgétaire, personne de référence** : voir *Glossaire*.

### Pour en savoir plus

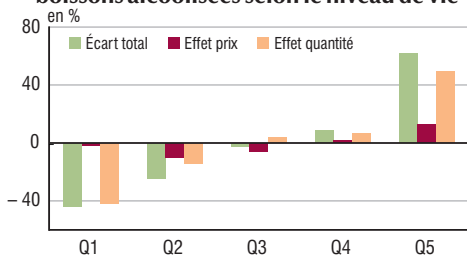
- Beck F., Guilbert P., Gautier A. « Baromètre santé 2005 - Attitudes et comportements de santé », sous la direction de : , éditions Inpes, p. 113 à 154.
- Berger R., « Le vin, un produit à risques qui s'embourgeoise », *Consommation et modes de vie* n° 216 novembre 2008, Credoc.

## 1. Les déterminants de la dépense par ménage en boissons alcoolisées

	Écart à la moyenne du coefficient budgétaire (points)	Écart à la moyenne du montant par ménage (%)
<b>Quintile de niveau de vie</b>		
Q1	-0,1	-43,6
Q2	-0,1	-24,5
Q3	0,1	-2,5
Q4	-0,1	8,5
Q5	0,1	62,1
<b>Âge de la personne de référence</b>		
jusqu'à 24 ans	-0,5	-49,9
25 à 34 ans	-0,6	-37,9
35 à 44 ans	-0,4	-14,4
45 à 54 ans	0,1	29,6
55 à 64 ans	0,3	28,0
65 à 74 ans	0,7	19,8
75 ans et plus	0,4	-19,9
<b>CS de la personne de référence</b>		
Agriculteurs actifs	-0,4	-30,2
Artisans, commerçants et chefs d'entreprise actifs	-0,2	13,5
Cadres actifs	-0,1	45,8
Professions intermédiaires actifs	-0,2	9,0
Employés actifs	-0,3	-22,4
Ouvriers actifs	-0,1	-9,5
Retraités	0,5	5,3
Autres inactifs	-0,4	-58,1
<b>Type de ménage</b>		
Homme seul	0,4	-18,7
Femme seule	-0,4	-56,7
Famille monoparentale	-0,4	-32,2
Couple sans enfant	0,5	39,6
Couple avec 1 enfant	-0,1	17,6
Couple avec deux enfants ou plus	-0,3	14,7

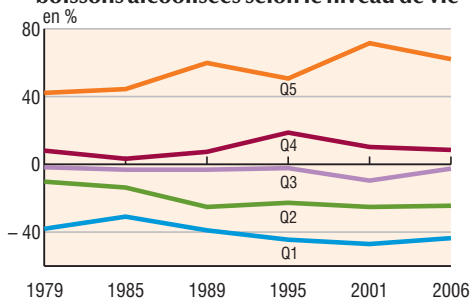
Lecture : en 2006, les ménages du premier quintile ont une part de dépense consacrée aux boissons alcoolisées inférieure de 0,1 point à celle de l'ensemble des ménages.  
Champ : France métropolitaine.  
Source : Insee, enquête Budget de famille 2006.

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



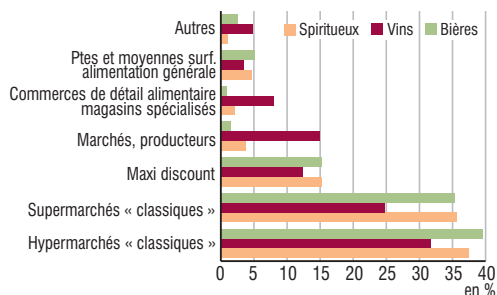
Lecture : en 2006, la dépense moyenne en boissons alcoolisées des ménages du premier quintile était de 44 % inférieure à celle de l'ensemble de la population : 2 % sont dus à un différentiel de prix moyen à l'achat, 42 % sont dus aux différences de quantités de produits achetés.  
Champ : France métropolitaine.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

## 3. Écart à la dépense moyenne par ménage en boissons alcoolisées selon le niveau de vie



Lecture : en 1979, les ménages du 1<sup>er</sup> quintile de niveau de vie dépensaient 38 % de moins que la moyenne des ménages.  
Champ : France métropolitaine.  
Source : Insee, enquête Budget de famille 2006.

## 4. Part des dépenses en boissons alcoolisées selon le lieu d'achat



Lecture : en 2006, 34 % des dépenses en boissons alcoolisées étaient réalisées dans des hypermarchés.  
Champ : France métropolitaine.  
Source : Insee, enquête Budget de famille 2006.

## 1.5 Tabac

En 2005, les ménages ont dépensé 15,5 milliards d'euros en tabac soit 1,9 % de leur budget de consommation. Cela représente 248 euros par habitant, mais environ trois fois plus dans le budget des seuls fumeurs.

En 45 ans, la part de budget que les ménages consacrent au tabac s'est réduite, passant de 2,3 % en 1960 à 1,9 % en 2005 (figure 1). Elle a diminué de manière quasi continue jusqu'en 1978 (1,3 %), avant de remonter jusqu'à 2,1 % en 2002. Depuis 2003, elle est de nouveau orientée à la baisse.

La part des cigarettes a fortement augmenté au détriment du tabac à rouler (scaferlatis), qui a perdu 16 points entre 1960 et 1992, date de la mise en place de la loi « Évin » (figure 2). Par la suite, les fortes hausses de taxes sur les cigarettes ont rendu le tabac à rouler plus attractif. La part des cigares et cigarillos a augmenté jusqu'à la fin des années 1970 avant de revenir à son niveau initial (4 %).

De 1960 à 2005, les évolutions des volumes consommés et des prix (figure 3) sont rythmées par les mesures prises pour lutter contre les effets du tabac sur la santé, à la fois pour dissuader les fumeurs et protéger les non-fumeurs contre les risques du tabagisme passif.

Jusqu'en 1976 et la loi « Veil », les achats en volume ont augmenté, favorisés par un prix relatif du tabac qui diminuait. Lors des dix années suivantes, les tendances en volume et en prix n'ont pas significativement changé. À partir de 1985, des hausses de prix régulières ont entraîné un ralentissement du volume.

En 1991, la loi « Évin » a amorcé une période de fortes augmentations du prix des

cigarettes. Sur longue période, on observe un lien entre l'évolution des prix et celle des volumes achetés : jusqu'en 2002 une baisse des prix relatifs de 1 % en France entraînait en moyenne une hausse du volume d'environ 0,4 %. Au total, les achats en volume baissent mais la hausse des prix est telle que la part de ce poste dans le budget des ménages augmente également.

En 2003 et 2004, les achats ont nettement diminué, en raison principalement des fortes hausses du prix du tabac (19,3 % par an en moyenne sur ces deux années). La baisse des achats en volume a même été comparable dans son ampleur à la hausse des prix, soit une élasticité apparente des volumes aux prix en forte augmentation. Le constat doit toutefois être nuancé car les achats à l'étranger, notamment les achats transfrontaliers, ont fortement augmenté depuis 2003, et se sont en partie substitués aux achats sur le territoire.

Les Français ne sont pas les plus gros consommateurs de tabac au sein de l'Union européenne (figure 4). La France se distingue par un prix assez élevé et un volume d'achat inférieur à la moyenne de l'Union européenne. Allemands et Italiens consacrent une part comparable de leur budget au tabac ; ils le paient moins cher et en consomment plus que l'Européen moyen ; la part pour les Britanniques est plus élevée, avec les cigarettes les plus chères de l'Union européenne à 25. La Grèce se singularise par un prix plus faible que dans les autres pays de l'Union et des consommations les plus élevées d'Europe. Avec des taux de taxes parmi les plus faibles de l'Union, le Luxembourg vend une grande quantité de cigarettes aux résidents des pays limitrophes. ■

### Définitions

**Tabac** : comprend les cigares, les cigarillos et les cigarettes contenant du tabac ou des succédanés, ainsi que le tabac à fumer, les tabacs à mâcher ou à priser.

**Loi Évin de 1991 relative à la lutte contre le tabagisme et l'alcoolisme** : voir fiche 1.4.

**Loi Veil de 1976 relative à la lutte contre le tabagisme**

La publicité pour le tabac est interdite à la radio, à la télévision, au cinéma, par affiches ou enseignes (sauf exception), par voies aérienne, fluviale ou maritime. La teneur moyenne en nicotine, goudrons et autres substances doit figurer sur le paquet, ainsi que la mention « abus dangereux ».

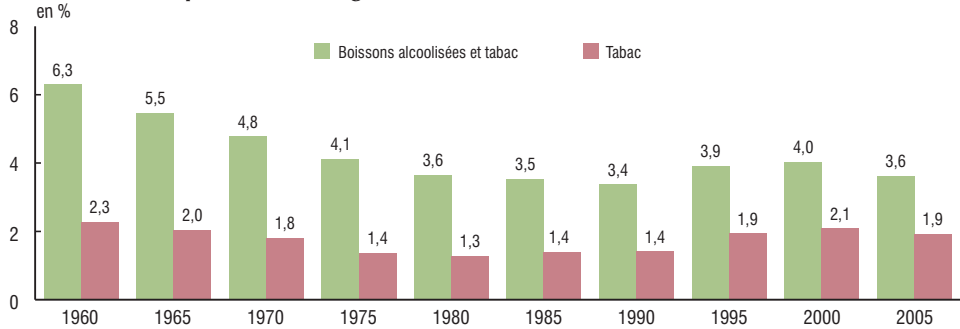
**Ménage volume, Union européenne** : voir glossaire.

### Pour en savoir plus

- Besson D. « La consommation de tabac : la baisse s'est accentuée depuis 2003 », *Insee Première* n° 1110, décembre 2006.



## 1. Part dans la dépense des ménages en valeur



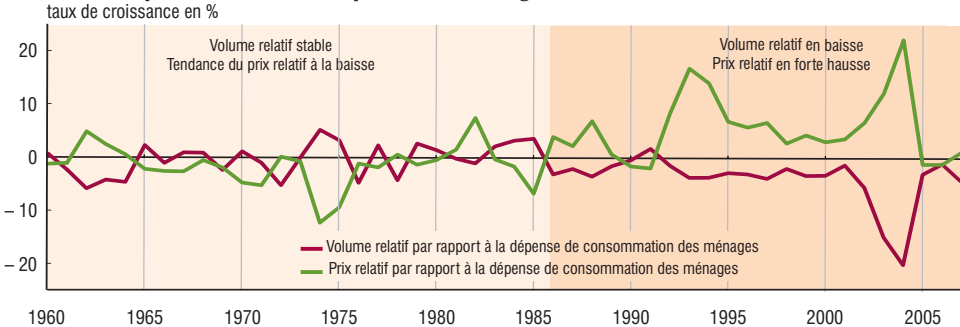
Source : Insee, comptes nationaux, base 2000.

## 2. Structure des dépenses des ménages en tabac

	1960	1976	1991	2005	Valeurs 2005 (Mds €)
Cigarettes	77,1	87,6	93,4	89,0	13,8
Cigares et cigarillos	3,8	7,5	4,2	3,8	0,6
Scaferlatis (tabac à fumer)	18,4	4,5	2,2	7,0	1,1
Tabac à mâcher et à priser	0,8	0,4	0,2	0,3	0
<b>Total</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>15,5</b>

Sources : Insee, comptes nationaux, base 2000, Altadis et « Le tabac en France, les vrais chiffres » C. Hill, A.Laplanche, La Documentation française, 2003.

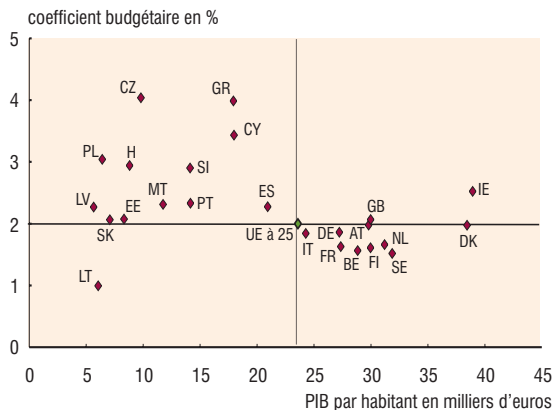
## 3. Volume et prix relatifs de la dépense des ménages en tabac



Lecture : de 1992 à 2004, le prix du tabac a augmenté plus vite que l'inflation et le volume a progressé moins rapidement que les autres postes de consommation.

Source : Insee, comptes nationaux, base 2000.

## 4. Dépense des ménages en tabac dans l'Union européenne à 25 en 2005\*



\* Le Luxembourg n'est pas indiqué compte tenu d'une forte proportion d'achats transfrontaliers.

Lecture : en 2005, les ménages grecs, avec un PIB de 17 900 euros par habitant, ont consacré 4 % de leur budget au tabac.

Sources : Insee, comptes nationaux, base 2000 et Eurostat.

## 1.5 Tabac

En 2006, le montant moyen des dépenses en **tabac** est plus lié à l'âge de la **personne de référence** ou à sa **catégorie socioprofessionnelle** qu'au **niveau de vie du ménage** (figure 1). Ainsi, un ménage dont la personne de référence a moins de 25 ans dépense annuellement en tabac 54 % de plus que la moyenne des ménages (et 7 fois plus que les ménages dont la personne de référence a 65 ans ou plus). De même, un ménage dont la personne de référence est ouvrier actif consomme 80 % de plus que la moyenne et 2,2 fois plus que si cette personne était cadre actif (5 fois plus qu'un « ménage retraité »).

Les conclusions sont similaires en termes de **coefficients budgétaires**. En effet, comparée à l'ensemble de la population, la part consacrée au tabac augmente d'un point voire plus chez les ménages dont la personne de référence a moins de 25 ans ou est ouvrier actif. À l'inverse, elle diminue largement pour les ménages dont la personne de référence a plus de 65 ans, est cadre ou agriculteur actif ou retraité. Les femmes célibataires dépensent deux fois moins en tabac que les hommes célibataires, dont la dépense est proche de la moyenne. Ainsi, le coefficient budgétaire du tabac des hommes célibataires est supérieur d'un point à celui des femmes célibataires.

L'effet de l'âge s'explique par le fait que les ménages « âgés » ou « retraités » sont plus souvent que les autres des ménages composés de non fumeurs. Ces données de consommation viennent compléter les résultats d'autres enquêtes spécifiques sur la **prévalence** tabagique. Ces dernières indiquent que parmi les 18-75 ans, plus d'un tiers des individus se déclarent actuellement fumeurs de tabac, soit 29 % de fumeurs quotidiens et 5 % d'occasionnels. Les hommes sont plus souvent fumeurs que les femmes (36 % contre 28 %), et la proportion d'utilisateurs de tabac diminue fortement avec l'âge à partir de 30 ans, et en particulier après 50 ans.

Pour les seuls « **ménages fumeurs** », les montants moyens dépensés annuellement sont très proches quel que soit le niveau de vie, l'âge ou le type de ménage (figure 1). En revanche, la part du budget que représente l'achat de tabac est très variable selon le niveau de vie (figure 2). Chez les ménages fumeurs, ceux du premier quintile de niveau de vie ont un coefficient budgétaire de près de 3 points plus élevé que les ménages du dernier quintile. Le poids du tabac est aussi nettement plus élevé que la moyenne des ménages fumeurs chez les hommes célibataires fumeurs. ■

### Définitions

**Dépenses en tabac** : en plus de la définition de la comptabilité nationale, on ajoute ici le papier à cigarettes.

En épidémiologie, la **prévalence** est une mesure de l'état de santé d'une population à un instant donné. Pour une affection donnée (ici l'usage du tabac), elle est calculée en rapportant le nombre de cas de maladies présents à un moment donné dans une population à la population totale.

**Ménage fumeur** : ménage où au moins une personne a eu une dépense en tabac au cours de la période d'interrogation (15 jours). On « perd » ainsi tous les ménages fumeurs très occasionnels, mais qui ont de toute manière peu d'impact sur la structure des dépenses.

**Niveau de vie des ménages, personne de référence, catégorie socioprofessionnelle, coefficient budgétaire** : voir *Glossaire*.

### Pour en savoir plus

- Beck F., Legleye S., Spilka S., Brieffault X., Gautier A., Lamboy B., Leon C., Wilquin J.-L. « Les niveaux d'usage des drogues en France en 2005, exploitation des données du Baromètre santé 2005 », *Tendances* n° 48, mai 2006, OFDT.
- Guilbert P., Gautier A., Beck F., Peretti-Watel P., Wilquin J.-L., Leon C., Legleye S., Arwidson P. « Tabagisme : estimation de la prévalence déclarée », *Bulletin Épidémiologique Hebdomadaire* n° 21-22, numéro thématique Journée mondiale sans tabac, 31 mai 2005, InVS.

## 1. Les déterminants de la dépense des ménages en tabac

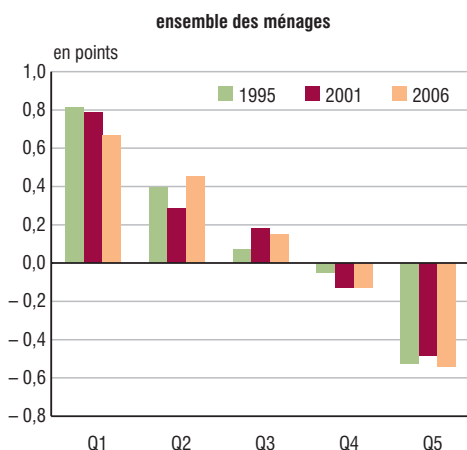
	Ensemble des ménages		Ménages « fumeurs »	
	Écart à la moyenne du coefficient budgétaire (points)	Écart à la moyenne du montant par ménage (%)	Écart à la moyenne du coefficient budgétaire (points)	Écart à la moyenne du montant par ménage (%)
<b>Niveau de vie</b>				
Q1	0,7	-0,9	1,5	-0,1
Q2	0,5	12,9	0,8	0,0
Q3	0,2	6,4	0,3	0,0
Q4	-0,1	1,3	-0,4	0,1
Q5	-0,5	-19,7	-1,4	0,0
<b>Âge de la personne de référence</b>				
Jusqu'à 24 ans	1,1	53,6	0,6	-0,2
25 à 34 ans	0,4	41,4	0,0	0,0
35 à 44 ans	0,4	53,2	0,2	0,1
45 à 54 ans	0,2	33,0	-0,1	0,0
55 à 64 ans	-0,3	-23,9	-0,1	-0,1
65 ans et plus	-0,8	-78,4	0,8	-0,1
<b>CS de la personne de référence</b>				
Agriculteurs actifs	-0,7	-61,0	n. s.	n. s.
Artisans, commerçants et chefs d'entreprise actifs	0,0	31,2	-0,6	0,1
Cadres actifs	-0,6	-18,0	-1,9	-0,1
Professions intermédiaires actifs	0,0	28,6	-0,5	0,0
Employés actifs	0,6	40,4	0,6	0,0
Ouvriers actifs	1,0	79,3	1,0	0,1
Retraités	-0,6	-64,2	0,5	-0,1
Autres inactifs	0,5	-12,4	1,1	-0,2
<b>Type de ménage</b>				
Homme seul	0,7	-1,2	2,2	-0,1
Femme seule	-0,3	-55,7	0,9	-0,2
Famille monoparentale	0,5	35,6	0,2	-0,1
Couple sans enfant	-0,3	-26,4	0,1	0,0
Couple avec 1 enfant	0,0	27,0	-0,5	0,0
Couple avec 2 enfants	-0,1	35,0	-0,9	0,0
Couple avec 3 enfants ou plus	0,4	87,5	0,1	0,3

Lecture : en 2006, les ménages du premier quintile de niveau de vie ont un coefficient budgétaire supérieur de 0,7 point au coefficient budgétaire moyen pour le tabac. Les ménages du dernier quintile ont dépensé en tabac 19,7 % de moins que la moyenne des ménages. n. s. = chiffre non significatif.

Champ : France métropolitaine.

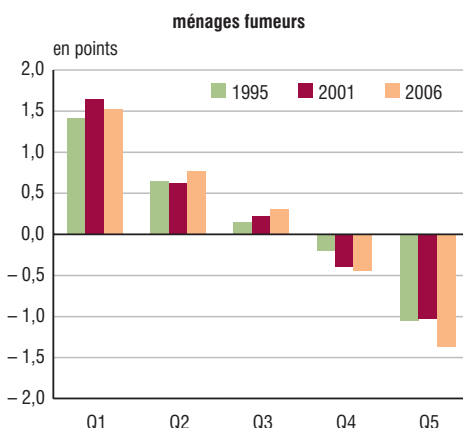
Source : Insee, enquête Budget de Famille 2006.

## 2. Écart à la moyenne du coefficient budgétaire consacré au tabac selon le quintile de niveau de vie



Champ : France métropolitaine.

Source : Insee, enquêtes Budget de Famille 1995, 2001 et 2006.



Champ : France métropolitaine, ménages ayant déclaré un montant non nul en dépenses de tabac.

Source : Insee, enquêtes Budget de Famille 1995, 2001 et 2006.



---

# FICHES THÉMATIQUES

---

Logement

## 2.1 Loyers réels

En 2005, les **loyers** ont atteint 40,4 milliards d'euros et 3 519 euros par **ménage** locataire. À titre de comparaison, le montant des charges de chauffage, d'éclairage et d'eau est de 1 555 euros par ménage.

La part des **loyers réels** dans l'ensemble des dépenses de consommation a doublé entre 1960 (où elle était de 2,3 %) et 1970 (4,6 %). Elle s'est repliée pendant la période de forte **inflation**, jusqu'en 1982 (3,4 %). Puis elle s'est à nouveau redressée, pour atteindre 5,0 % en 2005 (*figure 1*).

Depuis 1960, les ménages (ou personnes physiques) représentent toujours les deux tiers des bailleurs (*figure 2*). En 2005, les organismes HLM ont reçu 21 % des loyers réels, en diminution de 3 points depuis 1960, et le secteur privé 12 %.

Par rapport à l'inflation, le prix des loyers a augmenté nettement plus vite sur l'ensemble de la période 1960-2005 (+ 1,6 point par an en moyenne), sauf de 1970 à 1984 (*figure 3*).

De 1960 à 1970, les prix des loyers réels ont progressé plus vite que l'inflation (+ 9,7 % par an contre + 3,8 %), le **volume** progressant lui-même plus vite (+ 7,2 %) que la consommation totale (+ 5,5 %). La phase de reconstruction après la seconde guerre mondiale n'était pas encore achevée et la demande augmentait avec la forte hausse de la population en métropole : « baby-boom » et retour des Français d'Algérie. Cette hausse du volume s'est traduite par la croissance du parc des locations (notamment des appartements) et les améliorations du parc existant. Les tensions sur le marché de la location ont été favorables aux fortes hausses des prix.

De 1971 à 1982, plusieurs facteurs expliquent la baisse de la part des loyers réels dans le budget des ménages. Tout d'abord,

l'accession à la propriété s'est développée, grâce à des taux d'intérêt réels très favorables à l'emprunt, modérant ainsi la demande de locations. De plus, l'instauration en 1972 de l'allocation logement à caractère social (ALS) et la refonte de l'allocation logement à caractère familial (ALF) ont contribué à baisser la charge financière des ménages locataires, notamment en 1973. Ensuite, la mise en place de l'aide personnalisée au logement (APL) en 1978 et une revalorisation des allocations logement de 25 % en 1981 ont freiné de nouveau la progression des volumes de dépenses. Enfin, les mesures d'encadrement des loyers qui ont suivi les chocs pétroliers de 1974 et 1979 ont pesé sur les prix qui ont augmenté globalement moins que l'inflation.

À partir de 1985 et lors de la période de **désinflation** qui a suivi, le prix des loyers s'est remis à progresser plus vite que l'inflation. La bulle immobilière du début des années 1990 a pesé sur l'accession à la propriété. Le volume des loyers a en conséquence augmenté fortement jusqu'en 1996. Depuis 2002, volumes et prix augmentent plus vite que les autres postes sous l'effet d'une part de la hausse marquée de l'**indice** de référence pour les revalorisations des loyers, d'autre part du déséquilibre persistant entre l'offre et la demande de logements.

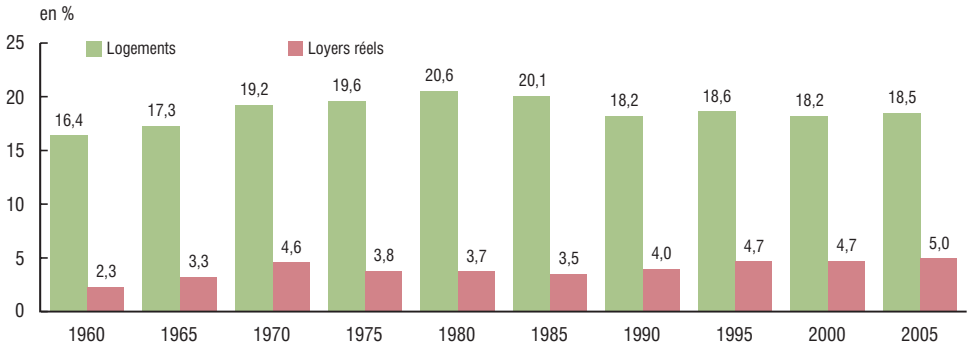
Au sein de l'**Union européenne**, la part des loyers réels dans l'ensemble des loyers (réels ou imputés) semble augmenter avec le **niveau de vie du pays** (*figure 4*). En corollaire, le taux de propriétaires est plutôt moins élevé dans les pays les plus riches. L'Allemagne a notamment le taux de propriétaires le plus faible de l'Union européenne (43 % en 2002). En France le taux de propriétaires (56 %) est inférieur à la moyenne (65 %). ■

### Définitions

**Loyers réels** : recouvre la dépense que les locataires acquittent pour occuper leur résidence principale, ainsi que le droit de bail en vigueur jusqu'en 2000. Il ne comprend ni les charges afférentes au logement, ni la partie des loyers financée par les allocations logement. En comptabilité nationale, sont par ailleurs estimés des loyers qui sont imputés aux propriétaires de leur logement, et qui ne sont pas compris dans ce poste.

**Loyer, ménage, inflation, volume, désinflation, indice, Union européenne, niveau de vie du pays** : voir *Glossaire*.

## 1. Part des logements et loyers dans la dépense des ménages en valeur



Source : Insee, comptes nationaux, base 2000.

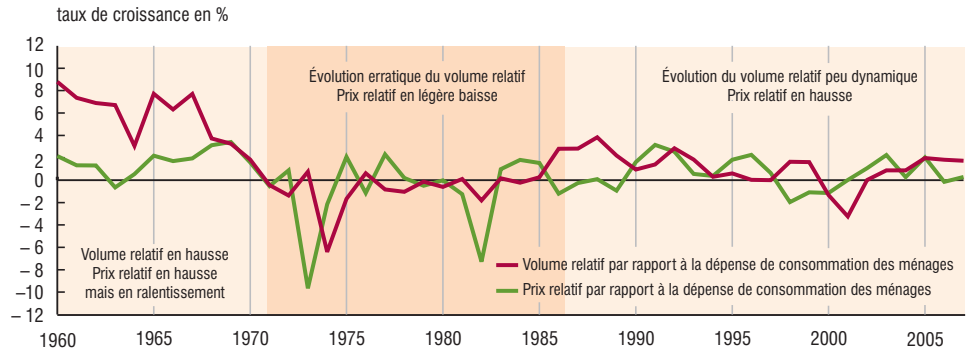
## 2. Structure de la dépense en loyers des ménages locataires en valeur en fonction du type de bailleur

	1960	1975	1990	2005	Valeurs 2005 (Mds €)
Locataires d'une personne physique	66,2	64,4	65,2	66,3	26,8
Locataires d'organismes HLM	24,1	24,7	22,9	21,3	8,6
Locataires d'autres types de bailleurs <sup>1</sup>	9,7	10,9	11,8	12,4	5
<b>Total</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>40,4</b>

1. Autres types de bailleurs : personnes morales, propriétaires de locaux d'hébergement...

Source : Insee, comptes nationaux, base 2000, et Comptes du logement, ministère de l'Écologie, de l'Énergie, du Développement durable et de l'Aménagement du territoire.

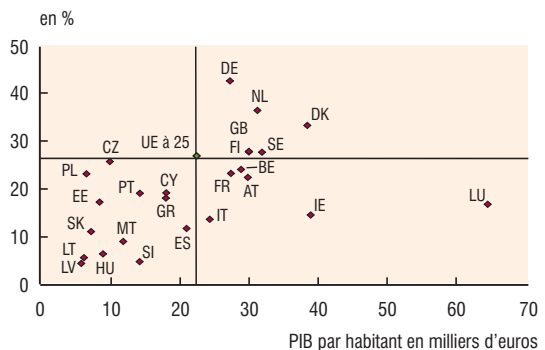
## 3. Volume et prix relatifs de la dépense des ménages en loyers



Lecture : de 2002 à 2005, le prix des loyers a augmenté plus vite que l'inflation et le volume a progressé plus rapidement que les autres postes de consommation.

Source : Insee, comptes nationaux, base 2000.

## 4. Part des loyers réels dans la dépense de loyer et PIB par habitant dans l'Union européenne à 25 en 2005



Lecture : en 2005, les ménages allemands, avec un PIB de 27 200 euros par habitant, ont consacré 42,5 % de leur budget de loyers aux loyers réels.

Sources : Insee, comptes nationaux, base 2000 et Eurostat.

## 2.2 Services liés au logement

En 2005, la dépense de consommation en services liés au logement a atteint 20,4 milliards d'euros, soit 325 euros par personne. C'est un peu moins que la dépense en biens pour l'entretien de la maison (378 euros).

Relativement au reste des dépenses, la consommation en valeur des services liés au logement a plus que doublé entre 1960 (1,2 %) et 2005 (2,5 %), contribuant pour plus de la moitié à la hausse de 2,1 points du poste « logement » (figure 1).

Au sein de ce poste les dépenses d'entretien et de réparation étaient prédominantes en 1960 (55 %, figure 2). Leur part a diminué pour atteindre 47 % en 2005. Le poids des services d'assainissement a triplé passant de 6 % du poste en 1960 à 18 % en 2005. La gestion des ordures ménagères, après avoir baissé, est remontée en 2005 (15 %) à son niveau de 1960 (14 %) avec le développement des activités de tri. Enfin, le poste regroupant le ramonage, le gardiennage et l'entretien des ascenseurs, a perdu 6 points entre 1960 (25 %) et 2005 (19 %).

Sur l'ensemble de la période 1960-2005, les prix des services liés au logement ont augmenté plus rapidement que les autres postes de dépenses, avec des hausses marquées dans les années 1960 et au milieu des années 1970 (figure 3). La consommation en volume a en revanche augmenté moins rapidement que les autres postes de dépenses.

Jusqu'en 1974, la vive hausse des prix, plus rapide que l'inflation, a principalement porté sur l'enlèvement des ordures ménagères et les services d'assainissement. Le volume de consommation a progressé légèrement plus vite que les autres postes, surtout celui de l'entretien et la réparation du logement, du fait de l'augmentation du nombre de logements.

De 1975 à 1990, alors que les prix relatifs ont de nouveau augmenté, le volume relatif a baissé. C'est notamment le cas pour

l'assainissement ou l'entretien et la réparation du logement, dont les volumes ont progressé moins vite que les autres postes alors que leurs prix augmentaient plus rapidement que l'inflation.

De 1991 à 1997, le volume de consommation et les prix relatifs ont augmenté. Notamment, la loi sur l'eau en 1992, qui réhabilitait l'assainissement non collectif comme technique à part entière et confiait de nouvelles compétences et obligations aux communes a induit une forte progression des prix et des volumes des services d'assainissement. La consommation en volume en services d'enlèvement des ordures ménagères a augmenté plus vite que les autres postes sur cette période en raison du développement des activités de tri sélectif.

Depuis 1998, alors que les prix relatifs continuent d'augmenter, les volumes relatifs sont en baisse. Ce repli provient essentiellement de la réparation et de l'entretien. À l'exception de l'année 2000 où le passage au taux réduit de TVA avait joué favorablement sur la demande, le volume de ces services a globalement suivi la tendance antérieure. Les autres postes de dépense ayant sensiblement accéléré, ce poste est donc en repli relatif. La réglementation en matière environnementale et les normes de sécurité ont toutefois favorisé l'enlèvement des ordures ménagères qui a continué d'augmenter à un rythme élevé.

Au sein de l'Union européenne à 25, la quantité de déchets collectés a tendance à s'élever avec le niveau de vie du pays (figure 4). Au-delà de ce lien, certains pays du Sud produisent des quantités de déchets sensiblement plus importantes que ne le suggère leur niveau de PIB (Chypre, Malte, Espagne). Avec 542 kg par an et par habitant collectés, la France est très proche de l'Allemagne (564 kg), et un peu au-dessus de la moyenne de l'Union (519 kg). ■

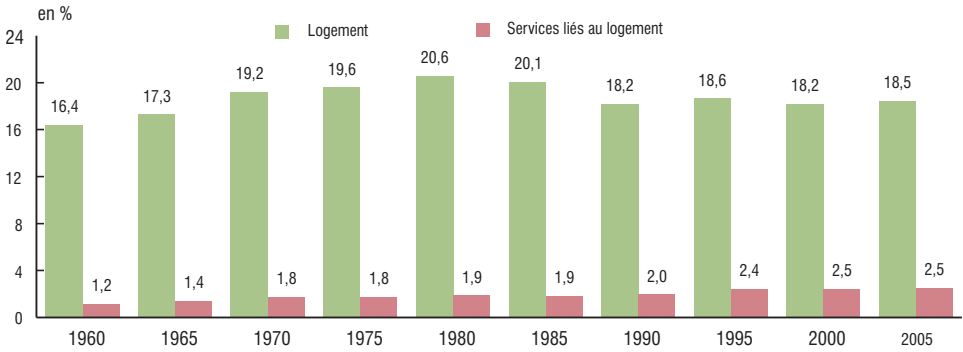
### Définitions

**Services liés au logement** : comprennent la gestion des ordures ménagères (ramassage, transport, tri et traitement des déchets), les services d'assainissement (gestion et entretien des égouts, évacuation et traitement des eaux usées), le ramonage, le gardiennage et l'entretien des ascenseurs. Ils comprennent également le petit entretien et la réparation du logement (revêtement des sols et des murs, travaux de peinture...).

**Volume, inflation, TVA, Union européenne, niveau de vie du pays** : voir *Glossaire*.



## 1. Part dans la dépense des ménages en valeur



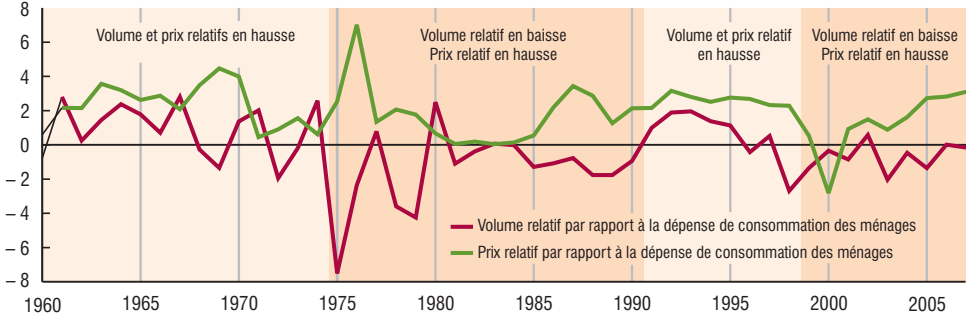
Source : Insee, comptes nationaux, base 2000.

## 2. Structure de la dépense des ménages en services liés au logement

	1960	1975	1990	2005	Valeurs 2005 (Mds €)
Enlèvement des ordures ménagères	14,1	9,6	9,0	15,0	3,1
Services d'assainissement	6,3	9,9	11,4	18,1	3,7
Ramonnage, gardiennage et entretien des ascenseurs	24,6	22,1	22,6	19,5	4,0
Petit entretien et réparations du logement	55,0	58,4	57,0	47,5	9,7
<b>Total</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>20,4</b>

Sources : Insee, comptes nationaux, base 2000, et Comptes du logement, Ministère de l'Écologie, de l'Énergie, du Développement durable et de l'Aménagement du territoire.

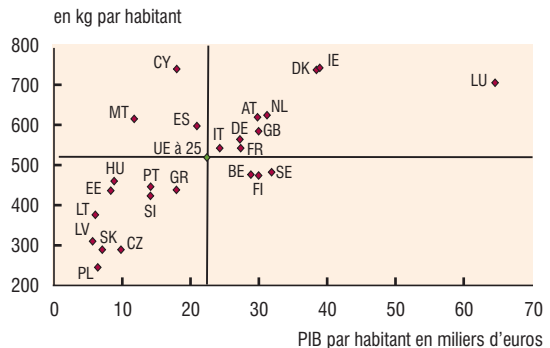
## 3. Volume et prix relatifs de la dépense des ménages en loyers



Lecture : depuis le début des années 2000, le prix des services liés au logement a augmenté plus vite que l'inflation tandis que le volume a globalement progressé moins rapidement que les autres postes de consommation.

Source : Insee, comptes nationaux, base 2000.

## 4. Quantité annuelle des déchets municipaux et PIB par habitant dans l'Union européenne à 25 en 2005



Lecture : en 2005, la Pologne, avec un PIB de 6 400 euros par habitant, a collecté 245 kg de déchets municipaux par habitant.

Source : Insee, comptes nationaux, base 2000.

## 2.3 Loyers et services liés au logement

Pour les ménages locataires, la dépense en **loyers et services liés au logement**, comme son poids dans le budget, varie fortement selon qu'on prend ou non en compte les **aides aux logements** dont les ménages peuvent bénéficier. La dépense « brute » (c'est-à-dire aides au logement non déduites) croît avec le niveau de vie du ménage, mais le **coefficient budgétaire** qui lui correspond décroît. Ainsi, pour les ménages du 1<sup>er</sup> **quintile de niveau de vie**, le coefficient budgétaire du loyer est supérieur de 3,7 points à la moyenne des ménages locataires. Chez les ménages locataires du quintile le plus aisé, au contraire, il est de presque 2 points plus faible (figure 1).

Excepté pour les ménages les plus aisés (dernier quintile de niveau de vie), les cadres actifs et les couples avec 2 enfants, les montants consacrés à ce poste varient assez peu selon les caractéristiques du ménage. En revanche, le loyer pèse beaucoup plus dans le budget des célibataires, des ménages de plus de 65 ans et des retraités ou autres inactifs. Les caractéristiques du logement sont déterminantes sur le loyer : le poids de ce poste dans le budget des ménages vivant à Paris ou dans des petits logements (moins de 30 m<sup>2</sup>) est beaucoup plus élevé que la moyenne (figure 2).

La prise en compte des aides aux logements fait baisser la dépense moyenne de loyers et services pour le logement ainsi que son poids budgétaire, mais les effets

redistributifs diffèrent selon le type de ménage. Ainsi, les locataires les plus aisés ont des dépenses brutes 1,7 fois plus élevées que les plus modestes, mais des dépenses « nettes » (après déduction des aides au logement) 2,8 fois plus importantes. Les aides ont un effet redistributif pour les ménages locataires des 1<sup>er</sup> et 2<sup>e</sup> quintiles de niveau de vie. Dans les quintiles suivants, la réduction dont bénéficient les ménages est moindre : le poids des dépenses nettes est alors pour eux beaucoup plus élevé que le poids budgétaire moyen. L'impact des allocations logement s'avère particulièrement important pour les ménages de 3 enfants ou plus et les familles monoparentales, qui voient, avec la prise en compte des allocations logement, la part de leur budget consacrée à ce poste diminuer respectivement de 3 et 4 points par rapport à la moyenne.

L'écart entre les parts consacrées à ce poste pour les ménages locataires d'un logement « social » et les autres est accentué par la prise en compte des allocations logement : de près de 4 points avant déduction des allocations logement, il passe à presque 6 points après prise en compte de ces dernières.

Lorsque l'on raisonne à caractéristiques des ménages (quintile de niveau de vie, âge, CS et type de ménage) égales, le lieu d'habitation et le type de bailleur (social ou non) jouent plus fortement que la surface du logement sur les dépenses brutes de loyer. ■

### Définitions

**Loyers et services liés au logement** : comprennent les loyers des locataires, ainsi qu'une partie des charges afférentes de type ascenseur, concierge, espaces verts, etc. On comptabilise ici aussi certaines charges (eau, chauffage collectif...), que les ménages ne savent pas distinguer de leur loyer seul. Ce poste comprend aussi les services de petit entretien et de réparation du logement, ainsi que l'enlèvement des ordures et les services d'assainissement (voir *fiches 2.1 et 2.2*). On s'intéresse ici uniquement aux ménages locataires au moment de l'enquête.

**Aides au logement** : il s'agit de l'allocation de logement et de l'aide personnalisée au logement, versées par les CAF, mais aussi de toute aide éventuelle des conseils généraux, régionaux ou des communes.

**Coefficient budgétaire (ou poids ou part), quintile, niveau de vie des ménages** : voir *Glossaire*.

# Loyers et services liés au logement 2.3

## 1. Les déterminants de la dépense des ménages en loyers et services liés au logement

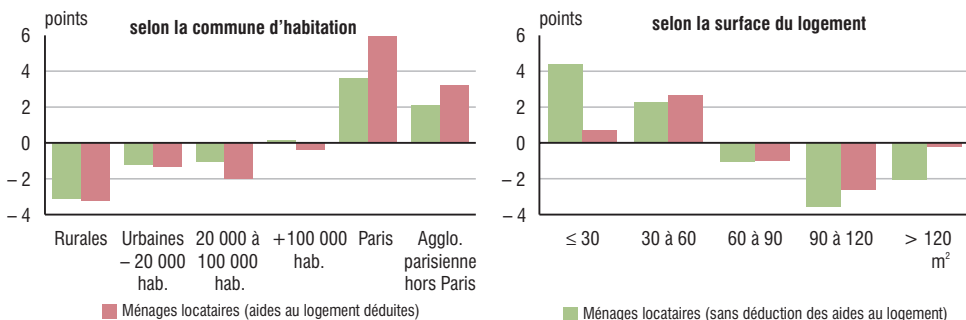
	Ménages locataires (sans déduction des aides au logement)		Ménages locataires (aides au logement déduites)	
	Écart à la moyenne du coefficient budgétaire (points)	Écart à la moyenne du montant par ménage (%)	Écart à la moyenne du coefficient budgétaire (points)	Écart à la moyenne du montant par ménage (%)
<b>Quintile de niveau de vie</b>				
Q1	3,7	- 16	- 3,3	- 39
Q2	0,3	- 8	- 0,2	- 10
Q3	- 0,9	- 1	1,3	9
Q4	- 2,0	14	1,2	31
Q5	- 1,9	48	1,7	73
<b>Âge de la personne de référence</b>				
jusqu'à 24 ans	2,2	- 5	- 0,3	- 15
25 à 34 ans	- 1,2	7	- 0,8	9
35 à 44 ans	- 1,6	3	- 2,0	- 1
45 à 54 ans	- 0,7	4	- 0,6	4
55 à 64 ans	- 1,1	- 6	0,0	- 1
65 à 74 ans	5,8	- 9	7,0	- 1
75 ans et plus	7,7	- 12	7,3	- 10
<b>CS de la personne de référence</b>				
<b>Actifs</b>				
Agriculteurs	n. s.	n. s.	n. s.	n. s.
Artisans, commerçants et chefs d'entreprise	n. s.	n. s.	n. s.	n. s.
Cadres	- 0,4	61	2,8	86
Professions intermédiaires	- 2,0	12	0,1	23
Employés	0,3	- 2	- 0,7	- 7
Ouvriers	- 1,9	- 7	- 2,7	- 13
<b>Inactifs</b>				
Retraités	4,6	- 13	4,9	- 10
Autres inactifs	5,2	- 15	- 3,0	- 40
<b>Type de ménage</b>				
Homme seul	5,6	- 13	5,8	- 10
Femme seule	7,0	- 12	6,2	- 11
Famille monoparentale	0,1	- 3	- 4,1	- 23
Couple sans enfant	- 1,2	10	1,4	23
Couple avec 1 enfant	- 3,6	10	- 1,7	18
Couple avec 2 enfants	- 4,0	21	- 2,7	25
Couple avec trois enfants ou plus	- 4,6	8	- 7,7	- 17
<b>Type de propriétaire</b>				
HLM ou assimilé, organisme au titre du 1% patronal	- 2,2	- 17	- 3,3	- 23
Autre	1,7	14	2,5	20

Lecture : en 2006, les ménages du premier quintile de niveau de vie ont une part de dépense brute consacrée aux loyers et services liés au logement supérieure de 3,7 points à celle de l'ensemble des ménages.

Champ : France métropolitaine.

Source : Insee, enquête Budget de famille 2006.

## 2. Écarts à la moyenne du coefficient budgétaire de la dépense en loyers et services liés au logement



Champ : France métropolitaine.

Source : Insee, enquête Budget de famille 2006.

## 2.4 Chauffage, éclairage et eau

En 2005, les ménages ont consommé pour 38,9 milliards d'euros de chauffage, éclairage et eau, soit 619 euros par habitant et 1 555 euros par ménage. Les dépenses équivalentes pour les loyers étaient de 3 519 euros par ménage locataire.

La part de ce poste dans le budget des ménages a augmenté d'un point entre 1960 (3,9 %) et 2005 (4,8 %) [figure 1]. Elle a progressé jusqu'en 1975 (4,9 %) puis plus fortement entre 1975 et 1985 (7,1 %), en raison des deux chocs pétroliers de 1974 et 1979. À la faveur du contre-choc pétrolier, elle est revenue en 1990 à son niveau de 1975 pour se stabiliser depuis lors. Les dépenses d'électricité représentent un peu moins de la moitié de ce poste en 2005 (45 %), près du double de la part en 1960 (24 %) [figure 2]. Les parts du gaz et des combustibles liquides ont légèrement augmenté, pour atteindre respectivement 20 et 21 % du poste. L'utilisation de plus en plus importante de ces énergies pour le chauffage a eu pour corollaire l'effondrement de la part du bois et du charbon, de 37 % en 1960 à 1 % en 2005. Enfin, la part des dépenses en distribution d'eau a été multipliée par trois, pour atteindre 9 % du poste en 2005.

De 1960 à 2005, globalement, les évolutions des prix de ce poste ne se sont pas distingués de l'inflation d'ensemble. Toutefois sur des sous-périodes, les variations des cours du pétrole ont eu de fortes répercussions sur les prix des produits de chauffage qui en dépendent. Notamment, deux hausses exceptionnelles au moment des chocs pétroliers de 1974 et 1979 ont entraîné celles des prix relatifs du fioul. Le contre-choc pétrolier de 1986 a produit l'effet inverse (figure 3). Sur longue période, la consommation en volume a augmenté plus vite que l'ensemble des autres postes de dépenses (+ 0,7 point par an), son déterminant principal étant la hausse du nombre de ménages.

Dès les années 1960, la consommation de charbon et de bois a décliné, au profit du fioul notamment. Ces combustibles ont également pâti du développement de l'électricité et du gaz pour le chauffage. Entre 1974 et 1985, les deux chocs pétroliers ont entraîné une forte hausse du prix du fioul (10,5 points par an de plus que l'inflation). La consommation de fioul a baissé de 3,9 % par an. Avec des hausses plus modérées de prix, le gaz a bénéficié de ce recul. Pour l'énergie domestique, une hausse de 1 % du prix relatif induit en moyenne une baisse des achats en volume de 0,2 %. Bien que le prix de l'électricité soit resté élevé, son essor a aussi été important jusqu'au milieu des années 1980, favorisé par un coût d'installation plus faible et une évolution des prix plus modérée. Depuis le contre-choc pétrolier de 1986, les prix ont augmenté moins vite que l'inflation (écart de -1,3 point par an). En particulier, les prix relatifs des dépenses de chauffage au gaz naturel ont diminué entre 1986 et 2005 ; cela a permis au gaz naturel de poursuivre son développement et de devenir la première source d'énergie pour le chauffage.

S'agissant de la consommation d'eau par habitant, qui avait nettement augmenté jusqu'en 1980, elle a ralenti depuis lors.

Le lien entre la part du budget des ménages consacrée au chauffage et à l'éclairage et le niveau de vie du pays semble tenu (figure 4). En effet, si la France se situe dans la moyenne européenne pour cette part, la situation est différente pour d'autres pays à niveau de vie des pays comparable : la part du budget consacrée au chauffage et à l'éclairage est plus importante pour l'Allemagne mais nettement plus faible pour le Royaume-Uni. Le climat, la structure des sources d'énergie pour le chauffage et les écarts de taxations sur les produits peuvent expliquer ces différences. ■

### Définitions

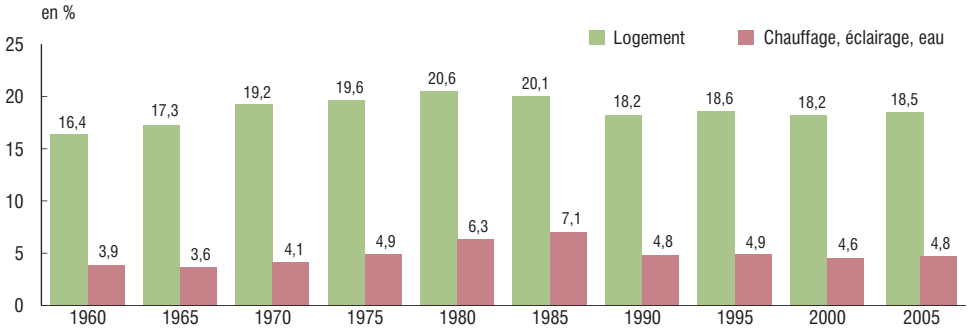
**Chauffage, éclairage et eau** : comprend l'électricité, le gaz, les combustibles liquides (fioul domestique et gaz pétrolier liquéfié), les combustibles solides (produits sylvicoles et charbon), le chauffage urbain et la distribution d'eau.

**Ménage, loyer, part des dépenses, inflation, volume, niveau de vie du pays** : voir *Glossaire*.

### Pour en savoir plus

- « Consommation d'énergie : autant de dépenses en carburants qu'en énergie domestique », *Insee Première* n° 1176, février 2008.

## 1. Part dans la dépense des ménages en valeur



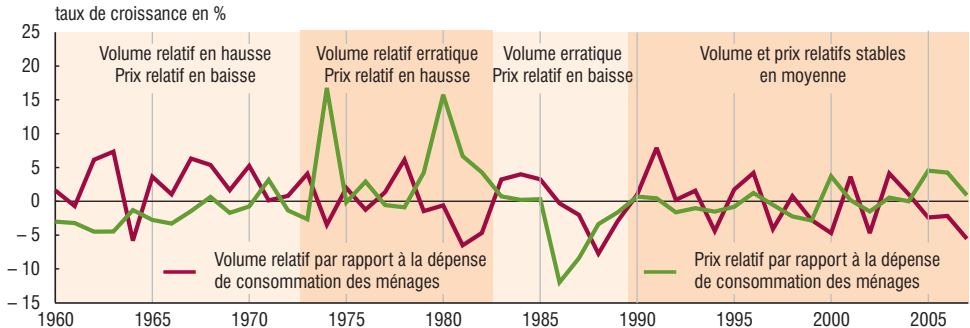
Source : Insee, comptes nationaux, base 2000.

## 2. Dépense des ménages en chauffage, électricité et eau, structure en valeur

	1960	1975	1990	2005	Valeurs 2005 (Mds €)
Distribution d'eau	3,0	5,7	7,4	9,2	3,6
Électricité	24,2	31,8	50,6	45,1	17,5
Gaz	17,7	16,8	17,4	19,8	7,7
Combustibles liquides	15,6	34,9	19,3	21,4	8,3
Combustibles solides hors autoconsommation	37,2	6,5	2,0	1,0	0,4
Eau chaude et vapeur d'eau	2,2	4,4	3,4	3,5	1,3
<b>Total</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>38,9</b>

Source : Insee, comptes nationaux, base 2000.

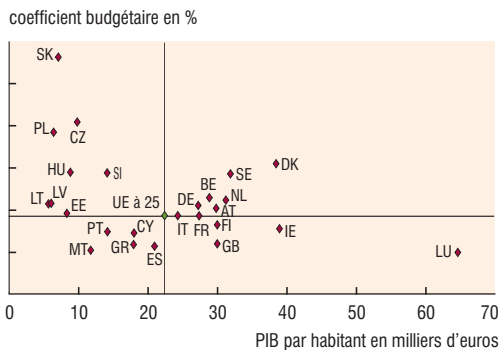
## 3. Volume et prix relatifs de la dépense des ménages en chauffage, éclairage, eau



Lecture : à la fin des années 1980, le prix du chauffage, électricité et eau a augmenté moins vite que l'inflation et le volume a progressé moins rapidement que les autres postes de consommation.

Sources : Insee, comptes nationaux, base 2000.

## 4. Dépense des ménages en chauffage, éclairage à 25 en 2005



Lecture : en 2005, les ménages slovaques, avec un PIB de 7 100 euros par habitant, ont consacré 11,3 % de leur budget au chauffage et à l'éclairage.

Sources : Insee, comptes nationaux, base 2000 et Eurostat.

## 2.4 Chauffage, éclairage et eau

Les dépenses de chauffage, d'eau et d'éclairage du logement augmentent avec le **niveau de vie** du ménage : les **ménages** les plus riches (dernier **quintile** de niveau de vie *figure 1*) dépensent une fois et demie plus que les ménages les plus modestes (premier quintile de niveau de vie). En revanche, ces dépenses pèsent d'autant plus dans le budget d'un ménage que son niveau de vie est faible : la part budgétaire est supérieure de 1,6 point à la moyenne pour les ménages les plus modestes et inférieure de 1,2 point pour les plus aisés (*figure 2*).

Le lieu de résidence entraîne de fortes disparités. Les Parisiens consacrent à ce poste une part de leur budget inférieure de 3,4 points à la moyenne et un montant de dépenses inférieur de 50 % (*figure 3*). La **part des dépenses** d'un ménage parisien est trois fois moins élevée que celle d'un ménage habitant en zone rurale. En règle générale, la part et le montant des dépenses en eau et énergie pour le logement des habitants de grandes villes sont nettement inférieurs à ceux des ruraux. Vivre en habitation collective réduit la facture énergétique, mais ce constat est également lié au fait qu'en moyenne les logements urbains sont plus petits. Par ailleurs, les modes de chauffage sont très différents : 43 % des ménages parisiens utilisent le gaz de ville et 31 % l'électricité alors qu'en milieu rural, 36 % des ménages se chauffent grâce aux combustibles liquides (fioul, mazout, pétrole), 29 % en utilisant l'électricité et près de 20 % les combustibles solides.

Les caractéristiques du logement déterminent, bien évidemment, le montant et la part des dépenses consacrés à ce poste. Le montant des dépenses augmente avec la taille du logement et il est à peu près proportionnel à la surface. Il est ainsi deux à trois fois plus élevé pour un logement de plus de 120 m<sup>2</sup> que pour un logement de moins de 60 m<sup>2</sup>. De plus, quand le logement est une maison individuelle, la part et le montant des dépenses sont plus importants. Ce montant est supérieur de plus de 30 % à la moyenne quand le logement est une maison et inférieur d'environ 40 % quand il s'agit d'un appartement. Trois facteurs peuvent expliquer une telle différence. D'une part, l'utilisation d'un chauffage collectif engendre de réelles économies ; d'autre part, la surface est en moyenne plus petite pour les appartements ; enfin, pour les ménages occupant un appartement, une partie des consommations d'eau, d'électricité de gaz ou de chauffage peut être comprise dans les charges collectives et ne peut être isolée dans la source statistique utilisée ici (*voir fiche 2.3*).

Sur la période 1979-2006, la part des dépenses de chauffage, éclairage et eau reste d'autant plus forte que le niveau de vie des ménages est faible. Au cours de cette période, l'écart en termes de part de dépense entre ménages pauvres et ménages riches apparaît à peu près stable, compte tenu de la précision des sources statistiques sur ce poste de dépenses. ■

### Définitions

**Chauffage, éclairage et eau** : contrairement à la comptabilité nationale qui identifie précisément les dépenses relatives à ce poste, les déclarations des ménages dans l'enquête Budget de famille ne permettent pas toujours d'isoler ces dépenses, parfois comptabilisées dans les charges collectives (*voir fiche 2.3*). On ne retient donc ici que les dépenses issues de factures individuelles.

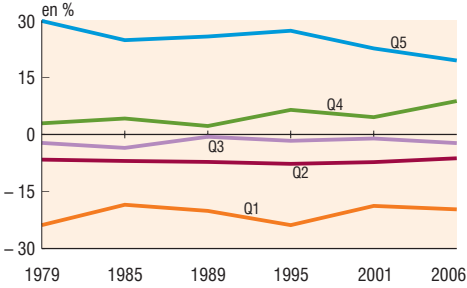
**Niveau de vie du ménage, ménage, quintile, part des dépenses** : voir *Glossaire*.

### Pour en savoir plus

- « Le poids des dépenses énergétiques dans le budget des ménages en France », *Stratégie & études* n° 11, avril 2008 Ademe.

# Chauffage, éclairage et eau 2.4

## 1. Écart à la dépense moyenne par quintiles de niveau de vie

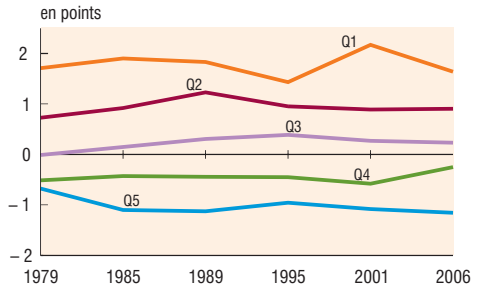


Lecture : en 1979, les ménages appartenant au 1<sup>er</sup> quintile de niveau de vie avaient un montant de dépenses en eau et énergie pour le logement inférieur de 23,8 % à la dépense moyenne de l'ensemble des ménages.

Champ : France métropolitaine.

Source : Insee, enquêtes Budget de famille.

## 2. Écart au coefficient budgétaire moyen par quintiles de niveau de vie



Lecture : en 1979, les ménages appartenant au 1<sup>er</sup> quintile de niveau de vie avaient une part des dépenses de consommation totale consacrée à l'eau et l'énergie pour le logement supérieure de 1,7 point à celle de l'ensemble des ménages.

Champ : France métropolitaine.

## 3. Les déterminants de la dépense en eau et énergie pour le logement

	Écart au coefficient budgétaire moyen (points)	Écart à la dépense moyenne par ménage (%)			
		Ensemble du poste dont :	Eau	Électricité et gaz	Combustibles liquides
<b>Quintile de niveau de vie</b>					
Q1	1,6	-19,7	-17,4	-21,9	-11,7
Q2	0,9	-6,3	-7,5	-7,3	-7,3
Q3	0,2	-2,3	-0,5	-1,7	-4,5
Q4	-0,3	8,8	9,6	10,2	4,3
Q5	-1,2	19,5	15,8	20,7	19,3
<b>Âge de la personne de référence</b>					
Moins de 25 ans	-2,7	-56,4	-61,8	-47,1	-85,4
De 25 à 34 ans	-1,7	-23,0	-26,6	-15,5	-45,9
De 35 à 44 ans	-0,8	2,3	13,1	4,8	-18,2
De 45 à 54 ans	-0,5	9,0	19,7	7,9	-1,0
De 55 à 64 ans	0,2	7,8	11,6	5,2	13,0
65 ans ou plus	3,2	7,6	-7,7	2,8	43,0
<b>Type de ménage</b>					
Personne seule	0,8	-30,6	-45,0	-28,1	-26,0
Famille monoparentale	-0,5	-19,7	-14,0	-12,5	-46,2
Couple sans enfant	0,5	10,5	3,3	9,3	21,1
Couple avec 1 enfant	-0,4	18,5	26,3	14,3	25,5
Couple avec 2 enfants	-0,9	22,8	40,8	23,8	1,2
Couple avec 3 enfants et plus	-0,6	29,6	64,5	27,0	3,7
<b>Commune d'habitation</b>					
Commune rurale	1,6	22,2	10,9	1,0	100,7
- de 20 000 habitants	1,3	19,5	28,2	12,7	40,5
20 000 - 100 000 habitants	0,4	-1,0	5,3	3,7	-20,6
+ de 100 000 habitants	-0,7	-13,9	-11,4	-2,5	-55,1
Paris	-3,4	-48,7	-68,7	-32,6	-90,6
Agglomération parisienne hors Paris	-1,9	-20,9	-17,2	-7,6	-70,7
<b>Statut d'occupation du logement</b>					
Propriétaire ou accédant à la propriété	0,9	20,6	22,7	14,0	42,4
Locataire	-1,8	-35,9	-39,5	-24,4	-73,9
<b>Type de logement</b>					
Maison	1,5	31,9	40,2	22,1	58,9
Appartement	-2,4	-43,3	-54,5	-29,1	-83,9
<b>Surface du logement</b>					
≤ 30 m <sup>2</sup>	-0,1	-33,1	-35,9	-30,3	-40,2
30 à 60 m <sup>2</sup>	-1,8	-45,5	-55,1	-35,1	-76,7
60 à 90 m <sup>2</sup>	-0,3	-12,8	-14,2	-6,2	-34,6
90 à 120 m <sup>2</sup>	0,5	22,2	28,7	17,2	27,8
> 120 m <sup>2</sup>	0,8	59,7	64,4	40,5	134,8

Lecture : en 2006, les ménages du 1<sup>er</sup> quintile de niveau de vie (Q1) ont un coefficient budgétaire supérieur de 1,6 point au coefficient budgétaire moyen pour les dépenses en eau et énergie pour le logement. Les ménages du dernier quintile (Q5) ont dépensé pour ce poste 19,5 % de plus que la moyenne des ménages.

Champ : France métropolitaine.

Source : Insee, enquête Budget de famille 2006.

## 2.5 Gros équipement du logement

En 2005, les ménages ont dépensé 19,9 milliards d'euros en gros équipement du logement, soit 317 euros par habitant et 774 euros par ménage. C'est moins que la dépense correspondante pour l'entretien courant de la maison (927 euros par ménage).

Relativement au reste des dépenses, la consommation en valeur en gros équipement du logement est en repli sur la période 1960-2005 (figure 1). Sa part est restée stable jusqu'en 1980, autour de 4 %. Puis elle a baissé, en deux phases : vivement entre 1980 et 1985, date à laquelle elle a atteint 3,1 %, puis plus modérément, pour atteindre 2,4 % en 2005.

En 1960, les dépenses de gros équipement du logement se partageaient quasiment en parts égales entre l'ameublement et les appareils ménagers. En 2005, sur 100 euros dépensés, environ 67 vont aux dépenses de meubles et articles d'ameublement (figure 2).

La stabilité de la part en valeur jusqu'en 1980 recouvre d'abord une hausse des volumes nettement plus forte pour les meubles et les gros appareils ménagers que pour les autres postes de consommation (+ 2,7 points par an). Elle s'explique par la hausse du nombre de logements et une diffusion intensive de leur équipement. Les prix ont en revanche augmenté moins vite que l'inflation (- 3,2 points). Le volume a suivi des phases cycliques (figure 3) en raison de la durée de vie des produits : peu de ménages peuvent acheter un nouveau produit à son apparition, compte tenu de son coût ; puis les progrès technologiques et les rendements d'échelles font baisser les coûts de production, et donc les prix, ce qui permet sa diffusion dans les foyers. Le taux d'équipement des ménages augmente jusqu'à sa saturation, saturation dont le niveau dépend du caractère plus ou moins indispensable du produit : en 2006, le taux d'équipement en réfrigérateur avoisine 100 % quand celui en lave-vaisselle est inférieur à 50 %. Les quantités vendues se

réduisent alors aux seuls achats de renouvellement ou de multi-équipement. De 1980 à 2001, la diffusion des équipements ménagers a été moins intensive. Les volumes ont augmenté moins vite que les autres postes de dépenses (- 1,4 point par an), avec des périodes de baisse importante lors des phases de ralentissement (1983-1984, 1991), voire de récession (1975, 1993). Pendant ces périodes, les ménages restreignent leurs dépenses de confort (meubles de luxe, lave-vaisselle...) et se concentrent sur les produits de première nécessité (lit, réfrigérateur...), notamment lors d'une première installation ou d'un déménagement. Sur l'ensemble de la période, une hausse de 1 % des revenus a pour conséquence une hausse de la consommation en ces biens estimée à 0,9 %.

Depuis 2002, dans un contexte de prix relatifs toujours en baisse, le volume a de nouveau crû plus vite que l'ensemble des dépenses. Le marché des gros appareils ménagers a été dopé par les progrès réalisés en matière d'économie d'énergie ou de réduction du bruit.

En 2007, la dispersion des prix des appareils ménagers, gros et petits, est assez faible dans l'Union européenne à 27 (figure 4). Cela illustre la convergence des prix des biens échangeables, compte tenu de leur caractère transportable. En France, les prix se situent 2 % au-dessus de la moyenne européenne. Les pays scandinaves (Danemark, Suède, Finlande), qui ont notamment des taux de TVA élevés, et les pays insulaires (Chypre, Malte) sont les plus chers pour ces produits. Les prix sont plus faibles au Royaume-Uni et en Allemagne, 6 % en dessous de la moyenne. Cela s'expliquerait par un système productif mieux implanté dans ces deux pays, qui permet des coûts de transport moindres, et par des taux de TVA légèrement plus faibles. ■

### Définitions

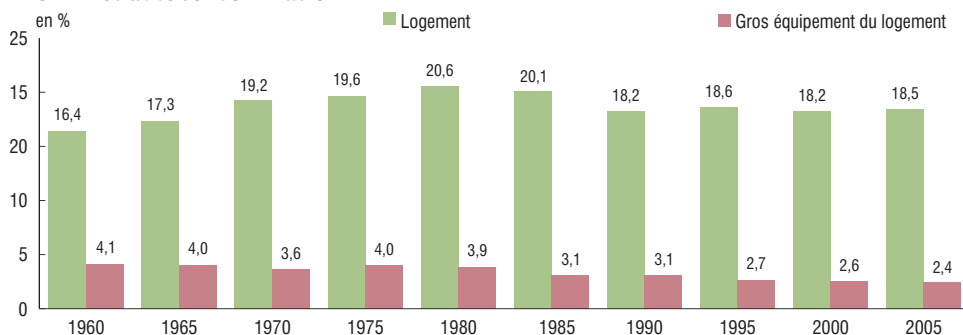
**Gros équipement du logement** : comprend les meubles et articles d'ameublement et les gros appareils ménagers, électriques ou non.

**Ménage, volume, inflation, Union européenne, TVA** : voir *Glossaire*.



# Gros équipement du logement 2.5

## 1. Part dans la dépense de consommation des ménages en valeur hors loyers imputés, Sifim et autoconsommation



Source : Insee, comptes nationaux, base 2000.

## 2. Dépense de consommation des ménages, structure en valeur

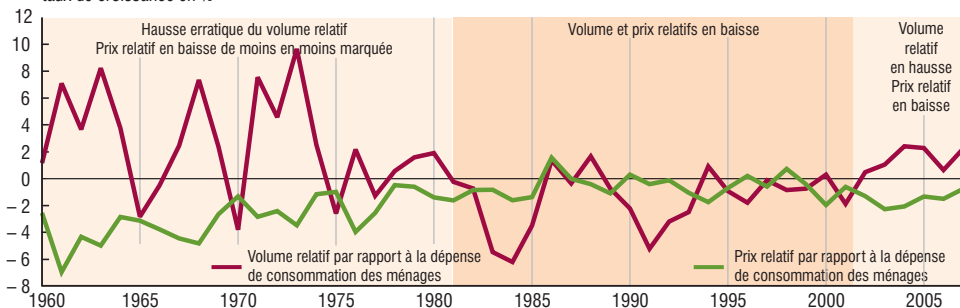
en %

	1960	1975	1990	2005	Valeurs 2005 (Mds €)
Meubles et articles d'ameublement	48,5	63,6	68,2	67,1	13,4
Gros appareils ménagers électriques ou non	51,5	36,4	31,8	32,9	6,6
<b>Total</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>19,9</b>

Source : Insee, comptes nationaux, base 2000.

## 3. Volume et prix relatifs de la dépense des ménages en gros équipement du logement

taux de croissance en %



Lecture : de 2002 à 2007, le prix du gros équipement du logement a augmenté moins vite que l'inflation tandis que le volume a progressé plus rapidement que les autres postes de consommation.

Source : Insee, comptes nationaux, base 2000.

## 4. Indices de niveau de prix en 2007 dans l'Union européenne pour les appareils ménagers

	Prix appareils ménagers	Prix du PIB		Prix appareils ménagers	Prix du PIB
Malte	132	69	République tchèque	98	61
Danemark	127	137	Autriche	97	103
Suède	120	116	Pologne	97	61
Finlande	114	117	Portugal	96	83
Chypre	113	86	Lettonie	96	61
Italie	108	103	Irlande	95	118
<b>France</b>	<b>102</b>	<b>108</b>	Royaume-Uni	94	116
Grèce	102	84	Allemagne	94	105
Belgique	101	106	Roumanie	93	56
Espagne	101	88	Lituanie	93	56
<b>UE à 27</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	Pays-Bas	92	105
Slovénie	100	76	Estonie	92	65
Luxembourg	99	110	Hongrie	84	64
Slovaquie	99	60	Bulgarie	78	40

Lecture : en 2007 à Malte, le prix des appareils ménagers est 32 % plus cher que pour la moyenne de l'Union européenne.

Sources : Insee, comptes nationaux, base 2000 et Eurostat.

## 2.5 Gros équipement du logement

Plus le **niveau de vie** du **ménage** est élevé, plus la part et le montant des dépenses qu'il consacre au **gros équipement du logement** sont importants. Les ménages appartenant au dernier **quintile** de niveau de vie ont une part une fois et demie plus élevée que ceux du premier quintile et un montant de dépense environ quatre fois supérieur. Conjointement, le taux d'équipement en gros appareils électroménagers augmente avec le niveau de vie (*figure 1*).

L'importance des dépenses destinées à ce poste de consommation est également fortement liée aux caractéristiques de l'habitation et au statut d'occupation (locataire ou propriétaire).

Plus le logement est grand, plus la dépense est grande : + 70 % par rapport à la dépense moyenne si la surface est supérieure à 120 m<sup>2</sup> contre - 45 % pour les ménages dont la surface du logement est inférieure à 30 m<sup>2</sup>. Toutefois, cet écart lié à la superficie concerne surtout les dépenses de meubles. Les dépenses en gros électroménager y sont beaucoup moins sensibles : on achète en général un seul réfrigérateur, une seule machine à laver, quelle que soit la taille du logement. Les dimensions et la puissance de ces appareils peut différer, mais leur impact sur le prix reste limité. De même, les ménages habitant une maison dépensent 12 % de plus que la moyenne alors que ceux résidant en appartement dépensent 13 % de moins. En effet, la surface moyenne des maisons est d'environ 110 m<sup>2</sup> contre moins de 70 m<sup>2</sup> pour celle des appartements. La part de ce poste dans les dépenses est plus élevée chez les ménages propriétaires de leur logement (+ 0,4 point par rapport à la moyenne) que chez les locataires (- 0,6 point par rapport à la moyenne).

Les autres caractéristiques des ménages sont moins déterminantes. Néanmoins, bien que moins équipés que la moyenne en gros appareils électroménagers par exemple, les ménages dont la **personne de référence** a plus de 65 ans achètent moins de gros équipement du logement que les autres (- 46 % par rapport au montant moyen de dépenses).

Au cours de la période 1979-2006, la **part des dépenses** d'un ménage en gros équipement du logement s'élève avec son niveau de vie. Les disparités se sont néanmoins légèrement estompées : en 1979, la part des dépenses des ménages appartenant au premier quintile était inférieure de 2,2 points à celle des ménages les plus aisés (dernier quintile). En 2006, l'écart n'est plus que de 1,3 point (*figure 2*).

Les ménages achètent les biens durables destinés à équiper le logement principalement dans les commerces spécialisés. Près de 80 % des dépenses dans ce domaine sont réalisés dans les grandes surfaces spécialisées (GSS) ou dans le petit commerce spécialisé (respectivement 45 % et 32 %) [*figure 3*]. Les grandes surfaces alimentaires (GSA) ne représentent qu'à peine 10 % des dépenses. Néanmoins, on distingue quelques différences de comportement d'achat selon les catégories de produits. Seulement 7 % des dépenses en meubles et accessoires du mobilier sont réalisées dans ces GSA, alors que cette part s'élève à près de 20 % pour le gros électroménager. À l'inverse, le gros électroménager est moins souvent acheté que les meubles dans les petits commerces spécialisés où la part des dépenses s'élève seulement à 26 % (contre 33 % pour les meubles). Les autres formes de vente sont peu utilisées par les ménages. ■

### Définitions

**Gros équipement du logement** : voir page précédente.

**Niveau de vie des ménages, ménage, quintile, personne de référence, part des dépenses** : voir *Glossaire*.

### Pour en savoir plus

- Bellamy V., Léveillé L., « Consommation des ménages - Quels lieux d'achat pour quels produits ? », *Insee Première* n° 1165, novembre 2007.

# Gros équipement du logement 2.5

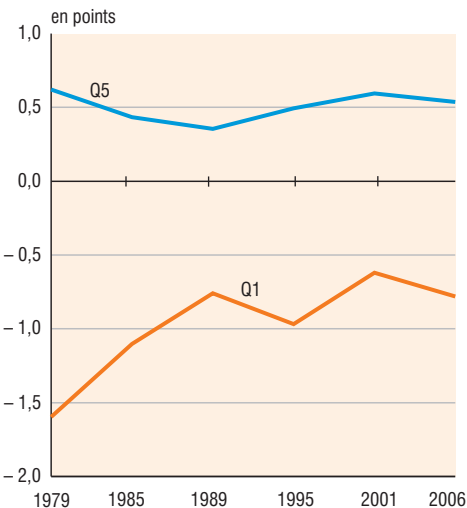
## 1. Déterminants de la dépense en gros équipement du logement et taux d'équipement en appareils électroménagers

	Écart au coefficient budgétaire moyen (points)	Écart à la dépense moyenne par ménage (%)	Taux d'équipement en appareils électroménagers			
			Congélateur indépendant	Lave-linge	Sèche-linge indépendant	Lave-vaisselle
<b>Quintiles de niveau de vie</b>						
Q1	-0,8	-51,8	47,8	83,3	17,2	22,8
Q2	-0,5	-30,2	54,7	90,5	27,2	36,7
Q3	-0,1	-10,0	56,8	92,8	29,2	43,3
Q4	0,2	20,1	56,9	94,1	34,1	54,3
Q5	0,5	72,0	53,3	94,6	36,4	68,1
<b>Âge de la personne de référence</b>						
Moins de 30 ans	0,2	-3,7	24,1	73,8	16,5	16,7
De 30 à 54 ans	0,2	24,1	55,7	93,3	39,5	51,9
De 55 à 64 ans	0,2	9,0	63,7	93,7	30,8	53,9
65 ans et plus	-0,8	-46,8	55,4	91,4	13,0	37,8
<b>Surface du logement</b>						
≤ 30 m <sup>2</sup>	-0,6	-45,1	35,4	69,3	15,0	19,2
30 à 60 m <sup>2</sup>	-0,2	-28,9	23,7	82,2	9,4	14,3
60 à 90 m <sup>2</sup>	-0,3	-18,3	51,0	94,0	23,3	38,9
90 à 120 m <sup>2</sup>	0,1	15,0	70,0	96,4	40,1	61,8
> 120 m <sup>2</sup>	0,6	70,3	77,6	97,3	51,6	79,2
Moyenne	///	///	53,9	91,1	28,8	45,1
<b>Type de logement</b>						
Maison	0,2	11,9	-	-	-	-
Appartement	-0,2	-12,5	-	-	-	-
<b>Statut d'occupation du logement</b>						
Propriétaire ou accédant à la propriété	0,4	20,4	-	-	-	-
Locataire	-0,6	-26,4	-	-	-	-

Lecture : en 2006, les ménages du 1<sup>er</sup> quintile de niveau de vie (Q1) ont un coefficient budgétaire inférieur de 0,8 point au coefficient budgétaire moyen pour le gros équipement du logement. Les ménages du dernier quintile (Q5) ont dépensé 72,0 % de plus que la moyenne des ménages en gros équipement du logement.  
Champ : France métropolitaine.

Source : Insee, enquête Budget de famille 2006.

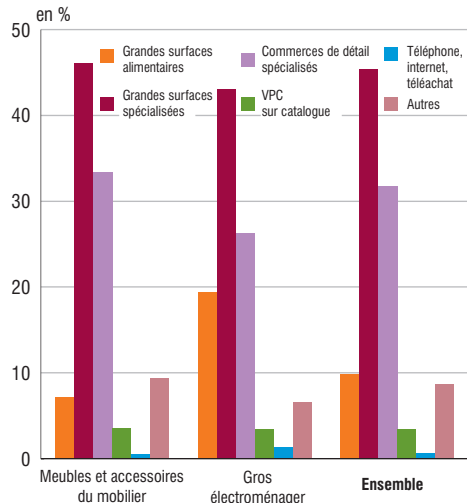
## 2. Écart au coefficient budgétaire moyen par quintiles de niveau de vie



Lecture : en 1979, les ménages appartenant au 1<sup>er</sup> quintile de niveau de vie avaient une part des dépenses de consommation totale consacrée au gros équipement inférieure de 1,6 point à celle de l'ensemble des ménages.  
Champ : France métropolitaine.

Source : Insee, enquêtes Budget de famille.

## 3. Part des dépenses des ménages selon le lieu d'achat



Lecture : les ménages réalisent 46 % de leurs dépenses de meubles dans les grandes surfaces spécialisées, 33 % dans des commerces de détail spécialisés et 0,5 % par téléphone, internet ou téléachat.

Champ : France métropolitaine.

Source : Insee, enquête Budget de famille 2006.

## 2.6 Produits du bricolage

En 2005, les ménages ont acheté pour 6,8 milliards d'euros de produits du bricolage, soit 109 euros par habitant. À titre de comparaison, la dépense en biens pour les loisirs est de 538 euros par habitant et par an (figure 1).

Relativement aux autres postes de dépenses, la consommation en valeur des produits du bricolage a décliné depuis 1960 (figure 2). La part a augmenté dans un premier temps, de 1,0 % à 1,2 % du budget des ménages en 1975, puis elle a baissé de 1975 à 1995 pour se stabiliser autour de 0,8 % du budget en fin de période.

Au sein de ce poste, la part des outillages et autres matériels pour la maison et le jardin représente 64 % en 2005, en légère progression par rapport aux matériaux pour le bricolage.

Sur l'ensemble de la période 1960-2005, les prix des produits de bricolage ne se sont pas distingués de l'inflation en moyenne (figure 3). Les volumes ont quant à eux été légèrement moins dynamiques que l'ensemble des autres postes (- 0,2 point en moyenne par an).

Jusqu'en 1970, la hausse des prix était peu différente de l'inflation d'ensemble. Dans le même temps, le volume a fortement augmenté, de 2,6 points de plus en moyenne, par rapport aux autres postes de consommation, générant une hausse de la part en valeur des produits du bricolage. Cette progression coïncide avec la hausse du nombre de propriétaires et leur volonté d'améliorer le confort domestique. Les secteurs commerciaux concernés ont aussi favorisé la « démocratisation » du bricolage et du jardinage en permettant au consommateur d'aménager sa maison ou son jardin par ses propres moyens. Les industriels ont fortement innové pour que les produits soient plus faciles d'utilisation (peintures, colles...), et que les outils ne soient plus réservés aux seuls professionnels. Depuis les années 1960, les circuits de distribution des produits du bricolage se sont

en outre considérablement transformés, les petits commerces, et notamment les quincailleries, ont vu leur part de marché se réduire fortement au profit des grandes surfaces, principalement celles spécialisées en produits de bricolage ou en aménagement de la maison et du jardin.

De 1970 à 1983, les prix relatifs sont restés quasi stables en moyenne mais les volumes relatifs ont globalement reculé (- 1,2 point), avec des évolutions erratiques fortes. En valeur, la part de la dépense en produits du bricolage est en conséquence en légère baisse.

Entre 1984 et 2000, les prix relatifs ont augmenté (+ 0,2 point par an) tandis que les volumes relatifs ont baissé plus fortement (- 1,4 point). Sur longue période, l'effet d'une hausse des prix de 1 % entraîne une baisse des volumes, toutes choses égales par ailleurs, de 0,5 %.

Depuis 2001, la consommation en produits du bricolage augmente plus fortement en volume que les autres postes (+ 0,5 point). La réduction du temps de travail a pu favoriser ce dynamisme, plus de temps étant consacré à des activités pouvant s'apparenter à un loisir domestique. La démocratisation des biens s'est poursuivie, certaines enseignes spécialisées ont même développé des cours de bricolage, engendrant en retour des achats de biens.

D'après les enquêtes « Emploi du temps » réalisées dans les pays européens au début des années 2000, la France est un des pays de l'Union européenne où le temps passé au bricolage et au jardinage est le plus élevé (figure 4). Les hommes de 20 à 74 ans consacraient 50 minutes par jour au bricolage et au jardinage contre 41 minutes en Belgique, 29 au Royaume-Uni et 28 en Allemagne. Concernant les femmes, l'écart est beaucoup plus faible entre ces pays (de 9 minutes en Allemagne à 13 minutes en France). ■

### Définitions

**Produits du bricolage** : comprennent d'une part les outillages et autres matériels pour la maison et le jardin, d'autre part les matériaux pour le bricolage. Ils ne comprennent pas les achats de gros matériel qui peut être utilisé pour agrandir le logement ou réaliser des travaux transformant le logement en profondeur. Ce matériel est considéré comme de l'investissement des ménages et non de la consommation.

**Ménage, inflation, volume, part de la dépense, Union européenne** : voir *Glossaire*.

## 1. Dépense des ménages en produits de bricolage, structure en valeur

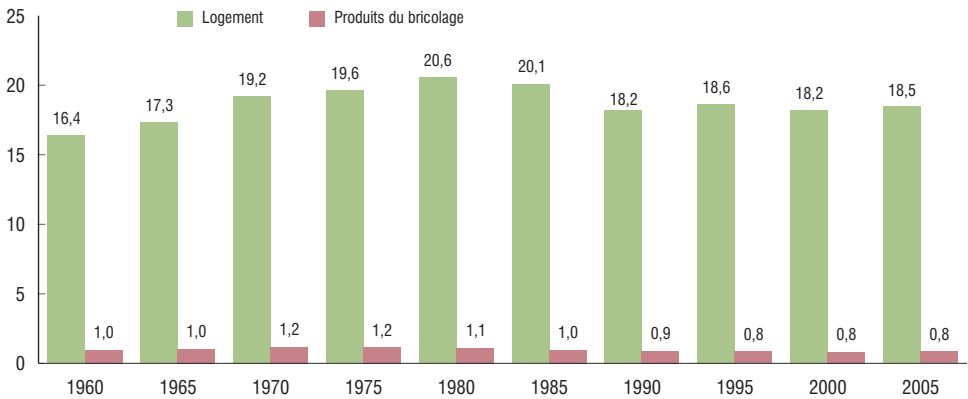
en %

	1960	1975	1990	2005	Valeurs 2005 (Mds €)
Outillage et autres matériels pour la maison et le jardin	57,9	64,2	64,3	63,5	4,3
Matériaux pour le bricolage	42,1	35,8	35,7	36,5	2,5
<b>Total</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>6,8</b>

Source : Insee, comptes nationaux, base 2000.

## 2. Part dans la dépense des ménages en valeur

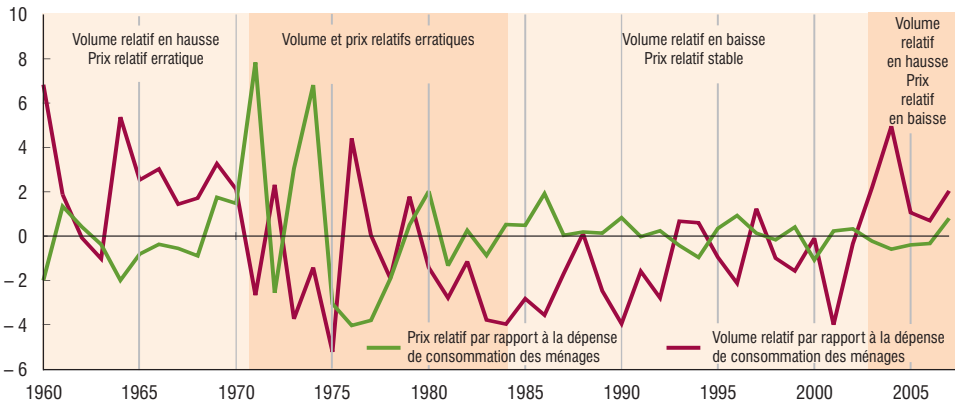
en %



Source : Insee, comptes nationaux, base 2000.

## 3. Volume et prix relatifs de la dépense des ménages en produits du bricolage

taux de croissance en %



Lecture : de 2003 à 2006, le prix des produits du bricolage a augmenté moins vite que l'inflation tandis que le volume a progressé plus rapidement que les autres postes de consommation.

Source : Insee, comptes nationaux, base 2000.

## 4. Temps moyen quotidien consacré au bricolage et au jardinage

Pays	Temps moyen quotidien (minute)	
	Hommes	Femmes
Slovénie	56	27
Hongrie	48	21
<b>France</b>	<b>50</b>	<b>13</b>
Estonie	45	17
Belgique	41	11
Suède	31	14
Royaume-Uni	29	11
Finlande	27	12
Allemagne	28	9

Lecture : au début des années 2000 en France, les hommes ont consacré en moyenne 50 minutes par jour au bricolage et jardinage et les femmes 13 minutes.

Source : Eurostat, enquêtes emploi du temps réalisées par les instituts nationaux de statistiques européens.

## 2.6 Produits du bricolage

Les dépenses des ménages en produits du bricolage dépendent beaucoup des caractéristiques du logement et du statut des occupants. La part et le montant des dépenses pour ces produits croissent avec la surface du logement de façon à peu près proportionnelle : les ménages occupant des logements de plus de 120 m<sup>2</sup> ont ainsi une part de dépenses trois à quatre fois plus élevée que les ménages dont le logement est inférieur à 30 m<sup>2</sup>, et un montant plus de deux fois supérieur à la moyenne (figure 1).

Le type d'habitat influe également sur la part des dépenses réalisées. Les ménages résidant en maison individuelle dépensent proportionnellement à leur consommation totale plus que les autres : 1 point de part de dépenses de plus que les ménages occupant un appartement, et un montant supérieur de 42 % à la moyenne. Les propriétaires de leur logement ont une part de dépenses trois fois plus forte que les locataires et un montant quatre fois supérieur. Cet écart s'observe sur tous les types de produits : matériaux, consommables ou outillage. Les propriétaires sont naturellement plus enclins à engager des dépenses d'entretien ou de décoration pour un logement qu'ils considèrent comme un investissement, que des locataires par ailleurs moins libres de modifier leur habitat. En définitive, un ménage locataire d'un appartement de moins de 30 m<sup>2</sup> a en moyenne un niveau de dépense 15 fois plus faible qu'un ménage propriétaire d'une maison de plus de 120 m<sup>2</sup>.

Les ménages ruraux ont une part de dépenses plus élevée que la moyenne (+ 0,6 point), à l'inverse des ménages urbains, en particulier des parisiens (- 0,7 point). Les ménages jeunes « bricolent » bien moins que leurs aînés : la part des dépenses des ménages dont

la personne de référence a moins de 30 ans est inférieure de 0,8 point à celle des ménages dont la personne de référence a entre 55 et 64 ans et le montant est inférieur de 49 % à la moyenne. Enfin, les ménages de petite taille, c'est-à-dire les couples sans enfant ou avec un seul enfant, consacrent une part de leur budget plus importante que la moyenne pour les produits du bricolage (+ 0,3 point), à l'inverse des célibataires (- 0,5 point) ou des familles plus nombreuses.

Sur la période 1979-2006, la part budgétaire destinée aux produits du bricolage croît toujours avec le niveau de vie, les disparités s'accroissant (figure 2). En 1979, l'écart entre les ménages les plus modestes et les plus aisés était seulement d'un peu plus de 0,2 point. En 2006, il se creuse sensiblement : les ménages du 1<sup>er</sup> quintile de niveau de vie ont une part de dépenses inférieure de 0,5 point à celle des ménages du dernier quintile.

Les ménages choisissent plutôt les grandes surfaces spécialisées (GSS) pour acheter les produits du bricolage : 54 % des dépenses y sont réalisées (figure 3). Les grandes surfaces alimentaires (GSA) et les commerces de détail spécialisés sont les deux autres formes de vente les plus utilisées ; elles représentent 16 % et 19 % des dépenses. Les matériaux de construction, menuiserie et plomberie, de décoration et les consommables sont pour les deux tiers achetés dans les GSS puis dans le commerce de détail spécialisé (autour de 20 % des dépenses). En revanche, même si les ménages préfèrent encore nettement les GSS, ils choisissent davantage les GSA quand il s'agit d'acheter de l'outillage : 14 % des dépenses de gros outillage et 30 % des dépenses de petit outillage et accessoires. ■

### Définitions

**Produits du bricolage** : voir page précédente.

**Ménage, part des dépenses, personne de référence, niveau de vie des ménages, quintile** : voir *Glossaire*.

### Pour en savoir plus

- Zarca B., « Économie, distraction, sociabilité. Les raisons du bricolage à la maison », *Consommation et modes de vie* n° 38, avril 1989, Crédoc.

## 1. Les déterminants de la dépense en produits du bricolage

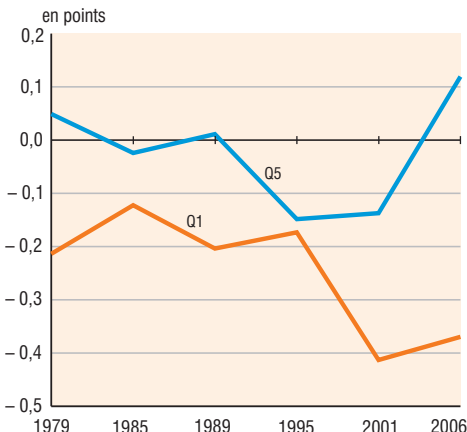
	Écart au coefficient budgétaire moyen (points)	Écart à la dépense moyenne par ménage (%)
<b>Quintile de niveau de vie</b>		
Q1	-0,4	-55,9
Q2	-0,2	-34,4
Q3	0,0	-4,1
Q4	0,2	32,4
Q5	0,1	62,1
<b>Âge de la personne de référence</b>		
Moins de 30 ans	-0,5	-49,2
De 30 à 54 ans	0,0	17,2
De 55 à 64 ans	0,3	31,8
65 ans et plus	0,0	-31,9
<b>Commune d'habitation</b>		
Commune rurale	0,6	44,8
- de 20 000 habitants	0,1	10,0
20 000 - 100 000 habitants	0,0	-10,8
+ de 100 000 habitants	-0,2	-18,3
Paris	-0,7	-52,0
Agglomération parisienne hors Paris	-0,5	-30,2
<b>Type de ménage</b>		
Personne seule	-0,5	-62,3
Famille monoparentale	-0,6	-53,1
Couple sans enfant	0,3	26,4
Couple avec 1 enfant	0,3	55,5
Couple avec 2 enfants	0,0	41,4
Couple avec 3 enfants et plus	0,0	49,0
<b>Statut d'occupation du logement</b>		
Propriétaire ou accédant à la propriété	0,4	42,2
Locataire	-0,8	-64,6
<b>Surface du logement</b>		
≤ 30 m <sup>2</sup>	-0,7	-71,5
30-60 m <sup>2</sup>	-0,6	-59,7
60-90 m <sup>2</sup>	-0,3	-30,4
90-120 m <sup>2</sup>	0,3	35,5
> 120 m <sup>2</sup>	0,6	111,7
<b>Type de logement</b>		
Maison	0,4	41,9
Appartement	-0,7	-57,3

Lecture : en 2006, les ménages du premier quintile de niveau de vie (Q1) ont un coefficient budgétaire inférieur de 0,4 point au coefficient budgétaire moyen pour les produits du bricolage. Les ménages du dernier quintile (Q5) ont dépensé 62,1 % de plus que la moyenne des ménages en produits du bricolage.

Champ : France métropolitaine.

Source : Insee, enquête Budget de famille 2006.

## 2. Écart au coefficient budgétaire moyen par quintile de niveau de vie

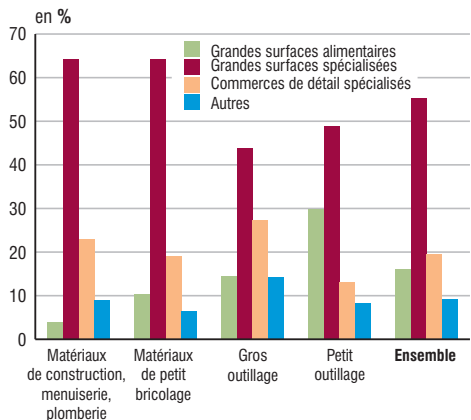


Lecture : en 1979, les ménages appartenant au 1<sup>er</sup> quintile de niveau de vie ont une part des dépenses de consommation totale consacrée aux produits du bricolage inférieure de 0,21 point à celle de l'ensemble des ménages.

Champ : France métropolitaine.

Source : Insee, enquêtes Budget de famille.

## 3. Part des dépenses des ménages selon le lieu d'achat



Lecture : les ménages réalisent 64 % de leurs dépenses en matériaux de construction, menuiserie, plomberie dans des grandes surfaces spécialisées, 23 % dans des commerces de détail spécialisés, 4 % dans des grandes surfaces alimentaires et 9 % dans d'autres types de commerce.

Champ : France métropolitaine.

Source : Insee, enquête Budget de famille 2006.

## 2.7 Produits pour l'entretien courant de la maison

En 2005, les ménages ont dépensé 23,8 milliards d'euros en produits pour l'entretien courant de la maison, soit 378 euros par habitant et 927 euros par ménage. C'est plus que leur dépense en produits pour le bricolage (109 euros par habitant, 270 euros par ménage).

Relativement au reste des dépenses, la consommation en valeur des produits pour l'entretien courant de la maison a globalement baissé entre 1960 et 2005 (-1,1 point), surtout depuis 1975 (-1,0 point), [figure 1]. Elle contribue d'autant à la diminution du poste « logement » (-0,9 point entre 1975 et 2005).

Au sein du poste, la part des articles de ménage non durables (essentiellement les produits du nettoyage) est majoritaire en 2005 : 54 %, soit 10 points de plus qu'en 1960 (figure 2). La verrerie, la vaisselle et les ustensiles de ménage représentent environ le quart du poste, en 2005 comme en 1960. Depuis 1960, la part des articles de ménage en textile (draps, torchons...) a en revanche nettement diminué, passant de 24 % à 11 % en 2005.

Par rapport à l'inflation d'ensemble, les prix des produits pour l'entretien courant de la maison ont augmenté nettement moins vite sur la période 1960-2005 (-0,8 point en moyenne par an, figure 3).

Dans les années 1960, les prix des produits pour l'entretien courant de la maison ont augmenté de près de 2 points par an de moins que l'inflation d'ensemble. La croissance en volume a été en revanche plus dynamique que celle des dépenses totales de consommation (+1,4 point par an). Estimé sur plus longue période, le lien entre volume et prix est en effet important : une baisse des prix de 1 % a pour conséquence une hausse des volumes, estimée à +0,7 %. Les fortes

hausse des revenus sur cette période ont également pu jouer : l'effet d'une hausse de 1 % du revenu serait de +0,6 % sur la consommation dans ce poste.

Dans les années 1970, des hausses et baisses assez fortes du prix et du volume relatifs ont alterné. Globalement, sur la période 1970-1980, l'effet-prix négatif (-1,9 point par an), l'a emporté sur l'effet-volume (+0,9 point) et la part de la dépense de ce poste a baissé.

Depuis 1980, le volume relatif est orienté à la baisse (-0,7 point par an) tandis que l'évolution des prix se distingue peu de l'inflation. La part des produits pour l'entretien courant de la maison continue donc son recul par rapport au reste des dépenses de consommation. Ainsi, les ventes de tapis et autres revêtements de sol, et les articles de ménage en textile, reculent depuis 1980. Les ventes de vaisselle et ustensiles de cuisine augmentent moins vite que le nombre de ménages. Les motifs de ventes ont évolué : dans les cadeaux de mariage par exemple, les voyages se sont progressivement substitués à la vaisselle. Seuls les volumes d'appareils électriques pour la cuisine restent nettement plus dynamiques (+4,7 % par an) que la consommation d'ensemble (+2,0 % par an).

Les Françaises consacrent une partie importante de leur temps libre aux travaux ménagers (vaisselle, nettoyage, rangement, lessive, repassage...). D'après les enquêtes « Emploi du temps » réalisées dans les pays européens, au début des années 2000, le temps que les Françaises y consacrent est de près de 2 heures, contre 30 minutes pour les Français (figure 4). Le temps consacré par les femmes est légèrement inférieur en Allemagne (moins de 1 h 45) et au Royaume-Uni (1 h 35). ■

### Définitions

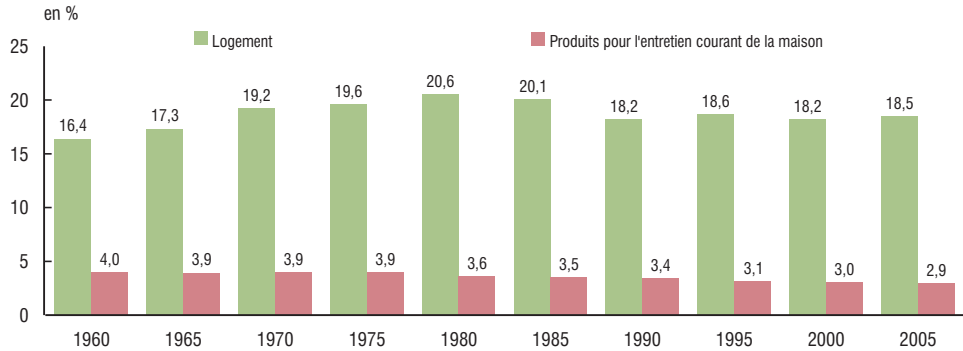
**Produits pour l'entretien courant de la maison** : comprennent d'une part les tapis et autres revêtements pour le sol et les articles de ménage en textile (draps, torchons, couettes...) ; et d'autre part, les petits matériels électriques pour la cuisine, la verrerie, la vaisselle et les ustensiles de cuisine. Sont enfin intégrés les produits et ustensiles de ménage (balais...).

**Ménage, inflation, volume, part de la dépense** : voir *Glossaire*.



# Produits pour l'entretien courant de la maison 2.7

## 1. Part dans la dépense des ménages en valeur



Source : Insee, comptes nationaux, base 2000.

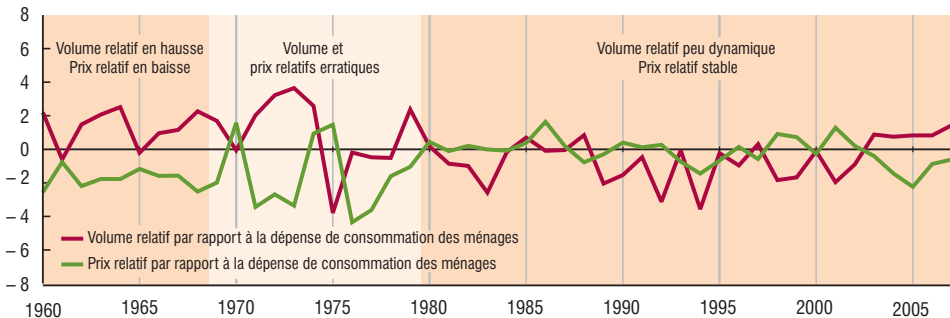
## 2. Structure de la dépense des ménages en produits pour l'entretien courant de la maison

	1960	1975	1990	2005	en % Valeurs 2005 (Mds €)
Tapis et autres revêtements de sol	2,3	4,2	3,5	1,9	0,5
Articles de ménage en textile (couettes...)	23,6	16,5	12,9	11,4	2,7
Petits appareils électriques (fers à repasser...)	3,2	5,0	4,5	6,3	1,5
Verrerie, vaisselle et ustensiles de ménage	27,2	27,9	25,2	26,0	6,2
Articles de ménage non durables (produits de nettoyage...)	43,7	46,5	53,9	54,4	12,9
<b>Total</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>23,8</b>

Source : Insee, comptes nationaux, base 2000.

## 3. Volume et prix relatifs de la dépense de consommation des ménages pour les produits de l'entretien courant de la maison

taux de croissance en %



Lecture : de 2003 à 2007, le prix des produits de l'entretien courant de la maison a augmenté moins vite que l'inflation tandis que le volume a progressé plus rapidement que les autres postes de consommation.

Source : Insee, comptes nationaux, base 2000.

## 4. Temps moyen quotidien consacré aux travaux ménagers

Pays	Temps moyen quotidien (minutes)	
	Hommes	Femmes
Estonie	45	115
Slovénie	37	116
Belgique	34	116
<b>France</b>	<b>30</b>	<b>118</b>
Hongrie	33	110
Allemagne	36	103
Finlande	40	93
Royaume-Uni	33	95
Suède	34	74

Lecture : au début des années 2000 en France, les hommes ont consacré en moyenne 30 minutes par jour aux travaux ménagers et les femmes 118 minutes.

Source : Eurostat, enquêtes emploi du temps.

## 2.7 Produits pour l'entretien courant de la maison

L'importance des dépenses en **produits pour l'entretien courant de la maison** est étroitement liée aux caractéristiques du logement (essentiellement la surface et le type de logement) mais aussi au statut d'occupation du **ménage**. Les dépenses dans ce poste sont un peu moins que proportionnelles à la surface du logement : les ménages disposant d'un logement de plus de 120 m<sup>2</sup> dépensent en montant, presque trois fois plus que ceux occupant un logement de moins de 30 m<sup>2</sup>.

Les ménages résidant en maison individuelle dépensent 13 % de plus que la moyenne contre - 17 % pour ceux occupant un appartement (figure 1). Les ménages propriétaires de leur logement déboursent plus que les locataires : le montant des dépenses d'entretien des propriétaires est dans ce domaine supérieur de 15 % à la moyenne alors qu'il est inférieur de 21 % pour les locataires.

Les dépenses consacrées à ce poste pèsent plus dans le budget des ménages les plus âgés. En moyenne, lorsque la **personne de référence** a au moins 55 ans, le ménage dépense une part de son budget une fois et demi plus élevée qu'un jeune ménage (moins de 30 ans pour la personne de référence). Les Parisiens ont une part et un niveau de dépenses beaucoup plus faible que les ruraux : elle est inférieure de 0,8 point à celle de ces derniers, et le montant est inférieur de 12 % à la moyenne. Le grand nombre de petits logements en habitat collectif à Paris explique largement cet écart. Enfin, le montant des dépenses s'élève avec le **niveau de vie des ménages**, mais la part budgétaire consacrée à ce poste varie peu en fonction de ce critère.

L'évolution, selon le niveau de vie, de la **part des dépenses** des ménages en produits pour l'entretien courant du logement indique une diminution des disparités (d'ailleurs faibles) entre 1979 et 2006 (figure 2). En 1979, plus le niveau de vie du ménage était faible, plus la part des dépenses était élevée. L'écart entre quintiles extrêmes était alors de 0,6 point. En 2006, les disparités liées au niveau de vie se sont atténuées. Le **coefficient budgétaire** est plus homogène pour l'ensemble des ménages et l'écart par rapport à la moyenne reste très faible pour tous les **quintiles** de niveau de vie.

Les produits pour l'entretien courant du logement sont majoritairement achetés dans les grandes surfaces alimentaires [GSA] (56 % du total de ces dépenses - figure 3). Les ménages choisissent ensuite les magasins spécialisés (29 % des dépenses), notamment les grandes surfaces (18 %). Les autres formes de vente sont marginales (15 %).

Les comportements d'achat varient selon les catégories de produits. Les produits d'entretien et autres produits ménagers qui constituent l'essentiel de la dépense des ménages sont presque toujours achetés dans les GSA (86 % des dépenses). Si le petit électroménager, la verrerie, la vaisselle et les ustensiles de cuisine sont également très achetés dans ces GSA, les ménages n'en délaissent pas pour autant les magasins spécialisés où environ un tiers des dépenses de ce type y sont réalisées. Enfin, les ménages privilégient ces magasins spécialisés pour les articles de ménages en textile tels que la literie, le linge de maison et les tissus d'ameublement (55 % des dépenses). ■

### Définitions

**Produits pour l'entretien courant de la maison** : voir page précédente.

**Ménage, personne de référence, niveau de vie du ménage, coefficient budgétaire ou part des dépenses, quintile** : voir *Glossaire*.

### Pour en savoir plus

- Bellamy V., Léveillé L., « Enquête budget de famille 2006 », *Insee Résultats* n° 73, décembre 2007.
- Cérani N., Camus M., « Le budget des familles en 2001 », *Insee Résultats* n° 29, avril 2004.

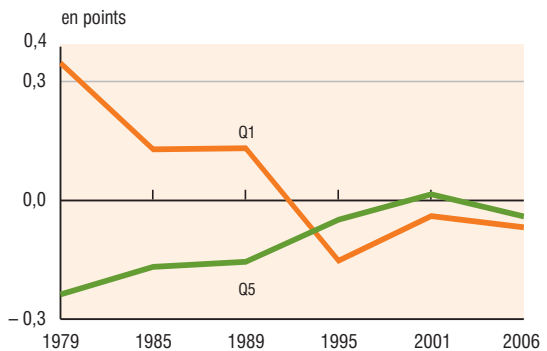
# Produits pour l'entretien courant de la maison 2.7

## 1. Les déterminants du poids de la dépense en produits pour l'entretien courant de la maison

	Écart au coefficient budgétaire moyen (points)	Écart à la dépense moyenne par ménage (%)
<b>Quintiles de niveau de vie</b>		
Q1	-0,1	-39,0
Q2	0,0	-18,0
Q3	0,1	-0,9
Q4	0,0	14,0
Q5	0,0	44,0
<b>Âge de la personne de référence</b>		
Moins de 30 ans	-0,5	-34,6
De 30 à 54 ans	0,0	15,0
De 55 à 64 ans	0,3	19,7
65 ans et plus	0,1	-26,0
<b>Commune d'habitation</b>		
Commune rurale	0,3	10,1
- de 20 000 habitants	0,1	3,2
20 000 - 100 000 habitants	0,0	-7,7
+ de 100 000 habitants	-0,1	-5,3
Paris	-0,5	-12,2
Agglomération parisienne hors Paris	-0,2	0,7
<b>Statut d'occupation du logement</b>		
Propriétaire ou accédant à la propriété	0,1	15,1
Locataire	-0,3	-21,1
<b>Surface du logement</b>		
≤ 30 m <sup>2</sup>	-0,4	-45,1
30 - 60 m <sup>2</sup>	-0,2	-31,8
60 - 90 m <sup>2</sup>	0,0	-9,6
90 - 120 m <sup>2</sup>	0,1	19,1
> 120 m <sup>2</sup>	0,1	48,6
<b>Type de logement</b>		
Maison	0,1	12,6
Appartement	-0,2	-16,9

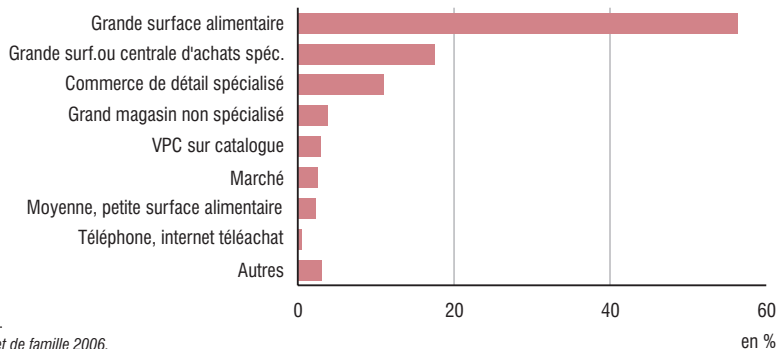
Lecture : en 2006, les ménages du 1<sup>er</sup> quintile de niveau de vie (Q1) ont un coefficient budgétaire inférieur de 0,1 point au coefficient budgétaire moyen pour les produits d'entretien de la maison. Les ménages du dernier quintile (Q5) ont dépensé 44,0 % de plus que la moyenne des ménages en produits d'entretien de la maison.  
Champ : France métropolitaine.  
Source : Insee, enquête Budget de famille 2006.

## 2. Écart par quintiles de niveau de vie au coefficient budgétaire moyen



Lecture : en 1979, les ménages appartenant au 1<sup>er</sup> quintile de niveau de vie avaient une part des dépenses de consommation totale consacrée à l'entretien courant de la maison supérieure de 0,35 point à celle de l'ensemble des ménages.  
Champ : France métropolitaine.  
Source : Insee, enquêtes Budget de famille.

## 3. Part des dépenses selon le lieu d'achat



Champ : France métropolitaine.  
Source : Insee, enquête Budget de famille 2006.



---

# FICHES THÉMATIQUES

---

**Transports**

## 3.1 Automobiles, motos, vélos

En 2005, la dépense des ménages en **automobiles, motos et vélos** s'est élevée à 63,3 milliards d'euros soit 1 008 euros par habitant. La part des voitures neuves dans le poste a perdu plus de 10 points entre 1960 (50 %) et 2005 (38 %, *figure 1*). À l'inverse, la partie comptabilisée des achats d'occasion a plus que doublé entre 1960 (7 %) et 2005 (17 %). Les pièces détachées et accessoires sont désormais le premier poste de dépense (40 %).

Relativement au total des dépenses, la consommation en valeur en automobiles, motos et vélos a augmenté de 3,5 points entre 1960 (4,3 %) et 2005 (7,8 %) contribuant pour plus de la moitié à la hausse de 6,2 points du poste « Transport » (*figure 2*). Cette part a régulièrement augmenté jusqu'à la fin des années 1980, mais baisse depuis.

Les prix des automobiles, motos et vélos ont globalement augmenté moins vite que l'**inflation** sur l'ensemble de la période 1960–2005 (*figure 3*). À l'inverse, sur la même période, la consommation en **volume** a progressé bien plus rapidement que les autres postes, contribuant pour l'essentiel à la hausse de la part budgétaire.

Jusqu'au milieu des années 1970, le taux d'équipement des ménages en automobiles a fortement progressé, passant de 30 % en 1960 à 60 % en 1973. Les fortes hausses du **pouvoir d'achat** ont favorisé cette croissance.

De 1974 à 2001, le volume a augmenté un peu plus vite que les autres postes, avec de fortes fluctuations de court terme, et les prix ont globalement suivi l'inflation. En période de difficultés économiques, comme en 1984 et 1993, la consommation a baissé.

À l'inverse, les mesures de « primes à la casse des véhicules anciens » ont momentanément contribué à relancer le marché des voitures neuves en 1994 et 1996, avec des effets de contrecoup les années suivantes.

Depuis 2002, alors que les prix relatifs sont stables, le volume relatif baisse. Concernant les prix, la baisse des prix relatifs des automobiles neuves, dans un marché très concurrentiel, a été globalement compensée par la hausse des prix des pièces détachées. D'une part, la flambée des prix du pétrole a renchéri les coûts de production du caoutchouc et des pneumatiques. D'autre part, les prix des autres pièces de rechange et accessoires ont augmenté sous l'effet de l'élévation du cours des matières premières. S'agissant des volumes, les hausses des coûts d'utilisation des voitures (prix des carburants notamment) ont pesé sur les décisions d'achats. En outre, le vif succès des automobiles à bas coût a pesé sur les volumes consommés.

Les Français se situent dans la moyenne européenne, en termes d'équipement en voitures particulières : 47,9 voitures pour 100 habitants en 2005 (*figure 4*). L'Allemagne et le Royaume-Uni sont au-dessus de cette moyenne. Les pays d'Europe de l'Est, la Grèce et le Portugal sont en dessous. Globalement, le taux d'équipement s'élève avec le **niveau de vie du pays**. Il est par ailleurs positivement corrélé au volume annuel d'achat en automobiles, motos et vélos (hors pièces détachées) des différents ménages. L'effet des renouvellements de véhicules dans les pays ayant un vaste parc automobile semble donc plus important que celui du développement du parc dans les pays moins équipés. ■

### Définitions

**Automobiles, motos, vélos** : comprennent les achats de voitures neuves, d'occasion, de motos et bicyclettes. Sont intégrés les pièces détachées et accessoires, y compris celles qui sont achetées lors d'une réparation par un garagiste. Pour les achats d'occasion, ne sont prises en compte que les transactions entre entreprises (loueurs...) et ménages. Sont alors uniquement comptées les marges réalisées par les intermédiaires. Dans les agrégats de comptabilité nationale, les transactions de gré à gré entre ménages ne sont donc pas comptabilisées, dans la mesure où une vente est compensée par un achat.

**Ménage, inflation, volume, pouvoir d'achat, niveau de vie du pays** : voir *Glossaire*.

### Pour en savoir plus

- « La consommation automobile depuis quarante ans », *Insee Première* n° 844, mai 2002.
- « Le budget automobile des ménages s'adapte aux prix des carburants », *Insee Première* n° 1159, octobre 2007.

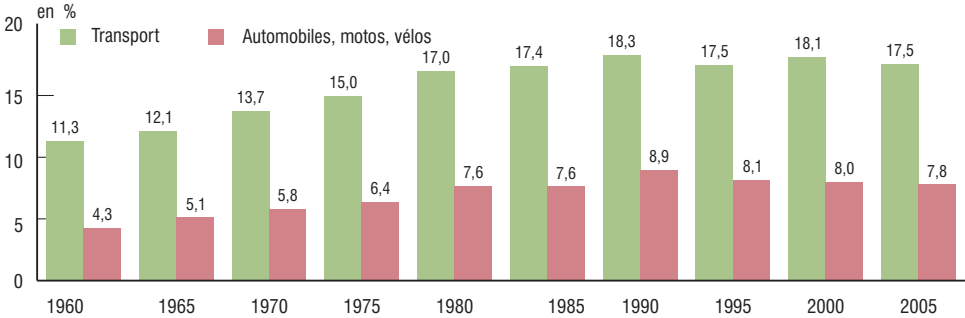
# Automobiles, motos, vélos 3.1

## 1. Structure de la dépense des ménages en automobiles, motos et vélos

	1960	1975	1990	2005	Valeurs 2005 (Mds €)
Voitures neuves	49,8	50,3	56,5	38,4	24,3
Voitures d'occasion	7,2	9,6	10,4	16,6	10,5
Motos	7,8	3,7	1,9	2,8	1,8
Bicyclettes	3,5	2,8	2,3	1,9	1,2
Pièces détachées et accessoires	31,8	33,7	28,8	40,3	25,5
<b>Total</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>63,3</b>

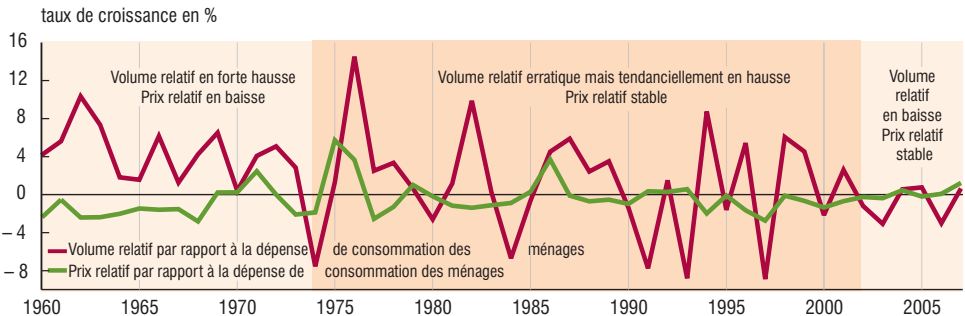
Source : Insee, comptes nationaux, base 2000.

## 2. Part dans la dépense des ménages en valeur



Source : Insee, comptes nationaux, base 2000.

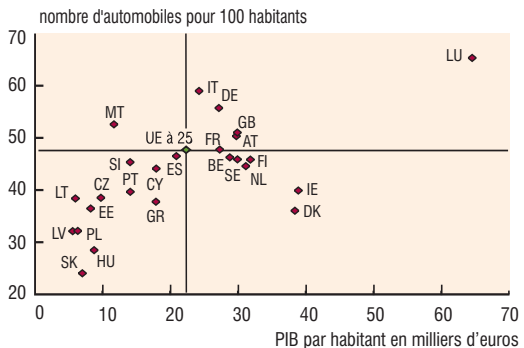
## 3. Volume et prix relatifs de la consommation en automobiles, motos et vélos



Lecture : durant les années 1960, le prix des automobiles, motos et vélos a globalement augmenté moins vite que l'inflation et le volume a progressé plus rapidement que les autres postes de consommation.

Source : Insee, comptes nationaux, base 2000.

## 4. Taux d'équipement automobile et PIB par habitant dans l'Union européenne à 25 en 2005



Lecture : en 2005, le Luxembourg, avec un PIB de 64 600 euros par habitant, comptait 65,5 automobiles pour 100 habitants.

Sources : Insee, comptes nationaux, base 2000 et Eurostat.

## 3.1 Automobiles, motos, vélos

En 2006, plus de 80 % des **ménages** métropolitains possèdent au moins une voiture, et un tiers en possède deux ou plus (*figure 1*). Ces chiffres étaient respectivement de 74 % et 21 % en 1985, et déjà 78 % et 28 % en 1995. Environ 90 % des ménages dont la **personne de référence** est active possèdent une voiture contre 75 % dans le cas des retraités et 45 % dans celui des autres inactifs. Plus de 90 % des ménages habitant en milieu rural en possèdent au moins une, et près de la moitié au moins deux. À l'inverse, moins de la moitié des ménages parisiens disposent d'une automobile et seuls 7 % en possèdent deux : ces ménages, et plus généralement ceux vivant dans l'agglomération parisienne, consacrent en contrepartie des montants très supérieurs à la moyenne en services de transports collectifs (fiche 3.4). Près de 93 % des couples sans enfants et plus de 94 % des couples avec enfant(s) ont une voiture. En revanche, les célibataires et les familles monoparentales sont les moins équipés.

65 % des couples ayant au moins un enfant ont deux voitures contre 40 % des couples sans enfants. La proportion de propriétaires de voiture s'élevé avec le **niveau de vie** : 64 % des ménages du premier **quintile** ont au moins une voiture contre 93 % dans le dernier. Cet écart est plus important encore pour la possession d'une deuxième voiture : seulement 14 % des ménages du premier quintile en possèdent une contre 46 % dans le dernier.

Près de six ménages sur dix possèdent au moins un vélo. C'est le cas d'environ 80 % des couples de deux enfants ou plus. Les ménages habitant de grandes agglomérations, en particulier Paris, sont moins nombreux à posséder des vélos que les ménages des communes rurales ou des petites agglomérations. De même, le taux

d'équipement en deux roues à moteur augmente, lui aussi, avec le nombre d'enfants. Il est aussi plus fort dans les communes rurales (14 % des ménages) qu'à Paris (moins de 5 %) ou que dans le reste de l'agglomération parisienne (8 %).

En raison de leur taux d'équipement plus élevé, les ménages avec des enfants consacrent des montants plus élevés à l'achat de leurs **véhicules** que les autres : 68 % de plus que la moyenne pour les couples avec deux enfants et 78 % pour ceux avec trois enfants et plus (*figure 2*). La part de ces dépenses dans leur budget est aussi plus élevée : respectivement de 1,8 et 1,3 point par rapport à la moyenne.

Plus le niveau de vie est élevé, plus les dépenses pour ce poste sont importantes. Les ménages du dernier quintile dépensent plus de 5 fois plus que ceux du premier, et 64 % de plus que la moyenne. Le poids de ces dépenses dans l'ensemble du budget des ménages est assez proche pour les quintiles 2 à 5. Le premier quintile se distingue par un **coefficient budgétaire** inférieur de 4 points à la moyenne.

Les achats d'automobiles neuves et d'occasion, qui représentent respectivement 41 % et 46 % du total des dépenses en véhicules telles que définies dans les enquêtes, sont particulièrement liés au niveau de vie de ménage. Pour les seules voitures neuves, les ménages du dernier quintile dépensent annuellement 121 % de plus que la moyenne (soit 2,2 fois plus), et plus de 11 fois le montant dépensé par les ménages du premier quintile. L'écart est beaucoup plus réduit pour les véhicules d'occasion.

Le prix payé pour un véhicule neuf varie peu selon le niveau de vie (*figure 3*). C'est donc la fréquence des achats qui fait la différence entre la dépense des ménages les plus aisés et les autres. ■

### Définitions

**Automobiles, motos, vélos** : contrairement à la comptabilité nationale (*voir pages précédentes*), les données présentées ici prennent en compte : 1° les achats de véhicules entre les ménages ; 2° l'intégralité de la dépense engagée par le ménage pour l'achat de véhicules d'occasion auprès des professionnels (et non seulement la marge de ces derniers). Les éventuelles reventes sont des revenus, comptabilisés par ailleurs.

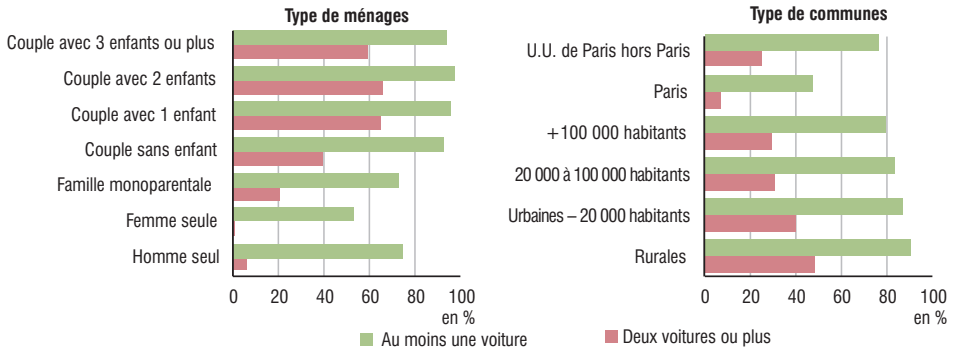
**Ménages, personne de référence, niveau de vie des ménages, quintile, coefficient budgétaire** : voir *Glossaire*.

### Pour en savoir plus

- M. Bodier, « La voiture : une habitude qui se prend jeune », *Insee Première* n° 474, juillet 1996.



## 1. Proportion de ménages possédant une ou plusieurs voitures



Champ : France métropolitaine

Source : Insee, enquête budget de famille 2006

## 2. Les déterminants de la dépense en « véhicules » par ménage

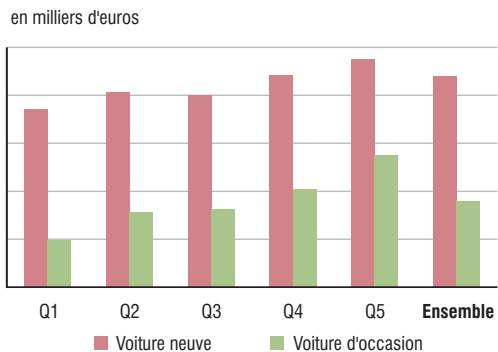
	Ensemble		Dont achat voitures neuves		Dont achat voitures d'occasion	
	Écart à la moyenne		Écart à la moyenne		Écart à la moyenne	
	du coefficient budgétaire en points	du montant en %	du coefficient budgétaire en points	du montant en %	du coefficient budgétaire en points	du montant en %
<b>Quintile de niveau de vie</b>						
Q1	-4,0	-70	-2,1	-80	-1,6	-65
Q2	0,0	-19	-1,0	-44	0,6	-4
Q3	-0,7	2	-0,3	-15	1,0	19
Q4	0,6	23	0,1	18	0,5	29
Q5	0,8	64	1,5	121	-0,6	22
<b>Type de ménage</b>						
Homme seul	-0,9	-44	-0,3	-42	-0,6	-47
Femme seule	-4,7	-76	-1,7	-72	-2,2	-77
Famille monoparentale	-2,4	-35	-1,3	-45	-0,9	-28
Couple sans enfant	0,3	6	1,1	37	-0,6	-15
Couple avec 1 enfant	1,6	51	0,7	55	0,6	47
Couple avec 2 enfants	1,8	78	-0,2	35	1,5	104
Couple avec 3 enfants ou plus	1,3	68	-0,6	15	1,6	108
<b>Commune d'habitation</b>						
Communes rurales	2,0	20	0,3	5	0,9	19
Communes urbaines – 20 000 hab.	1,1	13	0,2	6	0,7	19
Communes 20 000 à 100 000 hab.	0,5	-2	0,3	2	0,4	3
Communes + 100 000 hab.	-0,7	-11	0,0	-3	-0,5	-15
Paris	-6,0	-73	-2,5	-77	-2,7	-69
Unité urbaine de Paris hors Paris	-1,6	-6	-0,2	10	-0,8	-9

Lecture : en 2006, les ménages du premier quintile ont une part de dépense consacrée aux véhicules inférieure de 4 points à celle de l'ensemble des ménages.

Champ : France métropolitaine.

Source : Insee, enquête budget de famille 2006.

## 3. Prix moyen selon le type de voiture achetée et le niveau de vie du ménage



Attention : les chiffres relatifs aux prix des voitures neuves étant établis à partir de moins de 100 ménages pour les quintiles 1, 2 et 3, ils doivent être analysés avec prudence.

Champ : France métropolitaine.

Source : Insee, enquête budget de famille 2006.

## 3.2 Carburants et lubrifiants

En 2005, la dépense des ménages en carburants et lubrifiants a atteint 33,5 milliards d'euros soit 534 euros par habitant et 1 114 euros par voiture. C'est beaucoup plus que les dépenses pour le transport collectif (19,4 milliards d'euros).

Relativement aux autres postes de dépenses, la consommation en valeur des carburants et lubrifiants a modérément augmenté entre 1960 (3,4 %) et 2005 (4,1 %) [figure 1]. Sa part avait régulièrement augmenté jusqu'au contre-choc pétrolier (5,1 % en 1985). Après un vif recul entre 1985 et 1987, elle fluctue depuis autour de 4 %.

Depuis 1960, la structure du poste « carburants, lubrifiants » a fortement évolué, sous l'effet de la transformation de l'offre (figure 2). L'essence et le super plombé sont devenus très marginaux, passant de 97 % des dépenses en carburants et lubrifiants en 1960 à 2 % en 2005. Ils ont été remplacés par le super sans plomb, apparu en 1990, qui représente 47 % des dépenses du poste en 2005 et surtout le gazole (51 %).

Sur longue période, les prix des carburants et lubrifiants ont en moyenne suivi l'inflation d'ensemble, avec cependant des variations marquées au milieu des années 1970 et dans les années 2000 (figure 3). La consommation en volume a également progressé sur un rythme équivalent aux autres postes de dépenses des ménages.

Jusqu'au premier choc pétrolier, les prix ont augmenté moins rapidement que l'inflation, tandis que le volume de consommation progressait plus vite, du fait de l'augmentation importante de l'équipement des ménages en voitures. Puis, entre 1974 et 1985, le premier choc pétrolier a entraîné une hausse des prix des carburants (+ 13,9 % en moyenne par an) plus forte que l'inflation (+ 10,5 %). Le volume relatif a, quant à lui, légèrement baissé. Les volumes sont en effet

sensibles aux prix : une hausse de 1 % du prix relatif induit une baisse des volumes d'achats de l'ordre de 0,4 %. Le développement des voitures diesel, plus économes en carburant, a permis de limiter la hausse de la consommation.

Le contre-choc pétrolier a entraîné une diminution du coefficient budgétaire entre 1985 (5,1 %) et 1987 (4,1 %). Outre les conséquences de la baisse du cours du pétrole, le prix de l'essence a aussi bénéficié de la libéralisation du marché en 1985 : la grande distribution a pu positionner les carburants comme produits d'appel et a pesé sur les prix qui ont augmenté moins vite que l'inflation entre 1986 et 1992.

À partir de 1993, les prix ont de nouveau progressé plus vite que l'inflation tandis que le volume de consommation baissait. Les prix ont fortement augmenté depuis 1999 en raison de la forte hausse du cours du baril de pétrole. Les ménages ont modéré leurs dépenses en carburants en optant plus souvent pour des véhicules diesel, le gazole devenant le premier poste en carburants en 2005.

Dans l'Union européenne, la consommation de carburants et lubrifiants est globalement tributaire du parc automobile avec quelques spécificités (figure 4). En France, elle est supérieure à la moyenne européenne alors que le nombre de véhicules par habitant est dans la moyenne. En Allemagne et en Italie, le taux d'équipement automobile est largement supérieur à la moyenne et la consommation par habitant, proche de la moyenne. À consommation unitaire donnée, l'écart résulte du kilométrage parcouru. Il dépend surtout de l'offre de transports collectifs (les dépenses de carburants sont ainsi plus importantes en province qu'en région parisienne) et des choix conséquents entre transport individuel et transport collectif. ■

### Définitions

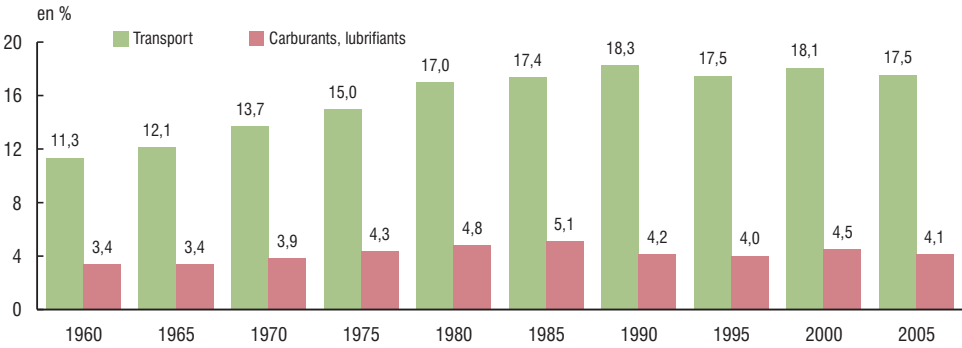
**Carburants, lubrifiants** : comprennent l'essence et le super plombé, le super sans plomb, le gazole et les lubrifiants.

**Ménage, inflation, volume, coefficient budgétaire, Union européenne** : voir *Glossaire*.

### Pour en savoir plus

- « Le budget transports des ménages depuis 40 ans », *Insee Première* n° 1039, septembre 2005.
- « Le budget automobile des ménages s'adapte aux prix des carburants », *Insee Première* n° 1159, octobre 2007.
- « Consommation d'énergie : autant de dépenses en carburants qu'en énergie domestique », *Insee Première* n° 1176, février 2008.

## 1. Part dans la dépense des ménages en valeur



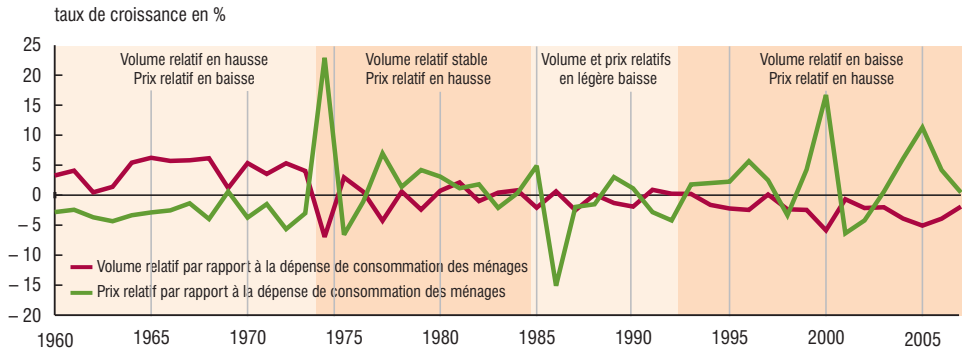
Source : Insee, comptes nationaux, base 2000.

## 2. Structure de la dépense des ménages en carburants et lubrifiants

	1960	1975	1990	2005	Valeurs 2005 (Mds €)
Essence, super plombé	96,8	97,6	73,2	1,5	0,5
Super sans plomb	0,0	0,0	11,9	47,1	15,8
Gasoil	1,2	1,5	13,8	50,6	17,0
Lubrifiants	2,0	0,9	1,1	0,8	0,3
<b>Total</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>33,5</b>

Source : Insee, comptes nationaux, base 2000.

## 3. Volume et prix relatifs de la dépense des ménages en carburants et lubrifiants



Lecture : de 2003 à 2007, le prix des carburants et lubrifiants a augmenté plus rapidement que l'inflation et le volume a progressé moins vite que les autres postes de consommation.

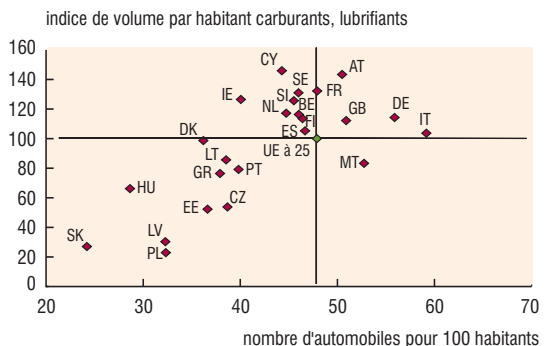
Source : Insee, comptes nationaux, base 2000.

## 4. Équipement automobile et dépense en carburants et lubrifiants dans l'Union européenne à 25 en 2005

\* Le Luxembourg n'est pas indiqué compte tenu d'une forte proportion d'achats transfrontaliers.

Lecture : en 2005, la Slovaquie, qui comptait 24,2 automobiles pour 100 habitants, avait un indice de volume de dépense en carburants et lubrifiants par habitant à 27,1 contre 100 pour la moyenne européenne.

Sources : Insee, comptes nationaux, base 2000 et Eurostat.



## 3.2 Carburants et lubrifiants

La dépense moyenne en **carburants et lubrifiants** des **ménages** est à peu près proportionnelle au nombre de véhicules (essentiellement des voitures) possédés. Les ménages qui ont deux voitures dépensent 62 % de plus que la moyenne (*figure 1*), et près du double par rapport aux ménages n'en possédant qu'une. La multimotorisation semble ainsi s'accompagner d'un usage comparable des différentes voitures du ménage.

Les familles ayant des enfants et les habitants des communes rurales dépensent plus que la moyenne : plus fréquemment motorisés ou multimotorisés (*voir fiche 3.1*), ils parcourent également des distances plus longues. À nombre de véhicules possédés, âge de la **personne de référence** et **catégorie socioprofessionnelle** identiques, la dépense de carburant croît avec le nombre d'enfants, le **niveau de vie** et le caractère rural de la zone de résidence. Ces différents facteurs concourent à élever le nombre de véhicules dans le ménage et l'intensité de leur usage.

Les ménages âgés (75 ans ou plus) ont des dépenses en carburant inférieures de 71 % à la moyenne. Ces ménages allouent ainsi à ce type de dépense une part de leur budget inférieure de 2 points à la moyenne des ménages. De même, les Parisiens ont une part de leur budget consacrée aux carburants inférieure de 2,4 points à la moyenne. Ce chiffre est à mettre en regard de la part consacrée aux services de transports collectifs, plus élevée de 3 points que la moyenne (*voir fiche 3.4*), et d'une moindre motorisation.

Les écarts de dépenses selon le niveau de vie se sont réduits avec l'augmentation du taux d'équipement automobile. En 1989, les ménages du dernier **quintile** de niveau de vie dépensaient près de trois fois plus que ceux du premier ; en 2006, ce rapport est passé à 2,2 (*figure 2*). Chez les ménages possesseurs d'au moins une voiture, il est resté stable (1,6). C'est donc l'augmentation du taux d'équipement en voiture des ménages modestes qui a réduit les inégalités de consommation de carburants dans l'ensemble de la population.

Les dépenses en carburant décroissent avec le degré d'urbanisation du lieu d'habitation : en 1985, un ménage parisien dépensait 46 % de moins que la moyenne et un ménage de commune rurale 12 % de plus (*figure 3*). En 20 ans, ces écarts se sont accentués : respectivement – 69 % à Paris en 2006 et + 26 % en zone rurale. Deux facteurs peuvent intervenir. D'une part le taux d'équipement des ménages parisiens en voiture a diminué entre les deux dates : en 1985, 52 % des ménages parisiens avaient au moins une voiture contre 47 % en 2006. D'autre part, les Parisiens possesseurs d'au moins une voiture ont des consommations de carburant de plus en plus éloignées de la moyenne (*figure 3*) : ils se servent probablement moins souvent de leur voiture ou pour des parcours moins longs que la moyenne. À l'inverse, en 2006, dans les communes rurales, 91 % des ménages ont une voiture alors qu'ils n'étaient que 81 % en 1985 ; 48 % en possèdent au moins deux contre 30 % en 1985. ■

### Définitions

**Carburants et lubrifiants** : voir page précédente.

**Ménages, personne de référence, catégorie socioprofessionnelle, niveau de vie des ménages, quintile** : voir *Glossaire*.

## 1. Les déterminants de la dépense en carburants et lubrifiants des ménages

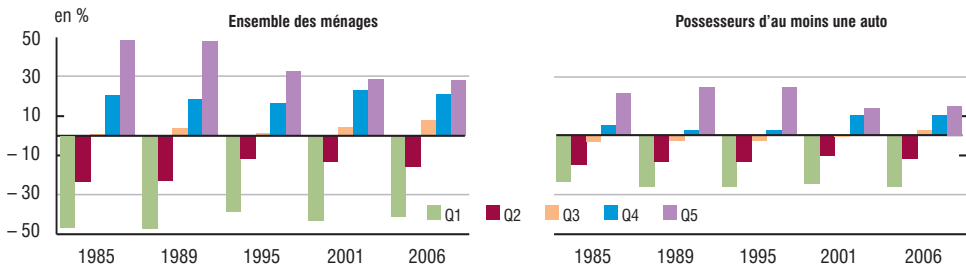
	Écart à la moyenne du coefficient budgétaire (en points)	Écart à la moyenne du montant par ménage (en %)
<b>Quintile de niveau de vie</b>		
Q1	-0,2	-41,3
Q2	0,1	-15,7
Q3	0,5	7,6
Q4	0,2	21,1
Q5	-0,5	28,3
<b>Âge de la personne de référence</b>		
Moins de 25 ans	0,3	-16,0
25 à 34 ans	0,1	9,9
35 à 44 ans	0,2	24,1
45 à 54 ans	0,6	36,2
55 à 64 ans	0,2	9,1
65 à 74 ans	-0,5	-32,1
75 ans et plus	-1,9	-71,1
<b>Type de ménage</b>		
Homme seul	0,3	-31,5
Femme seule	-1,4	-63,3
Famille monoparentale	-0,4	-15,3
Couple sans enfant	0,0	0,1
Couple avec 1 enfant	0,5	44,5
Couple avec 2 enfants ou plus	0,3	56,8
<b>Commune d'habitation</b>		
Communes rurales	1,1	25,9
Agglomération parisienne hors Paris	-1,1	-17,7
Paris	-2,4	-62,8
<b>Nombre de voitures</b>		
0	-3,2	-94,4
1	-0,2	-17,2
2	0,8	61,7
3 ou plus	1,4	127,4

Lecture : en 2006, les ménages du premier quintile ont une part de dépense consacrée aux carburants inférieure de 0,2 point à celle de l'ensemble des ménages. Les ménages ne possédant pas d'automobile peuvent avoir des dépenses de carburant s'ils ont loué ou emprunté une voiture ou un autre moyen de locomotion motorisé.

Champ : France métropolitaine.

Source : Insee, enquête Budget de famille 2006.

## 2. Écart à la dépense moyenne en carburants et lubrifiants selon le niveau de vie

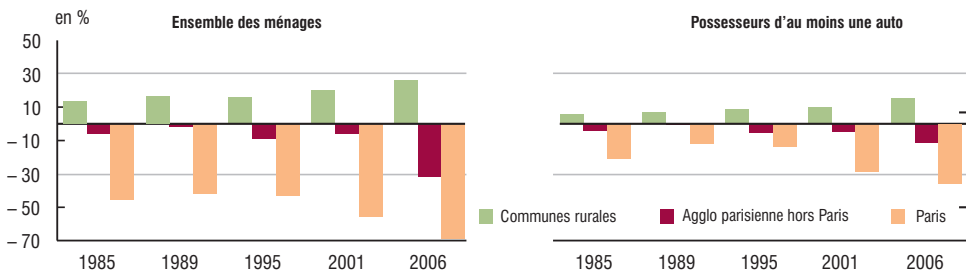


Lecture : en 1985, les ménages du 1<sup>er</sup> quintile de niveau de vie dépensaient un montant inférieur de 46 % à la dépense moyenne des ménages.

Champ : ensemble des ménages de France métropolitaine.

Source : Insee, enquêtes Budget de famille.

## 3. Écart à la dépense moyenne en carburants et en lubrifiants selon la commune d'habitation



Lecture : en 1985, les ménages des communes rurales dépensaient un montant supérieur de 12 % à la dépense moyenne des ménages.

Champ : ensemble des ménages de France métropolitaine.

Source : Insee, enquêtes Budget de famille.

### 3.3 Services liés aux transports individuels

En 2005, les ménages ont dépensé 26,5 milliards d'euros, soit 422 euros par personne, pour les services liés aux transports individuels. Cela représente moins de 20 % des dépenses du budget transports. Fin 2005, le parc de voitures particulières comptant 30,1 millions d'automobiles, la dépense représente 880 euros par voiture et par an.

Relativement au reste des dépenses, la consommation en valeur en services liés aux transports individuels a considérablement augmenté entre 1960 (1,6 %) et 2005 (3,3 %). Cette augmentation contribue pour 1,7 point à la hausse de près de 6 points du poste transports dans le budget des ménages (figure 1). À titre de comparaison, les carburants et lubrifiants n'ont contribué qu'à hauteur de 0,7 point et les achats d'automobiles pour 3,5 points.

Au sein de ce poste, la part de l'entretien et des réparations a chuté de près de 20 points, passant de 87 % en 1960 à 68 % en 2005 (figure 2). En corollaire le poids des autres services liés aux véhicules personnels (locations, parkings, péages...) a fortement augmenté.

Les prix des services liés aux transports individuels ont augmenté plus rapidement que l'inflation sur la période 1960-2005, de l'ordre de + 3,1 points d'écart par an, avec des hausses particulièrement marquées en 1968 et 1969, en relation avec les fortes hausses de salaires suite aux « accords de Grenelle » et en 1987 (figure 3). Cette dernière année a notamment subi l'impact de la libération des prix, particulièrement important dans le domaine de la réparation automobile. Entre 1960 et 2005, la consommation en volume a globalement augmenté moins rapidement que l'ensemble des autres postes de dépenses, dans un contexte d'amélioration constante de la qualité du parc automobile.

Au début des années 1960, les volumes ont augmenté légèrement plus vite que les autres postes de consommation, en lien avec la

hausse du taux d'équipement des ménages en voitures. Les prix ont progressé beaucoup plus fortement que l'inflation (+ 5,8 points sur la décennie 60), entraînant une hausse de la part en valeur du poste dans le budget des ménages.

Dans les années 1970 et 1980, les prix ont augmenté plus vite que l'inflation (2,5 points en moyenne par an sur les deux décennies) et les volumes relatifs sont restés stables. Depuis 1990, les volumes relatifs sont peu dynamiques. La création du contrôle technique en 1986, rendu obligatoire en 1992, avait pourtant entraîné une hausse du volume de consommation, donc des dépenses en ces services. Depuis 1993, les prix ont progressé plus vite que l'inflation mais avec un moindre ampleur qu'auparavant. Les réseaux d'entretien de véhicules, proposant des tarifications forfaitaires et multipliant les campagnes de promotion, ont pesé sur les prix en les rendant plus attractifs que ceux des acteurs traditionnels, concessionnaires et mécaniciens pour lesquels les prestations sont facturées au temps passé. En revanche, les prix des autres services (péages, stationnement, parkings et écoles de conduite) ont continué d'augmenter au-delà de l'inflation (+ 1,2 point en moyenne entre 1993 et 2005).

En élargissant le champ à l'ensemble des dépenses d'utilisation de véhicules privés (y compris pièces détachées, carburants et lubrifiants, mais hors achat de véhicules), la part qu'elles représentent dans l'ensemble des dépenses des ménages est nettement plus élevée en France qu'en moyenne dans l'Union européenne (figure 4). Les Lituaniens et les Slovènes sont les seuls à consacrer une part de leur budget encore plus importante. Le lien entre cette part et le niveau de vie du pays est ténu. Les Allemands, dont le PIB par habitant est comparable à celui de la France, consacrent une part nettement moindre de leur budget à ce poste. ■

#### Définitions

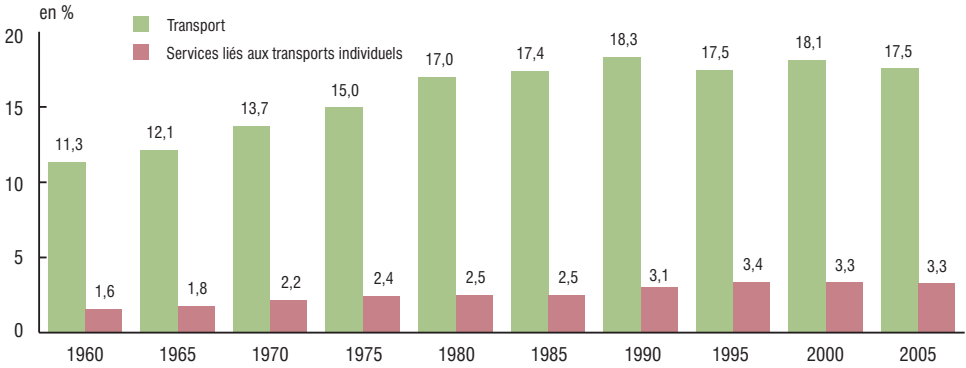
**Services liés aux transports individuels** : comprennent l'entretien et les réparations de véhicules (hors pièces détachées), le contrôle technique et les autres services liés aux véhicules personnels : location de véhicules, écoles de conduite, péages, parkings et stationnement.

**Accords de Grenelle** : conclus le 27 mai 1968, ils ont abouti notamment à une augmentation de 35 % du salaire minimum interprofessionnel garanti (Smig) et, compte tenu de leur diffusion sur les autres salaires d'une part, de celle de l'inflation d'autre part, ont conduit à une hausse de 10 % en moyenne des salaires réels.

**Ménage, inflation, volume, Union européenne, niveau de vie du pays, PIB** : voir *Glossaire*.

# Services liés aux transports individuels 3.3

## 1. Part dans la dépense des ménages en valeur



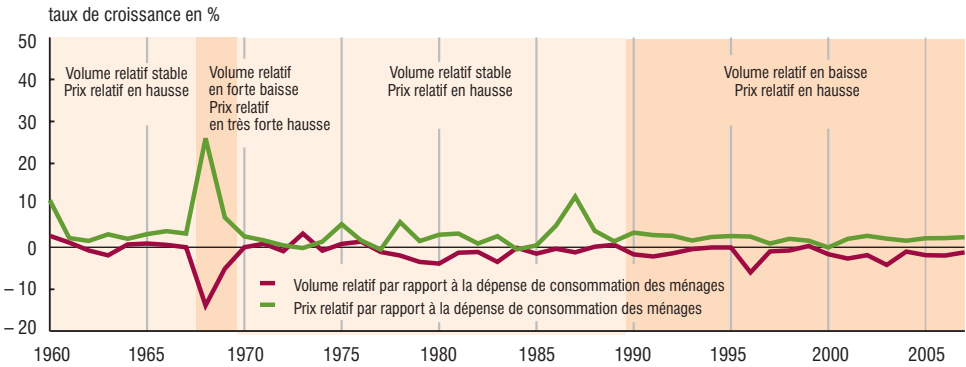
Source : Insee, comptes nationaux, base 2000.

## 2. Dépense des ménages en services liés aux transports individuels, structure en valeur

	1960	1975	1990	2005	Valeurs 2005 (Mds €)
Entretien et réparations	87,5	79,2	72,9	67,7	17,9
Autres services liés aux véhicules personnels	12,5	20,8	27,1	32,3	8,5
<b>Total</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>26,5</b>

Source : Insee, comptes nationaux, base 2000.

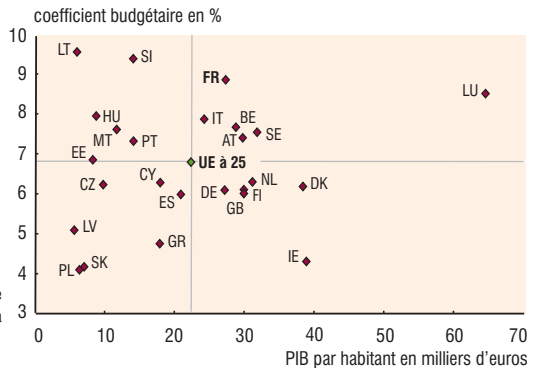
## 3. Volume et prix relatifs de la dépense des ménages en services liés aux transports individuels



Lecture : Depuis le début des années 1990, le prix des services liés au transport individuel a augmenté plus vite que l'inflation et le volume a globalement progressé moins vite que les autres postes de consommation.

Source : Insee, comptes nationaux, base 2000.

## 4. Dépense d'utilisation de véhicules privés dans l'Union européenne à 25 en 2005



Lecture : En 2005, les ménages luxembourgeois, avec un PIB de 64 600 euros par habitant, ont consacré 8,5 % de leur budget à l'utilisation de véhicules privés.

Sources : Insee et Eurostat, comptes nationaux, base 2000.

### 3.3 Services liés aux transports individuels

Les **services de transport individuels** comprennent notamment les réparations et l'entretien des véhicules, les péages et les leçons de conduite. Les ménages qui possèdent deux voitures dépensent deux fois plus que les ménages n'en possédant qu'une, et ceux qui en possèdent trois, 2,8 fois plus (figure 1). Les ménages paraissent donc utiliser les différents véhicules avec des intensités relativement similaires.

Les écarts de dépenses sur ce poste reflètent les écarts d'équipement automobile. Ainsi, les ménages avec enfant(s), plus souvent possesseurs d'une ou plusieurs voitures, dépensent plus que la moyenne. Les ménages dont la personne de référence a 75 ans ou plus ont des dépenses en services de transport individuels inférieures de 65 % à la moyenne. Ils y consacrent une **part de leur budget** inférieure d'un point à la moyenne.

Les écarts de dépenses selon le **niveau de vie** des ménages sont plus marquées pour les dépenses hors services de réparation (loyer pour un garage, abonnement parking, auto-école, péages...). Pour ce poste, les ménages aisés dépensent 89 % de plus que la moyenne soit 5 fois plus que les ménages du premier **quintile** de niveau de vie, qui dépensent, eux, 61 % de moins que la moyenne. Les ménages « jeunes » y consacrent des montants plus élevés que la moyenne, en

raison des frais liés au passage du permis de conduire. De même, toujours pour ce poste, des écarts importants apparaissent entre **catégories socioprofessionnelles** : les cadres actifs dépensent 2,2 fois plus que la moyenne alors que les inactifs non retraités 2,3 fois moins. Ces derniers dépensent 5 fois moins que les ménages de cadres actifs pour ce poste. Enfin, les ménages ayant au moins trois voitures dépensent 3,3 fois plus pour ce poste que les ménages n'en ayant qu'une.

Il est probable que les dépenses d'entretien et de réparation relèvent en effet de coûts relativement fixes. Les autres types de dépenses peuvent en revanche faire plus souvent l'objet d'arbitrages : route nationale plutôt qu'autoroute, parking municipal plutôt que location de garage, etc.

Les ménages aisés dépensent toujours plus que les ménages modestes, mais depuis 20 ans, les écarts de dépense moyenne selon le niveau de vie tendent à se réduire (figure 2). En 1985, les ménages du dernier quintile de niveau de vie dépensaient 4 fois plus que ceux du premier quintile. Ce rapport est tombé à 2,8, en 1995 pour remonter légèrement (3,5 en 2001 et 2006). Deux facteurs permettent d'expliquer ce resserrement : la plus grande diffusion de l'automobile parmi les ménages (et le multi-équipement) et l'obligation, depuis 1992, du contrôle technique. ■

#### Définitions

**Services liés aux transports individuels** : voir page précédente.

**Part de budget, niveau de vie des ménages, quintile, catégorie socioprofessionnelle** : voir *Glossaire*.



# Services liés aux transports individuels 3.3

## 1. Les déterminants de la dépense en services de transports individuels des ménages

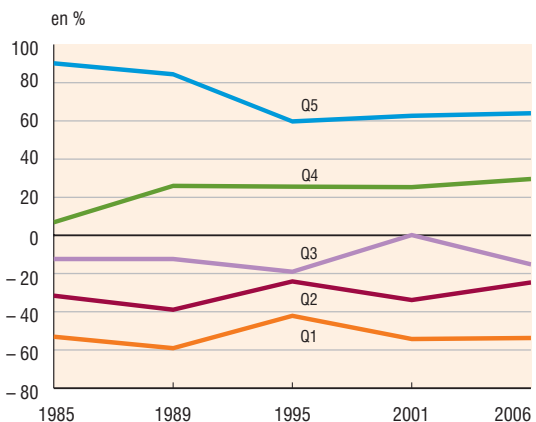
	Ensemble des services liés aux transports individuels dont :		Entretien et réparation		Loyer pour un garage, abonnement parking, auto-école, péages...	
	Écart à la moyenne du coefficient budgétaire (points)	Écart à la moyenne du montant par ménage (%)	Écart à la moyenne du coefficient budgétaire (points)	Écart à la moyenne du montant par ménage (%)	Écart à la moyenne du coefficient budgétaire (points)	Écart à la moyenne du montant par ménage (%)
<b>Quintile de niveau de vie</b>						
Q1	-0,5	-54	-0,3	-51	-0,2	-61
Q2	-0,1	-25	-0,1	-26	0,0	-21
Q3	-0,2	-15	-0,1	-12	-0,1	-24
Q4	0,3	30	0,2	33	0,0	18
Q5	0,2	64	0,1	56	0,1	89
<b>Âge de la personne de référence</b>						
Jusqu'à 24 ans	-0,3	-35	-0,6	-56	0,3	25
25 à 34 ans	-0,1	-1	-0,1	2	-0,1	-8
35 à 44 ans	0,2	31	0,3	38	0,0	10
45 à 54 ans	0,3	37	0,2	30	0,2	58
55 à 64 ans	0,1	7	0,0	1	0,1	26
65 à 74 ans	-0,2	-32	0,0	-24	-0,2	-56
75 ans et plus	-0,8	-65	-0,5	-62	-0,3	-74
<b>CS de la personne de référence</b>						
Agriculteurs actifs	-0,2	-13	-0,3	-23	0,1	16
Artisans, commerçants et chefs d'entreprise actifs	-0,5	-1	-0,4	-10	0,0	23
Cadres actifs	0,3	87	0,1	75	0,2	125
Professions intermédiaires actifs	0,4	50	0,3	54	0,1	39
Employés actifs	0,3	10	0,2	11	0,1	9
Ouvriers actifs	-0,1	-12	-0,1	-12	0,0	-12
Retraités	-0,4	-39	-0,2	-36	-0,2	-49
Autres inactifs	-0,5	-54	-0,4	-53	-0,1	-57
<b>Type de ménage</b>						
Homme seul	0,0	-38	0,1	-33	-0,1	-53
Femme seule	-0,4	-53	-0,4	-56	0,0	-45
Famille monoparentale	-0,1	-8	-0,1	-11	0,0	0
Couple sans enfant	-0,1	-5	-0,1	-3	-0,1	-11
Couple avec 1 enfant	0,5	59	0,4	66	0,0	36
Couple avec 2 enfants ou plus	0,0	46	0,0	40	0,1	65
<b>Nombre de voitures</b>						
0 voiture	-1,5	-89	-1,2	-94	-0,2	-74
1 voiture	-0,2	-20	-0,1	-19	-0,1	-23
2 voitures	0,4	65	0,4	68	0,1	54
3 voitures ou plus	0,6	121	0,4	111	0,2	152

Lecture : en 2006, les ménages du premier quintile ont une part de dépense consacrée aux services de transport individuels inférieure de 0,5 point à celle de l'ensemble des ménages.

Champ : France métropolitaine.

Source : Insee, enquête Budget de famille 2006.

## 2. Écart à la dépense moyenne selon le niveau de vie



Lecture : en 1985, les ménages du 1<sup>er</sup> quintile de niveau de vie dépensaient 53 % de moins que la moyenne des ménages.

Champ : France métropolitaine.

Source : Insee, enquête Budget de famille 2006.

## 3.4 Services liés aux transports collectifs

En 2005, les **ménages** ont dépensé 19,4 milliards d'euros en transports collectifs, soit 309 euros par habitant. C'est bien moins que l'ensemble des dépenses liées au transport individuel. Relativement au total des dépenses, la consommation en transports collectifs a modérément augmenté entre 1960 (2,1 %) et 2005 (2,4 %), [figure 1]. De 1960 au milieu des années 1990, cette part a fluctué autour de 2 %. Elle a augmenté d'environ 0,5 point depuis 1995. Cependant, le poids des dépenses en transports collectifs, concurrencées par celles destinées au transport individuel, a baissé dans le budget consacré au « transport », passant de 19 % en 1960 à 14 % en 2005.

Depuis 1960, la **part** dans ce poste **des dépenses** en transport par rail est en baisse constante, passant de 38 % en 1960 à 21 % en 2005 (figure 2). S'y est notamment substitué le transport par air, qui représentait 10 % du poste en 1960 mais atteint 34 % en 2005. Les prix des transports collectifs ont augmenté légèrement plus vite que l'**inflation** globale sur la période 1960-2005 (figure 3).

Durant les années 1960, les prix ont progressé nettement plus vite que l'inflation tandis que les **volumes** relatifs étaient en forte baisse. Les ménages privilégiaient l'acquisition d'automobiles au détriment des transports collectifs, notamment ferroviaire. Seul le transport aérien s'est développé, l'arrivée des vols charters permettant sa démocratisation.

Entre 1970 et 1995, volume et prix ont globalement augmenté comme les autres dépenses, ils ont donc été stables en termes relatifs. Les tendances amorcées se sont poursuivies : la part du transport ferroviaire a

continué de décroître tandis que celle du transport aérien a plus que doublé. Au total, la part des transports collectifs dans le budget des ménages a légèrement augmenté sur cette période.

Depuis 1995, les volumes relatifs augmentent, alors que les prix relatifs restent stables. La part du transport de voyageurs par rail ne baisse plus, celle du transport aérien n'augmente plus que légèrement. Ainsi, l'expansion du trafic *TGV* et la montée en puissance d'*Eurostar* et de *Thalys* ont permis au trafic ferroviaire de rester en phase avec le trafic aérien. Les dépenses de transport aérien ont continué de croître plus vite que la consommation totale mais ont été freinées par un climat international morose depuis 2001 (attentats terroristes, guerre en Irak). La reprise n'est intervenue qu'en 2004 avec l'essor des compagnies à bas coûts. L'effet sur la consommation en transports collectifs d'une baisse des prix de 1 % est de l'ordre de + 0,6 %.

Les ménages de la plupart des pays européens ayant un **niveau de vie** élevé dépensent une part plus faible de leur budget pour les transports collectifs que la moyenne (figure 4). Les pays insulaires (Royaume-Uni, Irlande...) se singularisent par des parts budgétaires supérieures à la moyenne, en raison notamment des dépenses en transports aériens. Pour les pays dont le niveau de PIB par habitant est moins élevé que la moyenne, le **coefficient budgétaire** est plus hétérogène. Le caractère souvent contraint de cette dépense et le développement des infrastructures en sont des facteurs déterminants. ■

### Définitions

**Services liés aux transports collectifs** : comprennent les transports de voyageurs par rail, par route, par air, par mer et voies d'eau intérieures. Ils intègrent également les titres de transports combinés (transports urbains) et une catégorie « autres » regroupant les téléphériques et les déménagements.

**Ménage, part des dépenses, inflation, volume, niveau de vie du pays, coefficient budgétaire** : voir *Glossaire*.

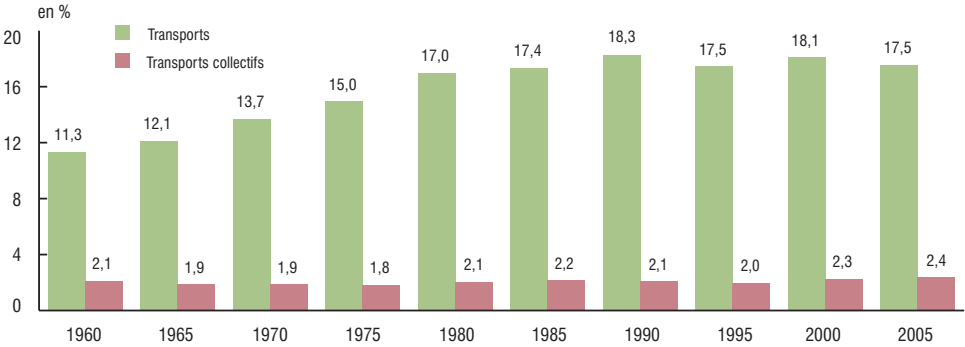
# Services liés aux transports collectifs 3.4

## 1. Dépense des ménages en transports collectifs, structure en valeur

	1960	1975	1990	2005	en % Valeurs 2005 (Mds €)
Transports de voyageurs par rail	37,9	28,9	23,1	20,5	4,0
Transports de voyageurs par route	24,4	28,1	23,2	22,8	4,4
Transports de voyageurs par air	9,7	18,1	32,5	34,2	6,6
Transports de voyageurs par mer et voies d'eau intérieures	6,6	4,5	3,0	1,7	0,3
Titres de transports combinés	18,9	13,8	14,2	17,3	3,4
Autres services de transports achetés	2,5	6,7	4,0	3,4	0,7
<b>Total</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>19,4</b>

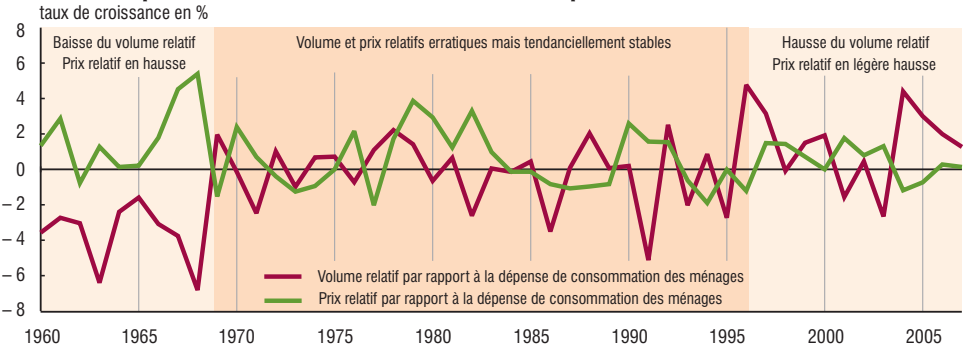
Source : Insee, comptes nationaux, base 2000.

## 2. Part des transports dans la dépense des ménages en valeur



Source : Insee, comptes nationaux, base 2000.

## 3. Volume et prix relatifs de la consommation en transports collectifs

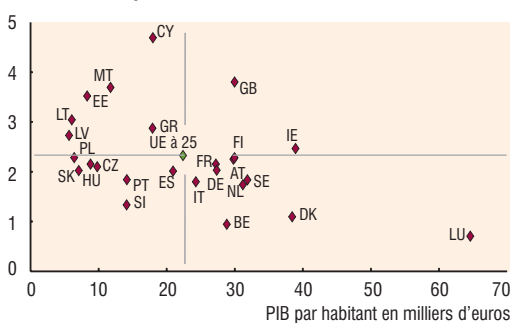


Lecture : en 2006 et 2007, le prix du transport collectif a augmenté moins vite que l'inflation et le volume a progressé plus vite que les autres postes de consommation.

Source : Insee, comptes nationaux, base 2000.

## 4. Dépense des ménages en transports collectifs dans l'Union européenne à 25 en 2005

coefficient budgétaire en %



Lecture : En 2005, les ménages chypriotes, avec un PIB de 18 000 euros par habitant, ont consacré 4,7 % de leur budget au transport collectif.

Sources : Insee, comptes nationaux, base 2000 et Eurostat.

### 3.4 Services liés aux transports collectifs

Les dépenses en **services de transport collectifs**, sont logiquement très fortement liées à la taille de la commune d'habitation (*figure 1*). Les Parisiens dépensent 3,6 fois plus que la moyenne nationale et plus la commune est rurale, moins les dépenses pour ce poste sont importantes. Cet effet s'observe à taille de ménage, possession de voiture, **niveau de vie, catégorie socioprofessionnelle** et âge de la **personne de référence** identiques. Il reflète l'offre de ce type de services, plus développée dans les grandes villes (métro, trams, bus, trains, etc.), et des taux de possession de voitures moindres dans ces agglomérations (*voir fiche 3.1*).

Le nombre de véhicules du ménage, lui-même fortement lié à la zone d'habitation, influence le montant des dépenses de services liés aux transports collectifs, et plus encore le **coefficient budgétaire** associé : les ménages ne possédant pas d'automobile consacrent, en proportion de leur budget, près de 2 points de plus que la moyenne pour les services de transports collectifs.

La taille du ménage joue mécaniquement sur les montants dépensés (plus un ménage a d'enfants, plus il dépense pour ce poste), mais n'a pas d'influence sur les coefficients budgétaires associés. Les cadres actifs y consacrent un montant 2,4 fois plus élevé

que la moyenne et près de 3 fois supérieur à celui des ménages de retraités. Cet écart est probablement lié au choix de résidence (les cadres actifs habitant plus souvent dans les zones urbaines, ils utilisent donc plus les transports en commun locaux), mais probablement aussi à des habitudes de loisirs différentes (les cadres actifs ont ainsi de plus grandes dépenses de trains et d'avions).

Les écarts de dépenses entre les ménages demeurent mais se sont atténués au fil des années : le rapport entre les dépenses moyennes des ménages les plus aisés et les plus modestes était de 4,3 en 1989, de l'ordre de 3 en 1995 et 2001, et il atteint 2,2 en 2006 (*figure 2*). Pour ce type de dépenses, les ménages du 5<sup>e</sup> quintile de niveau de vie ont toujours consacré des montants largement supérieurs à la moyenne et à celles des ménages des autres quintiles, qui restent, eux, plus homogènes.

De même, les écarts de dépenses moyennes entre les ménages selon la zone d'habitation se sont légèrement atténués au cours du temps (*figure 3*). En 1989, les ménages de l'agglomération parisienne dépensaient 7 fois plus que ceux des communes rurales. Ce rapport est passé à un peu moins de 5 en 1995 et 2001, pour atteindre 4,7 en 2006. ■

#### Définitions

**Services liés aux transports collectifs** : contrairement à la comptabilité nationale, ne sont pas pris en compte ici ni les trajets effectués par les touristes étrangers sur le sol français, ni ceux réalisés dans le cadre de voyages dits, « tout compris » pour lesquels les ménages ne sont pas capables d'isoler les montants qui relèvent du transport, de celui de l'hébergement ou de la restauration (*voir fiche 7.3*).

**Niveau de vie des ménages, catégorie socioprofessionnelle, personne de référence, coefficient budgétaire** : voir *Glossaire*.

# Services liés aux transports collectifs 3.4

## 1. Les déterminants de la dépense pour les services de transports collectifs

	Services de transport dont :		Chemin de fer		Transport par air	
	Écart	Écart	Écart	Écart	Écart	Écart
	à la moyenne du coefficient budgétaire (points)	à la moyenne du montant par ménage (%)	à la moyenne du coefficient budgétaire (points)	à la moyenne du montant par ménage (%)	à la moyenne du coefficient budgétaire (points)	à la moyenne du montant par ménage (%)
<b>Quintile de niveau de vie</b>						
Q1	0,4	-21	0,1	-28	n. s.	n. s.
Q2	-0,2	-30	-0,1	-34	0,0	-31
Q3	-0,3	-23	-0,2	-29	-0,1	-61
Q4	-0,1	4	0,0	9	0,0	0
Q5	0,2	70	0,2	82	0,1	111
<b>CS de la personne de référence</b>						
Agriculteurs actifs	-0,8	-58	-0,4	-57	n. s.	n. s.
Artisans, commerçants et chefs d'entreprise actifs	-0,4	0	-0,2	-1	n. s.	n. s.
Cadres actifs	0,7	143	0,4	154	0,1	183
Professions intermédiaires actifs	-0,1	19	0,0	17	0,0	15
Employés actifs	0,3	15	0,0	1	0,0	-23
Ouvriers actifs	-0,4	-31	-0,2	-36	n. s.	n. s.
Retraités	-0,3	-39	-0,1	-37	0,0	-5
Autres inactifs	0,6	-13	0,7	22	n. s.	n. s.
<b>Commune d'habitation</b>						
Communes rurales	-0,7	-50	-0,4	-53	0,0	-22
Communes urbaines - 20 000 hab.	-0,6	-42	-0,3	-40	-0,1	-44
Communes 20 000 à 100 000 hab.	-0,4	-31	-0,1	-22	n. s.	n. s.
Communes +100 000 hab.	0,1	6	0,0	3	0,1	68
Paris et agglomération parisienne	1,5	134	0,7	134	-0,1	-26,3
<b>Nombre de véhicules du ménage</b>						
0 automobile	1,8	27	1,0	40	-0,1	-66
1 automobile	0,0	-11	0,0	-16	0,0	-9
2 autos ou plus	-0,4	1	-0,2	1	0,0	46

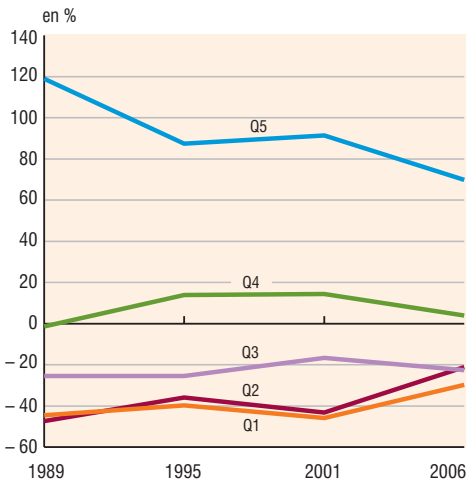
Lecture : en 2006, les ménages du premier quintile de niveau de vie ont une part de dépense consacrée aux services de transport supérieure de 0,4 point à celle de l'ensemble des ménages.

n. s. = non significatif.

Champ : France métropolitaine.

Source : Insee, enquête Budget de famille 2006.

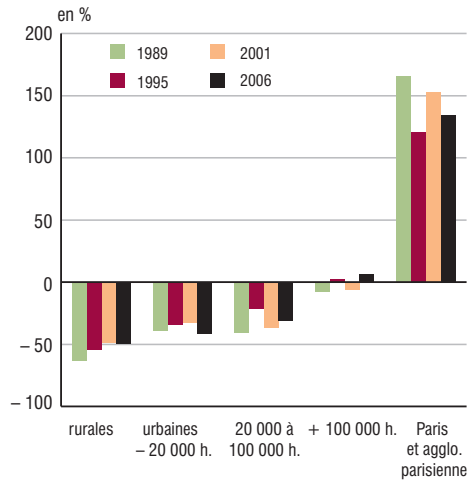
## 2. Écarts à la moyenne des dépenses selon le quintile de niveau de vie



Champ : France métropolitaine.

Source : Insee, enquêtes Budget de famille.

## 3. Évolution des écarts à la moyenne des dépenses selon le type de commune



Champ : France métropolitaine.

Source : Insee, enquêtes Budget de famille.



---

# FICHES THÉMATIQUES

---

**Biens et services  
pour la personne**

## 4.1 Articles d'habillement, chaussures

En 2005, les ménages ont dépensé 45,3 milliards d'euros en articles d'habillement et chaussures, soit 594 euros par habitant en habillement, et 128 euros en chaussures.

Relativement aux autres postes de dépenses, la consommation en valeur des articles d'habillement et des chaussures a décliné sur la période 1965-2005 (figure 1). La part allouée à ces articles est ainsi passée de 12 % en 1965 à moitié moins 40 ans plus tard. Elle a fortement baissé de 1965 à 1980, s'est quasi-stabilisée au cours des années 1980 puis le rythme tendanciel de diminution a de nouveau repris en 1990.

Depuis 1960, la structure du poste « Habillement, chaussures » ne s'est que modérément déformée (figure 2). La part des vêtements de dessus a légèrement diminué (-6 points), notamment pour les femmes et fillettes, celles des vêtements de dessous et, dans une moindre mesure, des chaussures ont progressé.

Le lien entre évolution des prix et des volumes achetés est significatif à court terme : une baisse des prix relatifs de 1,0 % en France entraîne en moyenne une hausse du volume d'environ 0,4 %. Mais sur l'ensemble de la période 1960-2005, alors que les prix de l'habillement ont augmenté nettement moins vite que ceux des autres postes, les volumes consommés relatifs ont également baissé (figure 3).

Sur la période 1960-1982, les prix ont augmenté plus faiblement que l'inflation d'ensemble (-1,1 point d'écart par an). Malgré des périodes de forte hausse de la consommation d'habillement et de chaussures, la croissance en volume a été en moyenne inférieure à celle des autres dépenses (0,9 point d'écart par an). La baisse de la part en valeur de l'habillement et des chaussures s'explique ainsi à la fois par la diminution relative des prix et par une moindre propension à acheter ces produits.

De 1983 à 1990, les prix relatifs ont augmenté et la consommation en volume s'est presque stabilisée, alors que la consommation totale progressait. Cette dernière période a été marquée par la désinflation générale accentuée par le retournement à la baisse des prix énergétiques. La part de la dépense d'habillement et de chaussures en valeur a, au total, légèrement baissé.

Depuis 1991, les prix relatifs sont à nouveau orientés à la baisse tandis que le volume s'est très lentement redressé. Augmentant toujours moins que les autres dépenses, le volume d'achats contribue donc également à la baisse de la part dans le budget des vêtements et chaussures. Ces évolutions récentes de prix et de volume sont à mettre en relation avec l'ouverture du marché français et le dynamisme tendanciel des importations à faible coût : +6,1 % d'évolution annuelle moyenne du volume d'importations pour l'ensemble « Habillement, chaussures » et -1,3 % sur les prix à l'importation.

La comparaison entre pays européens suggère que le volume de consommation d'habillement et de chaussures est peu sensible au niveau de vie du pays mais est plutôt dépendant des modes de vie propres à chaque pays (figure 4). Les ménages des pays du nord-ouest de l'Europe (y compris la France) consacrent une part de leur budget inférieure à la moyenne européenne. À l'exception de l'Espagne, les ménages des pays du sud de l'Europe dépensent proportionnellement plus pour l'habillement. Pour les pays d'Europe de l'Est, deux groupes apparaissent. Les pays baltes sont plutôt à classer avec les pays du sud tandis que la République tchèque, la Pologne, la Slovaquie et la Hongrie y consacrent une part relativement faible de leur budget. ■

### Définitions

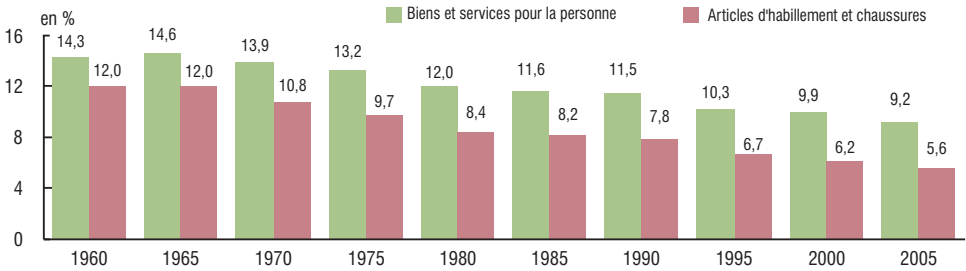
**Articles d'habillement** : comprennent les vêtements, les tissus et étoffes à maille, le fil à coudre, les accessoires d'habillement (chapeaux, cravates, foulards, maroquinerie...) et les chaussures.

**Ménage, volume, inflation, désinflation, part de la dépense, niveau de vie du pays** : voir *Glossaire*.



# Articles d'habillement, chaussures 4.1

## 1. Part dans la dépense des ménages en valeur



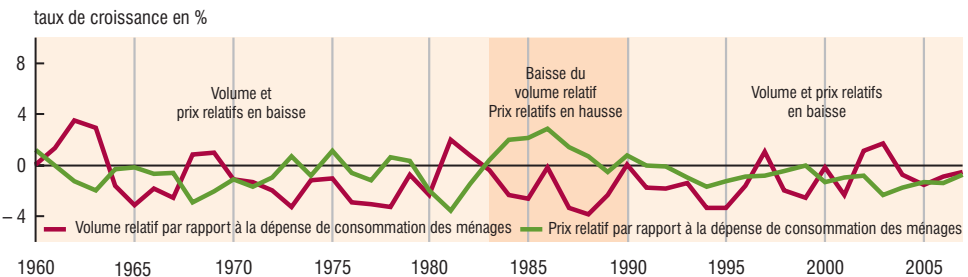
Source : Insee, comptes nationaux, base 2000.

## 2. Structure de la dépense de consommation en articles d'habillement et chaussures

	1960	1975	1990	2005	Valeurs 2005 (Mds €)
Vêtements de dessus pour hommes et garçonnetts	12,5	12,4	13,2	10,8	4,9
Vêtements de dessus pour femmes et fillettes	21,5	21,3	18,9	17,7	8,0
Vêtements de dessous	16,2	14,5	17,0	18,7	8,5
Autres vêtements	22,6	24,1	23,8	23,6	10,7
Accessoires du vêtement et articles divers en textile	10,6	11,4	9,9	11,4	5,2
Chaussures	16,5	16,4	17,2	17,7	8,0
<b>Total</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>45,3</b>

Source : Insee, comptes nationaux, base 2000.

## 3. Volume et prix relatifs de la dépense des ménages en articles d'habillement et chaussures

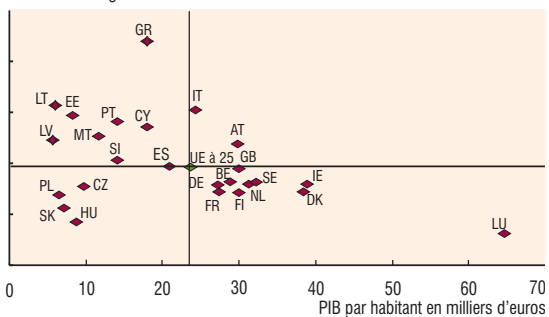


Lecture : de 2004 à 2007, le prix des articles d'habillement et chaussures a augmenté moins vite que l'inflation et le volume a progressé moins rapidement que les autres postes de consommation.

Source : Insee, comptes nationaux, base 2000.

## 4. Dépense des ménages en habillement et chaussures dans l'Union européenne à 25 en 2005

coefficient budgétaire en %



Lecture : en 2005, les ménages grecs, avec un PIB de 17 900 euros par habitant, ont consacré 10,8 % de leur budget aux articles d'habillement et chaussures.

Source : Insee, comptes nationaux, base 2000 et Eurostat.

## 4.1 Articles d'habillement, chaussures

Plus une famille est nombreuse, plus sa **part du budget** consacrée à l'**habillement** est grande. En 2006, pour une personne vivant seule, cette part est inférieure de 1,6 point à la moyenne des **ménages**. Elle est supérieure à 1,5 point pour un couple avec deux enfants (*figure 1*). Néanmoins, elle se stabilise à partir du deuxième enfant, suggérant l'apparition d'économies d'échelle. L'âge influe également sur la part des dépenses consacrée à l'habillement. Cette dernière est légèrement supérieure à la moyenne chez les ménages dont la **personne de référence** a moins de 55 ans (+ 0,8 point environ), et nettement inférieure pour les ménages plus âgés (- 2,7 points pour les plus de 65 ans). Le niveau de vie a en revanche un impact limité : les dépenses vestimentaires croissent de façon à peu près proportionnelle à la consommation totale, quel que soit le **quintile de niveau de vie** auquel appartient le ménage, même si la part de consommation est un peu plus élevée que la moyenne chez les ménages aisés et plus faible chez les ménages à bas revenus. Enfin, pour les personnes seules, les différences entre les femmes et les hommes sont fortes : une femme consacre à l'habillement 2,5 points de plus qu'un homme.

La baisse régulière, entre 1975 et 2001, de la part de l'habillement dans la dépense totale des ménages s'est accompagnée d'une diminution des disparités selon le niveau de vie (*figure 2*), même si cette part budgétaire reste d'autant plus forte que le niveau de vie du ménage est élevé. Ainsi, en 1979, il existait un écart de 1,5 point entre la part consacrée par les ménages les moins aisés et

les ménages les plus riches. Cette différence n'est plus que de 0,8 point en 2006.

Les ménages achètent de préférence leurs vêtements dans les magasins spécialisés qui représentent 67 % des dépenses d'habillement (*figure 3*). Les petits commerces de détail dominant, puisque 40 % des dépenses vestimentaires des ménages y sont réalisées ; 17 % sont cependant faites dans les grandes surfaces alimentaires et cette part tend à augmenter. Les vêtements de dessus et les chaussures de ville sont majoritairement achetés dans les petits commerces spécialisés (47 % des dépenses), alors que les sous-vêtements et la lingerie le sont plus dans les grandes surfaces à prédominance alimentaire (38 %). Enfin, les ménages préfèrent les grandes surfaces spécialisées pour choisir leurs vêtements et chaussures de sport (50 % des dépenses). Un ménage achète d'autant plus ses vêtements dans les grandes surfaces (alimentaires ou spécialisées) que son niveau de vie est bas : 45 % des dépenses vestimentaires pour les 10 % des ménages les plus modestes contre 28 % pour les 10 % les plus aisés. Ces derniers, en revanche, réalisent près de 56 % de leurs achats d'habillement dans le petit commerce de détail spécialisé contre un tiers chez les ménages les plus pauvres. La dépense d'habillement varie beaucoup selon le niveau de vie du ménage, et l'effet prix et l'effet quantité se combinent : plus le niveau de vie est important, plus le prix moyen des vêtements et les quantités achetées sont élevés (*figure 4*). L'effet prix est presque toujours légèrement plus marqué que l'effet quantité, reflétant un certain caractère incompressible des dépenses d'habillement. ■

### Définitions

**Articles d'habillement, chaussures** : voir pages précédentes.

**Part du budget (ou des dépenses), ménage, personne de référence, quintile, niveau de vie des ménages** : voir *Glossaire*.

### Pour en savoir plus

- Bellamy V., Léveillé L., « Consommation des ménages – Quels lieux d'achat pour quels produits », *Insee Première* n° 1165, novembre 2007.

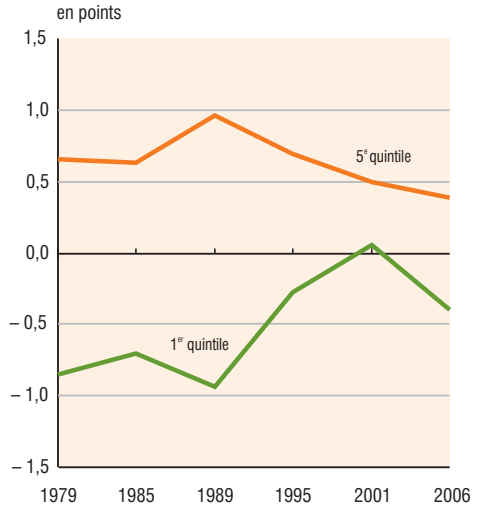
# Articles d'habillement, chaussures 4.1

## 1. Les déterminants de la dépense d'habillement

	Écart au coefficient budgétaire moyen (points)	Écart à la dépense moyenne par ménage (%)
<b>Quintile de niveau de vie</b>		
Q1	-0,4	-40,4
Q2	-0,7	-25,6
Q3	-0,2	-8,8
Q4	0,3	18,2
Q5	0,5	56,5
<b>Âge de la personne de référence</b>		
Moins de 30 ans	0,7	-0,2
De 30 à 54 ans	0,9	32,1
De 55 à 64 ans	-0,5	-2,8
65 ans et plus	-2,7	-55,4
<b>Type de ménage</b>		
Personne Seule	-1,6	-51,9
Homme	-3,1	-62,2
Femme	-0,5	-44,8
Famille monoparentale	1,3	2,2
Couple sans enfant	-1,3	-16,8
Couple avec 1 enfant	0,9	41,3
Couple avec 2 enfants	1,5	71,9
Couple avec 3 enfants et plus	1,3	70,7

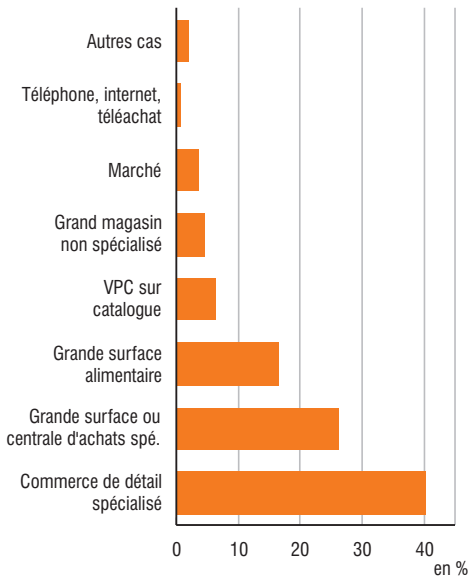
Lecture : en 2006, les ménages du premier quintile de niveau de vie ont un coefficient budgétaire inférieur de 0,4 point au coefficient budgétaire moyen pour l'habillement. Les ménages du dernier quintile ont dépensé 56,5 % de plus que la moyenne des ménages en habillement.  
Champ : France métropolitaine.  
Source : Insee, enquête Budget de famille 2006.

## 2. Écart au coefficient budgétaire moyen en habillement par quintiles de niveau de vie des ménages



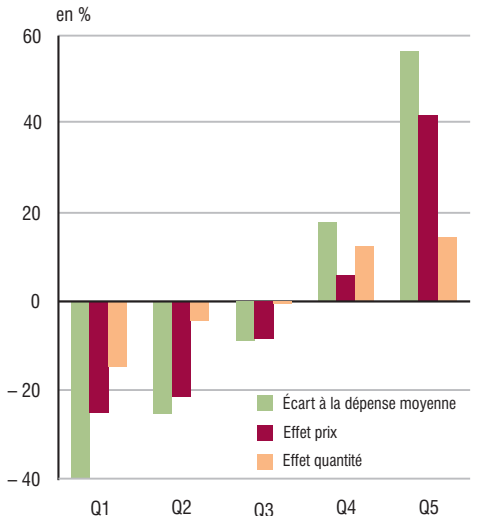
Lecture : en 1979, les ménages appartenant au 1<sup>er</sup> quintile de niveau de vie ont une part de dépenses de consommation totale consacrée à l'habillement inférieure de 0,86 point à celle de l'ensemble des ménages.  
Champ : France métropolitaine.  
Source : Insee, enquêtes Budget de famille.

## 3. Part des dépenses d'habillement selon le lieu d'achat



Champ : France métropolitaine.  
Source : Insee, enquête Budget de famille 2006.

## 4. Décomposition des écarts à la dépense moyenne d'habillement



Lecture : les ménages appartenant au 5<sup>e</sup> quintile de niveau de vie ont un montant de dépenses en habillement supérieur de 57 % à la dépense moyenne. 42 % sont dus aux prix des vêtements achetés et 14 % aux quantités.  
Champ : France métropolitaine.  
Source : Insee, enquête Budget de famille.

## 4.2 Produits pour la personne

En 2005, les ménages ont dépensé 20,8 milliards d'euros en biens pour la personne, soit 331 euros par habitant. C'est 40 % de plus que la dépense en biens de santé (233 euros) non prise en charge par l'assurance-maladie. Relativement au reste des dépenses, la consommation en valeur des biens pour la personne a vivement augmenté entre 1960 (1,4 %) et 1975 (2,6 %) (figure 1). Cette part a fluctué autour de 2,6 % depuis lors.

Au sein de ce poste, la part des articles et produits pour les soins corporels est passée de 46 % en 1960 à 65 % en 2005 (figure 2). Celle des effets personnels a baissé de 20 points, notamment les bijoux et l'orfèvrerie de valeur. Les appareils électriques ne représentent qu'une faible part (2 % en 2005). Les prix des biens pour la personne se sont peu différenciés de l'inflation d'ensemble, à l'exception de la fin des années 1970, marquée par une volatilité spécifique (figure 3).

Avant la crise pétrolière de 1974, les prix ont évolué un peu plus faiblement que ceux des autres postes de consommation (-0,4 point en moyenne par an). La croissance en volume a été nettement supérieure à celle des autres postes (4,2 points en moyenne), contribuant à la hausse de la part en valeur (+0,9 point entre 1960 et 1973). Cette croissance s'explique principalement par la hausse du niveau de vie qui a favorisé des produits dits de « luxe », notamment les produits pour le corps (parfums...). Sur longue période, on observe qu'une hausse du pouvoir d'achat des revenus de 1 % engendre une hausse de consommation de ces produits un peu supérieure à 1 %.

De 1974 à 1980, les prix relatifs ont été très volatils. La forte instabilité du prix des matières premières a notamment contribué à celle des bijoux et de l'orfèvrerie. Le volume de la consommation est resté dynamique jusqu'en 1980, année marquée par un fort repli

coïncidant avec une très forte hausse des prix des métaux précieux. Sur longue période, on estime ainsi qu'une hausse des prix de 1 % conduit à un recul de 0,7 % des volumes achetés.

Entre 1981 et 2005, les prix ont augmenté légèrement moins vite que l'inflation (-0,4 point) et le volume ne s'est pas distingué des autres postes. La part en valeur est donc restée globalement stable. La propension des consommateurs à acheter des produits pour les soins personnels (parfums...) a augmenté malgré des prix relatifs dynamiques. En revanche, malgré des prix plutôt moins dynamiques que l'inflation, les achats d'effets personnels se sont à peine stabilisés. Les volumes d'achats en « bijouterie, joaillerie, orfèvrerie » présentent une forte variabilité (figure 4). En effet, ces dépenses de luxe exceptionnelles sont très dépendantes des variations de prix de ces biens, eux-mêmes dépendant de la variabilité des cours des métaux précieux. En période de forte hausse de l'or ou de l'argent, les ménages ont tendance à freiner leurs achats.

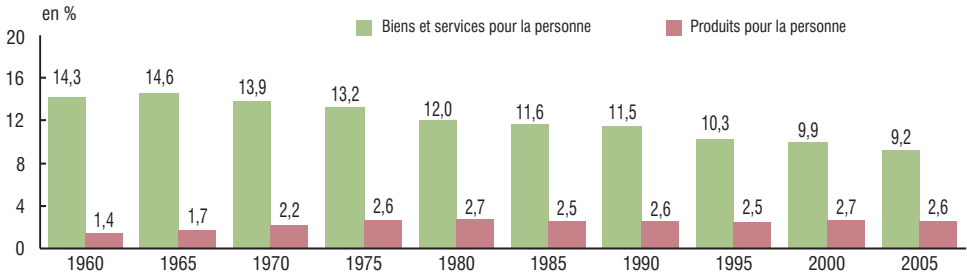
Ainsi, les hausses des cours des métaux précieux de la fin des années 1970 et du début des années 1980 se sont largement reportées sur les prix avec un léger décalage temporel. Dans le même temps, les achats en volume ont diminué. En revanche, la baisse des cours des métaux précieux jusqu'au début des années 1990, s'est peu répercutée sur les prix et par conséquent sur le volume de consommation. Les achats en volume ont toutefois fortement progressé à la fin des années 1990, dans un contexte très favorable de la conjoncture et du moral des ménages, et probablement aussi pour « marquer le coup » à l'occasion du passage à l'an 2000. En 2006, une nouvelle phase de hausse des cours des métaux précieux s'est engagée comme pour la plupart des matières premières. Les prix à la consommation ont intégré ces hausses et le volume des achats a baissé. ■

### Définitions

**Produits pour la personne** : comprennent les appareils électriques pour soins corporels (rasoirs, sèche-cheveux...), les autres produits pour le corps (produits de beauté, mousse à raser...) et les effets personnels (bijoux, montres, lunettes, puériculture...).

**Ménage, inflation, volume, pouvoir d'achat du pays** : voir *Glossaire*.

## 1. Part dans la dépense des ménages en valeur



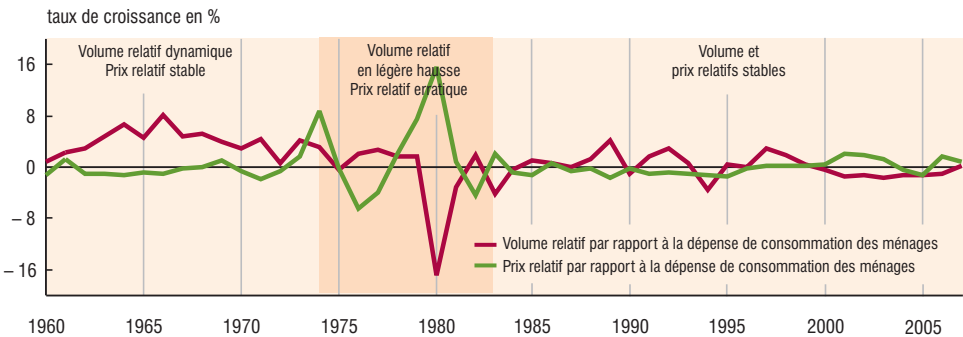
Source : Insee, comptes nationaux, base 2000.

## 2. Structure de la dépense des ménages en produits pour la personne

	1960	1975	1990	2005	Valeurs 2005 (Mds €)
Appareils électriques pour soins personnels	0,9	1,2	1,6	1,6	0,3
Autres appareils, articles et produits pour soins personnels	45,5	45,7	57,8	65,3	13,6
Effets personnels n.c.a. hors réparation	53,6	53,1	40,6	33,1	6,9
<b>Total</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>20,8</b>

Source : Insee, comptes nationaux, base 2000.

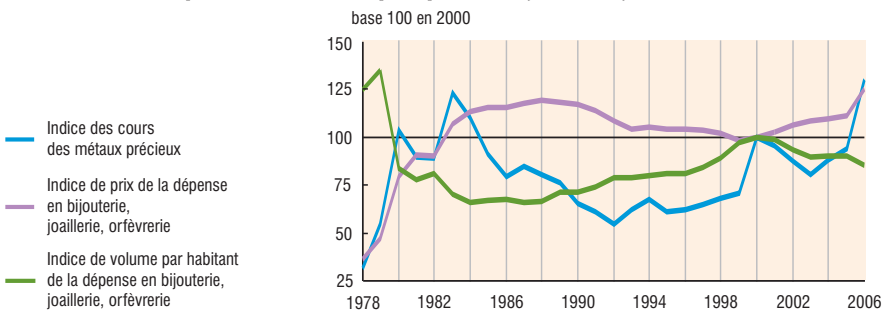
## 3. Volume et prix relatifs de la dépense des ménages en produits pour la personne



Lecture : au début des années 2000, le prix des produits pour la personne a globalement augmenté plus vite que l'inflation tandis que le volume a progressé moins rapidement que les autres postes de consommation

Source : Insee, comptes nationaux, base 2000.

## 4. Indices de volume par habitant et de prix pour la bijouterie, joaillerie, orfèvrerie



Lecture : par rapport à l'année 2000, les prix pour la bijouterie, joaillerie, orfèvrerie ont augmenté de 25,1 % en 2006 et le volume de la dépense par habitant a baissé de 14,6 %.

Sources : Insee, comptes nationaux, base 2000, indice des prix des matières premières.

## 4.2 Produits pour la personne

Le niveau des dépenses consacrées aux **produits pour la personne** dépend beaucoup de la composition du **ménage**. Ces dépenses s'élèvent avec la présence d'un ou plusieurs enfants dans le ménage (*figure 1*). Pour les couples ayant au moins un enfant, le montant des dépenses est supérieur d'environ 50 % à la moyenne. Les dépenses en articles destinés à l'hygiène des jeunes enfants (lingettes pour bébés, couches...) expliquent en partie le poids de ce poste budgétaire pour ces familles. Par ailleurs, le **poids budgétaire** de ce poste est inférieur à la moyenne (- 0,7 point) chez les hommes seuls et très légèrement supérieur chez les femmes seules (+ 0,2 point).

Effet de génération et d'âge, le poids des dépenses en produits pour la personne décroît. C'est chez les plus de 65 ans qu'il est le plus bas et qu'il correspond au niveau de dépenses le plus faible (- 41 % par rapport à la moyenne). Cependant, de façon générale, ce poste ne représente qu'une dépense assez limitée, les écarts de poids budgétaires restent donc assez faibles.

Parmi les catégories actives, cadres et agriculteurs sont aux deux extrêmes. Les premiers ont un montant de dépenses plus élevé que la moyenne (+ 84 %), c'est l'inverse pour les seconds (- 15 %). L'effet de la catégorie sociale se distingue ici de l'effet du niveau de vie qui reste, lui, assez limité, en termes de poids budgétaire. Ces dépenses comprennent les achats d'articles de luxe (bijouterie, joaillerie, maroquinerie) et les

écarts par catégorie sociale reflètent en premier lieu des comportements de consommation différents sur ces produits.

Entre 1979 et 2006, la part des dépenses consacrées aux articles pour les soins personnels et les effets personnels évolue peu. Au cours de cette période, les disparités observées en 1979 selon le **niveau de vie** tendent à s'estomper régulièrement. En 1979, les ménages du 5<sup>e</sup> **quintile** de niveau de vie avaient une **part de dépenses** supérieure de 0,7 point à celle des ménages du 1<sup>er</sup> quintile (*figure 2*). En 2006, l'écart entre les ménages les plus aisés et ménages les plus modestes n'est plus que de 0,3 point.

Plus de la moitié des dépenses en articles pour la personne se font dans les grandes surfaces alimentaires (GSA - *figure 3*). Le petit commerce de détail spécialisé concentre 20 % des dépenses et les grandes surfaces spécialisées (GSS) moins de 10 %. Les produits pour les soins personnels sont très souvent achetés dans les GSA (70 % des dépenses). Petit commerce spécialisé et grandes surfaces spécialisées représentent chacun un peu moins de 10 % des parts de marché pour ces produits. En revanche, pour acheter leurs **effets personnels**, les ménages préfèrent les magasins spécialisés. Un peu plus de la moitié des dépenses en effets personnels est effectuée dans le petit commerce spécialisé. Les GSA représentent moins de 18 % de ces dépenses, les GSS environ 12 % et les grands magasins non spécialisés 6 %. ■

### Définitions

**Produits pour la personne** : voir pages précédentes.

**Effets personnels** : ce sont principalement les articles de bijouterie joaillerie et horlogerie, de voyage et maroquinerie et d'accessoires fantaisie.

**Ménage, niveau de vie des ménages, quintile, part des dépenses (ou poids budgétaire)** : voir *Glossaire*.

### Pour en savoir plus

- Bellamy V., Léveillé L., « Enquête Budget de famille 2006 », *Insee Résultats* n° 73, décembre 2007.
- Cérani N., Camus M., « Le budget des familles en 2001 », *Insee Résultats* n° 29, avril 2004.

## Produits pour la personne 4.2

### 1. Les déterminants de la dépense en produits pour la personne

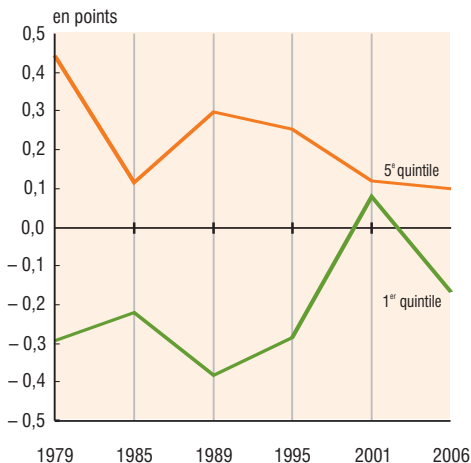
	Écart au coefficient budgétaire moyen (points)	Écart à la dépense moyenne par ménage (%)
<b>Quintile de niveau de vie</b>		
Q1	-0,2	-42,4
Q2	-0,2	-25,3
Q3	0,0	-7,0
Q4	0,1	19,3
Q5	0,1	55,4
<b>Âge de la personne de référence</b>		
Moins de 30 ans	0,2	-0,1
De 30 à 54 ans	0,1	24,7
De 55 à 64 ans	-0,2	-5,5
65 ans et plus	-0,3	-40,8
<b>Type de ménage</b>		
Homme seul	-0,7	-60,2
Femme seule	0,2	-34,8
Famille monoparentale	0,0	-11,9
Couple sans enfant	-0,1	-7,0
Couple avec 1 enfant	0,3	45,8
Couple avec 2 enfants	0,1	51,7
Couple avec 3 enfants et plus	0,1	49,8
<b>Catégorie socioprofessionnelle</b>		
<b>Actifs</b>		
Agriculteurs	-0,2	-14,8
Artisans, commerçants, chefs d'entr.	0,4	60,3
Cadres	0,2	84,2
Professions intermédiaires	0,2	37,4
Employés	0,0	-4,5
Ouvriers	-0,1	-8,5
<b>Inactifs</b>		
Retraités	-0,3	-35,7
Autres	-0,2	-44,7

Lecture : en 2006, les ménages du premier quintile de niveau de vie (Q1) ont un coefficient budgétaire inférieur de 0,2 point au coefficient budgétaire moyen pour les produits de la personne. Les ménages du dernier quintile (Q5) ont dépensé 55,4 % de plus que la moyenne des ménages en produits pour la personne.

Champ : France métropolitaine.

Source : Insee, enquête Budget de famille 2006.

### 2. Écart au coefficient budgétaire moyen des dépenses en produits pour la personne

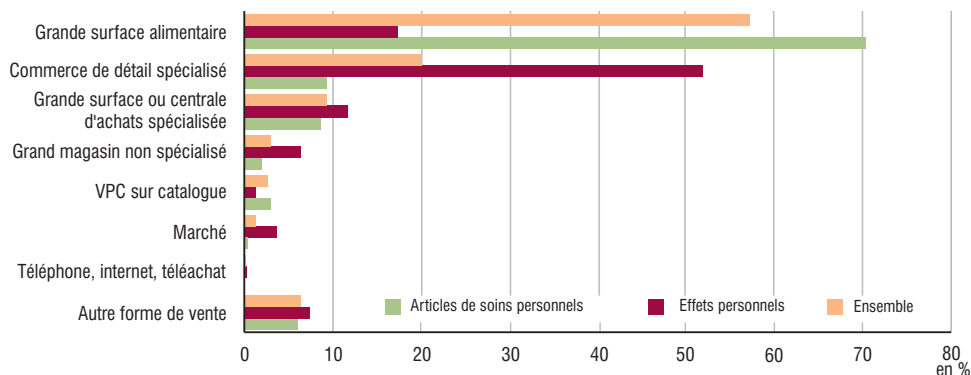


Lecture : en 1979, les ménages appartenant au 1<sup>er</sup> quintile de niveau de vie avaient une part de consommation totale consacrée aux produits pour la personne inférieure de 0,3 point à celle de l'ensemble des ménages.

Champ : France métropolitaine.

Source : Insee, enquêtes Budget de famille.

### 3. Part des dépenses des ménages en produits pour la personne selon le lieu d'achat



Champ : France métropolitaine.

Source : Insee, enquête Budget de famille 2006.

## 4.3 Services de soins personnels

En 2005, la dépense de consommation des **ménages** en services de soins personnels a atteint 8,6 milliards d'euros, soit 137 euros par habitant. C'est bien moins que les dépenses en biens pour la personne (20,8 milliards).

Relativement aux dépenses totales, la consommation en valeur des services de soins personnels a légèrement augmenté entre 1960 (0,8 %) et 2005 (1,1 %) [figure 1]. Cette hausse est toutefois remarquable si l'on compare au total des dépenses de biens et services destinés à la personne, qui a baissé de près de 5 points sur la même période. Elle illustre un phénomène plus global de baisse des **coefficients budgétaires** en biens, et de hausse des dépenses en services.

Alors qu'entre 1960 et 1990, la structure du poste a peu évolué, la part des services de coiffure a baissé de près de 6 points depuis, avec pour corollaire une hausse de celle des soins de beauté, entretien corporel et cures thermales (figure 2). Avec 114 euros par habitant, les dépenses en coiffure représentent néanmoins la plus grande part de ce poste en 2005.

Par rapport à l'ensemble des autres postes de consommation, les prix des services de soins personnels ont augmenté plus vite sur la période 1960-2005, avec des hausses marquées à la fin des années 1970 et au début des années 1980 (figure 3). Sur la même période, la consommation en **volume** a augmenté moins rapidement que l'ensemble des autres postes de dépenses des ménages. Le lien entre prix et volume est significatif : à court terme, une hausse des prix de 1 % a pour conséquence un recul des volumes de l'ordre de 0,6 point. Par ailleurs, une hausse des revenus de 1 % a pour conséquence à court terme une hausse de 0,6 % du volume de consommation de ces services.

De 1960 à 1977, les prix ont augmenté plus fortement que l'**inflation**, tandis que le

volume de consommation est resté stable. Puis jusqu'en 1982, les prix relatifs ont subi une hausse encore plus forte et le volume de consommation a baissé relativement aux autres postes. Les effets inflationnistes dus aux chocs pétroliers et le ralentissement économique qui a suivi ont conduit les ménages à effectuer des arbitrages au détriment des dépenses les moins prioritaires comme les dépenses de coiffure ou des autres services de soins personnels. Les ménages ont davantage acheté de produits capillaires à utiliser chez eux, ne nécessitant pas le passage par un salon. Des effets de mode ont également pu jouer. Au total, la part des services pour l'ensemble des soins personnels est demeurée stable dans le budget durant ces années.

Dans les années 1980, les prix relatifs ont continué d'augmenter, alors que le volume relatif s'est stabilisé. Ceci a contribué à la hausse de la part en valeur des services de soins personnels. Depuis 1990, les prix relatifs n'ont augmenté que très faiblement avec la multiplication des offres promotionnelles et des « prestations tout compris ». Le volume relatif a légèrement reculé, malgré l'essor des activités autres que la coiffure : instituts de massage et de relaxation, cures thermales. Au total prix et volume conduisent à une stabilisation de la dépense en valeur.

En 1998, d'après l'étude réalisée par *EIM Small Business Research and Consultancy*, la France comptait 10 salons de coiffure pour 10 000 habitants. Ce nombre est inférieur à celui des pays comme la Belgique (21), l'Italie et la Finlande (17). Il était en revanche plus élevé qu'en Allemagne, aux Pays-Bas ou en Autriche (8). Ces statistiques contrastées peuvent s'expliquer à la fois par des différences sur la structure de l'offre (taille des salons, diplômes nécessaires) et, du point de vue de la demande, par les préférences des consommateurs. ■

### Définitions

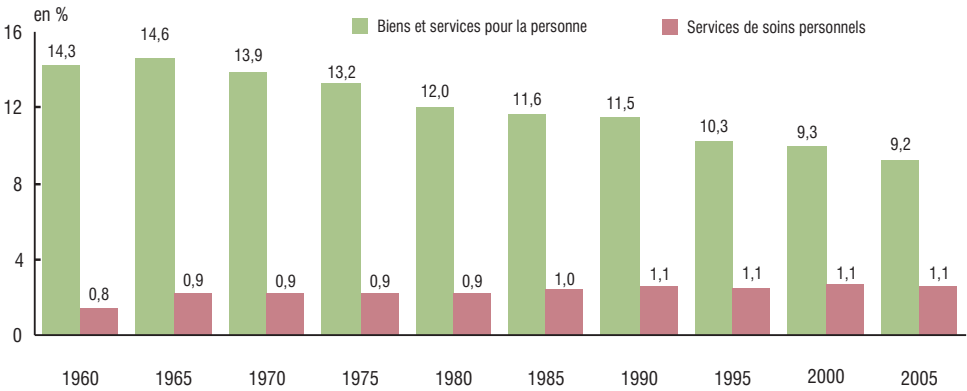
**Services de soins personnels** : comprennent les services de coiffure, les soins de beauté, l'entretien corporel (activités liées au bien-être et au confort physique comme les instituts de massage et de relaxation), et les cures thermales.

**Ménage, coefficient budgétaire, volume, inflation** : voir *Glossaire*.



# Services de soins personnels 4.3

## 1. Part dans la dépense des ménages en valeur



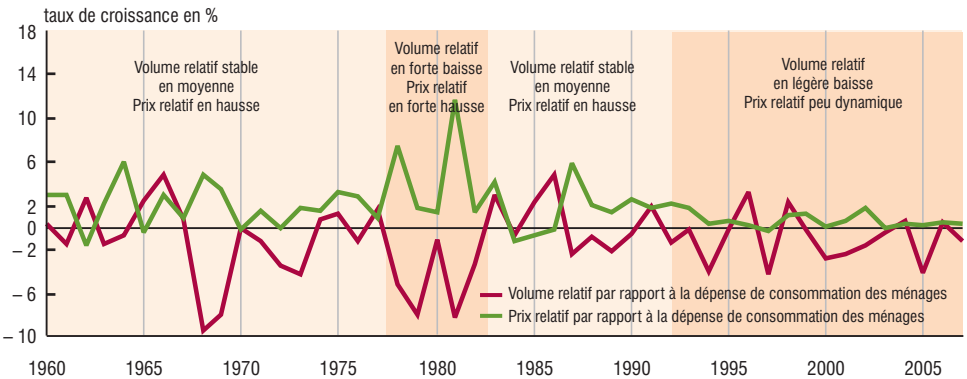
Source : Insee, comptes nationaux, base 2000.

## 2. Structure de la dépense des ménages en services de soins personnels

	1960	1975	1990	2005	Valeurs 2005 (Mds €)
Coiffure	89,3	89,5	89,6	83,3	7,2
Soins de beauté, entretien corporel, cures thermales	10,7	10,5	10,4	16,7	1,4
<b>Total</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>8,6</b>

Source : Insee, comptes nationaux, base 2000.

## 3. Volume et prix relatifs de la dépense des ménages en services de soins personnels



Lecture : au début des années 2000, le prix des services pour les soins personnels a augmenté plus vite que l'inflation tandis que le volume a globalement progressé moins rapidement que les autres postes de consommation.

Source : Insee, comptes nationaux, base 2000.

## 4. Nombre de salons de coiffure pour 10 000 habitants en 1998 dans certains pays de l'Union européenne

Pays	Nombre de salons de coiffure pour 10 000 habitants
Belgique	21,0
Italie	17,4
Finlande	17,1
Danemark	11,7
France	9,7
Luxembourg	8,6
Irlande	8,5
Pays Bas	8,2
Autriche	7,8
Allemagne	7,7

Lecture : en 1998, la Belgique comptait 21 salons de coiffure pour 10 000 habitants.

Source : Étude « Le commerce et la coiffure dans l'Union européenne, en Norvège et en Suisse », EIM Small business Research and Consultancy, novembre 1999.

## 4.3 Services de soins personnels

Les dépenses des **ménages** en **services de soins personnels** (coiffure, soins de beauté, massages, cures...) sont fortement liées au **niveau de vie**. Plus celui-ci s'élève, plus le montant de ces dépenses augmente et pèse sur le budget du ménage. Alors que les dépenses des ménages les plus modestes sont inférieures de 56 % à la moyenne, celles des ménages les plus aisés lui sont supérieures de 84 % (*figure 1*). Ce sont les ménages « âgés » qui déboursent le plus pour ce type de services. Le montant des dépenses des ménages dont la **personne de référence** a plus de 55 ans est supérieur de plus de 10 % à la moyenne ; à l'inverse, les ménages les plus jeunes dépensent beaucoup moins (- 44 %).

Les cadres actifs et les retraités y consacrent un montant et une **part de dépenses** qui dépassent largement la moyenne, respectivement de + 85 % et + 8 %. Parmi les différents types de ménages, seuls les couples sans enfant ont à la fois une part budgétaire et un montant supérieur à la moyenne (+ 23 %). Avec des dépenses inférieures de 29 % à la moyenne et une part budgétaire plus faible de 0,4 point, les familles nombreuses (3 enfants et plus) sont au contraire peu consommatrices de ces services. Chez les célibataires, hommes et femmes ont des comportements opposés : les femmes utilisent beaucoup ces services qui pèsent plus sur leur budget (+ 0,7 point), à l'inverse de leurs homologues masculins (- 0,6 point). Enfin, les habitants de Paris et de la région parisienne et dans une moindre mesure ceux des grandes villes dépensent plus dans ce domaine.

Les frais de salons de coiffure représentent plus de 80 % des dépenses de soins personnels et ont les mêmes déterminants. La dépense totale tend à augmenter avec le niveau de vie. L'écart à la dépense moyenne est de - 62 % pour les ménages du premier

décile de niveau de vie contre + 83 % pour ceux du dernier décile. Plus la personne de référence est âgée, plus les dépenses du ménage dans les salons de coiffure augmentent. Si les moins de 30 ans consacrent moins d'argent que la moyenne en soins capillaires (- 51 %), les plus de 65 ans n'hésitent pas à dépenser plus (+ 22 %). Les personnes seules et les couples sans enfant dépensent plus pour leurs frais de coiffure que les familles nombreuses.

Seulement 8 % des ménages ont eu des frais d'institut de beauté au cours d'une année. Aussi, le montant moyen des dépenses consacrées par l'ensemble des ménages (fréquentant ou non les instituts de beauté) est de quelques dizaines d'euros par an. Ce sont les ménages aisés qui ont le plus recours à ce type de service : ceux appartenant au 1<sup>er</sup> **quintile** de niveau de vie ont un montant de dépenses en instituts de beauté dix fois plus faible que les ménages du dernier quintile. Les ménages résidant à Paris et en région parisienne fréquentent plus les instituts de beauté, sans doute à cause d'une offre plus importante et des revenus sensiblement plus élevés qu'ailleurs.

De même, moins de 2 % des ménages ont des frais liés à une thalassothérapie ou une cure thermale sur une période d'un an. Les plus gros consommateurs sont les ménages « âgés » (plus de 65 ans) et par conséquent les retraités qui y consacrent une part de dépenses deux fois et demie plus élevée que la moyenne. Enfin, le recours aux services de tatouage ou piercing est rare.

Depuis 1979, l'évolution des écarts de parts de dépenses et des écarts à la dépense moyenne pour les services de soins personnels par quintile de niveau de vie indique peu de changement de comportement des ménages (*figure 2*). ■

### Définitions

**Services de soins personnels** : voir page précédente.

**Ménage, niveau de vie des ménages, personne de référence, part des dépenses, quintile** : voir *Glossaire*.

### Pour en savoir plus

- Bellamy V., Léveillé L., « Enquête Budget de famille 2006 », *Insee Résultats* n° 73, décembre 2007.

## 1. Les déterminants de la dépense en services de soins personnels

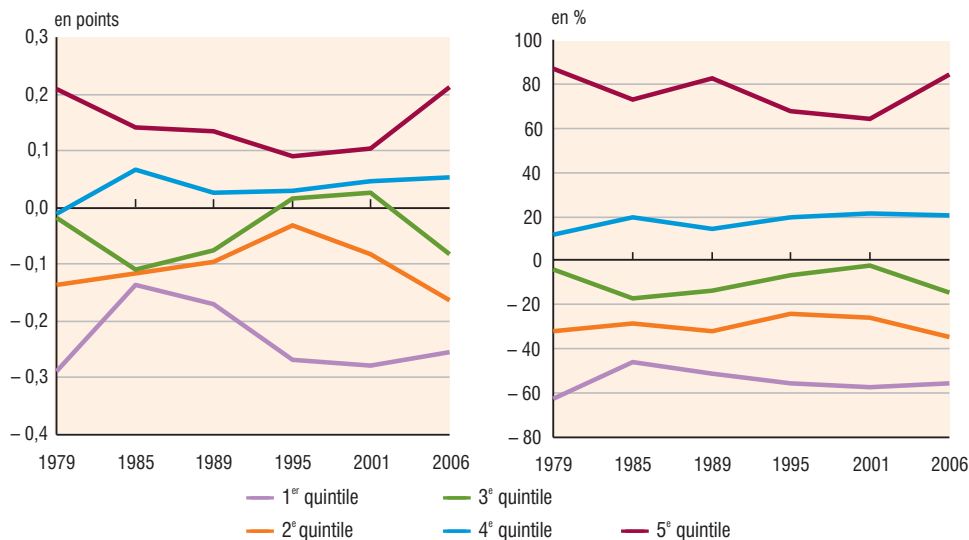
	Écart au coefficient budgétaire moyen (points)	Écart à la dépense moyenne par ménage (%)
<b>Quintile de niveau de vie</b>		
Q1	-0,3	-55,5
Q2	-0,2	-34,2
Q3	-0,1	-14,7
Q4	0,1	20,3
Q5	0,2	84,1
<b>Âge de la personne de référence</b>		
Moins de 30 ans	-0,3	-43,7
De 30 à 54 ans	-0,1	-1,3
De 55 à 64 ans	0,1	14,6
65 ans et plus	0,5	9,0
<b>Type de ménage</b>		
Homme seul	-0,6	-80,0
Femme seule	0,7	9,2
Famille monoparentale	-0,1	-22,2
Couple sans enfant	0,2	22,6
Couple avec 1 enfant	-0,1	17,5
Couple avec 2 enfants	-0,1	26,6
Couple avec 3 enfants et plus	-0,4	-28,8
<b>Commune d'habitation</b>		
Commune rurale	0,0	-6,8
moins de 20 000 habitants	0,0	-2,1
De 20 000 à 100 000 habitants	-0,1	-19,1
plus de 100 000 habitants	0,1	3,9
Paris	0,2	48,9
Agglomération parisienne hors Paris	0,0	12,7

Lecture : en 2006, les ménages du premier quintile de niveau de vie (Q1) ont un coefficient budgétaire inférieur de 0,3 point au coefficient budgétaire moyen pour les services de soins personnels. Les ménages du dernier quintile (Q5) ont dépensé 84,1 % de plus que la moyenne des ménages en services de soins personnels.

Champ : France métropolitaine.

Source : Insee, enquête Budget de famille 2006.

## 2. Écart des dépenses en services de soins personnels par quintiles de niveau de vie



Lecture : en 1979, les ménages appartenant au 1<sup>er</sup> quintile de niveau de vie avaient une part de consommation totale consacrée aux services de soins personnels inférieure de 0,29 point à celle de l'ensemble des ménages et un montant de dépenses inférieur de 63 %.

Champ : France métropolitaine.

Source : Insee, enquêtes Budget de famille.



---

# FICHES THÉMATIQUES

---

**Santé**

## 5.1 Biens de santé

En 2005, la dépense de consommation des **ménages** en biens de santé non prise en charge par l'assurance-maladie a atteint 14,6 milliards d'euros, soit 233 euros par personne.

La part de la dépense en biens de santé dans le budget des ménages s'est accrue de 0,8 point entre 1960 (1,0 %) et 2005 (1,8 %, *figure 1*), particulièrement entre 1987 (1,2 %) et 1993 (1,8 %).

La part des médicaments dans ces biens reste majoritaire, mais a sensiblement diminué depuis 1960 (de 77 % à 65 % en 2005) au profit des **autres produits de santé** (de 20 % à plus de 33 %). La **parapharmacie** dont la part était déjà faible en 1960 (à peine plus de 3 %) ne représente plus que 1,5 % en 2005 (*figure 2*).

De 1960 à 2005, le **volume** des dépenses des ménages en biens de santé a augmenté nettement plus vite que celui des dépenses totales (de 3,5 points par an, *figure 3*), ce qui traduit un mode de vie privilégiant de plus en plus la santé. À l'inverse, le prix des biens de santé a augmenté moins vite que l'**inflation** (- 2,4 points par an), principalement en raison du caractère réglementé des prix des médicaments remboursables, et de plusieurs baisses de **TVA** sur les médicaments.

De 1960 à 1975, le volume des dépenses en biens de santé a augmenté plus rapidement que l'ensemble des dépenses (+ 4,2 points par an). Les prix ont parallèlement augmenté moins vite que l'inflation (de 3,2 points). Au total, la part en valeur de ces dépenses dans le budget des ménages a peu évolué. À partir de 1975, différents plans de redressement des comptes de la **sécurité sociale** se sont succédés et ont influé sur la dépense à la charge des ménages. Dès 1976,

la baisse de la TVA de 20 % à 7 % a joué sur les prix et les premières mesures de déremboursement des médicaments ont pesé sur les volumes.

De 1977 à 1994, la progression du volume des dépenses des ménages est redevenue nettement plus soutenue que la consommation d'ensemble (de + 5,2 points par an). Les prix sont demeurés peu dynamiques par rapport à l'inflation (- 2,2 points par an). Cette période a été marquée par des nouvelles mesures visant à limiter les dépenses de la sécurité sociale en réduisant le taux de remboursement (1982, 1991, 1993), ou en reclassant des **médicaments dans la catégorie dite de confort**, moins bien remboursée (1985). Ces mesures ont eu en contrepartie une hausse du volume dépensé par les ménages : la part restant à la charge des ménages est passée de 38 % en 1985 à 44 % en 1994.

De 1995 à 1999, les dépenses des ménages ont nettement ralenti pour évoluer comme le reste des dépenses de consommation. En 1999, de nouvelles vagues de déremboursement ont été décidées. Dans le même temps, les prix ont évolué moins vite que ceux des autres dépenses avec la montée en charge des **médicaments génériques**.

Dans les pays de l'**Union européenne**, la part que représentent les biens de santé dans les dépenses des ménages est plutôt plus faible dans les pays ayant le **niveau de vie** le plus élevé (*figure 4*). Ces derniers ont en effet un système de protection sociale plus développé, largement financé par la collectivité. À niveaux de vie comparables, la France et l'Allemagne ont une part très proche, à peine au-dessus de la moyenne européenne. ■

### Définitions

**Biens de santé** : comprennent notamment les médicaments et les autres produits de santé : parapharmacie, lunettes de vue, véhicules pour invalides, prothèses et autres appareils médicaux (thermomètres...). Les dépenses mesurées ici ne comprennent que celles qui restent à la charge des ménages ou qui sont acquittées *in fine* par une mutuelle ou une assurance complémentaire. Les montants à la charge des organismes de sécurité sociale en sont donc exclus, même si le ménage a avancé ces sommes.

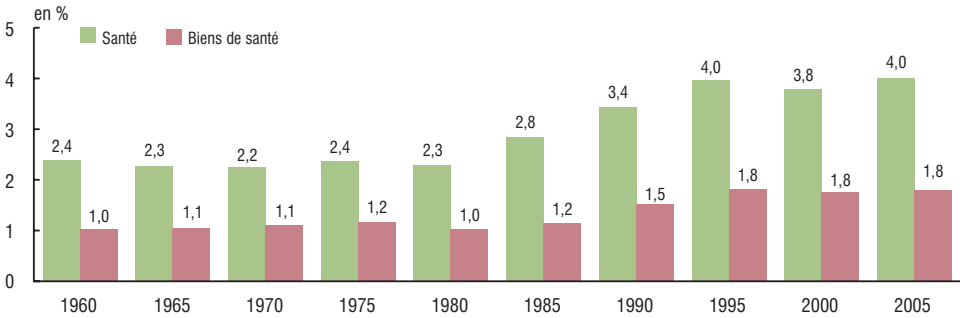
**Médicaments de confort** : ce terme s'applique en général aux médicaments qui peuvent être achetés sans ordonnance.

**Médicaments génériques** : médicaments contenant la même molécule qu'un médicament original (princeps) dont le brevet est tombé dans le domaine public.

**Parapharmacie** : ce terme désigne les produits de soins et d'hygiène qui peuvent être vendus sans prescription médicale.

**Ménage, volume, inflation, TVA, administrations de sécurité sociale, Union européenne, niveau de vie du pays** : voir *Glossaire*.

## 1. Part dans la dépense des ménages en valeur



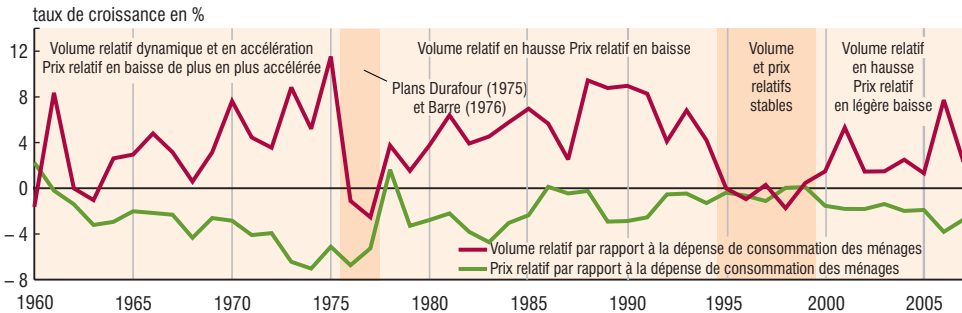
Source : Insee, comptes nationaux, base 2000.

## 2. Structure de la dépense des ménages en biens de santé

	1960	1975	1990	2005	Valeurs 2005 (Mds €)
Spécialités pharmaceutiques humaines	76,9	76,5	72,5	65,1	9,5
Parapharmacie	3,1	1,7	1,5	1,5	0,2
Autres produits de santé	20,1	21,9	25,9	33,4	4,9
<b>Total</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>14,6</b>

Source : Insee, comptes nationaux, base 2000.

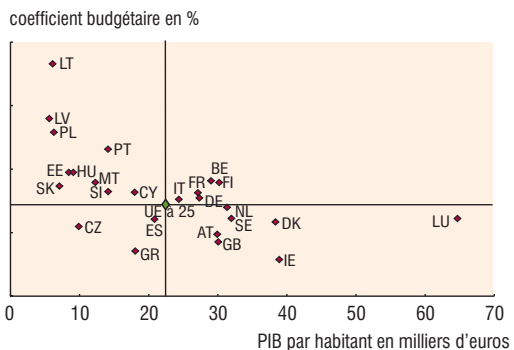
## 3. Volume et prix relatifs de la dépense des ménages en biens de santé



Lecture : de 2000 à 2007, le prix des biens de santé a augmenté moins vite que l'inflation tandis que le volume a progressé plus rapidement que les autres postes de consommation.

Source : Insee, comptes nationaux, base 2000.

## 4. Dépense des ménages en biens de santé dans l'Union européenne à 25 en 2005



Lecture : en 2005, les ménages lituaniens, avec un PIB de 6 100 euros par habitant, ont consacré 3,7 % de leur budget aux biens de santé.

Sources : Insee, comptes nationaux, base 2000 et Eurostat.

## 5.2 Services de santé

En 2005, la dépense de consommation des **ménages** en services de santé non prise en charge par l'assurance-maladie a atteint 18,0 milliards d'euros, soit 287 euros par habitant. Les dépenses en biens de santé sont de 233 euros par personne.

La part de la dépense en services de santé dans le budget des ménages s'est globalement accrue de 0,8 point entre 1960 (1,4 %) et 2005 (2,2 %) avec plusieurs phases distinctes (*figure 1*). Elle a légèrement diminué jusqu'en 1968 (1,1 %). De 1969 à 1980, elle a oscillé entre 1,1 % et 1,3 %. La part s'est ensuite accrue de façon continue jusqu'en 1997 où elle a atteint 2,2 % et varie autour de 2 % depuis lors. Depuis 1960, la part des médecins et des dispensaires représente un peu moins du tiers de ce poste (*figure 2*). La part des dépenses liées à l'hospitalisation, publique ou privée, a nettement diminué, de 44 % en 1960, à 24 % en 2005. Celle en dentistes et en **services paramédicaux** a en revanche nettement augmenté, passant de 24 % à 45 %.

Au total, de 1960 à 2005, le **volume** des dépenses en services de santé a augmenté un peu plus vite que celui des dépenses totales (+ 0,9 point en moyenne par an) tandis que les prix ont augmenté comme l'**inflation** (*figure 3*).

Jusqu'en 1970, le volume de la consommation en services de santé a augmenté à un rythme nettement moins rapide que pour l'ensemble des dépenses (- 3,9 points par an), ce qui résulte du développement de la prise en charge publique. Les dépenses à la charge de la **sécurité sociale** ont en effet fortement progressé dans le même temps. Les prix ont quant à eux augmenté plus vite que l'inflation (+ 2,3 points par an).

De 1971 à 1977, volume et prix ont évolué comme ceux des autres postes de dépenses des ménages.

De 1978 à 1994, les dépenses en volume ont augmenté nettement plus vite que pour les autres postes (4,6 points par an) tandis que les prix ont eu une évolution légèrement inférieure à celle de l'inflation (- 1,0 point). La forte progression en volume résulte pour une large part des services des médecins et dispensaires et s'explique en partie par de moindres remboursements des organismes sociaux.

De 1995 à 2000, le volume a ralenti, le rythme devenant légèrement inférieur à celui des autres dépenses, l'évolution des prix ne se distinguant que peu de l'inflation. Dans le cas des cliniques privées, le volume s'est même retourné à la baisse (- 0,9 % en moyenne annuelle). Pour les médecins libéraux et les dispensaires, le ralentissement a été très prononcé, la hausse n'étant plus que de + 1,0 % par an. Depuis 2001, la tendance des prix est demeurée inchangée mais le volume a de nouveau accéléré (2,6 points de plus par an que les dépenses totales). La mise en place du forfait d'un euro par acte médical et la hausse du forfait hospitalier à la charge des ménages ont joué à la hausse sur le volume de dépense des ménages.

Dans les pays de l'**Union européenne**, la part des services de santé dans les dépenses des ménages ne semble pas directement liée au **niveau de vie du pays** (*figure 4*). Les pays de l'est de l'Europe ont une part plus faible que la moyenne européenne, traduisant, dans la plupart des cas, un moindre recours aux services de santé quel que soit le mode de financement (ménages ou sécurité sociale). Inversement, le **coefficient budgétaire** est plutôt élevé pour la plupart des pays du Sud. La France et l'Italie sont juste en dessous de la moyenne européenne. La structure de financement entre ménages et organismes de sécurité sociale y est relativement proche. ■

### Définitions

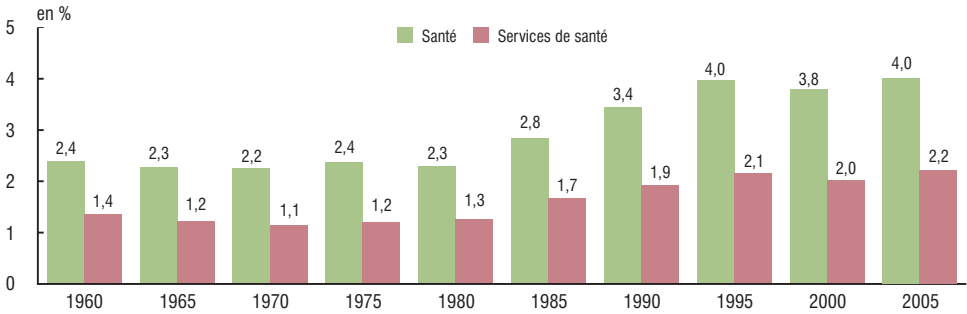
**Services de santé** : comprennent les services des médecins, des dentistes, des auxiliaires médicaux (infirmiers, kinésithérapeutes), les analyses de laboratoire, les dispensaires, les cliniques privées et l'hospitalisation publique. Les dépenses mesurées ici ne comprennent que celles qui restent à la charge des ménages ou qui sont acquittées *in fine* par une complémentaire santé (mutuelles ou assurances). Les montants à la charge des organismes de sécurité sociale sont donc exclus même si le ménage a avancé ces sommes.

**Services paramédicaux** : comprennent les services des infirmières, kinésithérapeutes, orthophonistes, des laboratoires d'analyses, des transports sanitaires et des cures thermales.

**Ménage, volume, inflation, administrations de sécurité sociale, Union européenne, niveau de vie du pays, coefficient budgétaire** : voir *Glossaire*.



## 1. Part dans la dépense des ménages en valeur



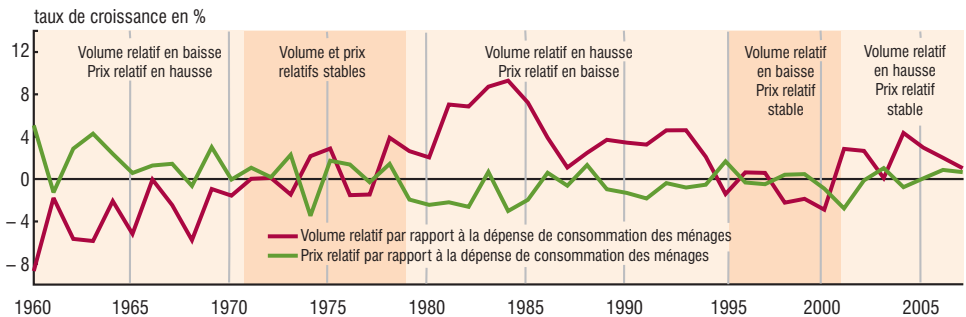
Source : Insee, comptes nationaux, base 2000.

## 2. Dépense en services de santé, structure en valeur

	1960	1975	1990	2005	Valeurs 2005 (Mds €)
Services des médecins et dispensaires	32,2	24,3	31,9	31,3	5,6
Soins dentaires	17,6	24,1	28,0	29,6	5,3
Services paramédicaux	6,6	9,8	15,0	15,0	2,7
Cliniques privées	13,2	7,4	6,8	6,2	1,1
Santé non marchande	30,4	34,3	18,3	17,9	3,2
<b>Total</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>18,0</b>

Source : Insee, comptes nationaux, base 2000.

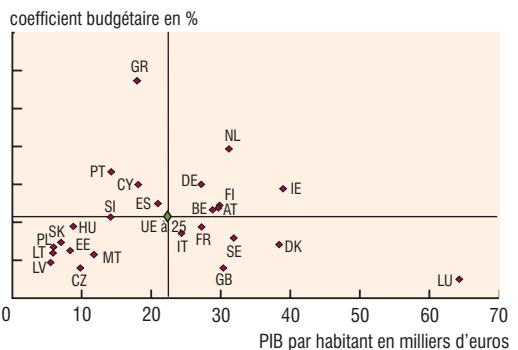
## 3. Volume et prix relatifs de la dépense des ménages en services de santé



Lecture : au début des années 1990, le prix des services de santé a augmenté moins vite que l'inflation tandis que le volume a progressé plus rapidement que les autres postes de consommation.

Source : Insee, comptes nationaux, base 2000.

## 4. Dépenses des ménages en services de santé dans l'Union européenne à 25 en 2005



Lecture : en 2005, les ménages grecs, avec un PIB de 17 900 euros par habitant, ont consacré 5,7 % de leur budget aux services de santé.

Sources : Insee, comptes nationaux, base 2000 et Eurostat.

## 5.3 Biens et services de santé à la charge des ménages

Selon les comptes de la santé, 8,6 % des **dépenses en soins et biens médicaux** sont payées directement par les ménages en 2006. 77 % de ces dépenses sont financées par la **Sécurité sociale**, 13 % par les **organismes complémentaires** (assurances, instituts de prévoyance et mutuelles) et 1,4 % par l'**État**.

Le remboursement des organismes complémentaires n'étant pas connu au niveau individuel, on considère la totalité des **dépenses non remboursées par la Sécurité sociale** pour analyser les disparités de dépenses de santé. Néanmoins, en 2006, pour 93 % des personnes qui ont une couverture complémentaire, elles sont en partie prises en charge par cette dernière.

Depuis 1995, la part de la Sécurité sociale dans le financement des dépenses en soins et biens médicaux est restée relativement stable. La contribution directe des ménages a diminué de 1 % tandis que celle des organismes complémentaires a progressé de 0,8 %, du fait de la hausse de 5 % de la part des personnes couvertes. L'instauration, en 2005, de participations forfaitaires comme le forfait de 1 euro par consultation, s'est toutefois traduite par une légère inflexion de ces tendances, avec une hausse de la contribution des ménages (8,3 % en 2004 contre 8,6 % en 2006) accompagnée d'une baisse de celle de la Sécurité sociale (77,3 % contre 77 %).

Les principaux déterminants qui influent sur le niveau de dépenses sont l'âge et la catégorie socioprofessionnelle. Globalement,

les dépenses individuelles sont d'autant plus importantes que l'âge est élevé (sauf pour les très jeunes enfants). Elles sont supérieures de 69 % à la moyenne pour les personnes de 70 ans ou plus, et inférieures de 52 % pour les enfants de 2 à 9 ans (*figure 1*).

Parmi les catégories socioprofessionnelles, ce sont les cadres qui dépensent le plus pour leur santé, avec un montant supérieur de 17 % à la moyenne. Ils disposent plus souvent d'assurances complémentaires performantes et ont plus fréquemment recours à des soins soumis à dépassement. À l'autre bout de l'échelle, les ouvriers dépensent 11 % de moins que la moyenne.

Au cours de la période 1992-2006, la dépense individuelle non remboursée par la Sécurité sociale évolue peu avec l'âge (*figure 2*). En revanche, les disparités entre catégories socioprofessionnelles tendent à se réduire, du fait de l'évolution des dépassements (*figure 2*). Entre 1992 et 2006, le montant moyen des dépassements est passé de 100 euros à 220 euros par an toutes catégories socioprofessionnelles confondues, de 200 euros à 320 euros pour les cadres et de 70 euros à 170 euros pour les ouvriers. Ainsi, les cadres avaient des dépassements trois fois supérieurs aux ouvriers en 1992 et seulement deux fois en 2006 (*figure 3*). Ce resserrement s'explique par le montant croissant des dépassements payés par les ouvriers pour les soins dentaires et, dans une moindre mesure, pour les soins de spécialiste. ■

### Définitions

**Dépenses en soins et biens médicaux** : elles comprennent à la fois les biens médicaux (médicaments, optique, etc.) et les soins de santé (médecins, soins hospitaliers publics ou privés etc.).

**Dépenses non remboursées par la Sécurité sociale** : elles correspondent, à hauteur de 56 %, aux participations financières demandées aux assurés – sauf en cas d'exonération – pour toute consommation de soins. Il s'agit essentiellement du **ticket modérateur**, et dans une moindre mesure, du forfait journalier hospitalier et des participations forfaitaires demandées depuis 2005. L'autre partie des dépenses non remboursées par la Sécurité sociale est liée aux dépassements, c'est-à-dire l'écart entre le prix réel des soins et le prix de référence de la Sécurité sociale.

La source utilisée est l'appariement du fichier Échantillon permanent d'assurés sociaux (fichier de dépenses de santé présentées au remboursement) issu de la Cnamts, de la MSA et du RSI et de l'enquête Santé et Protection Sociale de l'Irdes.

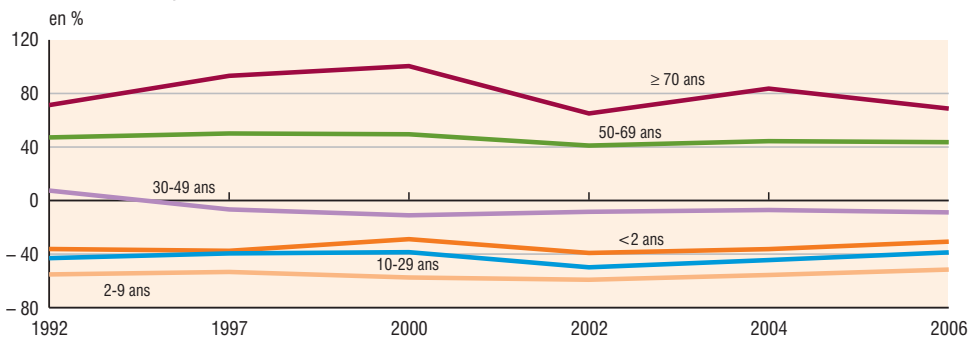
**Ticket modérateur** : c'est la part du tarif de référence de la Sécurité sociale laissée à la charge de l'assuré social, après le remboursement de l'assurance maladie.

**Catégorie socioprofessionnelle, Sécurité sociale, organismes complémentaires et État** : voir *Glossaire*

### Pour en savoir plus

- Fenina A. et Geffroy Y., « Comptes nationaux de la santé 2006 », *Études et Statistiques*, Drees.
- Allonier C., Guillaume S. et Rochereau T., « Enquête Santé et Protection Sociale 2004 : premiers résultats », *Questions d'économie de la santé* n°110, Juillet 2006, Irdes.

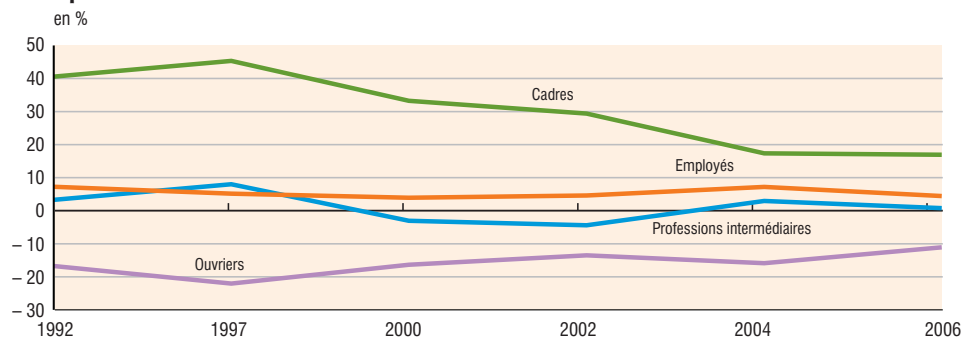
## 1. Disparités selon l'âge des dépenses moyennes non remboursées par la Sécurité sociale : écart à la moyenne



Lecture : en 1992, les dépenses non remboursées par la Sécurité sociale des personnes de 70 ans et plus étaient 71 % plus élevées que la moyenne.  
 Champ : France métropolitaine, personnes affiliées à la CNAMTS pour l'année 1992 et affiliées à la CNAMTS, à la MSA ou au RSI pour les années 1997, 2000, 2002, 2004 et 2006.

Source : appariement EPAS-SPS 1992, 1997, 2000, 2002, 2004, 2006 Irdes, CNAMTS, RSI, MSA, traitement Drees.

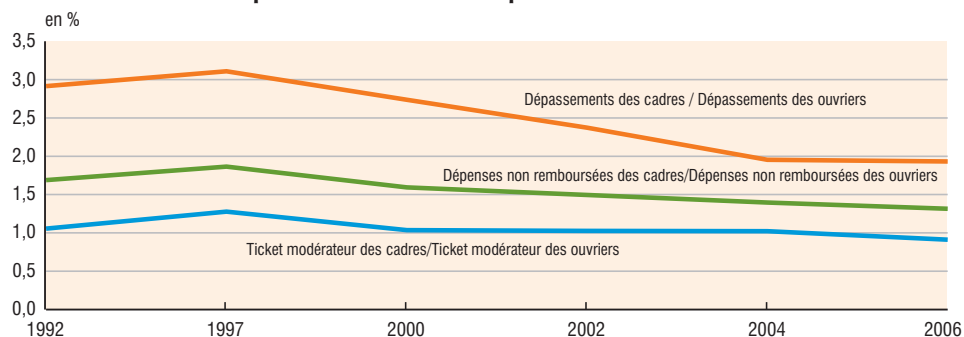
## 2. Disparités selon la PCS individuelle



Lecture : en 1992, les dépenses non remboursées par la Sécurité sociale des cadres étaient 41 % plus élevées que celles de l'ensemble des catégories socioprofessionnelles. La PCS correspond à la PCS individuelle actuelle ou de la dernière profession exercée. La notion de cadre englobe les professions intellectuelles supérieures.  
 Champ : France métropolitaine, personnes affiliées à la CNAMTS pour l'année 1992 et affiliées à la CNAMTS, à la MSA ou au RSI pour les années 1997, 2000, 2002, 2004 et 2006.

Source : appariement EPAS-SPS 1992, 1997, 2000, 2002, 2004, 2006 Irdes, CNAMTS, RSI, MSA, traitement de la Drees.

## 3. Évolution du ratio dépenses des cadres sur dépenses des ouvriers entre 1992 et 2006



Lecture : en 1992, les cadres avaient une dépense non remboursée par la Sécurité sociale 1,7 fois supérieure, des dépassements 2,9 fois supérieurs et des montants de ticket modérateur 1,1 fois supérieurs à ceux des ouvriers. La PCS correspond à la PCS individuelle actuelle ou de la dernière profession exercée. La notion de cadre englobe les professions intellectuelles supérieures. Dans ce graphique, le forfait hospitalier et les participations forfaitaires ont été associés au ticket modérateur pour simplifier la présentation.

Champ : France métropolitaine, personnes affiliées à la CNAMTS pour l'année 1992 et affiliées à la CNAMTS, à la MSA ou au RSI pour les années 1997, 2000, 2002, 2004 et 2006.

Source : appariement EPAS-SPS 1992, 1997, 2000, 2002, 2004, 2006 Irdes, CNAMTS, RSI, MSA, traitement de la Drees.



---

# FICHES THÉMATIQUES

---

**Communication**

## 6.1 Services de communication

**E**n 2005, la dépense de consommation des **ménages** en services de communication a atteint 30,7 milliards d'euros, soit 489 euros par habitant. C'est presque le double de la dépense en matériel électronique grand public (269 euros).

Depuis 1960, le poids des services de communication a quasiment quintuplé dans le budget des ménages. Ils contribuent largement (3 points) à la hausse de 4 points du poste « communication » (*figure 1*). Dans les années 1960, leur part a légèrement augmenté, puis a doublé durant la décennie 70 ; de 1980 à 1995, la hausse a été plus modérée, mais depuis le milieu des années 1990, elle est de nouveau très vive.

Depuis 1960, les services de télécommunications se sont considérablement développés, et leur part dans le poste est passée de 45 % en 1960 à 76 % en 2005. En corollaire, celle des services des postes a été divisée par quatre, pour ne plus représenter que 6 % du poste en 2005 (*figure 2*). Le poids des activités de radiotélévision a baissé, de plus de dix points sur la même période, et ne représente plus que 18 % du poste en 2005.

Sur la période 1960-2005 les prix des services de communication ont augmenté moins vite que l'**inflation** d'ensemble. Dans le même temps, la consommation en **volume** a augmenté nettement plus vite (+ 9,0 %) que l'ensemble des autres postes de dépenses des ménages (+ 3,3 %), principalement dans la seconde moitié des années 1970 et depuis 1997.

De 1960 à 1973, les prix des services de communication ont augmenté de façon similaire à l'inflation tandis que les volumes relatifs ont légèrement progressé (*figure 3*). Cette hausse s'explique notamment par la diffusion de la télévision dans les foyers, le nombre de comptes ouverts au titre de la redevance passant d'un million en 1960 à plus de dix millions en 1970. Entre 1974 et 1981, alors que les prix ont augmenté moins vite que l'inflation, les volumes relatifs ont fortement augmenté grâce aux abonnements au téléphone fixe. Au total, en 20 ans, la part

des services de communication dans la consommation des ménages est passée de 0,8 à 2,0 points.

De 1982 à 1997, les prix ont continué d'augmenter moins vite que l'inflation, les volumes relatifs étant de nouveau en hausse mais de manière plus modérée. Durant cette période, l'activité télévisuelle a de nouveau progressé : création de *Canal+* en 1984 et apparition des chaînes câblées au milieu des années 1990.

Entre 1998 et 2002, le volume a augmenté bien plus vite que les autres dépenses avec en parallèle une forte baisse des prix relatifs. Ce dynamisme s'explique par l'engouement des Français pour la téléphonie mobile, la part des abonnés étant passée de 10 % début 1998 à 64 % fin 2002. Cette progression a été favorisée par la forte baisse des prix relatifs (une baisse de 1 % des prix engendrant en moyenne sur longue période une hausse de 0,6 % des volumes consommés). Depuis 2003, les prix relatifs sont en légère baisse et les volumes relatifs augmentent plus modérément. Le nombre d'abonnements au téléphone mobile continue de croître (le taux d'équipement est de 76 % fin 2005), et le nombre d'abonnements à Internet a augmenté de 44 % de fin 2002 à fin 2005, avec un essor des abonnements à haut débit.

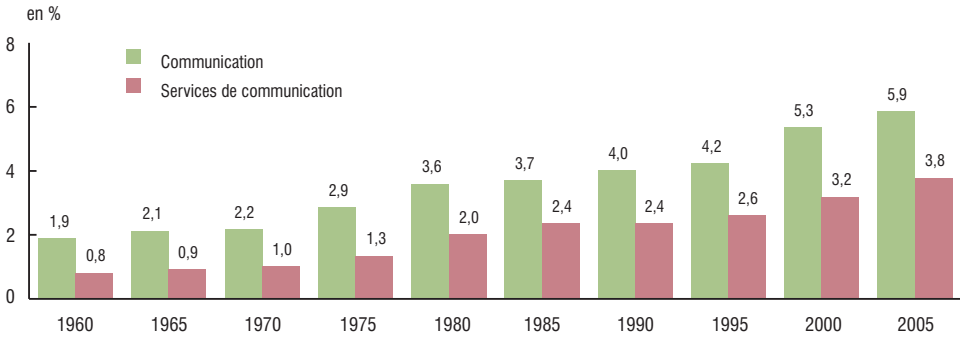
Malgré un **niveau de vie** du pays plus élevé que la moyenne européenne, la part de budget que les Français consacrent aux dépenses de télécommunications est dans la moyenne. Concernant le taux d'équipement en téléphones mobiles, la France se situe en dessous de la moyenne et de ses principaux partenaires : Allemagne (96 %), Royaume-Uni (109 %) ou Italie (122 %). De même, en France, seuls 39 % des ménages ont accès à l'internet à leur domicile en 2005, alors que la moyenne européenne se situe à 48 % (*figure 4*). Aux Pays-Bas, 78 % des ménages disposent d'internet, les taux d'accès atteignant 62 % en Allemagne et 60 % au Royaume-Uni. Ce taux d'équipement apparaît ainsi croître avec le niveau de vie du pays. En revanche, parmi les ménages connectés à internet, 75 % disposent du haut débit en France, contre 48 % en moyenne en Europe. ■

### Définitions

**Services de communication** : comprennent les services des postes (courrier, colis...), ceux de télécommunications (téléphonie fixe, mobile et internet) et enfin les activités de radio et de télévision, c'est-à-dire la redevance audiovisuelle et les dépenses auprès des chaînes payantes.

**Ménage, inflation, volume, niveau de vie du pays** : voir *Glossaire*

## 1. Part dans la dépense des ménages en valeur



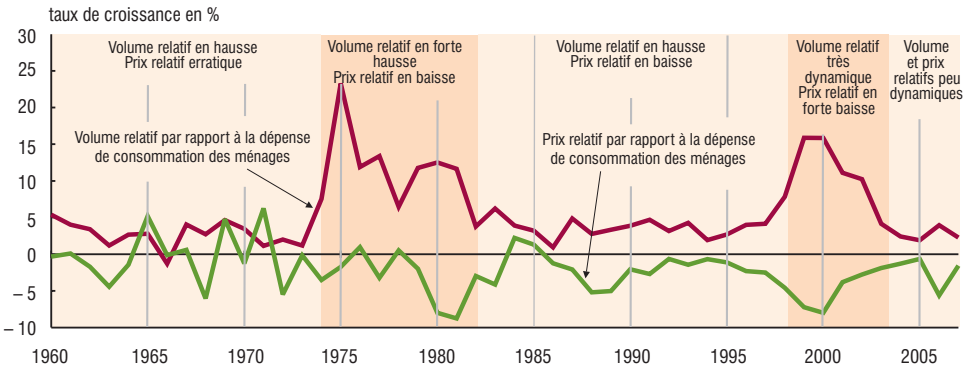
Source : Insee, comptes nationaux, base 2000.

## 2. Structure de la dépense des ménages en services de communication

	1960	1975	1990	2005	Valeurs 2005 (Mds €)
Services des postes	25,0	22,7	11,7	6,0	1,8
Services de télécommunications	45,5	56,3	70,3	75,8	23,3
Activités de radio et de télévision	29,5	21,0	17,9	18,3	5,6
<b>Total</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>30,7</b>

Source : Insee, comptes nationaux, base 2000.

## 3. Volume et prix relatifs de la dépense des ménages en services de communication



Lecture : depuis le milieu des années 1980, le prix des services de communication a augmenté moins vite que l'inflation tandis que le volume a progressé plus rapidement que les autres postes de consommation

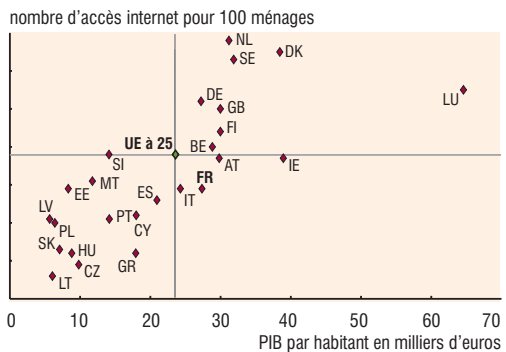
Source : Insee, comptes nationaux, base 2000.

## 4. Taux d'accès à l'internet et PIB par habitant dans l'Union européenne à 25 en 2005

Lecture : en 2005, 78 % des ménages néerlandais ont accès à l'internet depuis leur domicile.

Champ : ménages dont la personne de référence a un âge compris entre 16 et 74 ans.

Sources : Insee, comptes nationaux, base 2000 et Eurostat.



## 6.1 Services de communication

Le montant des dépenses des ménages en **services de communication** augmente avec leur niveau de vie. Les ménages les plus aisés ont des dépenses supérieures de 28 % à la moyenne. Pour ceux ayant le plus faible **niveau de vie**, elles sont inférieures de 30 % (*figure 1*). Toutefois, pour ces derniers, elles représentent une part de dépenses plus lourde dans leur budget : les ménages appartenant au 1<sup>er</sup> **quintile** de niveau de vie ont une part de dépenses supérieure de 0,5 point à la moyenne. Ceux du dernier quintile ont en revanche une part inférieure de 0,6 point. Ce constat est particulièrement vrai pour les frais de téléphonie fixe ou mobile. Entre les années 70 et aujourd'hui, le téléphone est passé du statut de bien supérieur, caractéristique de la consommation des ménages aisés, à celui de bien très consommé par les ménages modestes.

Les ménages « âgés » sont moins consommateurs de ce type de service que les « jeunes » ménages. En termes de **part de dépenses**, un point d'écart existe entre ces derniers (moins de 30 ans) et les plus âgés (plus de 65 ans). De même, le montant des dépenses des ménages « âgés » est inférieur à la moyenne (- 36 %). Ces disparités sont la conséquence d'une plus faible consommation des services liés aux technologies récentes, notamment internet et la téléphonie mobile, chez les ménages « âgés » et donc chez les retraités, même si, parallèlement, ces derniers sont plus consommateurs que les autres des services de téléphone fixe et services de télévision et de radiodiffusion.

Les employés consacrent une part et un montant de dépenses supérieurs à la moyenne pour ces services : + 0,8 point pour la part budgétaire et + 12 % pour les dépenses. À l'inverse, les agriculteurs sont nettement en dessous de la moyenne avec une part de dépenses et un montant respectivement

inférieurs de 0,8 point et de 21 %. Si le niveau des dépenses des artisans, commerçants, chefs d'entreprise et cadres est sensiblement plus élevé que la moyenne, la part budgétaire correspondante est en revanche nettement plus faible. Les cadres et les professions intermédiaires sont très consommateurs de technologies nouvelles et leurs dépenses dans ce domaine sont très élevées : + 110 % en dépenses internet pour les cadres par rapport à la moyenne d'ensemble. Ces dernières catégories adoptent les innovations plus rapidement et beaucoup plus majoritairement que l'ensemble de la population. En 2006, leur taux d'équipement en accès internet est deux fois plus élevé que la moyenne. Enfin, le montant des dépenses est d'autant plus élevé que la taille du ménage est importante. Il est supérieur de 40 % à la moyenne pour les familles nombreuses, notamment en raison de dépenses accrues pour les nouvelles technologies.

En 1979, la part des dépenses était homogène quel que soit le niveau de vie des ménages (*figure 2*). À partir de 1985, la part budgétaire destinée aux services de communication a commencé à augmenter pour l'ensemble des ménages, et les écarts selon le niveau de vie à se creuser. Cette tendance va s'accroître de façon continue jusqu'en 2006, année durant laquelle les disparités entre quintiles de niveau de vie extrêmes sont assez fortes. Plus d'un point d'écart existe entre ménages aisés et ménages pauvres. Parallèlement, pendant la période 1979-2006, les écarts en termes de niveau de dépenses diminuent. Si les ménages les plus aisés consacraient en 1979 un montant plus élevé de 55 % à la moyenne, il n'est supérieur que de 28 % en 2006 (*figure 3*). À l'opposé, les ménages les plus modestes dépensaient 44 % de moins que la moyenne en 1979, contre seulement 30 % en 2006. ■

### Définitions

**Services de communication** : voir page précédente.

**Niveau de vie, ménage, quintile, personne de référence, part des dépenses** : voir *Glossaire*.

### Pour en savoir plus

- Frydel Y., « Internet au quotidien : un Français sur quatre », *Insee Première* n° 1076, mai 2006.



# Services de communication 6.1

## 1. Les déterminants de la dépense en services de communication

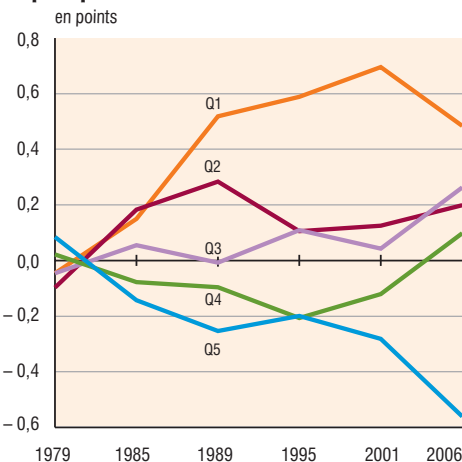
	Écart au coefficient budgétaire moyen (points)	Écart à la dépense moyenne par ménage (%)			
		Ensemble services de communication dont :	téléphonie fixe	téléphonie mobile	internet
<b>Quintile de niveau de vie</b>					
Q1	0,5	- 29,5	- 17,5	- 24,6	- 48,2
Q2	0,2	- 14,6	- 7,0	- 14,4	- 28,1
Q3	0,3	0,1	- 5,4	7,1	- 0,7
Q4	0,1	15,9	7,4	16,9	26,6
Q5	- 0,6	28,1	22,5	15,2	50,6
<b>Âge de la personne de référence</b>					
Moins de 30 ans	0,7	5,3	- 33,6	69,9	39,4
De 30 à 54 ans	0,0	18,4	4,5	34,0	39,2
De 55 à 64 ans	0,0	2,9	9,7	- 15,5	- 8,2
65 ans et plus	- 0,4	- 36,3	- 2,0	- 76,0	- 78,6
<b>Type de ménage</b>					
Personne seule	0,3	- 35,3	- 21,5	- 45,1	- 52,1
Famille monoparentale	0,9	4,6	- 8,4	34,6	5,9
Couple sans enfant	- 0,3	- 6,5	3,2	- 27,8	- 24,1
Couple avec 1 enfant	0,1	28,8	14,9	37,4	56,8
Couple avec 2 enfants	- 0,2	38,4	19,8	56,6	73,7
Couple avec 3 enfants et +	- 0,1	40,0	20,7	70,0	78,3
<b>Catégorie socioprofessionnelle</b>					
<b>Actifs</b>					
Agriculteurs	- 0,8	- 21,4	- 2,4	- 21,7	- 63,5
Artisans, commerçants et chefs d'entreprise	- 0,5	17,1	0,8	27,0	28,9
Cadres	- 0,6	41,1	21,2	49,6	110,0
Professions intermédiaires	0,1	26,0	8,6	40,5	62,7
Employés	0,8	12,4	- 1,5	37,6	28,4
Ouvriers	0,3	3,3	- 11,0	28,8	- 8,5
<b>Inactifs</b>					
Retraités	- 0,3	- 28,5	0,3	- 65,7	- 65,0
Autres	0,7	- 25,7	- 29,4	- 5,7	- 32,5

Lecture : en 2006, les ménages du premier quintile de niveau de vie (Q1) ont un coefficient budgétaire supérieur de 0,5 point au coefficient budgétaire moyen pour les services de communication. Les ménages du dernier quintile (Q5) ont dépensé 28,1 % de plus que la moyenne des ménages en services de communication.

Champ : France métropolitaine.

Source : Insee, enquête Budget de Famille 2006.

## 2. Écart au coefficient budgétaire moyen des dépenses en services de communication par quintiles de niveau de vie

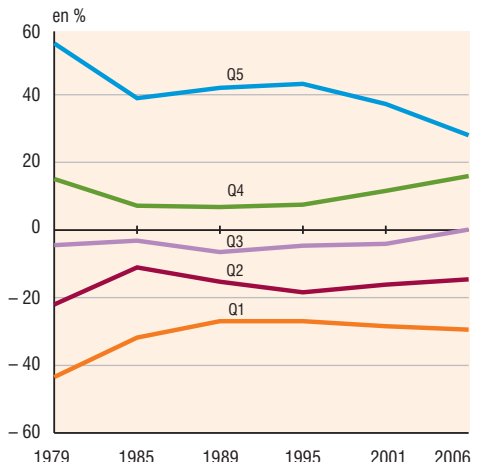


Lecture : en 2006, les ménages appartenant au 1<sup>er</sup> quintile de niveau de vie ont une part des dépenses de consommation totale consacrée aux services de communication supérieure de 0,48 point à celle de l'ensemble des ménages.

Champ : France métropolitaine.

Source : Insee, enquêtes Budget de Famille.

## 3. Écart à la dépense moyenne en services de communication par quintiles de niveau de vie



Lecture : en 1979, les ménages appartenant au 1<sup>er</sup> quintile de niveau de vie ont un montant de dépenses en services de communication inférieur de 44 % à la dépense moyenne de l'ensemble des ménages.

Champ : France métropolitaine.

Source : Insee, enquêtes Budget de Famille.

## 6.2 Matériel électronique grand public

En 2005, les dépenses de consommation en matériel électronique grand public ont atteint 16,9 milliards d'euros, soit 269 euros par habitant. C'est un peu plus de la moitié de celles en services de communication (489 euros).

Relativement au budget total, la consommation en valeur de matériel électronique grand public a régulièrement augmenté entre 1960 (1,1 %) et 2005 (2,1 %, *figure 1*).

En 2005, le sous-poste comprenant les téléviseurs ne représente plus que 40 % de ces dépenses contre 88 % en 1960 (*figure 2*). En revanche, les dépenses en matériels de traitement de l'information sont passées dans le même temps de 1 % à 39 % et celles en matériels téléphoniques et télécopieurs de 0 % à 11 %.

Sur cette période, les prix du matériel électronique grand public ont globalement baissé, avec un écart à l'inflation de -8,3 points par an (*figure 3*). Les volumes achetés ont augmenté plus vite que pour la consommation totale (+ 11,2 points par an). Le lien entre prix et volume est fort : sur longue période, une baisse des prix de 1 % a un effet sur la hausse des volumes achetés estimée à + 1 %. D'importants effets-qualité, traduisant l'amélioration technologique des biens, ont contribué à cette hausse en volume.

Le matériel électronique grand public est en effet l'objet de fréquentes innovations qui en améliorent les performances, mais ne se traduisent généralement pas par une augmentation des prix. Par rapport à l'augmentation moyenne, le volume relatif de consommation en matériel électronique est cyclique. Les cycles correspondent aux grandes phases d'équipement des ménages : téléviseurs en noir et blanc puis en couleur

dans les années 1960 et 1970 ; appareils photos dans les années 1970 ; magnétoscopes et caméscopes dans les années 1980 ; ordinateurs et téléphones mobiles depuis la fin des années 1990 ; enfin tout récemment l'essor de la télévision à écran plat. Au-delà de ces produits « phares » se sont également développés des appareils complémentaires : imprimantes, scanners... Depuis 1996, corrigés de l'inflation, les prix ont baissé encore plus vite qu'auparavant (de - 13,2 % par an après - 6,6 % entre 1960 et à 1995). Inversement, les volumes ont fortement accéléré relativement au total des dépenses passant de + 8,7 % par an entre 1960 et 1995 à + 18,2 % depuis 1996.

Les ventes de matériel électronique grand public sont en outre sensibles aux aléas conjoncturels pesant sur les revenus des ménages. Une hausse des revenus de 1 % a pour conséquence une hausse estimée à 1 % sur les volumes consommés des dépenses de ce type. Les ménages ajustent à la baisse leurs dépenses en ces biens lorsque la conjoncture économique ralentit ou se dégrade, comme en 1983, 1992-1993 ou 2001-2002.

Sur un champ plus large comprenant également les supports d'enregistrement, la réparation et l'entretien d'appareils, la part de ces dépenses dans le budget des ménages semble peu dépendre du niveau de vie du pays au sein de l'Union européenne (*figure 4*). Selon ce critère, la France est au-dessus de la moyenne européenne mais nettement en dessous du Royaume-Uni. En revanche, la part de ces dépenses en Allemagne est inférieure à la moyenne. Les habitants des pays du sud (Espagne, Grèce, Italie, Portugal) dépensent plutôt moins que les autres dans ce poste de loisirs d'intérieur. ■

### Définitions

**Matériel électronique grand public** : comprend les biens issus des technologies de l'information et de la communication (TIC) : les matériels téléphoniques et télécopieurs, les appareils de réception ou d'enregistrement du son et de l'image (téléviseurs...) ; les équipements photo, cinéma et instruments d'optique ; enfin les matériels de traitement de l'information (ordinateurs...).

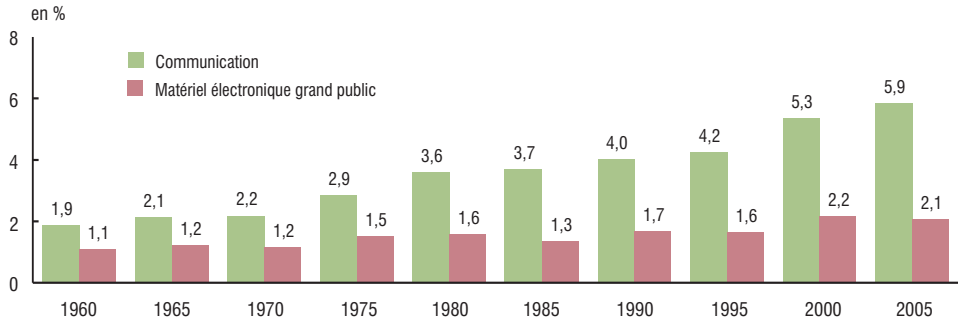
**Inflation, volumes, ménages, part des dépenses, niveau de vie du pays, Union européenne** : voir *Glossaire*.

### Pour en savoir plus

- « La consommation des ménages en TIC depuis 45 ans, un renouvellement permanent », *Insee Première* n° 1101, septembre 2006.

# Matériel électronique grand public 6.2

## 1. Part de la dépense en valeur



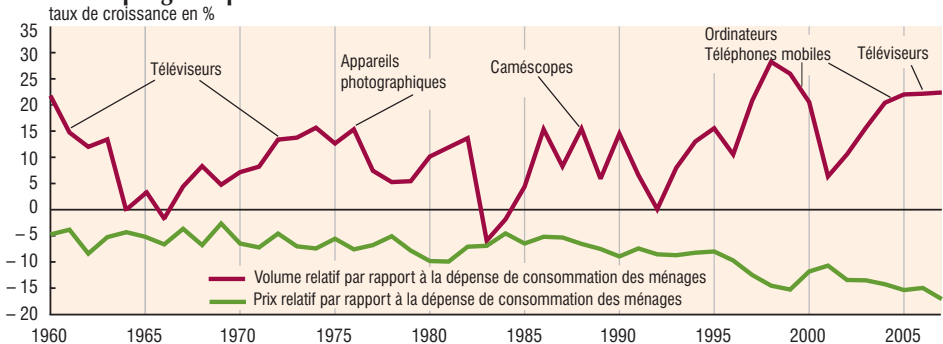
Source : Insee, comptes nationaux, base 2000.

## 2. Dépense de consommation des ménages en matériel électronique grand public, structure en valeur

	en %				
	1960	1975	1990	2005	Valeurs 2005 (Mds €)
Matériels téléphoniques, télécopieurs	0,0	2,6	10,7	10,5	1,8
Appareils de réception, d'enregistrement du son et de l'image (téléviseurs...)	87,5	77,4	60,7	39,8	6,7
Équipements photo et cinéma et instruments d'optique	11,7	18,2	17,1	10,4	1,8
Matériels de traitement de l'information (ordinateurs...)	0,9	1,8	11,5	39,3	6,7
<b>Total</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>16,9</b>

Source : Insee, comptes nationaux, base 2000.

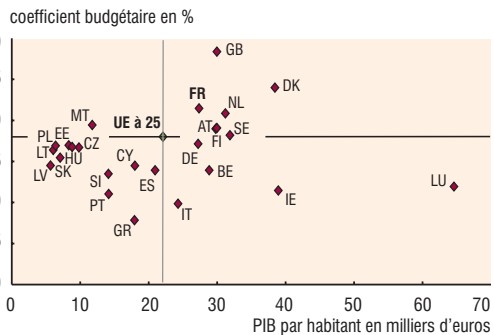
## 3. Volume et prix relatifs de la dépense de consommation des ménages en matériel électronique grand public



Lecture : depuis les années 1990, le prix du matériel électronique grand public augmente moins vite que l'inflation tandis que le volume progresse plus rapidement que les autres postes de consommation, du fait de l'essor des ordinateurs, téléphones mobiles et téléviseurs.

Source : Insee, comptes nationaux, base 2000.

## 4. Dépense des ménages en matériel audiovisuel, photographique et de traitement de l'information dans l'Union européenne à 25 en 2005



Lecture : en 2005, les ménages britanniques, avec un PIB de 30 000 euros par habitant, ont consacré 2,8 % de leur budget au matériel audiovisuel, photographique et de traitement de l'information.

Sources : Insee, comptes nationaux, base 2000 et Eurostat.

## 6.2 Matériel électronique grand public

Le montant des dépenses et la part budgétaire destinés à l'achat de **matériel électronique grand public** (appareils photo, téléviseurs etc.) sont d'autant plus importants que le **niveau de vie du ménage** est élevé. Les ménages modestes (1<sup>er</sup> quintile de niveau de vie) ont des dépenses dans ce domaine inférieures de 44 % à la moyenne, et les plus aisés (5<sup>e</sup> quintile) y consacrent 70 % de plus que l'ensemble des ménages (*figure 1*). Néanmoins, ce constat ne s'applique pas aux achats de matériel de téléphonie dont la **part des dépenses** est en revanche plus forte pour les ménages à faible revenu : elle est deux fois plus élevée pour les ménages du premier quintile de niveau de vie que pour les ménages du dernier quintile. C'est la conséquence d'un taux d'équipement en téléphonie élevé dans toutes les couches de la population, ce qui est moins le cas pour le matériel informatique par exemple.

Les cadres sont les plus gros consommateurs de matériel électronique (+ 92 % par rapport à la dépense moyenne), particulièrement dans les domaines de la photographie (+ 152 %) et de l'informatique (+ 123 %). À l'inverse, les retraités dépensent moins pour ce type de produits (- 42 %).

Le poids des dépenses en matériel électronique ainsi que leur niveau décroissent avec l'âge. Les ménages dont la **personne de référence** a moins de 30 ans y consacrent une part de leur budget deux fois et demie plus élevée que les ménages de plus de 65 ans. Le haut degré de technicité des nouveaux produits électroniques attire plutôt les populations jeunes. Enfin, le montant des dépenses augmente avec la taille du ménage : + 46 % pour les ménages ayant au moins trois enfants. De nombreux éléments de ce poste (notamment la téléphonie mobile) sont en

effet détenus et utilisés de manière individuelle.

Durant la période 1979 - 2006, les disparités entre ménages modestes et ménages aisés s'estompent légèrement, même si en 2006 elles restent fortes (*figure 2*). Si l'écart de part de dépenses entre les ménages du 1<sup>er</sup> **quintile** de niveau de vie et les ménages du dernier quintile était de 0,4 point en 1979, il reste de près de 0,3 point en 2006. Au cours de la même période, l'écart à la dépense moyenne tend à diminuer pour les ménages du 1<sup>er</sup> quintile et à augmenter pour ceux du dernier quintile.

Les ménages achètent principalement le matériel électronique dans les grandes surfaces spécialisées (un tiers des dépenses), notamment les appareils de réception, d'enregistrement et de reproduction du son et de l'image (33 à 41 % des dépenses selon les produits). Les grandes surfaces alimentaires détiennent aussi une part de marché importante (un quart des dépenses) suivies par le commerce de détail spécialisé (20 % - *figure 3*), plus particulièrement présent sur le segment des appareils de téléphonie (24 % des dépenses). Les ventes par téléphone, internet ou téléachat ne sont pas négligeables : elles représentent plus de 7 % des achats des ménages. Internet devient donc un acteur important dans la distribution des produits électroniques et se distingue particulièrement pour le commerce d'équipement photographique et cinématographique (16 % des ventes).

Les prix et les quantités de matériels achetés augmentent avec le niveau de vie (*figure 4*). Plus on est aisé, plus on s'équipe et plus on choisit volontiers le haut de gamme. L'effet prix est particulièrement important pour les ménages ayant le niveau de vie le plus élevé. ■

### Définitions

**Matériel électronique grand public** : voir page précédente.

**Niveau de vie du ménage, quintile, part des dépenses, personne de référence** : voir *Glossaire*.

### Pour en savoir plus

- Fridel Y., « Un ménage sur deux possède un micro-ordinateur, un sur trois a accès à l'internet », *Insee Première* n° 1011, mars 2005.

# Matériel électronique grand public 6.2

## 1. Les déterminants de la dépense en matériel électronique grand public

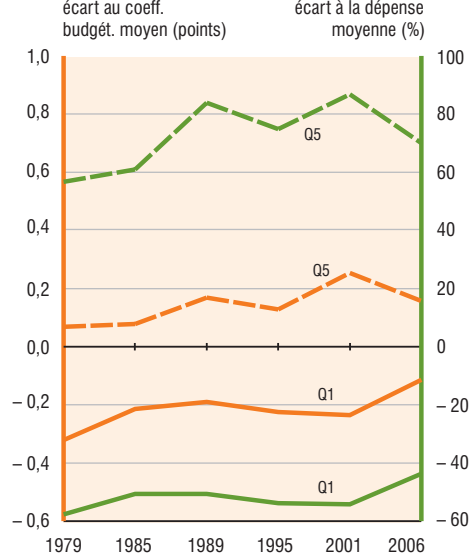
	Écart au coef. budgét. moyen (points)	Écart à la dépense moyenne (%)
<b>Quintile de niveau de vie</b>		
Q1	-0,1	-43,7
Q2	-0,2	-32,9
Q3	-0,1	-10,8
Q4	0,0	17,3
Q5	0,2	70,1
<b>Âge de la pers. de réf. du ménage</b>		
Moins de 30 ans	0,5	38,8
De 30 à 54 ans	0,1	23,4
De 55 à 64 ans	0,0	3,5
65 ans et plus	-0,4	-57,2
<b>Catégorie socioprofessionnelle</b>		
<b>Actifs</b>		
Agriculteurs	-0,1	-12,6
Artisans, commerçants et chefs d'entrep.	-0,1	18,9
Cadres	0,2	91,5
Professions intermédiaires	0,1	33,9
Employés	0,1	0,1
Ouvriers	0,1	1,2
<b>Inactifs</b>		
Retraités	-0,2	-41,6
Autres	0,2	-26,6

Lecture : en 2006, les ménages du premier quintile de niveau de vie (Q1) ont un coefficient budgétaire inférieur de 0,1 point au coefficient budgétaire moyen pour le matériel électronique. Les ménages du dernier quintile (Q5) ont dépensé 70,1 % de plus que la moyenne des ménages en matériel électronique.

Champ : France métropolitaine.

Source : Insee, enquête Budget de Famille 2006.

## 2. Écart au coefficient budgétaire moyen et à la dépense moyenne en matériel électronique par quintiles de niveau de vie

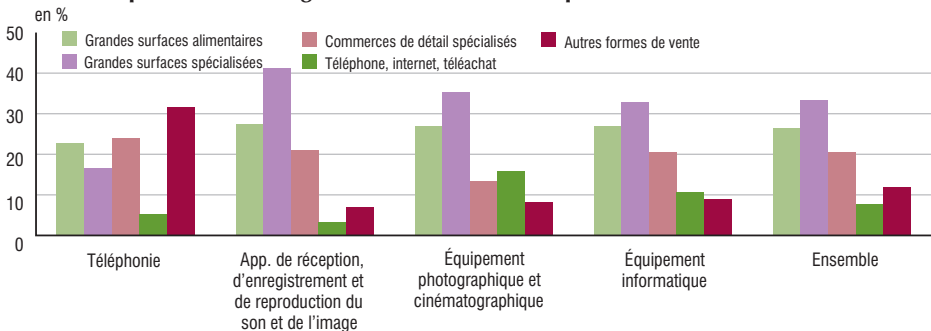


Lecture : en 1979, les ménages appartenant au 1<sup>er</sup> quintile de niveau de vie (Q1) ont une part de dépenses consacrée au matériel électronique inférieure de 0,32 point à celle de l'ensemble des ménages et un montant de dépenses inférieur de 58 % à celui de l'ensemble des ménages.

Champ : France métropolitaine.

Source : Insee, enquêtes Budget de Famille.

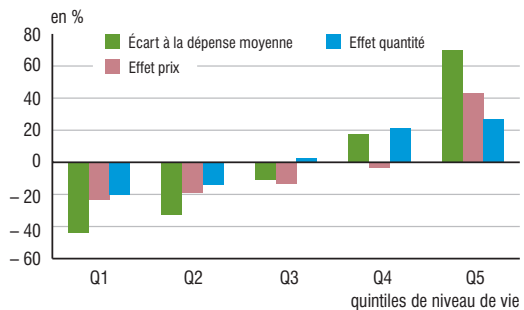
## 3. Part des dépenses des ménages en matériel électronique selon le lieu d'achat



Champ : France métropolitaine.

Source : Insee, enquête Budget de Famille 2006.

## 4. Décomposition des écarts à la dépense moyenne



Champ : France métropolitaine.

Source : Insee, enquête Budget de Famille 2006.



---

# FICHES THÉMATIQUES

---

Loisirs

## 7.1 Biens pour les loisirs

**E**n 2005, la dépense de consommation des  **Ménages**  en biens pour les loisirs a atteint 33,8 milliards d'euros, soit 538 euros par habitant. La dépense équivalente en matériel électronique grand public est de 269 euros, celle en service de loisirs (hors tourisme) est de 280 euros.

Relativement au reste des dépenses, la part en valeur des biens pour les loisirs a globalement augmenté, passant de 3,5 % en 1960 à 4,2 % en 2005 (*figure 1*). Elle avait rapidement progressé jusqu'en 1970 (4,7 %), puis s'était stabilisée entre 1970 et 1990, avant de se replier.

Depuis 1960, la part dans ce poste affectée à la presse, aux livres et à la papeterie a fortement diminué, de 53 % à 38 % en 2005 (*figure 2*). Les produits de jardinage ont également baissé, de 21 % à 17 %. En revanche, les jeux et jouets ainsi que les supports d'enregistrement sont passés chacun de 5 % en 1960 à 13 % en 2005.

Jusqu'en 1970, les prix des biens de loisirs ont progressé à un rythme similaire à celui de  **l'inflation**  (3,8 %) [*figure 3*]. La croissance en  **volume**  a été en moyenne nettement plus dynamique que celle des dépenses de consommation (de + 2,9 points par an), et explique à elle seule la hausse de la part en valeur. Hormis la presse et les livres, tous les postes sont concernés par ce dynamisme, favorisé par la forte croissance des revenus. Sur longue période, une hausse des revenus de 1 % entraîne une hausse de la consommation en ces biens estimée à + 0,8 %.

De 1971 à 1992, les prix et le volume de consommation des biens de loisirs ont évolué en moyenne à des rythmes proches de ceux de la dépense totale. Les supports

d'enregistrement de l'image et du son ont bénéficié de la généralisation des moyens de diffusion culturelle et de l'arrivée sur les marchés de nouveaux équipements électroniques. À côté de la pellicule pour film ou photographie et du disque vinyle, sont apparus le CD audio, le cédérom, les cassettes audio et vidéo (puis le DVD dans les années 2000). Le marché des jouets et jeux s'est aussi développé grâce à la diffusion des innovations technologiques autorisant le renouvellement de l'offre (consoles de jeux). En revanche, le marché du livre et de la presse a poursuivi son déclin, relativement au reste de la consommation.

Depuis 1993, le volume a continué de progresser en moyenne comme le reste des dépenses, mais les prix ont augmenté moins vite que l'inflation (0,9 point de moins par an). Le repli de la  **part des dépenses**  en valeur des biens pour les loisirs s'explique donc par le seul effet prix. Les prix de vente moyens ont baissé en raison de la diffusion croissante de produits importés de pays bénéficiant de bas coûts de production. Les volumes consommés en articles de presse et livres ont globalement reculé depuis 1993.

Au début des années 2000, avec 3 heures 30 par jour pour les hommes et près de 3 heures pour les femmes, les Français réservent moins de leur temps libre aux activités utilisant les biens pour les loisirs que les Britanniques ou les Allemands (*figure 4*). Dans l'ensemble des pays pour lesquels ces statistiques sont disponibles, les hommes y consacrent quotidiennement plus de temps que les femmes, ces dernières continuant d'assurer une plus grande proportion des tâches domestiques. ■

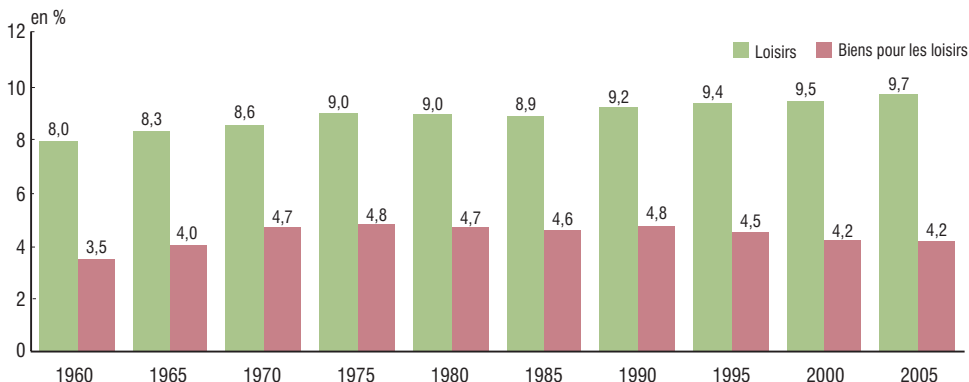
### Définitions

**Biens pour les loisirs**  : comprennent les supports d'enregistrement de l'image et du son (préenregistrés ou non), divers biens durables culturels et récréatifs (caravanes, camping-cars, bateaux, instruments de musique...), les jeux et jouets, les équipements de sport, de camping et de plein air, les fleurs, plantes et engrais, ainsi que la presse et la papeterie.

**Ménage, inflation, volume, part des dépenses**  : voir *Glossaire*.



## 1. Part dans la dépense des ménages en valeur



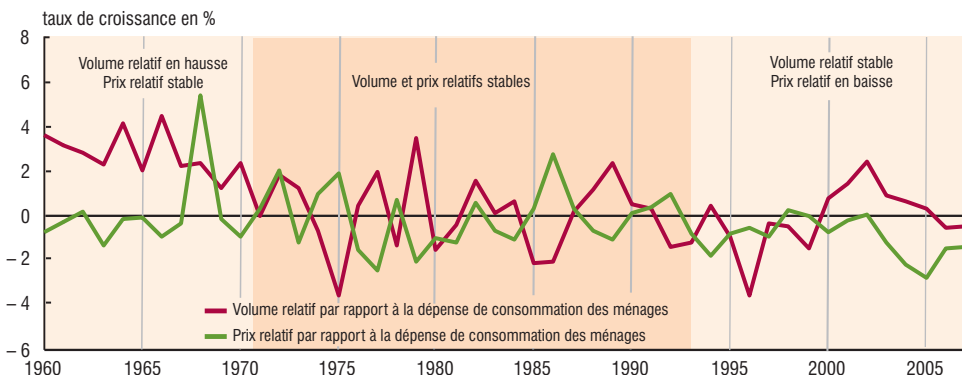
Source : Insee, comptes nationaux, base 2000.

## 2. Structure de la dépense des ménages en biens pour les loisirs

	1960	1975	1990	2005	Valeurs 2005 (Mds €)
Supports d'enregistrement de l'image et du son	5,4	6,6	12,5	12,9	4,4
Autres biens durables culturels et récréatifs neufs (caravanes...)	5,1	8,1	6,3	7,9	2,7
Jeux et jouets	5,0	8,1	9,3	12,9	4,4
Équipement de sport, de camping et de plein air	10,0	14,0	9,4	11,9	4,0
Jardinage (plantes...)	21,5	21,1	19,6	16,7	5,7
Presse, livres et papeterie	53,1	42,1	42,9	37,6	12,7
<b>Total</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>33,8</b>

Source : Insee, comptes nationaux, base 2000.

## 3. Volume et prix relatifs de la dépense des ménages en biens pour les loisirs



Lecture : de 2000 à 2005, le prix des biens pour les loisirs a globalement augmenté moins vite que l'inflation tandis que le volume a progressé plus rapidement que les autres postes de consommation.

Source : Insee, comptes nationaux, base 2000.

## 4. Temps moyen quotidien consacré aux activités utilisant des biens pour les loisirs

Pays	Temps moyen quotidien (minutes)	
	Hommes	Femmes
Finlande	252	215
Allemagne	240	206
Estonie	241	197
Belgique	232	193
Royaume-Uni	232	186
Suède	215	185
Hongrie	235	152
<b>France</b>	<b>210</b>	<b>177</b>
Slovénie	212	164

Lecture : au début des années 2000 en France, les hommes ont consacré en moyenne 210 minutes par jour aux activités utilisant des biens pour les loisirs et les femmes 177 minutes.

Source : Eurostat, enquêtes emploi du temps réalisées par les instituts nationaux de statistiques européens.

## 7.1 Biens pour les loisirs

Le montant des dépenses et la part budgétaire que les **ménages** consacrent aux **biens pour les loisirs** sont fortement liés à leur **niveau de vie**. Plus celui-ci est élevé, plus les dépenses des ménages dans ce domaine sont fortes : + 77 % par rapport au montant moyen des dépenses pour les ménages les plus riches, contre - 48 % pour les ménages les plus modestes (*figure 1*).

Si l'on considère la **catégorie socioprofessionnelle** à laquelle appartient la **personne de référence** du ménage, ce sont les cadres actifs qui dépensent le plus pour les biens de loisirs. Ils y consacrent, en effet, un montant de dépenses supérieur de plus de 80 % à la moyenne et une **part budgétaire** légèrement supérieure à celle de l'ensemble des ménages (+ 0,3 point). À l'inverse, les ménages dont la personne de référence est ouvrier ou employé consomment moins que la moyenne pour ce type de produit (environ - 20 % et - 0,5 point de part budgétaire).

Les couples ayant des enfants achètent plus que les autres des biens pour les loisirs. Les familles les plus nombreuses (trois enfants et plus) dépensent ainsi près de 42 % de plus que la moyenne. Pour ces ménages, le montant des dépenses en jeux et jouets est très supérieur à la moyenne (+ 111 %) de même que les dépenses pour les achats des supports de l'image et du son (+ 71,3 %). À l'opposé, les célibataires et les familles monoparentales apparaissent moins consommatrices de ce type de biens.

Enfin, les ménages dont la personne de référence a entre 35 et 55 ans dépensent plus que la moyenne dans ce domaine (un peu plus de 10 %). Les ménages dont la personne

de référence est plus jeune (moins de 35 ans) ont au contraire un montant de dépenses inférieur à la moyenne, tout comme les ménages de plus de 65 ans.

Hors **biens durables importants**, les ménages privilégient le petit commerce de détail spécialisé pour l'achat des biens destinés aux loisirs : un tiers de leurs dépenses y est réalisé (*figure 2*). Près de 30 % de ces dépenses sont faites dans les grandes surfaces alimentaires (GSA) et un peu plus de 20 % dans les grandes surfaces spécialisées (GSS). Si les parts de marché des petits commerces de détail atteignent près de 40 % des dépenses pour les produits liés à l'édition, la presse et la papeterie, ou l'horticulture, elles sont en revanche plus faibles pour les supports d'enregistrement de l'image et du son (11 %). Ces derniers sont majoritairement achetés dans les GSA (54 % des dépenses), tout comme les jeux et jouets (40 %). Les GSS attirent davantage les ménages pour les achats d'équipements de sport, camping et de loisirs en plein air (41 % des dépenses).

Pendant la période 1979-2006, la part des dépenses en biens pour les loisirs d'un ménage est d'autant plus élevée que son niveau de vie est élevé (*figure 3*). Néanmoins, au cours de cette période, les disparités tendent à s'estomper, surtout à partir de 1995. En 1979, presque deux points de part de dépenses séparaient les ménages les plus modestes des plus aisés. En 2006, cet écart diminue presque de moitié et n'est plus que de 1,1 point, indiquant une convergence des parts budgétaires de ce poste entre les ménages de niveaux de vie différents. ■

### Définitions

**Biens pour les loisirs** : voir page précédente.

**Biens durables importants des loisirs et de la culture** : il s'agit des instruments de musique (non compris les petits instruments) et des gros équipements liés aux sports et aux loisirs (caravanes, remorques, avions, bateaux, gros articles de jeux et de sport). Ces produits sont généralement achetés dans des réseaux de distribution spécifiques ou d'occasion auprès d'un particulier.

**Ménage, niveau de vie des ménages, catégorie socioprofessionnelle, personne de référence, part budgétaire (ou des dépenses)** : voir *Glossaire*.

### Pour en savoir plus

- Tavan C., « Les pratiques culturelles : le rôle des habitudes prises dans l'enfance », *Insee Première* n° 883, février 2003.

## 1. Les déterminants du poids de la dépense en biens pour les loisirs

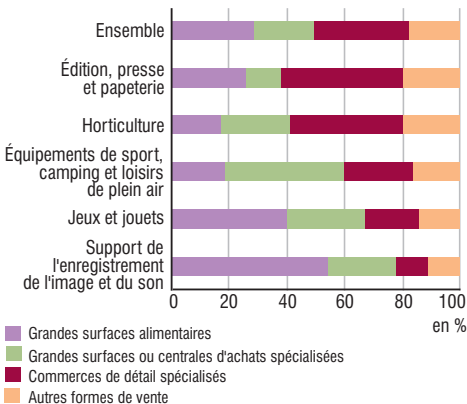
	Écart au coefficient budgétaire moyen (points)	Écart à la dépense moyenne par ménage (%)				
		Ensemble biens pour les loisirs	Supports d'enregistrement de l'image et du son	Jeux et jouets	Horticulture	Presse, livres et papeterie
<b>Quintile de niveau de vie</b>						
Q1	-0,5	-48,1	-41,2	-45,4	-50,1	-45,4
Q2	-0,4	-29,0	-31,9	-16,7	-32,0	-23,7
Q3	-0,3	-15,9	-8,5	-7,1	-11,6	-16,6
Q4	0,1	16,2	16,4	23,4	29,7	16,4
Q5	0,6	76,9	65,0	45,6	64,1	69,3
<b>Âge de la personne de référence</b>						
Moins de 25 ans	-0,6	-36,2	-8,7	22,3	-71,1	-41,7
De 25 à 34 ans	-0,3	-1,9	44,9	39,8	-42,4	-18,0
De 35 à 44 ans	-0,1	12,5	43,8	63,9	-12,6	-0,2
De 45 à 54 ans	-0,2	12,3	25,2	9,1	10,6	12,1
De 55 à 64 ans	0,1	8,3	-13,8	-8,6	48,2	9,8
65 ans et plus	0,6	-16,5	-64,3	-71,8	6,0	1,0
<b>Type de ménage</b>						
Personne seule	0,0	-38,9	-33,9	-71,6	-41,1	-31,7
Famille monoparentale	-0,4	-24,7	-3,6	-3,9	-53,7	-17,7
Couple sans enfant	0,3	12,3	-27,2	-22,4	38,4	18,1
Couple avec 1 enfant	-0,2	18,9	55,7	35,3	34,1	-0,2
Couple avec 2 enfants	-0,1	37,4	41,0	105,5	10,5	28,7
Couple avec 3 enfants et plus	-0,1	41,5	71,3	111,3	2,8	36,4
<b>Catégorie socioprofessionnelle</b>						
<b>Actifs</b>						
Agriculteurs	0,4	10,7	-30,7	-34,8	76,4	5,2
Artisans, commerçants et chefs d'entreprise	-0,5	8,8	6,0	14,8	32,5	-0,5
Cadres	0,3	81,3	101,2	75,1	45,5	72,7
Professions intermédiaires	-0,1	19,9	58,4	47,3	-1,8	14,4
Employés	-0,4	-18,3	15,9	-5,4	-33,4	-21,8
Ouvriers	-0,5	-22,0	-8,8	36,9	-27,9	-36,7
<b>Inactifs</b>						
Retraités	0,5	-10,0	-54,5	-56,1	17,2	3,6
Autres	-0,2	-42,1	-30,6	-34,0	-60,9	-29,0

Lecture : en 2006, les ménages du premier quintile de niveau de vie (Q1) ont un coefficient budgétaire inférieur de 0,5 point au coefficient budgétaire moyen pour les biens de loisirs. Les ménages du dernier quintile (Q5) ont dépensé 76,9 % de plus que la moyenne des ménages en biens pour les loisirs.

Champ : France métropolitaine.

Source : Insee, enquête Budget de famille 2006.

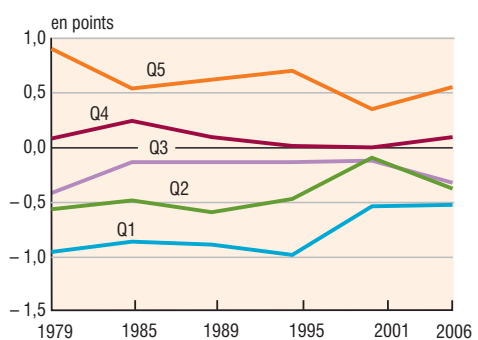
## 2. Les dépenses des ménages en biens pour les loisirs selon le lieu d'achat



Champ : France métropolitaine.

Source : Insee, enquête Budget de famille 2006.

## 3. Écart des dépenses par quintiles de niveau de vie



Lecture : en 1979, les ménages appartenant au 1<sup>er</sup> quintile de niveau de vie avaient une part des dépenses de consommation totale consacrée aux biens pour les loisirs inférieure de 0,9 point à celle de l'ensemble des ménages.

Champ : France métropolitaine.

Source : Insee, enquêtes Budget de famille.

## 7.2 Services de loisirs non liés au tourisme

En 2005, les ménages ont dépensé 17,6 milliards d'euros, soit 280 euros par habitant, en services de loisirs non liés au tourisme. C'est presque moitié moins que la dépense en biens pour les loisirs (538 euros par habitant).

Relativement aux autres postes de dépenses, la consommation en valeur des services de loisirs non liés au tourisme est restée stable, fluctuant légèrement autour de 2 % entre 1960 (2,1 %) et 2005 (2,2 %, *figure 1*).

La part dans ce poste des services sportifs et de loisirs a augmenté de plus de 20 points entre 1960 (62 %) et 2005 (83 %, *figure 2*). En parallèle, le poids des entrées au cinéma a été divisé par quatre (6 % du poste en 2005 contre 24 % en 1960). Les activités photographiques dont le poids avait augmenté jusqu' en 1990, ont chuté depuis lors, pour ne représenter que 9 % du poste en 2005. La part des autres activités culturelles reste marginale (1,5 % en 2005).

Entre 1960 et 2005, les prix de ces services de loisirs ont augmenté plus vite que l'inflation d'ensemble (*figure 3*). Ceci illustre un phénomène général de plus forte hausse des prix des services que ceux des biens. Sur la même période, la consommation en volume a augmenté moins rapidement que l'ensemble des autres postes de dépenses.

Dans les années 1960 et 1970, les prix de ces services ont augmenté beaucoup plus fortement que l'inflation d'ensemble notamment pour les services sportifs et de loisirs. Dans le même temps, les volumes relatifs ont significativement baissé. Cette baisse s'explique notamment par la diminution de la fréquentation des cinémas, qui est passée de 355 millions de spectateurs en 1960 à 175 millions en 1980. Durant cette période,

la télévision a en effet conquis les foyers et fortement concurrencé le cinéma.

De 1978 à 1992, volumes et prix se sont peu distingués des autres postes de consommation. D'un côté, le développement des infrastructures sportives et l'introduction d'une cinquième semaine de congés payés en 1982 ont encouragé de nouveaux adeptes des activités sportives et de loisirs. D'un autre côté, le cinéma a subi une nouvelle concurrence, celle du magnétoscope, apparu à la fin des années 1970, et des vidéocassettes préenregistrées.

Depuis 1993, les prix de ces services augmentent plus vite que l'inflation et les volumes relatifs progressent. Notamment, après avoir atteint son plus bas niveau en 1992 avec 116 millions d'entrées, le cinéma retrouve des spectateurs (175 millions en 2005). Les multiplexes, qui sont passés de 2 à 80 entre 1993 et 2000, ont permis d'élargir le champ des amateurs des salles obscures. Enfin, la réduction du temps de travail intervenue progressivement depuis 1998 a favorisé le développement des activités sportives et de loisirs.

Au sein des pays de l'Union européenne, le lien est étroit entre le niveau de vie du pays et la fréquentation des salles de cinéma (*figure 4*). Mais à niveau de vie donné, il existe aussi des spécificités. L'Irlande est le pays où le nombre d'entrées au cinéma est le plus élevé devant l'Espagne et la France. À niveau de vie comparable, le nombre d'entrées par habitant en Allemagne est près de 2 fois inférieur à celui des Français. À l'exception du Danemark, les pays d'Europe du Nord, malgré un niveau de vie élevé, ont une fréquentation des salles de cinéma inférieure à la moyenne européenne. Les habitants des pays d'Europe de l'Est sont les moins cinéphiles. ■

### Définitions

**Services de loisirs non liés au tourisme** : comprennent les services sportifs et de loisirs (manifestations et activités sportives, parcs d'attractions, spectacles), les activités photographiques (travaux de prise de vue, développement et tirage de photos...), la projection de films cinématographiques (entrées dans les salles de cinéma) et enfin les autres activités culturelles (zoos...).

**Multiplexe** : complexe cinématographique de plus de dix salles et disposant d'une capacité d'accueil d'au moins 1 500 places.

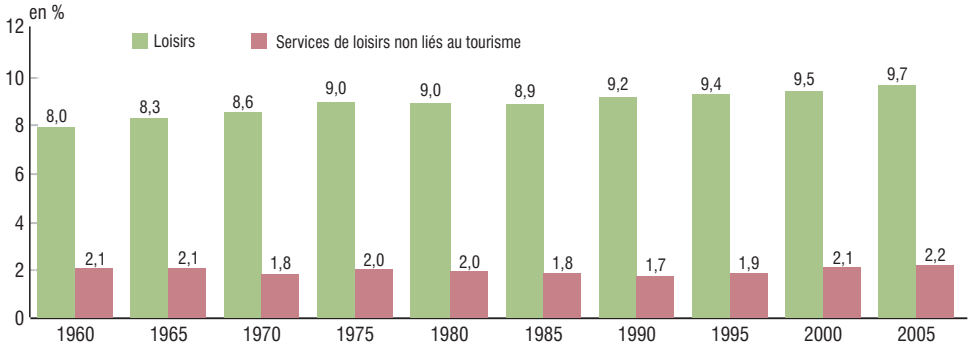
**Ménage, inflation, volume, Union européenne, niveau de vie du pays** : voir *Glossaire*.

### Pour en savoir plus

- « 40 ans de cinéma : âge d'or, crise et renouveau », *Insee Première* n° 841, avril 2002.
- « 40 ans de services culturels et récréatifs », *Insee Première* n° 983, août 2004.

# Services de loisirs non liés au tourisme 7.2

## 1. Part dans la dépense des ménages en valeur



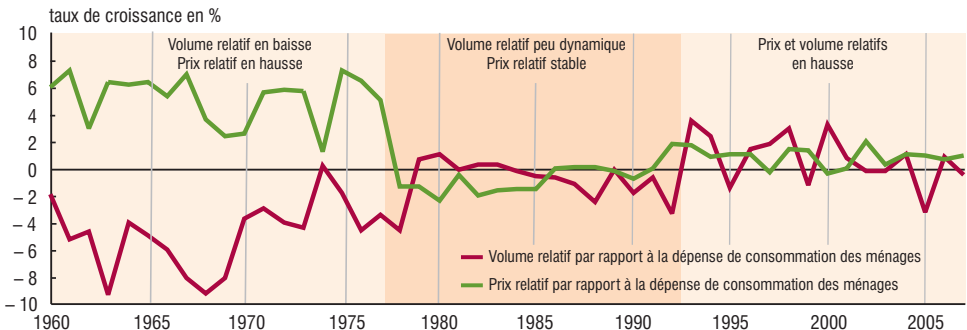
Source : Insee, comptes nationaux, base 2000.

## 2. Structure de la dépense des ménages en services de loisirs non liés au tourisme

	1960	1975	1990	2005	Valeurs 2005 (Mds €)
Services sportifs et de loisirs	62,2	70,5	74,3	83,3	14,6
Activités photographiques	13,1	16,0	17,4	9,0	1,6
Projection de films cinématographiques	23,8	12,5	7,3	6,2	1,1
Autres activités culturelles	0,9	1,0	1,0	1,5	0,3
<b>Total</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>17,6</b>

Source : Insee, comptes nationaux, base 2000.

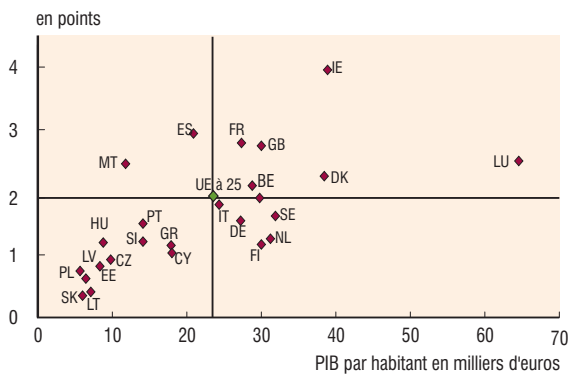
## 3. Volume et prix relatifs de la consommation en services de loisirs non liés au tourisme



Lecture : jusqu'au milieu des années 1970, le prix des services de loisirs non liés au tourisme a augmenté plus vite que l'inflation tandis que le volume a progressé moins rapidement que les autres postes de consommation.

Source : Insee, comptes nationaux, base 2000.

## 4. Fréquentation des salles de cinéma et PIB par habitant dans l'Union européenne à 25 en 2005



Lecture : en 2005, les Chypriotes sont allés en moyenne une fois dans l'année au cinéma.

Sources : Insee, comptes nationaux, base 2000 et Eurostat.

## 7.2 Services de loisirs non liés au tourisme

Les **ménages** dépensent d'autant plus en **services de loisirs** que leur **niveau de vie**, est élevé. Le montant des dépenses des plus aisés est supérieur de 75 % à la moyenne alors qu'il est inférieur de 56 % pour les ménages modestes (*figure 1*).

Si l'on tient compte de la **catégorie socio-professionnelle** de la **personne de référence** du ménage, ce sont les cadres actifs qui dépensent le plus dans ce domaine : 130 % de plus que la moyenne des ménages. Leur **part des dépenses** est, en outre, supérieure de 0,7 point à la moyenne. Artisans, commerçants, chefs d'entreprises et professions intermédiaires sont eux aussi, mais dans une moindre mesure, plus enclins à consommer des services de loisirs : environ + 50 % par rapport au montant moyen. À l'inverse, ouvriers actifs et retraités recourent moins à ces services puisque le montant de leurs dépenses est très inférieur à celui de l'ensemble des ménages. Pouvoir d'achat restreint pour les premiers et état de santé quelquefois précaire pour les seconds expliquent sans doute une limitation des sorties ou des activités physiques.

Plus il y a d'enfants, plus ce poste budgétaire est important. Ainsi, un célibataire dépensera environ 50 % de moins que la moyenne, et un ménage avec au moins deux enfants 80 % de plus. La présence d'enfants dans le ménage alourdit considérablement les dépenses en services sportifs et récréatifs : les ménages avec au moins deux enfants ont un montant de dépenses pour ce poste presque quatre fois supérieur à celui des couples sans enfant. Le niveau des dépenses en services culturels semble, en revanche, moins lié à la composition du ménage. Enfin, si les femmes seules ont moins recours aux services sportifs et récréatifs que les hommes

seuls, elles dépensent presque deux fois plus qu'eux pour les services culturels.

L'intensité du recours aux services de loisirs est également influencée par l'âge de la personne de référence du ménage. Les ménages d'âge intermédiaire (35 à 54 ans) sont les plus consommateurs de ces services. Le montant qu'ils y consacrent est supérieur d'environ 40 % à la moyenne. Ce sont les ménages âgés (plus de 65 ans) qui dépensent le moins (- 54 %), qu'il s'agisse de services sportifs, récréatifs ou culturels. Ce constat s'explique certainement par la limitation des déplacements et des pratiques sportives chez les personnes âgées.

Enfin, avec un montant de dépenses supérieur de 53 % à la moyenne, ce sont les Parisiens qui dépensent le plus pour accéder aux services de loisirs et particulièrement aux services culturels (+ 68 %). Les habitants de la capitale bénéficient de l'avantage procuré par la proximité ou la diversité des équipements. Les ménages résidant en région parisienne (hors Paris) dépensent également plus que la moyenne (+ 26 %). En province, les sommes destinées à ces services sont inférieures, sauf dans les plus grandes villes.

Au cours de la période 1979-2006, l'écart à la dépense moyenne des ménages en services de loisirs en fonction du niveau de vie évolue peu. Cet écart est d'environ - 60 % pour les ménages appartenant au 1<sup>er</sup> **quintile** de niveau de vie et + 80 % pour ceux du dernier (*figure 2*). De même, les disparités demeurent en termes de part des dépenses. En 1979, la différence entre les ménages les plus modestes et les plus aisés était de 0,7 point ; elle est encore de 0,8 point en 2006. Comparé à la part de ce poste dans la dépense totale des ménages (environ 2 %), cet écart est important. ■

### Définitions

**Services de loisirs hors tourisme** : voir page précédente.

**Ménage, niveau de vie des ménages, catégorie socioprofessionnelle, personne de référence, part des dépenses, quintile** : voir *Glossaire*.

### Pour en savoir plus

- Muller L., « Pratique sportive et activités culturelles vont souvent de pair », *Insee Première* n° 1108, mars 2005.

# Services de loisirs non liés au tourisme 7.2

## 1. Les déterminants de la dépense en services de loisirs

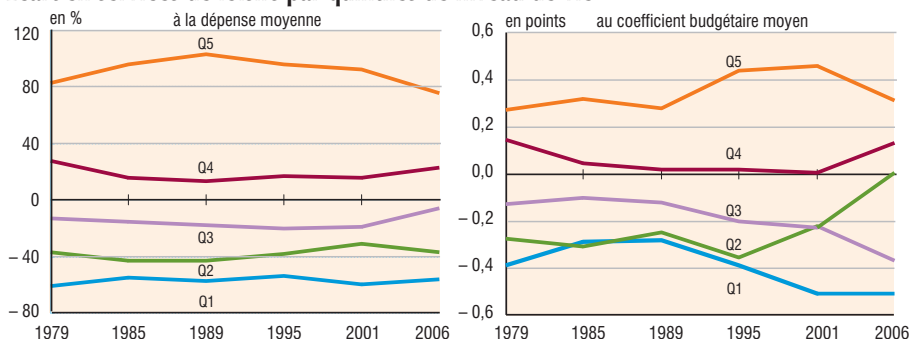
	Écart au coefficient budgétaire moyen (points)	Écart à la dépense moyenne par ménage (%)		
		Ensemble services de loisirs dont :	Services sportifs et récréatifs	Services culturels
<b>Quintile de niveau de vie</b>				
Q1	-0,5	-56,0	-55,8	-56,2
Q2	-0,4	-36,6	-39,4	-32,8
Q3	0,0	-5,8	-3,5	-8,7
Q4	0,1	23,3	22,2	24,7
Q5	0,3	75,0	76,5	73,0
<b>Âge de la personne de référence</b>				
Moins de 25 ans	0,2	-13,0	-26,9	5,2
De 25 à 34 ans	-0,1	-0,7	-4,5	4,2
De 35 à 44 ans	0,4	44,4	76,5	1,9
De 45 à 54 ans	0,3	37,1	39,8	33,5
De 55 à 64 ans	-0,2	-6,3	-24,6	17,7
65 ans et plus	-0,6	-53,4	-63,8	-39,5
<b>Type de ménage</b>				
Personne seule	-0,2	-47,8	-56,4	-36,5
Homme	-0,4	-50,3	-46,6	-55,2
Femme	-0,2	-46,1	-63,0	-23,8
Famille monoparentale	0,2	-4,0	8,2	-20,1
Couple sans enfant	-0,3	-15,8	-33,1	7,1
Couple avec 1 enfant	-0,1	15,1	5,2	28,2
Couple avec 2 enfants	0,4	82,3	117,9	35,4
Couple avec 3 enfants et plus	0,4	81,4	134,8	10,8
<b>Catégorie socioprofessionnelle</b>				
<b>Actifs</b>				
Agriculteurs	-0,1	-11,1	-23,3	5,0
Artisans, commerçants et chefs d'entreprise	0,2	46,9	72,1	13,5
Cadres	0,7	132,4	164,5	89,9
Professions intermédiaires	0,4	56,4	66,0	43,8
Employés	-0,2	-13,5	-17,3	-8,5
Ouvriers	-0,3	-24,1	-26,4	-21,2
<b>Inactifs</b>				
Retraités	-0,5	-45,3	-57,9	-28,5
Autres	-0,3	-48,7	-54,2	-41,4
<b>Commune d'habitation</b>				
Commune rurale	-0,1	-11,8	-14,5	-8,1
Moins 20 000 habitants	-0,1	-4,8	-5,2	-4,2
20 000 – 100 000 habitants	-0,2	-16,7	-14,3	-19,7
+ de 100 000 habitants	0,1	2,3	2,2	2,4
Paris	0,4	52,7	40,9	68,4
Agglomération parisienne hors Paris	0,1	26,2	33,7	16,3

Lecture : en 2006, les ménages du premier quintile de niveau de vie (Q1) ont un coefficient budgétaire inférieur de 0,5 point au coefficient budgétaire moyen pour les services de loisirs. Les ménages du dernier quintile (Q5) ont dépensé 75 % de plus que la moyenne des ménages en services pour les loisirs.

Champ : France métropolitaine.

Source : Insee, enquête Budget de famille 2006

### 2. Écart en services de loisirs par quintiles de niveau de vie



Lecture : en 1979, les ménages appartenant au 1<sup>er</sup> quintile de niveau de vie avaient un montant de dépense en services de loisirs inférieur de 61,4 % à la dépense moyenne des ménages et une part inférieure de 0,4 point à celle de l'ensemble des ménages.

Champ : France métropolitaine.

Source : Insee, enquêtes Budget de famille.

## 7.3 Services de loisirs liés au tourisme

En 2005, la dépense de consommation des  **Ménages**  en services liés au tourisme a atteint 13,9 milliards d'euros, soit 221 euros par habitant. À titre de comparaison, la dépense en restauration a atteint plus de 3 fois ce montant, soit 759 euros par personne. Ces dépenses correspondent à ce qui est consommé sur le territoire français ; ainsi, pour ces deux postes, une partie importante relève des touristes étrangers. Relativement au reste des dépenses, la consommation en valeur des services liés au tourisme a légèrement baissé entre 1960 (1,8 %) et 2005 (1,7 %) [figure 1]. La part a chuté dans les années 1960, puis est repartie progressivement à la hausse entre 1970 et 2005.

La part des hôtels de tourisme dans ce poste s'est légèrement accrue entre 1960 (46 %) et 2005 (48 %), avec un poids maximum de 62 % en 1969 (figure 2). Après avoir baissé entre 1960 (50 %) et 1990 (33 %), le poids des autres modes d'hébergement a augmenté depuis, pour atteindre 44 % des dépenses du poste en 2005. La part des voyages touristiques tout compris, pour lesquels seule la marge des agences est comptabilisée (pour éviter des double-comptes), a été multipliée par deux entre 1960 et 2005, mais ne représente que 8 % du poste.

Les prix de ces services liés au tourisme ont augmenté plus vite que  **l'inflation**  d'ensemble sur la période 1960-2005 (figure 3). Ceci illustre un phénomène plus global de plus forte hausse des prix des services que ceux des biens. La consommation en  **volume**  a en revanche augmenté moins vite que les autres postes de dépenses.

Dans les années 1960, les volumes relatifs ont fortement baissé, et inversement les prix ont été supérieurs à l'inflation. Le lien entre hausse des prix et baisse du volume est d'ailleurs fort sur cette période, avant de se distendre par la suite. Au total, la part des services liés au tourisme dans la consommation des ménages a baissé de 0,5 point

durant cette décennie, et en particulier celle des autres modes d'hébergement que les hôtels.

Sur les décennies 70 et 80, les prix relatifs ont de nouveau progressé plus vite que l'inflation (1,3 point de plus), ce qui a conduit à une hausse de la part en valeur de ces services dans la consommation des ménages, le volume de consommation étant, quant à lui, peu dynamique (0,1 point de moins que les autres postes de dépenses). Cette période est marquée par une fréquentation accrue des hôtels de tourisme et le développement des voyages touristiques, favorisés par la hausse globale du  **niveau de vie du pays** , avec en contrepartie une baisse des autres modes d'hébergement.

En 1990, la tendance s'inverse, avec le retour partiel des modes d'hébergement touristiques moins onéreux. Depuis 2002, les prix et les volumes relatifs sont en légère hausse, ce qui contribue à augmenter la part des services liés au tourisme dans la consommation des ménages. D'un côté, l'hôtellerie de tourisme monte en gamme et le maillage du territoire devient plus homogène. De l'autre côté, la France compte à elle seule la moitié des campings d'Europe. Dans les campings, le mobile home se généralise pour offrir en 2005 17 % des emplacements de passage.

Dans  **l'Union européenne** , les dépenses en services d'hébergement, qui représentent l'essentiel de celles en services liés au tourisme, dépendent de l'attractivité touristique du pays (figure 4). Leur part dans la consommation est particulièrement élevée pour Malte, la Grèce, Chypre et l'Autriche. Celles de l'Espagne et l'Italie sont également supérieures à la moyenne de l'Union européenne tandis que celle de la France est légèrement inférieure : malgré un nombre élevé de touristes, le nombre de  **nuitées**  par habitant est inférieur à la moyenne européenne. Le lien entre le niveau de vie du pays et la part de ces dépenses dans la consommation semble en revanche ténu. ■

### Définitions

**Services liés au tourisme**  : comprennent les hôtels de tourisme (avec et sans restaurant), les autres modes d'hébergement de courte durée (auberges de jeunesse, campings, villages vacances ou gîtes ruraux) et les agences de voyages. Pour ces dernières, en comptabilité nationale, seule la marge qu'elles réalisent est prise en compte dans ce poste. Les autres dépenses effectuées dans les agences (hébergement, transport, restauration) sont réaffectées dans les postes concernés. En comptabilité nationale, la consommation des ménages correspond pour un bien ou service donné à ce qui est consommé sur le territoire français. Ainsi, une partie importante de ce poste relève des touristes étrangers.

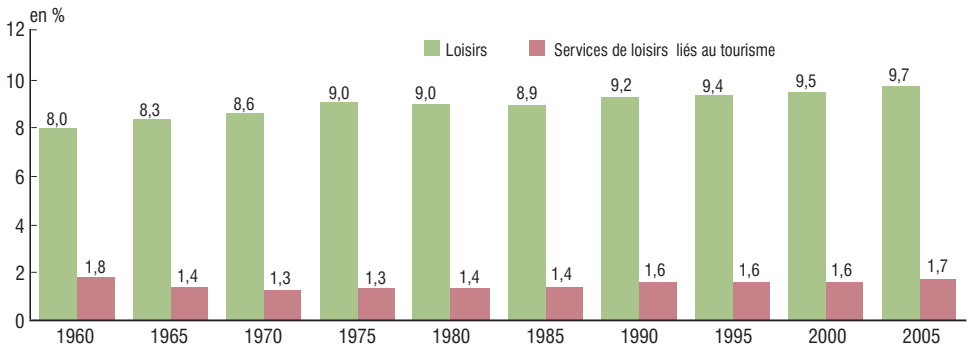
**Nuitées**  : nombre de nuits passées par un client (dans un hôtel par exemple). Ainsi, pour un couple séjournant trois nuits consécutives dans un hôtel, six nuitées sont comptabilisées.

**Ménage, inflation, volume, niveau de vie du pays, Union européenne**  : voir *Glossaire*.



# Services de loisirs liés au tourisme 7.3

## 1. Part dans la dépense des ménages en valeur



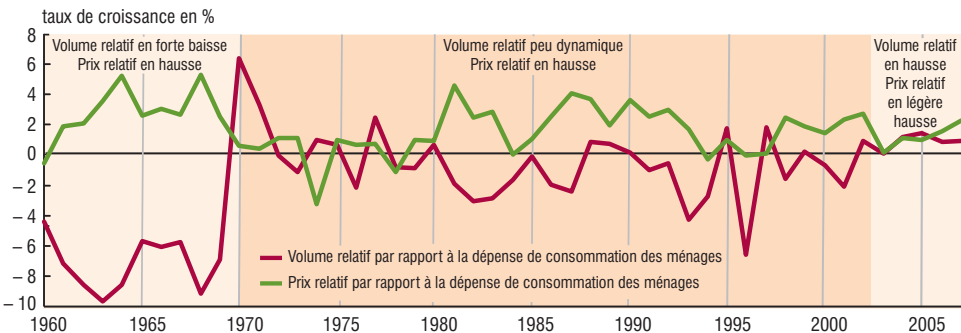
Source : Insee, comptes nationaux, base 2000.

## 2. Structure de la dépense des ménages en services liés au tourisme

	1960	1975	1990	2005	en % Valeurs 2005 en Mds €
Hôtels de tourisme	46,1	58,4	57,8	48,1	6,7
Autres moyens d'hébergement de courte durée	49,8	34,9	33,3	44,0	6,1
Voyages touristiques tout compris	4,1	6,7	8,9	8,0	1,1
<b>Total services liés au tourisme</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>13,9</b>

Source : Insee, comptes nationaux, base 2000.

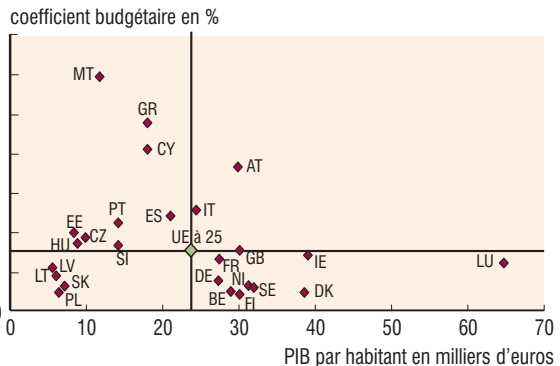
## 3. Volume et prix relatifs de la dépense des ménages en services liés au tourisme



Lecture : de 2002 à 2007, le prix des services liés au tourisme a augmenté plus vite que l'inflation et le volume a progressé plus rapidement que les autres postes de consommation.

Source : Insee, comptes nationaux, base 2000.

## 4. Dépense des ménages en services d'hébergement dans l'Union européenne à 25 en 2005



Lecture : en 2005, les ménages maltais, avec un PIB de 11 700 euros par habitant, ont consacré 6,0 % de leur budget aux services d'hébergement.

Sources : Insee, comptes nationaux, base 2000 et Eurostat.

## 7.3 Services de loisirs liés au tourisme

Les dépenses en **services liés au tourisme** sont très fortement liées au **niveau de vie** des ménages : plus il est élevé, plus la dépense l'est aussi. Ainsi, les ménages du dernier **quintile** de niveau de vie dépensent 7,5 fois plus que ceux du premier pour ce poste, soit 130 % de plus que la moyenne (figure 1). Cet écart s'accroît encore légèrement pour les seules dépenses en voyages « tout compris ». La part du budget allouée à ces dernières augmente aussi avec le niveau de vie. Les ménages du dernier quintile se démarquent nettement en consacrant à ce poste plus d'un point de plus que la moyenne dans leur budget, soit deux points d'écart avec les ménages du premier quintile.

Le montant de dépenses en services liés au tourisme est particulièrement important chez les ménages dont la **personne de référence** est cadre actif : ils dépensent 170 % de plus par an que la moyenne, soit par exemple plus de 5 fois le montant dépensé annuellement par les ménages « d'ouvriers actifs ». Le **coefficient budgétaire** associé est ainsi supérieur de 1,3 point à la moyenne chez les cadres actifs. Les dépenses pour ce poste sont largement inférieures à la moyenne pour les plus

jeunes et les plus âgés, et c'est lorsque la personne de référence a entre 35 et 64 ans qu'elles sont le plus élevées. Cet âge peut correspondre aussi à celui auquel les couples ont des enfants, puisque les couples avec enfant(s) dépensent plus que la moyenne des ménages. Depuis vingt ans, on constate à la fois une augmentation des taux de départ en vacances (en 1984, 51 % des métropolitains sont partis au moins une fois dans l'année pour un séjour de 4 nuits minimum, contre 65 % en 2004), du nombre de séjours, et de la part des séjours à l'étranger (15 % en 1979 contre 19,4 % en 2004). Cette « démocratisation des voyages », n'a en rien modifié les inégalités face à ce type de dépenses (ici hébergements et forfaits). En effet, les écarts de dépenses constatés entre les ménages selon leur niveau de vie ont peu évolué (figure 2). En 1985, les ménages du dernier quintile consommaient 7 fois plus que ceux du premier. Cet écart augmente avec le temps et atteint 8,7 en 2001, puis diminue légèrement jusqu'à 7,5 en 2006. De même, la part allouée à ce type de dépense reste stable dans le temps : environ 2 points séparent les coefficients budgétaires des premier et dernier quintiles depuis 1985. ■

### Définitions

**Services liés au tourisme** : contrairement à la comptabilité nationale (voir page précédente) qui ne prend en compte dans les dépenses réalisées en agences que la marge de ces dernières, les enquêtes relèvent ce que les ménages déboursent effectivement. On comptabilise dans ce poste les voyages, pour lesquels les ménages ne sont pas capables de distinguer ce qui relève des transports, du logement ou de la restauration. Par ailleurs, on ne comptabilise ici que les dépenses des ménages résidants en France métropolitaine.

**Niveau de vie des ménages, quintile, personne de référence, coefficient budgétaire** : voir *Glossaire*.

### Pour en savoir plus

- Dauphin L. et Tardieu F., « Vacances : les générations se suivent et se ressemblent... de plus en plus », *Insee Première* n° 1154, août 2007.

# Services de loisirs liés au tourisme 7.3

## 1. Les déterminants de la dépense en services liés au tourisme des ménages

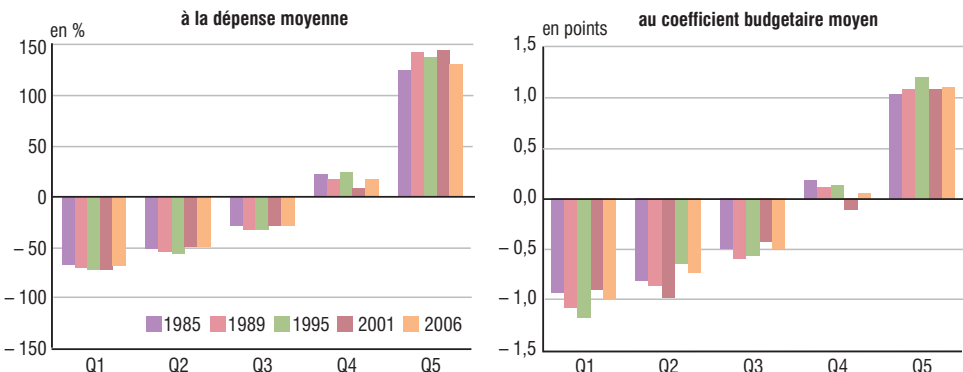
	Ensemble		Dont forfaits « tout compris »	
	Écart à la moyenne du coefficient budgétaire (points)	Écart à la moyenne du montant par ménage (%)	Écart à la moyenne du coefficient budgétaire (points)	Écart à la moyenne du montant par ménage (%)
<b>Quintile de niveau de vie</b>				
Q1	- 1,0	- 69	- 0,7	- 70
Q2	- 0,7	- 49	- 0,5	- 54
Q3	- 0,5	- 30	- 0,4	- 34
Q4	0,1	17	0,0	13
Q5	1,1	132	0,8	146
<b>Âge de la personne de référence</b>				
Jusqu'à 24 ans	- 0,9	- 58	- 0,5	- 54
25 à 34 ans	- 0,5	- 21	- 0,3	- 15
35 à 44 ans	0,0	19	- 0,1	7
45 à 54 ans	0,3	37	0,0	22
55 à 64 ans	0,2	16	0,3	27
65 à 74 ans	0,3	- 7	0,4	5
75 ans et plus	- 0,4	- 52	- 0,2	- 46
<b>Catégorie socioprofessionnelle de la personne de référence</b>				
<b>Actifs</b>				
Agriculteurs	- 0,4	- 21	- 0,5	- 40
Artisans, commerçants et chefs d'entreprise	0,6	72	0,3	63
Cadres	1,3	172	0,8	172
Professions intermédiaires	0,0	23	- 0,1	14
Employés	- 0,6	- 32	- 0,4	- 36
Ouvriers	- 0,9	- 47	- 0,6	- 51
<b>Inactifs</b>				
Retraités	0,0	- 23	0,1	- 14
Autres inactifs	- 0,7	- 58	- 0,4	- 55
<b>Type de ménage</b>				
Homme seul	- 0,6	- 55	- 0,3	- 51
Femme seule	- 0,5	- 55	- 0,1	- 47
Famille monoparentale	- 0,4	- 24	- 0,3	- 26
Couple sans enfant	0,3	18	0,4	35
Couple avec 1 enfant	- 0,1	22	- 0,1	13
Couple avec 2 enfants ou plus	0,2	58	- 0,1	32

Lecture : en 2006, les ménages du premier quintile de niveau de vie ont une part de dépense consacrée aux services liés au tourisme inférieure de 1 point à celle de l'ensemble des ménages.

Champ : France métropolitaine.

Source : Insee, enquête Budget de famille 2006.

## 2. Écart des dépenses de services liés au tourisme selon le niveau de vie



Champ : France métropolitaine.

Source : Insee, enquêtes Budget de famille.

## 7.4 Jeux de hasard

En 2005, la dépense de consommation en jeux de hasard a atteint 8,6 milliards d'euros, soit 137 euros dépensés par personne, et beaucoup plus par joueur. À titre de comparaison, c'est bien plus que la dépense en jeux et jouets (4,4 milliards en 2005).

Relativement aux autres postes de dépenses, la consommation en valeur des **jeux de hasard** a connu un essor très important depuis 1960, contribuant pour 0,7 point à la hausse de 1,7 point du poste « Loisirs » (figure 7). Leur part a augmenté entre 1960 (0,4 %) et 1965 (0,7 %), puis s'est quasi stabilisée sur la période 1965-1990. Elle est depuis répartie à la hausse pour atteindre 1,1 % en 2005. Les principaux facteurs de cet essor sont à la fois l'élévation du niveau de vie et l'élargissement de l'offre.

Depuis 1990, la structure du poste « Jeux de hasard » a considérablement évolué (figure 2). La part du **PMU-PMH** a baissé de plus de 20 points, quand le poids des dépenses en casinos a quasiment triplé pour atteindre 31 % de ces dépenses. La part de la *Française des Jeux*, après avoir augmenté jusqu'en 1995, a légèrement diminué par la suite. Elle reste néanmoins la plus importante parmi les dépenses en jeux de hasard (41 % en 2005).

Les prix des jeux de hasard ont augmenté plus vite que l'**inflation** d'ensemble sur la période 1960-2005 (figure 3). Dans le même temps, la consommation en **volume** de jeux de hasard a également augmenté plus rapidement que les autres postes. À court terme, on ne dénote pas de lien significatif entre variation des prix et consommation.

De 1960 à 1965, les prix ont augmenté de façon similaire à ceux de l'ensemble de la dépense de consommation. La nette hausse de la part en valeur des jeux de hasard résulte

donc exclusivement de la hausse plus vive de la consommation en volume, due notamment à l'engouement pour les courses de chevaux après la création du tiercé en 1954.

Entre 1965 et 1987, la **part de la dépense** en valeur dans le budget global des **ménages** s'est stabilisée. Cette stabilisation recouvre une progression des prix plus vive que l'inflation mais une baisse relative du volume de consommation.

À partir de 1988, les prix relatifs se sont globalement stabilisés tandis que le volume a augmenté plus vite que les autres dépenses induisant une nouvelle hausse de la part d'achats de jeux de hasard. Ce dynamisme renouvelé s'explique notamment par l'attrait des ménages pour les nouveaux jeux proposés, comme les **jeux instantanés**, et par le développement des machines à sous dans les casinos. Le nombre de ces dernières a été multiplié par près de neuf entre 1989 et 2005, depuis leur autorisation en 1988.

La part de budget que les ménages français consacrent aux jeux de hasard a, certes, presque triplé en quarante-cinq ans, mais les Français ne sont pas les plus joueurs d'Europe et sont proches de la moyenne européenne (figure 4). Les Finlandais, Britanniques, Grecs ou Espagnols sont bien plus joueurs. À l'inverse, en Allemagne, en Irlande, en Belgique et aux Pays-Bas, la part des jeux de hasard dans le budget des ménages est plus faible que la moyenne de l'**Union européenne**. Au total, le lien entre dépense en jeux de hasard et **niveau de vie du pays** semble plutôt ténu. Cette dépense semble plus soumise aux choix de consommation propres à chaque pays et à l'offre, elle-même tributaire des différentes réglementations en vigueur. ■

### Définitions

**Jeux de hasard** : comprennent les jeux de loteries et lotos, les jeux instantanés auprès de la *Française des Jeux*, les jeux traditionnels et les machines à sous dans les casinos, ainsi que les paris sur les courses de chevaux auprès du **PMU-PMH** (pari mutuel urbain et sur l'hippodrome).

En comptabilité nationale, la consommation de jeux de hasard est mesurée par le solde entre les mises et les gains.

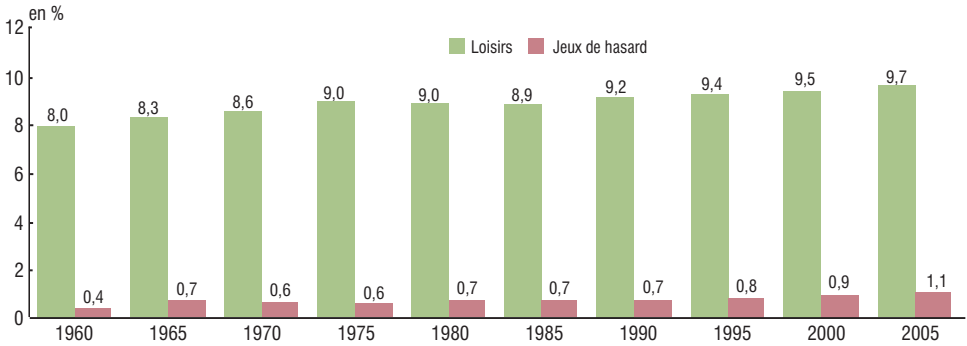
**Jeux instantanés** : il s'agit des jeux de la *Française des Jeux* de type *Millionnaire*, *Keno*, *Rapido*.

**Inflation, volume, part de la dépense, ménage, Union européenne, niveau de vie du pays** : voir *Glossaire*.

### Pour en savoir plus

« En 25 ans, les Français ont doublé leur mise », *Insee Première* n° 1016, mai 2005.

## 1. Part dans la dépense des ménages en valeur



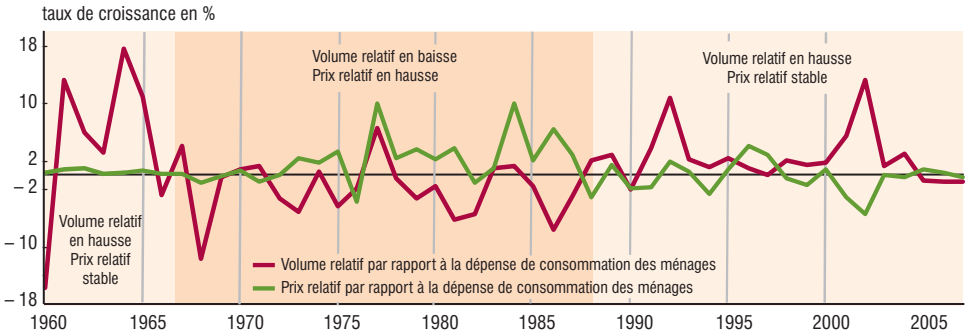
Source : Insee, comptes nationaux, base 2000.

## 2. Structure de la dépense des ménages en jeux de hasard

	1990	1995	2000	2005	Valeurs 2005 en Mds €
La Française des Jeux	38,2	45,5	42,9	41,1	3,6
Casinos	10,4	19,8	28,1	30,7	2,4
PMU-PMH	51,4	34,7	29,0	28,2	2,6
<b>Total Jeux de hasard</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>8,6</b>

Sources : Insee, comptes nationaux, base 2000, la Française des Jeux, le ministère de l'Agriculture et la direction générale de la Comptabilité publique.

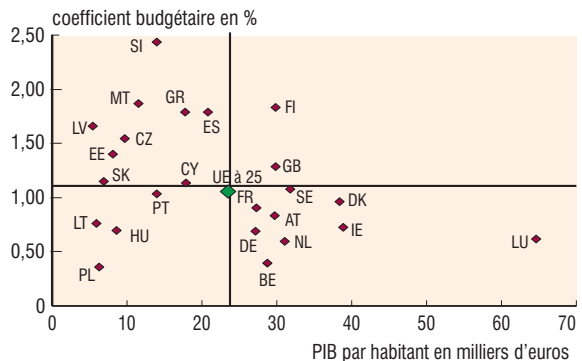
## 3. Volume et prix relatifs de la dépense des ménages en jeux de hasard



Lecture : au début des années 1960, le prix des jeux de hasard augmentait sur le même rythme que l'inflation et le volume progressait plus rapidement que les autres postes de consommation.

Source : Insee, comptes nationaux, base 2000.

## 4. Dépense des ménages en jeux de hasard dans l'Union européenne à 25 en 2005



Lecture : en 2005, les ménages slovènes, avec un PIB de 14 100 euros par habitant, ont consacré 2,4 % de leur budget aux jeux de hasard.

Sources : Insee, comptes nationaux, base 2000 et Eurostat.

## 7.4 Jeux de hasard

En 2006, 14 % des ménages métropolitains ont déclaré avoir joué au moins une fois, durant les 15 jours d'interrogation de l'enquête Budget de famille, à un **jeu de hasard** (loterie et billets à gratter, mais aussi PMU, casino ou tombolas...).

Les **ménages du dernier quintile de niveau de vie** jouent, en moyenne, des montants près de 3 fois supérieurs à ceux des ménages du premier quintile; ils jouent ainsi 40 % de plus que la moyenne pour l'année 2006 (*figure 2*). Cet écart entre premier et dernier quintile s'est accentué au fil du temps : en 2001, les ménages du dernier quintile dépensaient 2 fois plus que ceux du premier, contre 1,4 fois plus en 1995. Un autre phénomène émerge en 2006 : l'augmentation des écarts de montants dépensés selon le niveau de vie. En 2001 et 1995, seuls les ménages du premier quintile se distinguaient nettement de la moyenne par des dépenses moindres, alors que les ménages des quintiles 2 à 5 consacraient à peu près les mêmes sommes pour les jeux de hasard. En 2006, les écarts sont plus marqués.

En 2006, les artisans, commerçants et chefs d'entreprise actifs jouent largement plus que la moyenne des ménages : + 69 % (*figure 1*). Il y a donc eu un retournement de situation puisque les ouvriers actifs arrivaient jusqu'alors en tête des montants misés : + 80 % en 2001 et + 50 % en 1995 par rapport à la moyenne, contre + 16 % en 2006. Les inactifs (autres que retraités) jouent largement moins que la moyenne, et de moins en moins. Ces deux

évolutions sont probablement à mettre en regard des transformations dans les jeux proposés, en particulier la diminution de la part du PMU et la forte croissance de celle des casinos dans l'ensemble des dépenses de ce type durant la période. Par ailleurs, bien que l'on ait peu d'informations sur les jeux à distance (internet, télévision, téléphone portable), il est possible qu'ils aient aussi contribué à modifier la clientèle des jeux de hasard.

Le niveau d'études de la **personne de référence** du ménage est un autre facteur relativement discriminant (*figure 2*). Les ménages les plus diplômés (2<sup>e</sup> ou 3<sup>e</sup> cycles universitaires) jouent des montants bien moindres que la moyenne, en 2006 (- 51 %) comme les années précédentes (- 48 % en 2001 et - 38 % en 1995). Enfin, en 2006, dépenser de l'argent en jeux de hasard est davantage le fait des hommes que des femmes. Les hommes seuls dépensent près de 30 % de plus que la moyenne des ménages, et les femmes seules, 64 % de moins. Les premiers jouent annuellement des montants 3,5 fois plus importants que ces dernières. À **catégorie socioprofessionnelle**, taille du ménage et diplôme de la personne de référence identiques, un ménage dépensera d'autant plus d'argent aux jeux qu'il a un niveau de vie élevé. De même, à taille de ménage, catégorie socioprofessionnelle et niveau de vie comparables, un ménage jouera d'autant moins que le diplôme de la personne de référence est élevé. ■

### Définitions

**Jeux de hasard** : contrairement à la comptabilité nationale, les montants sont ici les montants bruts, non corrigés des gains, ces derniers étant comptabilisés dans les revenus des ménages, comme des ressources exceptionnelles.

**Ménages, quintile, niveau de vie, personne de référence, catégorie socioprofessionnelle** : voir *Glossaire*.

### Pour en savoir plus

- Trucy F., « L'évolution des jeux de hasard et d'argent : le modèle français à l'épreuve », Rapport d'information fait au nom de la Commission des finances sur l'évolution des jeux de hasard et d'argent, *Les Rapports du Sénat* n° 58, La Documentation française, novembre 2006.

## 1. Écarts à la dépense moyenne en jeux de hasard

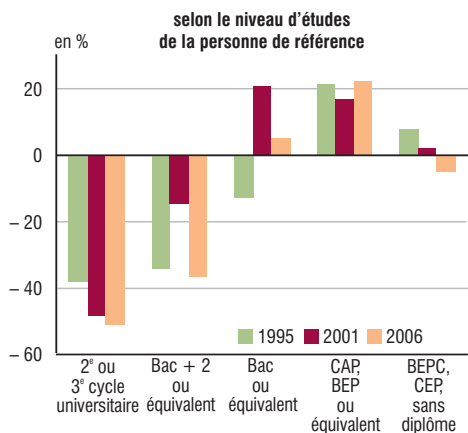
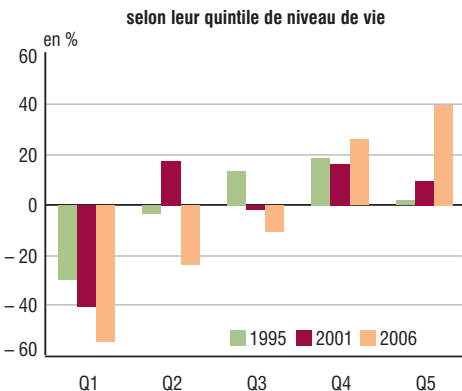
en %

	1995	2001	2006
<b>Quintile de niveau de vie</b>			
Q1	-30	-40	-54
Q2	-4	17	-24
Q3	13	-2	-11
Q4	18	16	25
Q5	2	10	40
<b>Âge de la personne de référence</b>			
Moins de 25 ans	-52	-61	-48
De 25 à 34 ans	-29	19	-21
De 35 à 44 ans	11	2	-7
De 45 à 54 ans	41	16	29
De 55 à 64 ans	20	36	56
De 65 ans à 74 ans	-8	-22	-50
75 ans et plus	-37	-53	-49
<b>Type de ménage</b>			
Homme seul	2	-23	29
Femme seule	-61	-67	-64
Famille monoparentale	14	29	-25
Couple sans enfant	12	-10	0
Couple avec 1 enfant	8	8	45
Couple avec 2 enfants ou plus	27	65	0
<b>Diplôme le plus élevé de la personne de référence</b>			
2 <sup>e</sup> ou 3 <sup>e</sup> cycle universitaire	-38	-48	-51
Bac+ 2 ou équivalent	-34	-14	-37
Bac ou équivalent	-13	21	5
CAP, BEP ou équivalent	21	17	23
BEPC, Certificat d'études ou aucun diplôme	8	2	-5
<b>Catégorie socioprofessionnelle de la personne de référence</b>			
<b>Actifs</b>			
Agriculteurs	-46	-30	-53
Artisans, commerçants et chefs d'entreprise	-1	-1	69
Cadres	-32	-32	-20
Professions intermédiaires	-2	-12	21
Employés	-8	7	-11
Ouvriers	48	82	16
<b>Inactifs</b>			
Retraités	-4	-26	-16
Autres inactifs	-36	-43	-65

Champ : France métropolitaine.

Source : Insee, enquêtes Budget de famille 1995, 2001 et 2006.

## 2. Écarts à la moyenne des dépenses en jeux de hasard des ménages



Champ : France métropolitaine.

Source : Insee, enquêtes Budget de famille 1995, 2001 et 2006.

## 7.5 Animaux domestiques

En 2005, les ménages ont dépensé 5,3 milliards d'euros pour leurs animaux de compagnie (chiens, chats...), soit 84 euros par habitant. Par animal de compagnie, la dépense représente environ 210 euros par an.

En valeur, cette dépense a un poids assez faible dans le budget des ménages. Il a cependant été multiplié par 3 entre 1975 et 1995, pour atteindre 0,6 %, et s'est maintenu depuis lors à ce niveau (figure 1).

De 1960 à 1990, la structure du poste a été fortement modifiée avec une nette diminution des postes consacrés aux achats en élevage d'une part, aux médicaments et accessoires d'autre part. Ce recul s'explique par l'essor considérable des dépenses consacrées aux aliments, leur part ayant augmenté de presque 50 points pour représenter la moitié du poste (figure 2). Lors des quinze dernières années, la part des dépenses consacrées aux vétérinaires et autres services pour les animaux domestiques a légèrement progressé (5 points) pour atteindre le tiers de l'ensemble du poste.

Si l'évolution des prix est restée proche de celle de l'inflation sur la période 1960-2005, dans le même temps, les volumes ont en revanche fortement progressé (figure 3).

Jusqu'en 1970, où nombre d'animaux étaient pour la plupart nourris avec les restes du repas, la part des achats d'aliments pour animaux restait très minoritaire. Le volume des dépenses pour les animaux domestiques progressait en moyenne plus vite que les autres dépenses, du fait principalement des vétérinaires et autres services pour animaux domestiques.

Par la suite, les achats d'aliments pour animaux se sont considérablement développés et ont représenté une part de plus en plus importante. Cet essor a généré une accélération

de l'ensemble des dépenses pour animaux domestiques. Au cours des années 1980, les achats d'aliments pour animaux augmentaient toujours nettement plus vite que les autres dépenses mais ont décéléré progressivement.

Depuis le milieu des années 1990, bien qu'étant toujours croissantes, ces dépenses ont atteint un rythme d'évolution en moyenne légèrement supérieur à la hausse d'ensemble. Le marché semble arrivé à maturité, les propriétaires d'animaux ont homogénéisé la manière de les nourrir, préférant acheter des aliments spécifiques plutôt que de leur servir les restes des repas familiaux.

D'après une enquête réalisée par TNS Sofres, en quinze ans, les populations de chats et de rongeurs ont connu la plus forte progression parmi les animaux domestiques (hors poissons) : + 1,9 million pour les premiers et + 1,5 pour les seconds entre 1991 et 2006. Avec 10 millions en 2006, le nombre de chats en France est près de 2 millions supérieur à celui des chiens alors que l'écart n'était que de 0,9 million en 2000. Ces chiffres font de la France l'un des pays de l'Union européenne où le nombre de chiens et de chats par habitant est le plus élevé. En 2000, d'après l'enquête précitée et une étude réalisée par l'Institut national de la statistique belge, la France comptait 137 chiens pour 1 000 habitants, largement devant la Belgique (104) et le Royaume-Uni (120). L'Allemagne était loin derrière avec 57 chiens pour 1 000 habitants, probablement en raison de la taxe spécifique sur la possession de chiens dans ce pays. Pour les chats, la France, avec 152 chats pour 1 000 habitants était juste derrière la Belgique (163) mais largement devant le Royaume-Uni (125) et l'Allemagne (84). ■

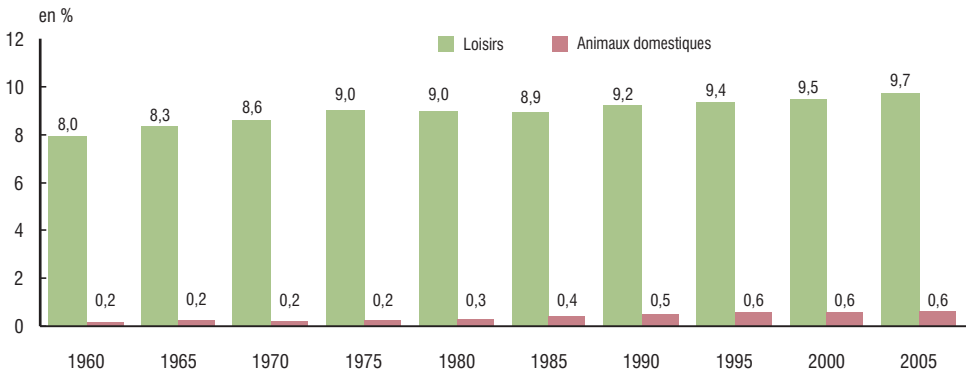
### Définitions

**Animaux domestiques** : comprennent les achats d'animaux aux éleveurs et commerces spécialisés, la nourriture, les médicaments et accessoires, ainsi que les soins vétérinaires et autres services pour les animaux d'agrément (toiletage, pension...). Comme pour le traitement des voitures d'occasion en comptabilité nationale, ces dépenses n'intègrent pas les ventes et achats d'animaux entre ménages.

**Ménage, inflation, volume, Union européenne** : voir *Glossaire*.



## 1. Part dans la dépense des ménages en valeur



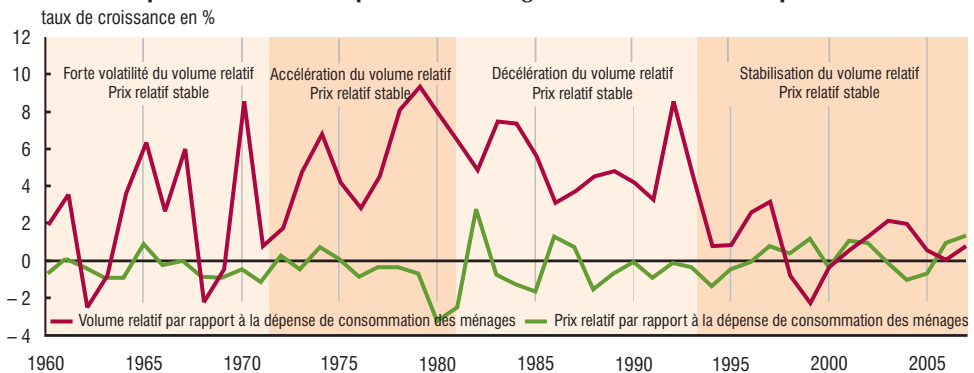
Source : Insee, comptes nationaux, base 2000.

## 2. Structure de la dépense des ménages en animaux domestiques

	1960	1975	1990	2005	Valeurs 2005 (Md€)
Élevages animaux	34,8	13,7	6,0	4,6	0,2
Aliments pour animaux de compagnie	1,6	28,7	50,9	46,1	2,4
Médicaments et accessoires pour animaux	28,3	23,2	13,7	15,3	0,8
Vétérinaires et autres services pour animaux d'agrément	35,3	34,4	29,4	34,0	1,8
<b>Total animaux domestiques</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>5,3</b>

Source : Insee, comptes nationaux, base 2000.

## 3. Volume et prix relatifs de la dépense des ménages en animaux domestiques



Lecture : au début des années 1990, le prix des dépenses en animaux domestiques a augmenté moins vite que l'inflation et le volume a progressé plus rapidement que les autres postes de consommation.

Source : Insee, comptes nationaux, base 2000.

## 4. Population des chiens et des chats en France et dans quelques pays de l'Union européenne en 2000

	France	Belgique	Pays Bas	Royaume Uni	Allemagne
Chiens	8,1	1,1	1,5	6,1	4,7
Chats	9,0	1,7	2,3	7,5	6,9
Nombre de chiens pour 1 000 habitants	137	104	94	102	57
Nombre de chats pour 1 000 habitants	152	163	144	125	84

Lecture : en 2000, la France comptait 8,1 millions de chiens, soit 137 chiens pour 1 000 habitants.

Sources : Enquête FACCO\* / TNS Sofres, SPF Economie - Institut National de la Statistique belge, Dibevo, Statistics UK, Pet Food Manufacturers' Association et Industrieverbandes Heimtierbedarf.

## 7.5 Animaux domestiques

En 2006, la moitié des ménages métropolitains possèdent un **animal familier** (figure 1) : 23 % n'en ont qu'un, 14 % deux ou trois, et 12 % en détiennent quatre ou plus. Les chats et les chiens arrivent en tête : 26 % des ménages ont au moins un chien et 22 % au moins un chat (figure 2). Si le taux de possession de chats a peu évolué depuis 40 ans (26 % en 1967, 22 % en 1988), celui des chiens semble avoir connu des fluctuations : de 27 % en 1967, ce taux a augmenté progressivement au cours des années 1970 et 1980 (33 % en 1988), puis a diminué dans les années 1990, pour revenir à 26 % en 2006. En 2006, 8 % des ménages possèdent au moins un poisson et 4 % un oiseau.

Vivre dans une maison individuelle est un facteur déterminant pour la possession d'un animal : + 12 points pour les ménages en maison individuelle par rapport à l'ensemble de la population en 2006. Lorsque l'on raisonne « toutes choses égales par ailleurs », c'est même le facteur principal. La composition du ménage ainsi que l'âge de la **personne de référence** jouent fortement (figure 3). Ainsi, contrairement aux idées reçues, les ménages dont la personne de référence est âgée ne sont pas forcément ceux qui possèdent le plus souvent des animaux. Il semble plutôt que ce soit les enfants qui influencent fortement ce choix : plus de 60 % des ménages avec au moins un enfant ont un animal. Ce résultat est renforcé par le fait que

les familles monoparentales ont un taux de possession presque aussi élevé (58 %). En croisant type d'habitat et composition du ménage, on constate que 72 % des ménages avec au moins un enfant et qui vivent en maison individuelle ont au moins un animal (44 % au moins un chien et 35 % un chat). La possession de chat ne dépend pas du niveau de vie (pour tous les quintiles, le taux se situe aux alentours de 22 %). La situation est légèrement différente pour les chiens : 26 à 29 % des ménages du premier au quatrième quintile ont au moins un chien, contre moins de 20 % des ménages du dernier quintile.

La dépense moyenne consacrée aux animaux augmente avec leur nombre : un ménage avec un animal dépensera près de 50 % de plus que la moyenne, 90 % de plus pour deux animaux, et près de 200 % pour trois animaux et plus, soit 3 fois plus que la moyenne (figure 4). Le **coefficient budgétaire** consacré à ce poste étant assez faible, les écarts à la moyenne sont significatifs lorsque le ménage possède trois animaux ou plus (+ 1 point). Les ménages avec deux chats dépensent 69 % de plus que la moyenne, et les ménages avec un chat, 38 %. Ainsi, deux chats « coûtent » 1,2 « unités chat », alors que deux chiens « coûtent » 1,5 fois les dépenses pour un seul chien. Il semble donc y avoir des économies d'échelle plus importantes pour les chats que pour les chiens. ■

### Définitions

**Animal familier** : sont exclus du champ les animaux de ferme qui sont élevés pour être consommés. Cependant, certains animaux dits « de ferme », considérés par leur propriétaire comme familiers font bien partie de l'étude (lapins, poules naines, etc.). Contrairement à la comptabilité nationale, on prend en compte ici les achats d'animaux entre ménages.

**Personne de référence, coefficient budgétaire** : voir *Glossaire*.

### Pour en savoir plus

- Herpin N., Grimler G. et Verger D., « Les Français et leurs animaux familiers : des dépenses en forte hausse » *Économie et Statistique* n° 241, mars 1991.

# Animaux domestiques 7.5

## 1. Taux de possession d'un animal familial et dépenses afférentes

	Ensemble des ménages			Ménages possédant au moins un animal	
	Taux de possession (%)	Écart à la moyenne du coefficient budgétaire (points)	Écart à la moyenne du montant (%)	Écart à la moyenne du coefficient budgétaire (points)	Écart à la moyenne du montant (%)
<b>Un seul animal</b>	<b>23,1</b>	<b>0,3</b>	<b>49,7</b>	<b>-0,3</b>	<b>-26,1</b>
Un chat	8,9	0,2	38,4	-0,5	-31,7
Un chien	11,1	0,6	84,0	-0,1	-9,1
Un autre animal	3,1	-0,4	-40,2	-1,0	-70,4
<b>Deux animaux</b>	<b>9,4</b>	<b>0,6</b>	<b>89,6</b>	<b>-0,1</b>	<b>-6,4</b>
Deux chats	1,8	0,4	68,6	-0,2	-16,7
Deux chiens	1,5	1,1	177,3	0,4	36,9
Un chat et un chien	2,3	0,8	126,7	0,2	12,0
Un chat et un autre animal	n. s.	n. s.	n. s.	n. s.	n. s.
Un chien et un autre animal	1,5	1,2	161,7	0,5	29,2
Deux autres animaux	1,6	-0,5	-59,8	-1,1	-80,2
<b>Trois animaux</b>	<b>4,3</b>	<b>1,1</b>	<b>190,5</b>	<b>0,5</b>	<b>43,5</b>
<b>Quatre animaux ou plus</b>	<b>11,5</b>	<b>1,2</b>	<b>185,8</b>	<b>0,6</b>	<b>41,1</b>
<b>Aucun animal</b>	<b>51,7</b>	<b>-0,8</b>	<b>-100,0</b>	<b>///</b>	<b>///</b>
<b>Ensemble</b>	<b>100,0</b>	<b>///</b>	<b>///</b>	<b>///</b>	<b>///</b>

n. s. : non significatif ; trop peu d'observations.

Lecture : 23,1 % des ménages possèdent un animal familial. Ces ménages dépensent, pour cet animal domestique, 49,7 % de plus que la moyenne de l'ensemble des ménages, et 26,1% de moins que la moyenne des ménages qui possèdent au moins un animal.

Champ : France métropolitaine.

Source : Insee, enquête Budget de famille 2006.

## 2. Évolution du taux de possession d'un animal familial

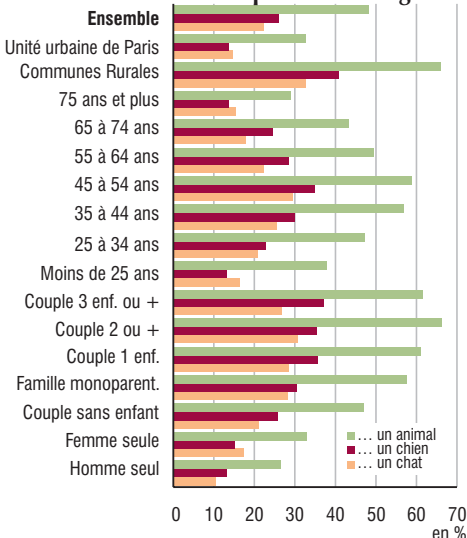
en %

	Ménages possédant au moins ...			Ménages vivant en maison individuelle et possédant au moins ...		
	... un chat	... un chien	... un animal	... un chat	... un chien	... un animal
1967	26	27	48	37	40	60
1988	22	33	50	30	46	65
2006	22	26	48	29	36	60

Champ : France entière pour 1967 et 1988 ; France métropolitaine pour 2006

Sources : Insee, enquête Loisirs 1967 ; enquête « Trois aspects du mode de vie » 1988 ; enquête Budget de famille 2006.

## 3. Taux de possession d'un animal familial selon les caractéristiques des ménages



Champ : France métropolitaine.

Source : Insee, enquête Budget de famille 2006.

## 4. Écarts à la moyenne du montant dépensé pour les animaux familiaux

en %

	Ensemble des ménages	Ménages possédant au moins un animal
<b>Quintile de niveau de vie</b>		
Q1	-33	-32
Q2	-17	-20
Q3	1	-4
Q4	28	23
Q5	22	37
<b>Âge de la personne de référence</b>		
Moins de 45 ans	-7	-11
De 45 à 64 ans	28	14
65 ans et plus	-28	-5
<b>Type de ménage</b>		
Personnes seules	-43	-11
Couple sans enfant	12	13
Couples avec 1 enfant et fam. monoparentale	21	-5
<b>Commune d'habitation</b>		
Communes rurales	33	-2
Unité urbaine de Paris	-23	13

Champ : France métropolitaine.

Source : Insee, enquête Budget de famille 2006.



---

# FICHES THÉMATIQUES

---

Autres services

## 8.1 Services d'entretien et de réparation des biens

En 2005, les ménages ont dépensé 4,9 milliards d'euros pour réparer ou entretenir les biens qu'ils avaient achetés, soit 77 euros par habitant. Cela représente 5 % de la valeur de ces biens. Relativement au reste des dépenses, la consommation en valeur en services d'entretien et de réparation a baissé entre 1960 (1,2 %) et 2005 (0,6 %, *figure 1*). La part a régulièrement décliné jusqu'au milieu des années 1970, avant de se stabiliser jusqu'au milieu des années 1990. Elle a baissé à nouveau depuis lors.

Entre 1960 et 2005, la part des réparations de matériel audiovisuel et d'ordinateurs dans ce poste est passée de 9 % à 25 % (*figure 2*). En parallèle, la part du nettoyage, de la réparation et de la location de vêtements, qui représentaient 34 % de la dépense du poste en 1960, a baissé de plus de 10 points (23 % en 2005). Le poids des réparations des autres biens durables, culturels et récréatifs (bicyclettes, jouets, articles de sport, appareils photo argentiques...) a été multiplié par 6 sur la période (11 % en 2005). Celui des réparations d'articles pour la personne (horlogerie, bijouterie et articles en cuir) a chuté de plus des deux tiers (9 %).

Comme pour la plupart des autres postes de services, les prix de ces services d'entretien et de réparation ont augmenté plus vite que l'inflation sur l'ensemble de la période 1960-2005 (+ 1,1 point en moyenne par an, *figure 3*). Dans le même temps, la consommation en volume a augmenté nettement moins rapidement que l'ensemble des autres postes de dépenses (- 2,7 points d'écart).

Jusqu'en 1975, les prix ont augmenté plus rapidement que l'inflation de 0,7 point par an, sur quasiment tous les sous-postes. Le volume de consommation a progressé beaucoup moins vite que les autres postes (- 3,9 points) à l'exception des réparations

d'autres biens durables, culturels et récréatifs, en phase avec le développement de ces types de biens.

De 1976 à 1981, les volumes et les prix ne se sont pas distingués des autres produits. D'une part les volumes de réparations des produits blancs, bruns ou pour les loisirs étaient particulièrement dynamiques, en phase avec la diffusion de ces biens dans les foyers ; d'autre part ceux du nettoyage, de la réparation, de la location de vêtements et les réparations d'articles pour la personne ont reculé.

Depuis 1982, alors que les prix ont de nouveau augmenté plus vite que l'inflation (+ 1,4 point par an), les volumes relatifs ont baissé (- 2,7 points). Le rapport entre les montants des achats de biens et les dépenses en services de réparation et d'entretien correspondants évolue différemment selon les produits considérés (*figure 4*). Concernant les articles pour la personne (horlogerie, bijouterie et articles en cuir), ce ratio n'a cessé de diminuer, particulièrement entre 1970 (13 %) et 1975 (6 %). Cette baisse résulte de l'arbitrage entre le coût d'achat d'un nouveau bien, en diminution, et le coût de la réparation, en augmentation.

Pour les appareils domestiques d'une part et le matériel audio-vidéo et informatique d'autre part, ce ratio a baissé jusqu'en 1975. Puis, jusqu'en 1985 pour le matériel électronique et jusqu'en 1996 pour les appareils ménagers, les dépenses en services de réparation ont progressé plus rapidement que celles des biens, les prix de ces derniers diminuant. Par la suite, l'évolution rapide de la technologie (magnétoscopes, DVD, écrans plats...) et la baisse des prix des biens ont incité les ménages à s'équiper en nouvelles technologies et à remplacer les appareils au lieu de les réparer. ■

### Définitions

**Services d'entretien et de réparation des biens** : comprennent le nettoyage, la réparation et la location de vêtements, ainsi que la réparation de toutes sortes de produits, qu'ils soient liés aux produits bruns (audiovisuel, photo, ordinateurs...) ou non (meubles, appareils ménagers, biens durables, biens culturels et récréatifs, articles pour la personne...).

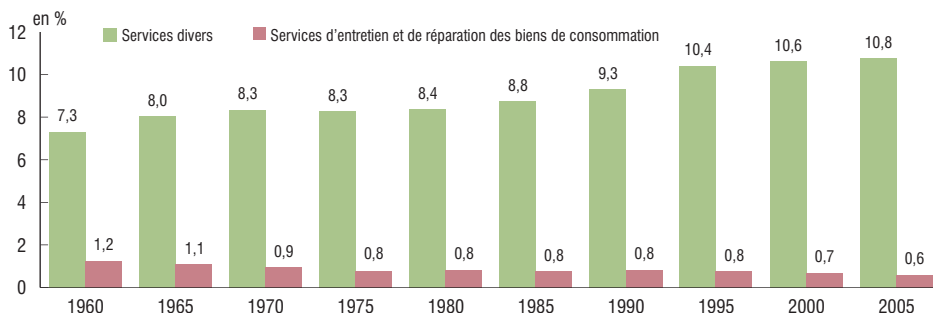
**Produits blancs** : produits électroménagers destinés en priorité à la cuisine ou à la salle de bains (table de cuisson, four, réfrigérateur, lave-linge, lave-vaisselle...).

**Produits bruns** : produits électroménagers de loisir (téléviseur, magnétoscope, hi-fi, radio...).

**Ménage, inflation, volume, biens durables** : voir *Glossaire*.

# Services d'entretien et de réparation des biens 8.1

## 1. Part dans la dépense des ménages en valeur



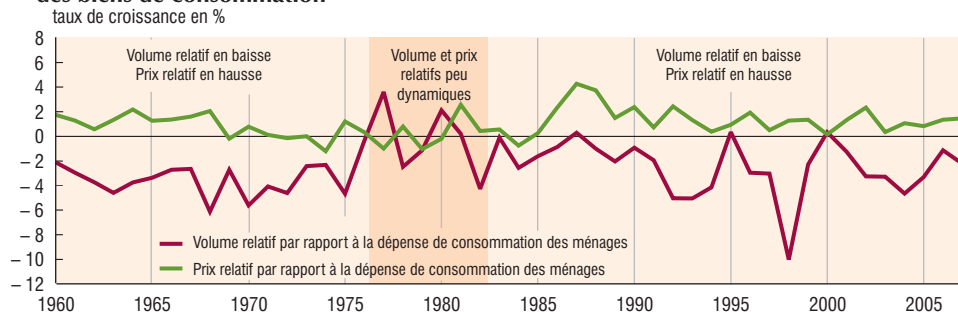
Source : Insee, comptes nationaux, base 2000.

## 2. Structure de la dépense des ménages en services d'entretien et de réparation des biens

	1960	1975	1990	2005	Valeurs 2005 (Mds €)
Nettoyage, réparation et location de vêtements	34,1	35,6	24,4	23,5	1,1
Réparations de meubles, d'articles d'ameublement	19,4	16,1	14,9	20,2	1,0
Réparation d'appareils ménagers	6,5	7,8	12,2	11,5	0,6
Réparations pour l'audiovisuel, la photo et les ordinateurs	9,4	13,0	23,5	25,2	1,2
Réparations d'autres biens durables culturels et récréatifs	1,8	7,6	11,6	11,1	0,5
Réparations d'articles pour la personne	28,8	19,8	13,4	8,6	0,4
<b>Total</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>4,9</b>

Source : Insee, comptes nationaux, base 2000.

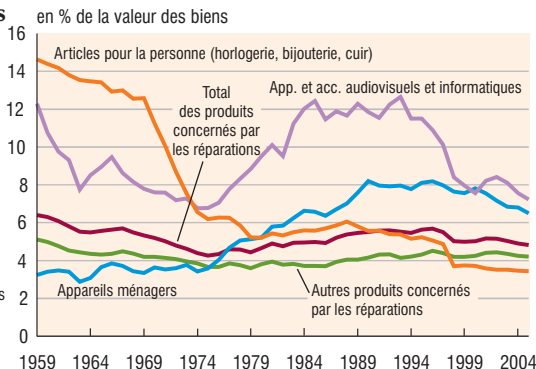
## 3. Volume et prix relatifs de la dépense des ménages en services d'entretien et de réparation des biens de consommation



Lecture : de 2001 à 2007, le prix des services d'entretien et de réparation des biens de consommation a augmenté plus vite que l'inflation et le volume a progressé moins rapidement que les autres postes de consommation.

Source : Insee, comptes nationaux, base 2000.

## 4. Rapport entre la dépense des ménages en valeur des services de réparation et d'entretien et celle des biens correspondants



Lecture : en 2006, le rapport entre le montant d'achat d'appareils ménagers et les dépenses en services de réparation et d'entretien correspondants est de 6,3 %.

Source : Insee, comptes nationaux, base 2000.

## 8.1 Services d'entretien et de réparation des biens

Plus un ménage est aisé, plus il a recours aux services d'entretien et réparation des biens de consommation (nettoyage, location de vêtements, réparation de meubles et autres biens durables). Dans le dernier quintile de niveau de vie, le poids budgétaire de ce poste est deux fois et demie supérieur à celui du 1<sup>er</sup> quintile et la dépense supérieure de 114 % à la moyenne (figure 1). L'écart est particulièrement marqué pour les dépenses d'entretien et réparation des vêtements et des meubles. Les ménages les plus aisés dépensent dans ce domaine huit fois plus que les plus modestes.

Plus la personne de référence est âgée, plus la part et le montant des dépenses consacrées à ce poste sont importants, quelle que soit la nature du bien de consommation. La dépense est la plus élevée chez les 55-64 ans (+ 36 % par rapport à la moyenne) et la part est la plus forte chez les plus de 65 ans (le poids budgétaire y est trois fois plus élevé que chez les moins de 30 ans). Ce constat reflète sans doute les nouvelles habitudes de consommation plus répandues parmi les jeunes. En effet, ces derniers préfèrent renouveler les produits hors d'usage, surtout quand ils sont bon marché et évolutifs, plutôt que de recourir à des services de réparation souvent coûteux.

Parmi les actifs, ce sont les artisans, commerçants et chefs d'entreprises et, dans une moindre mesure, les cadres, qui recourent le plus à ces services. Les artisans, commerçants et chefs d'entreprise ont une

part de dépenses dans ce domaine deux fois supérieure à celle des ouvriers tandis que les cadres y consacrent des montants supérieurs de 56 % à la moyenne. Enfin, les frais de réparation et d'entretien des biens de consommation pèsent plus sur le budget des ménages de petite taille, c'est-à-dire les couples sans enfant et les célibataires. Les couples sans enfant ont une part de dépenses environ deux à trois fois plus élevée que celle des ménages avec enfants.

Globalement, en 2006 comme en 1979, la part de dépenses des ménages en services d'entretien et réparation de biens de consommation est d'autant plus grande que leur niveau de vie est élevé (figure 2). Toutefois, contrairement à cette tendance d'ensemble, en 1979, les ménages à faible niveau de vie (1<sup>er</sup> quintile) consacraient une part budgétaire un peu plus importante que la moyenne pour ce type de services. Au fil du temps, cette part s'est affaiblie et en 2006, l'écart entre ménages aisés et ménages modestes s'est accentué. Parallèlement, le montant des dépenses augmente avec le niveau de vie. Cependant, durant la période 1979-2006, l'écart à la dépense moyenne a augmenté régulièrement pour tous les quintiles (figure 3). Pour le 1<sup>er</sup> quintile, en 2006 la dépense est inférieure de 62 % à la moyenne alors qu'elle était seulement inférieure de 40 % en 1979. Pour le dernier quintile, le montant, supérieur de 69 % à la moyenne en 1979, l'est aujourd'hui de 114 %. ■

### Définitions

**Dépenses en services d'entretien et de réparation de biens de consommation** : voir fiche précédente.

**Ménage, quintile, niveau de vie des ménages, poids budgétaire (ou part des dépenses), personne de référence** : voir *Glossaire*.

### Pour en savoir plus

- Bellamy V., Léveillé L., « Enquête Budget de famille 2006 », *Insee Résultats* n° 73, décembre 2007.
- Cérani N., Camus M., « Le budget des familles en 2001 », *Insee Résultats* n° 29, avril 2004.



# Services d'entretien et de réparation des biens 8.1

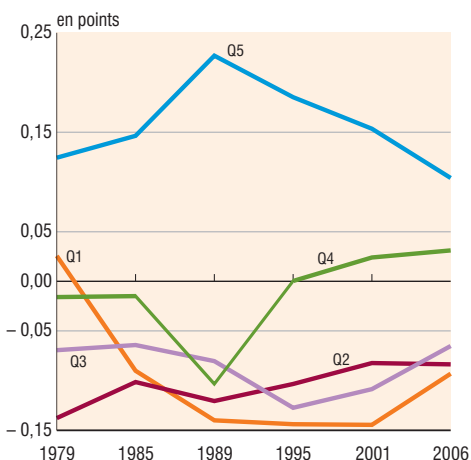
## 1. Les déterminants de la dépense en services d'entretien et de réparation de biens de consommation

	Écart au coefficient budgétaire moyen (points)	Écart à la dépense moyenne par ménage (%)
<b>Quintile de niveau de vie</b>		
Q1	-0,1	-62,3
Q2	-0,1	-48,0
Q3	-0,1	-32,6
Q4	0,0	28,5
Q5	0,1	114,1
<b>Âge de la personne de référence du ménage</b>		
Moins de 30 ans	-0,1	-50,4
De 30 à 54 ans	-0,1	-9,2
De 55 à 64 ans	0,1	36,3
65 ans et plus	0,1	12,7
<b>Type de ménage</b>		
Personne seule	0,0	-26,8
Homme	0,0	-30,5
Femme	0,1	-24,3
Famille monoparentale	-0,1	-44,3
Couple sans enfant	0,1	46,3
Couple avec 1 enfant	0,0	9,7
Couple avec 2 enfants	-0,1	-13,0
Couple avec 3 enfants et plus	-0,1	-0,5
<b>Catégorie socioprofessionnelle</b>		
<b>Actifs</b>		
Agriculteurs	-0,1	-26,1
Artisans, commerçants et chefs d'entreprise	0,0	57,7
Cadres	0,0	55,7
Professions intermédiaires	-0,1	-5,6
Employés	0,0	-19,1
Ouvriers actifs	-0,1	-46,3
<b>Inactifs</b>		
Retraités	0,1	20,7
Autres	-0,1	-55,4

Lecture : en 2006, les ménages du premier quintile de niveau de vie (Q1) ont un coefficient budgétaire inférieur de 0,1 point au coefficient budgétaire moyen pour l'entretien et la réparation des biens de consommation. Les ménages du dernier quintile (Q5) ont dépensé 114,1 % de plus que la moyenne des ménages en entretien et réparation des biens de consommation. Champ : France métropolitaine.

Source : Insee, enquête Budget de famille 2006.

## 2. Écart au coefficient budgétaire moyen des dépenses en services d'entretien et de réparation par quintiles de niveau de vie

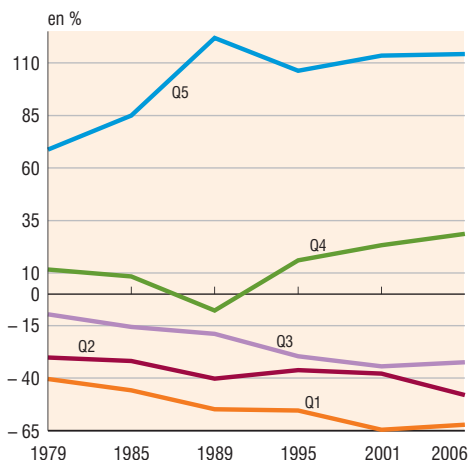


Lecture : en 1979, les ménages appartenant au 1<sup>er</sup> quintile de niveau de vie avaient une part des dépenses de consommation totale consacrée aux services d'entretien et de réparation de biens de consommation supérieure de 0,03 point à celle de l'ensemble des ménages.

Champ : France métropolitaine.

Source : Insee, enquêtes Budget de famille.

## 3. Écart à la dépense moyenne en services d'entretien et de réparation de biens de consommation par quintiles de niveau de vie



Lecture : en 1979, les ménages appartenant au 1<sup>er</sup> quintile de niveau de vie avaient un montant de dépenses en services d'entretien et de réparation de biens de consommation inférieur de 40 % à la dépense moyenne de l'ensemble des ménages.

Champ : France métropolitaine.

Source : Insee, enquêtes Budget de famille.

## 8.2 Services financiers et d'assurances

En 2005, la dépense de consommation des **Eménages** en services financiers et d'assurances a atteint 37,9 milliards d'euros, soit 603 euros par habitant.

Relativement au total des dépenses, la consommation en valeur de ces services a augmenté de 2,2 points entre 1960 (2,5 %) et 2005 (4,7 %, *figure 1*). La part a augmenté nettement au début des années 1960 et 1990, et s'est relativement stabilisée à partir de 1995. Depuis 1960, la part dans le poste de l'assurance-vie a augmenté, passant de 20 % en 1960 à 33 % en 2005 (*figure 2*), après avoir atteint son plus bas niveau au milieu des années 1980 (13 %). En parallèle, le poids des autres assurances a baissé de 14 points sur la période, mais elles restent prédominantes en 2005 (53 %). La part des services financiers directement mesurés est la même en 2005 qu'en 1960 (14 %). La hausse de la part de l'ensemble du poste dans le total des dépenses s'explique d'abord par un effet-prix, les prix de ces services ayant augmenté plus vite que l'**inflation** depuis 1960 (*figure 3*). La consommation en **volume** a également augmenté plus rapidement que les autres postes de dépenses.

De 1960 à 1972, les prix ont augmenté beaucoup plus rapidement que l'inflation, notamment pour les assurances. Dans le même temps, les volumes relatifs progressaient de manière similaire aux autres postes de dépenses. Au total, la part en valeur du poste a augmenté de 1,1 point sur cette période. De 1973 à 1982, la hausse plus modeste de cette part résulte d'un volume de consommation très dynamique. Puis de 1983 à 1995 c'est de nouveau la forte progression des prix relatifs qui a accru le poids de ces services dans le budget des ménages.

Le développement des assurances résulte à la fois d'effets démographiques (hausse du nombre d'habitations, hausse du parc automobile, augmentation du nombre d'accédants à la propriété...) et de modifications réglementaires : tout véhicule doit être assuré depuis 1958, le système du bonus-malus a été introduit en 1976. Se sont mis en place des systèmes de couverture santé complémentaires aux régimes de base de sécurité sociale : 69 % de la population bénéficiait de cette couverture en 1980, la proportion dépassait 90 % en 2005. Depuis 1996, les prix ont globalement augmenté comme les autres postes et les volumes relatifs ont légèrement baissé. L'assurance-vie s'est fortement développée durant ces années, pour constituer le premier placement financier des ménages. Ainsi, en 2004, 59 % des ménages avaient un contrat d'assurance-vie. L'offre de produits d'assurance-vie s'est diversifiée et développée grâce à une fiscalité visant à favoriser l'épargne de long terme : le développement de l'assurance vie résulte ainsi souvent d'un comportement d'**épargne** des ménages.

Au sein de l'**Union européenne**, la part réservée aux dépenses en services financiers et d'assurances semble augmenter avec le **niveau de vie du pays** (*figure 4*). Avec un niveau de **PIB** par habitant au-dessus de la moyenne européenne à 25, la France se situe pourtant dans la moyenne pour la part consacrée à ce type de dépenses. En Autriche, en Suède, en Finlande et surtout en Italie, ces dépenses représentent une part plus faible que la moyenne européenne. Allemands, Hollandais et Belges privilégient en revanche ces services, tout comme le Danemark qui est de loin le pays dont la part de ces dépenses est la plus forte. ■

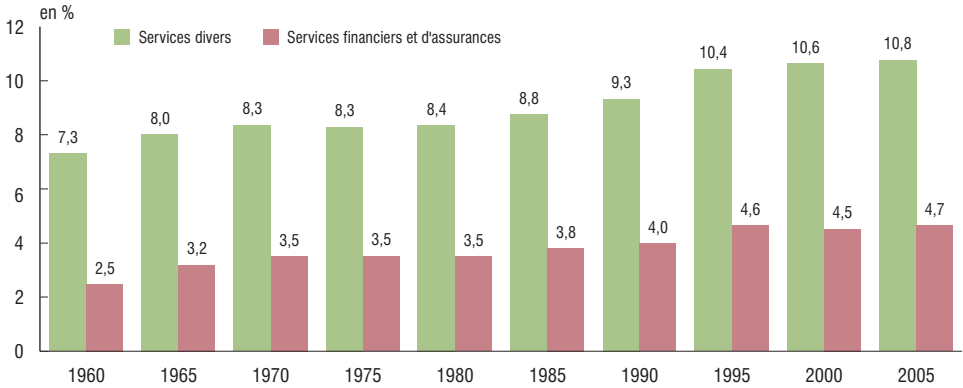
### Définitions

Ce poste comprend d'une part les services d'assurances : assurance-vie (seule ou liée à un emprunt-logement) et les autres assurances couvrant le logement, l'automobile ou la complémentaire maladie. En comptabilité nationale, la consommation de services d'assurances porte sur les primes nettes des remboursements aux assurés. Le poste comprend d'autre part les services financiers directement mesurés c'est-à-dire les services d'OPCVM, les commissions sur opérations de bourse, les frais de dossier, de tenue de compte, de carte bleue...

En comptabilité nationale, la consommation de services financiers comprend également des **services intermédiaires financiers indirectement mesurés (Sifim)**, qui ne sont pas compris dans ce poste (cf. encadré « concepts spécifiques à la comptabilité nationale »).

**Ménage, inflation, volume, épargne, Union européenne, niveau de vie du pays, PIB** : voir *Glossaire*.

## 1. Part dans la dépense des ménages en valeur



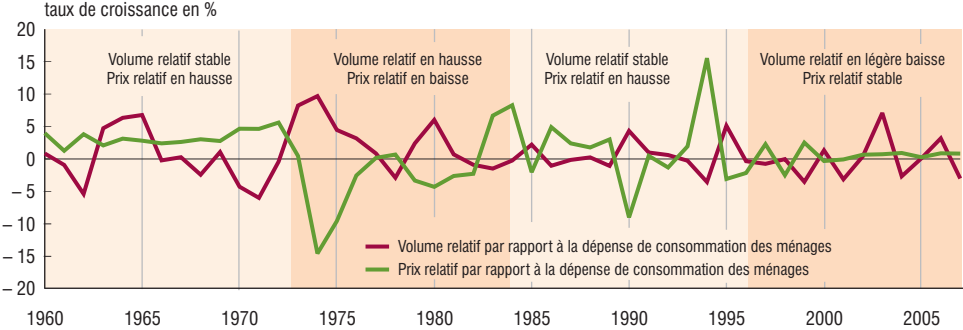
Source : Insee, comptes nationaux, base 2000.

## 2. Dépense des ménages en services financiers et d'assurances, structure en valeur

	1960	1975	1990	2005	Valeurs 2005 (Mds €)
Assurance-vie	19,9	23,1	16,4	33,1	12,5
Autres assurances	66,7	69,1	65,3	52,5	19,9
Services financiers hors SIFIM	13,4	7,9	18,3	14,4	5,4
<b>Total</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>37,9</b>

Source : Insee, comptes nationaux, base 2000.

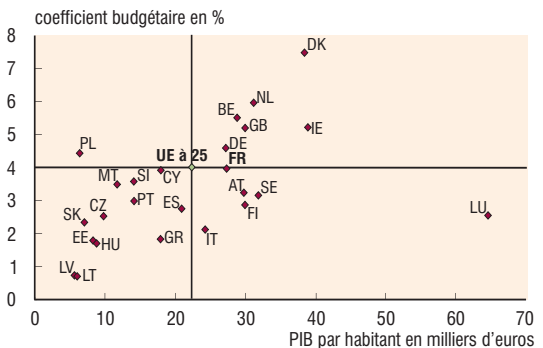
## 3. Volume et prix relatifs de la dépense des ménages en services financiers et d'assurances



Lecture : au milieu des années 1970, le prix des services financiers et d'assurances a augmenté moins vite que l'inflation et le volume a progressé plus rapidement que les autres postes de consommation.

Source : Insee, comptes nationaux, base 2000.

## 4. Dépense des ménages en services financiers et d'assurances dans l'Union Européenne à 25 en 2005



Lecture : en 2005, les ménages danois, avec un PIB de 38 400 euros par habitant, ont consacré 7,5 % de leur budget aux services financiers et d'assurances.

Sources : Insee, comptes nationaux, base 2000 et Eurostat.

## 8.2 Services financiers et d'assurances

Plus le **niveau de vie d'un ménage** est élevé, plus ses **dépenses en assurances et services financiers** le sont aussi. Les **ménages** les plus modestes dépensent 34 % de moins que la moyenne, et les plus aisés, 40 % de plus (*figure 1*). Toutefois, la part budgétaire attribuée par les ménages à ce poste de consommation tend à diminuer quand le niveau de vie augmente : 0,7 point sépare les ménages du premier **quintile** de niveau de vie et ceux du dernier quintile.

La dépense liée à ce poste pèse davantage sur les ménages âgés : les ménages « jeunes » (**personne de référence** de moins de 30 ans) consacrent 2 points de moins de **part de dépenses** que la moyenne pour ce poste, les plus âgés (plus de 65 ans) 2 points de plus. Au final, ces dépenses pèsent deux fois plus sur le budget d'un ménage « âgé » que sur celui d'un ménage « jeune », même si le montant déboursé par le ménage « âgé » reste légèrement inférieur à la moyenne. Ce sont les assurances pour la santé et celles pour le logement qui pèsent particulièrement lourd chez les plus âgés. Les jeunes, eux, se caractérisent par un poids relativement plus élevé des assurances pour le transport.

Parmi les actifs, le poids et le niveau de dépenses en assurances et services financiers sont plus élevés chez les agriculteurs. Il faut cependant noter que, dans ces catégories, les assurances concernent souvent, au moins pour partie, les locaux professionnels. Si les artisans, commerçants, chefs d'entreprise et les cadres dépensent plus que l'ensemble des ménages dans ce domaine (+ 34 %), la part de dépenses correspondante est inférieure ou égale à la moyenne.

Les disparités liées à la composition du ménage indiquent que les couples sans enfant et les personnes seules ont une part de dépenses plus élevée que la moyenne (+ 1,1 pour les couples sans enfant). La part de dépenses des ménages avec enfants décroît quand la taille du ménage augmente.

Cependant, le montant des dépenses consacrées par les couples avec enfants aux assurances de transport et aux autres assurances est nettement plus important que la moyenne. Cela s'explique par un taux de possession d'au moins deux véhicules plus élevé pour ces ménages et par le recours à des assurances spécifiques pour les enfants (assurances scolaires, sport et loisirs...).

En 1979, la part des dépenses correspondant aux assurances et services financiers était d'autant plus forte que le niveau de vie du ménage était élevé : un point d'écart sépare les ménages les plus aisés des ménages les plus modestes (*figure 2*). À partir de 2001, la tendance s'inverse et en 2006, la part des dépenses devient plus élevée chez les ménages pauvres (+ 0,3 point par rapport à la moyenne) et plus faible chez les ménages riches (- 0,4 point).

Au cours de la période 1979-2006, les ménages du 5<sup>e</sup> quintile de niveau de vie, dont la dépense était nettement supérieure à la moyenne (+ 68 % en 1979), s'en rapprochent (+ 40 % en 2006). Dans le même temps, l'écart à la moyenne passe de - 49 % à - 34 % pour les ménages modestes. Ainsi, les disparités en termes de montant de dépenses entre les ménages modestes et aisés s'estompent progressivement (*figure 3*). ■

### Définitions

**Dépenses en assurances et services financiers** : dans la source « Budget de Familles », les dépenses d'assurances correspondent aux primes d'assurances alors que dans la source « Comptabilité Nationale », on retient comme dépense, la différence entre les primes versées et les indemnités reçues.

**Niveau de vie des ménages, ménage, quintile, personne de référence, part des dépenses** : voir *Glossaire*.

### Pour en savoir plus

- Arnould M.-L., Vidal G., « Typologie des contrats les plus souscrits auprès des complémentaires santé en 2006 », *Études et résultats* n° 663, octobre 2008, Drees.

## 1. Les déterminants de la dépense des ménages en assurances et services financiers

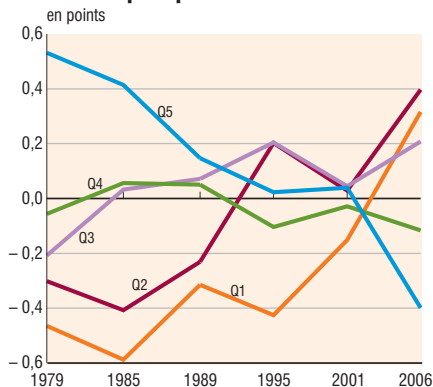
	Écart au coefficient budgétaire moyen (points)	Écart à la dépense moyenne par ménage (%)					
		Ensemble assurances et services financiers	Dont : assurances logement	assurances santé	assurances transport	autres assurances	services financiers
<b>Quintile de niveau de vie</b>							
Q1	0,3	-34,0	-25,6	-29,0	-38,8	-48,9	-39,3
Q2	0,4	-14,1	-13,0	-6,4	-16,3	-39,4	-24,1
Q3	0,2	-3,1	-11,7	-1,1	4,7	-20,6	-10,0
Q4	-0,1	11,5	5,0	3,7	18,9	23,0	20,8
Q5	-0,4	39,7	45,4	32,8	31,6	86,0	52,7
<b>Âge de la personne de référence du ménage</b>							
Moins de 30 ans	-2,1	-34,5	-53,1	-54,9	5,9	-57,1	-11,6
De 30 à 54 ans	-0,8	5,3	-7,6	-6,6	18,3	36,8	14,0
De 55 à 64 ans	0,9	16,6	15,0	16,9	12,1	29,2	9,1
65 ans et plus	2,5	-7,1	23,5	21,2	-41,6	-62,3	-26,1
<b>Type de ménage</b>							
Personne seule	0,3	-36,5	-17,5	-34,6	-45,5	-42,1	-38,0
Famille monoparentale	-1,3	-28,4	-16,6	-34,3	-26,2	-37,5	-6,2
Couple sans enfant	1,1	16,0	21,1	30,1	1,6	-10,7	7,0
Couple avec 1 enfant	0,0	25,8	-2,6	15,5	47,2	48,7	33,0
Couple avec 2 enfants	-0,8	28,3	4,1	15,9	45,3	69,7	25,5
Couple avec 3 enfants et plus	-1,1	24,2	9,1	8,8	47,5	45,5	18,9
<b>Catégorie socioprofessionnelle</b>							
<b>Actifs</b>							
Agriculteurs	5,2	65,4	63,9	66,2	11,1	329,0	4,5
Artisans, commerçants et chefs d'entreprise	0,0	33,7	-0,2	7,7	45,0	186,5	25,9
Cadres	-1,3	34,2	16,2	17,4	37,0	123,4	53,1
Professions intermédiaires	-0,8	9,9	-8,7	-4,2	30,1	37,9	22,0
Employés	-0,6	-12,4	-14,4	-17,3	-3,2	-23,9	-6,3
Ouvriers	-0,7	-13,0	-25,8	-26,7	16,0	-28,8	-3,3
<b>Inactifs</b>							
Retraités	2,1	-2,6	20,8	21,1	-29,7	-57,9	-18,5
Autres	-1,7	-50,8	-38,2	-51,6	-51,8	-64,6	-43,2

Lecture : en 2006, les ménages du premier quintile de niveau de vie (Q1) ont un coefficient budgétaire supérieur de 0,3 point au coefficient budgétaire moyen pour l'assurance et les services financiers. Les ménages du dernier quintile (Q5) ont dépensé 39,7 % de plus que la moyenne des ménages en assurances et services financiers.

Champ : France métropolitaine.

Source : Insee, enquête Budget de famille 2006.

### 2. Écart au coefficient budgétaire moyen des dépenses en assurances et services financiers par quintiles de niveau de vie

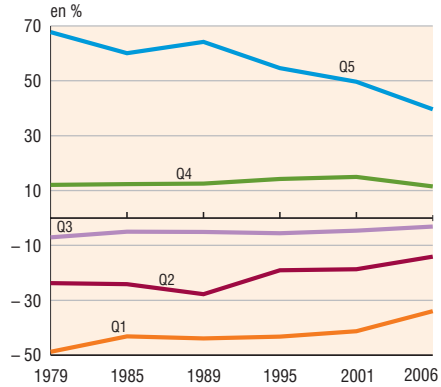


Lecture : en 1979, les ménages appartenant au 1<sup>er</sup> quintile de niveau de vie ont une part des dépenses de consommation totale consacrée aux assurances et services financiers inférieure de 0,47 point à celle de l'ensemble des ménages.

Champ : France métropolitaine.

Source : Insee, enquêtes Budget de famille.

### 3. Écart à la dépense moyenne en assurances et services financiers par quintiles de niveau de vie



Lecture : en 1979, les ménages appartenant au 1<sup>er</sup> quintile de niveau de vie avaient un montant de dépenses en assurances et services financiers inférieur de 48,7 % à la dépense moyenne de l'ensemble des ménages.

Champ : France métropolitaine.

Source : Insee, enquêtes Budget de famille.

## 8.3 Services domestiques et action sociale

En 2005, la dépense de consommation des **ménages** en services domestiques et action sociale a atteint 23,7 milliards d'euros soit 377 euros par habitant. À titre de comparaison, la dépense en services de santé à la charge des ménages est de 287 euros par personne.

La part de budget que les ménages consacrent à ces services s'est globalement accrue de 0,9 point entre 1960 (2,0 %) et 2005 (2,9 %) mais c'est essentiellement depuis 1991 que cette progression s'est manifestée (*figure 1*).

De 1960 à 1987, la part des services domestiques dans le poste a baissé, passant de 46 % à 23 % (*figure 2*). Puis elle a progressivement remonté jusqu'à 32 % en 2005, grâce aux mesures prises pour favoriser son développement.

De 1960 à 2005, le **volume** des dépenses a augmenté à un rythme sensiblement plus faible que celui des dépenses totales (de 1,7 point par an, *figure 3*). Les prix ont en revanche augmenté nettement plus vite que l'**inflation** (+ 2,7 points). En effet, la dépense induite par ces services correspond essentiellement aux salaires versés. Leur prix a donc augmenté au même rythme que les salaires. Ainsi, les prix du poste ont progressé de 7,5 % par an depuis 1960 (8,4 % pour les seuls services domestiques) tandis que le Smic augmentait de 6,7 %.

Jusqu'en 1990, le volume des dépenses entraînées par ces services a augmenté à un rythme beaucoup moins rapide que le volume de l'ensemble (- 2,7 points par an). Sur la même période, les prix ont augmenté de 3,1 points par an de plus que l'inflation. Cette période a été marquée par une diminution importante des services domestiques « traditionnels » (domestiques à demeure, gouvernantes, cuisiniers...). En revanche, le développement des maisons de retraite et des crèches a tiré les dépenses à la hausse.

De 1991 à 1997, les dépenses en volume se sont sensiblement accélérées par rapport à

la période précédente et ont augmenté plus vite que l'ensemble des dépenses (+ 2,3 points par an). Les prix ont continué à évoluer plus rapidement que l'inflation mais l'écart s'est réduit (+ 1,6 point). Ce sont principalement les services domestiques qui ont connu une croissance rapide. Ils ont été favorisés par la mise en place du **chèque emploi service** qui a facilité et simplifié le paiement des cotisations sociales pour ce type d'emploi, ainsi que par la mise en place de mesures fiscales favorables au développement de l'emploi à la personne (réductions d'impôts et allègements de cotisations sociales).

À partir de 1998, le volume a de nouveau évolué à un rythme inférieur à celui de l'ensemble des dépenses (1,6 point par an). Ce moindre dynamisme s'explique notamment par la mise en place de l'**allocation personnalisée d'autonomie (APA)** et le développement des **aides à la garde d'enfant (AFEAMA, Paje...)**, les aides des collectivités locales et des administrations de sécurité sociale permettant de prendre en charge une partie des dépenses jusqu'alors directement supportées par les ménages. Les prix ont poursuivi leur tendance antérieure, favorisés par des revalorisations relativement importantes du Smic horaire.

Au sein de l'**Union européenne** la part des dépenses des ménages en action sociale dans les dépenses totales croît avec le **niveau de vie du pays** (*figure 4*). L'Irlande et le Luxembourg, dont les niveaux de vie sont les plus élevés d'Europe, sont atypiques de ce point de vue : ces deux pays ayant un système de financement par la collectivité particulièrement développé, la part restant à la charge des ménages y est plus faible. La France se situe au quatrième rang en termes de **coefficient budgétaire**, à 1,7 %, devant le Royaume-Uni et l'Allemagne qui sont assez proches de la moyenne européenne (1,2 %). ■

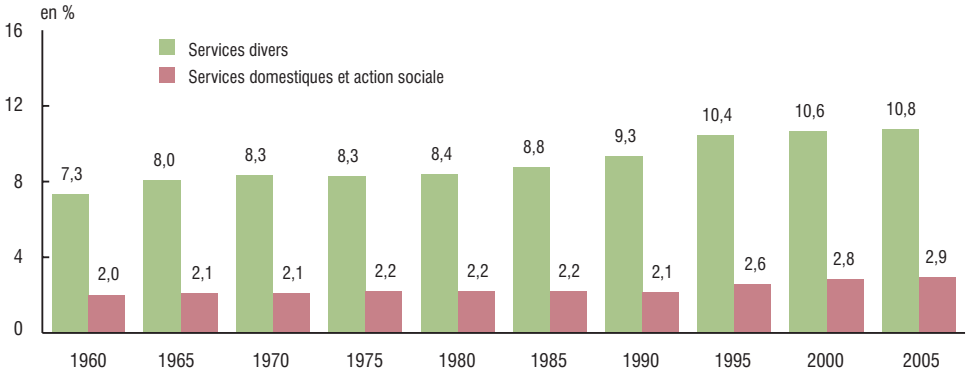
### Définitions

**Services domestiques** : comprennent les services utilisés par les ménages en tant qu'employeur de personnel domestique (femmes de ménage, cuisiniers, jardiniers...) et les services de blanchisserie-teinturerie. L'action sociale comprend les services à l'attention des personnes âgées, handicapées ou en difficulté, à domicile ou non et les services de garde d'enfants (crèches, assistantes maternelles à leur domicile). Les dépenses en action sociale mesurées ici ne comprennent que celles qui restent à la charge des ménages.

**Ménage, volume, inflation, chèque emploi service, allocation personnalisée d'autonomie (APA), AFEAMA (aide à la famille pour l'emploi d'une assistante maternelle agréée), Paje (prestation d'accueil du jeune enfant), Union européenne, niveau de vie du pays, coefficient budgétaire** : voir *Glossaire*.

# Services domestiques et action sociale 8.3

## 1. Part dans la dépense des ménages en valeur



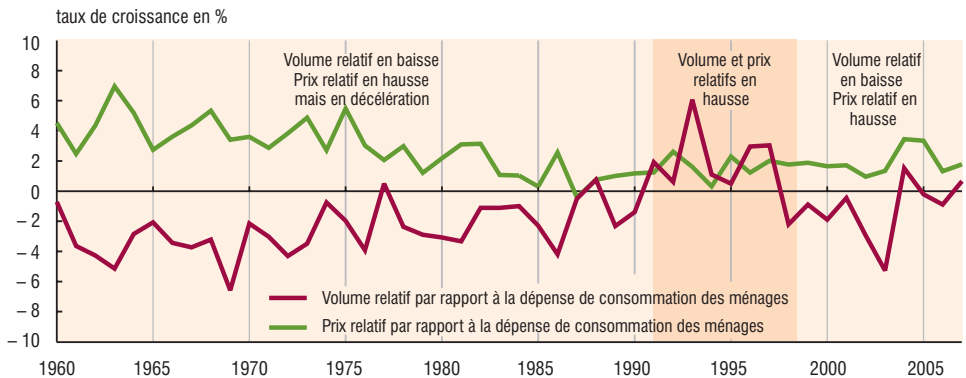
Source : Insee, comptes nationaux, base 2000.

## 2. Structure de la dépense des ménages en services domestiques et action sociale

	1960	1975	1990	2005	Valeurs 2005 (Mds €)
Action sociale	53,7	64,7	76,2	68,5	16,2
Services domestiques	46,3	35,3	23,8	31,5	7,5
<b>Total</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>23,7</b>

Source : Insee, comptes nationaux, base 2000.

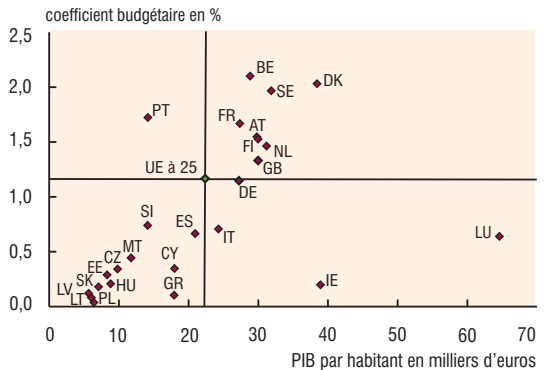
## 3. Volume et prix relatifs de la dépense des ménages en services domestiques et action sociale



Lecture : de 1998 à 2003, le prix des services domestiques et action sociale a augmenté plus vite que l'inflation et le volume a progressé moins rapidement que les autres postes de consommation.

Source : Insee, comptes nationaux, base 2000.

## 4. Dépense des ménages en action sociale dans l'Union européenne à 25 en 2005



Lecture : en 2005, les ménages belges, avec un PIB de 28 800 euros par habitant, ont consacré 2,1 % de leur budget à l'action sociale.

Sources : Insee, comptes nationaux, base 2000 et Eurostat.

## 8.3 Services domestiques et action sociale

Le montant des dépenses consacrées aux **services domestiques** et **autres services d'entretien pour le logement**, ainsi qu'à l'**action sociale**, dépend essentiellement du **niveau de vie des ménages**. Plus celui-ci est élevé, plus le montant des dépenses est important. Il est supérieur de 150 % à la moyenne pour les ménages appartenant au dernier **quintile** de niveau de vie et inférieur de 69 % pour ceux du 1<sup>er</sup> quintile (*figure 1*). Les disparités sont encore plus prononcées pour les services domestiques, pour lesquels les ménages les plus aisés dépensent 184 % de plus que la moyenne. En moyenne, ces dépenses en services domestiques sont destinées pour presque les trois quarts aux services de ménage, cuisine, lessive et repassage au domicile, 16 % sont utilisés pour le jardinage ou gardiennage de la résidence et 9 % sont dédiés à la garde des enfants à la maison (*figure 2*).

Ce sont les ménages dont la **personne de référence** a entre 25 et 44 ans ou plus de 65 ans qui dépensent le plus : les premiers, consacrent beaucoup plus que la moyenne à la garde des enfants (à l'extérieur ou au domicile), les seconds ont davantage recours aux services domestiques d'aide directe à la personne (+ 100 % de dépenses par rapport à la moyenne), notamment les services de ménage, garde malade ou jardinage, gardiennage.

Les consommations en services domestiques ou de protection sociale sont aussi liés à la composition du ménage. Ceux ayant des enfants dépensent dans l'ensemble beaucoup dans les moyens traditionnels de garde à l'extérieur du domicile (crèches, assistantes

maternelles), les familles les plus nombreuses étant celles qui utilisent le plus les services de garde à domicile (+ 380 % de dépenses par rapport à la moyenne). Les couples sans enfant ont plus recours aux services à domicile. Leurs dépenses dans ce domaine sont supérieures de 24 % à la moyenne.

Les cadres sont la **catégorie socioprofessionnelle** qui utilise le plus les services domestiques ou de protection sociale. Ils dépensent dans ce domaine trois fois plus que la moyenne. Un niveau de vie élevé associé à des contraintes professionnelles fortes peuvent expliquer cette situation.

Enfin, les Parisiens, et dans une moindre mesure, les habitants de la région parisienne dépensent plus que la moyenne pour ces services. Concernant les seuls services au domicile, le montant des dépenses des Parisiens est supérieur de 140 % à la moyenne.

Les dépenses en services domestiques et action sociale sont d'autant plus importantes que le niveau de vie du ménage est élevé (*figure 3*). C'était déjà le cas en 1979 : les ménages du 5<sup>e</sup> quintile de niveau de vie dépensaient alors presque huit fois plus que ceux appartenant au 1<sup>er</sup> quintile. Cela reste vrai en 2006, puisque le rapport du montant moyen des dépenses entre ménages les plus aisés et ménages les plus modestes est resté quasiment identique. Si les études menées sur le secteur des services à la personne montrent une forte hausse du nombre de ménages utilisateurs en dix ans, il semble qu'elle concerne principalement les ménages aisés. ■

### Définitions

**Dépenses en services domestiques et action sociale** : voir fiche précédente.

**Autres services d'entretien pour le logement** : le champ de l'étude fondée sur l'enquête Budget de famille comprend certains services destinés à l'entretien du logement :

- le nettoyage, teinture, blanchissage du linge de maison et d'ameublement (hors vêtements),
- les services de nettoyage dans le logement : ramonage, lavage de vitre, dératisation...
- la fabrication de doubles de clé.

**Niveau de vie des ménages, quintile, personne de référence, catégorie socioprofessionnelle** : voir *Glossaire*.

### Pour en savoir plus

- Marbot C., « En France, qui recourt aux services à domicile ? », *France portrait social*, édition 2008, Insee.



## 1. Les déterminants de la dépense en services domestiques et action sociale

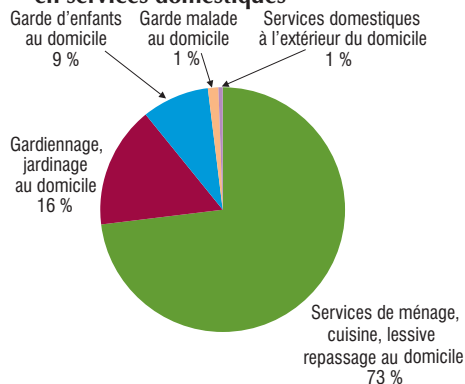
	Écart au coefficient budgétaire moyen (points)	Écart à la dépense moyenne par ménage (%)			
		Ensemble	Services domestiques	Autres services d'entretien pour le logement	Action sociale
<b>Quintile de niveau de vie</b>					
Q1	-0,7	<b>-68,8</b>	-68,9	-66,0	-69,0
Q2	-0,4	<b>-45,9</b>	-42,5	3,5	-55,4
Q3	-0,4	<b>-35,5</b>	-52,9	-6,3	-14,4
Q4	-0,2	<b>0,4</b>	-19,3	-12,5	28,7
Q5	0,9	<b>150,0</b>	183,7	81,9	110,4
<b>Âge de la personne de référence du ménage</b>					
Moins de 25 ans	-1,1	<b>-83,3</b>	-99,8	-99,3	-59,1
De 25 à 34 ans	0,1	<b>18,9</b>	-66,4	-83,3	146,2
De 35 à 44 ans	0,4	<b>57,0</b>	-31,7	-34,0	187,9
De 45 à 54 ans	-0,6	<b>-33,3</b>	-10,5	36,1	-71,3
De 55 à 64 ans	-0,8	<b>-59,5</b>	-33,7	-41,7	-96,7
65 ans et plus	1,0	<b>21,1</b>	99,6	80,6	-92,6
<b>Type de ménage</b>					
Personne seule	-0,2	<b>-50,0</b>	-17,3	-20,1	-97,8
Famille monoparentale	-0,3	<b>-29,9</b>	-53,0	-52,8	4,1
Couple sans enfant	-0,3	<b>-23,5</b>	23,7	48,6	-95,3
Couple avec 1 enfant	0,0	<b>28,9</b>	-19,0	-18,1	99,4
Couple avec 2 enfants	0,6	<b>111,0</b>	-0,7	-15,3	276,8
Couple avec 3 enfants et plus	0,2	<b>66,3</b>	33,4	36,1	114,6
<b>Catégorie socioprofessionnelle</b>					
<b>Actifs</b>					
Agriculteurs	-0,5	<b>-40,1</b>	-33,2	22,9	-55,5
Artisans, commerçants et chefs d'entreprise	0,1	<b>44,0</b>	32,3	259,0	39,5
Cadres	1,2	<b>214,3</b>	149,6	25,7	321,6
Professions intermédiaires	-0,3	<b>-3,6</b>	-36,4	-60,4	47,0
Employés	-0,7	<b>-53,5</b>	-89,1	-50,7	-4,9
Ouvriers	-0,9	<b>-65,5</b>	-93,0	-65,3	-27,5
<b>Inactifs</b>					
Retraités	0,4	<b>-0,2</b>	63,7	60,4	-93,9
Autres	-0,6	<b>-66,1</b>	-55,8	-95,8	-77,4
<b>Commune d'habitation</b>					
Commune rurale	-0,2	<b>-15,8</b>	-30,1	84,7	-5,7
Moins 20 000 habitants	-0,1	<b>-12,0</b>	-8,3	-16,0	-16,6
20 000 - 100 000 habitants	-0,4	<b>-34,9</b>	-30,1	-34,7	-41,3
+ de 100 000 habitants	0,0	<b>0,6</b>	18,0	-42,4	-19,1
Paris	0,6	<b>75,6</b>	139,6	-6,3	-4,6
Agglomération parisienne hors Paris	0,5	<b>61,1</b>	17,5	-0,7	127,1

Lecture : en 2006, les ménages du premier quintile de niveau de vie (Q1) ont un coefficient budgétaire inférieur de 0,7 point au coefficient budgétaire moyen pour les services domestiques et l'action sociale. Les ménages du dernier quintile (Q5) ont dépensé 150 % de plus que la moyenne des ménages pour ce poste.

Champ : France métropolitaine.

Source : Insee, enquête Budget de famille 2006.

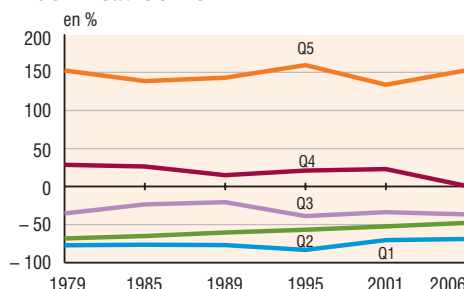
## 2. Répartition des dépenses des ménages en services domestiques



Champ : France métropolitaine.

Source : Insee, enquête Budget de famille 2006.

## 3. Écart à la dépense moyenne en services domestiques et action sociale par quintile de niveau de vie



Lecture : en 1979, les ménages appartenant au 1<sup>er</sup> quintile de niveau de vie ont un montant de dépenses en services domestiques et action sociale inférieur de 77,2 % à la dépense moyenne de l'ensemble des ménages.

Champ : France métropolitaine.

Source : Insee, enquêtes Budget de famille.

## 8.4 Éducation

En 2005, la dépense de consommation des  **Ménages**  en services d'éducation a atteint 6,7 milliards d'euros, soit 106 euros par habitant. À titre de comparaison, les dépenses d'éducation assurées par la collectivité représentent 81,0 milliards d'euros en 2005, soit 1 249 euros par personne.

Relativement au reste des dépenses, la consommation en valeur des services d'éducation s'est accrue de 0,2 point entre 1960 (0,6 %) et 2005 (0,8 %) [figure 1]. Sa part a augmenté jusqu'au début des années 1970, puis baissé durant la fin de la décennie (0,5 % en 1980), avant de progresser à nouveau, depuis le début des années 2000.

La part de l'éducation marchande dans le poste a baissé de deux points entre 1960 (77 %) et 2005 (75 %) [figure 2].

Les prix des services d'éducation ont augmenté plus vite que l'**inflation**, de 1,5 point par an en moyenne, sur l'ensemble de la période 1960-2005 (figure 3). Dans le même temps, le **volume** de consommation a augmenté moins rapidement que les autres postes, de 0,7 point par an.

Dans les années 1960, avec un différentiel de hausse des prix de 2,1 points et une moindre croissance en volume de 1,2 point, la hausse de la part en valeur dans le budget des ménages traduit donc un effet prix. Dans les années 1970, le recul global de la part en valeur provient d'un dynamisme des volumes nettement moindre que pour les autres postes (écart de 2,7 points), les prix augmentant légèrement plus que l'inflation. Ce repli s'explique notamment par une hausse de la

prise en charge par la collectivité des dépenses de formation. Par ailleurs, la collectivité contribue indirectement au budget scolaire des ménages avec l'instauration de l'allocation de rentrée scolaire. Instituée à la rentrée 1974, elle est versée à toute famille bénéficiaire d'une prestation familiale, pour chaque enfant scolarisé âgé de 6 à 16 ans, sous conditions de ressources. En 1990, l'aide a été étendue aux jeunes de 16 à 18 ans.

Depuis 1980, les prix ont augmenté plus rapidement que l'inflation (+ 1,5 point en moyenne par an), et les volumes relatifs également (+ 0,5 point). Depuis 2001, les prix et les volumes relatifs sont tous deux en hausse, contribuant à l'augmentation de la part en valeur du poste dans le budget des ménages. Cette évolution est due en partie au dynamisme des dépenses de formation (continue et pour adultes).

Dans les pays de l'**Union européenne**, la part financée par les ménages dans la dépense totale d'éducation est plus faible dans les pays ayant un **niveau de vie** élevé (figure 4). Les pays scandinaves par exemple, ont un **niveau de financement public** élevé aussi bien pour l'enseignement supérieur que pour l'enseignement primaire et secondaire. La contribution des ménages aux dépenses d'éducation y est très faible. La France se situe un peu en dessous de la moyenne européenne et au même niveau que l'Allemagne. Au Royaume-Uni, la part financée par les ménages est plus élevée que dans les autres pays de niveau de vie comparable. ■

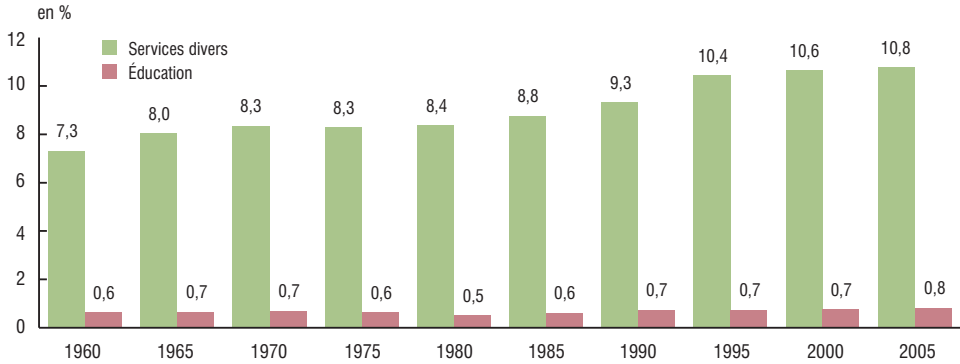
### Définitions

**Éducation** : comprend d'une part l'éducation marchande, à savoir l'enseignement général, la formation des adultes, la formation continue et les autres enseignements (artistiques, religieux...). Concernant l'enseignement général, il s'agit essentiellement des frais de scolarité de l'enseignement privé hors contrat. Sont exclues les auto-écoles, qui relèvent des services liés au transport individuel. Le poste intègre par ailleurs l'éducation non marchande, pour la partie financée par les ménages (frais de scolarité dans les établissements publics...).

**Niveau de financement public** : pour un bien ou un service donné, il correspond à la part des dépenses qui reste à la charge des administrations publiques et non des ménages. Par exemple, en 2005, 91 % des dépenses d'éducation sont financées par les administrations publiques.

**Ménage, inflation, volume, Union européenne, niveau de vie du pays** : voir *Glossaire*.

## 1. Part dans la dépense des ménages en valeur



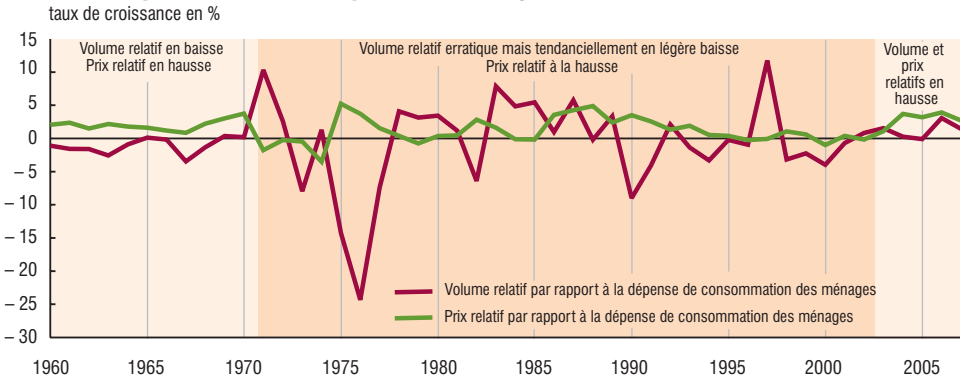
Source : Insee, comptes nationaux, base 2000.

## 2. Structure de la dépense des ménages en services d'éducation

	1960	1975	1990	2005	Valeurs 2005 (Mds €)
Éducation marchande hors auto-écoles	76,7	78,0	74,1	74,8	5,0
Éducation non marchande	23,3	22,0	25,9	25,2	1,7
<b>Total</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>6,7</b>

Source : Insee, comptes nationaux, base 2000.

## 3. Volume et prix relatifs de la dépense des ménages en services d'éducation

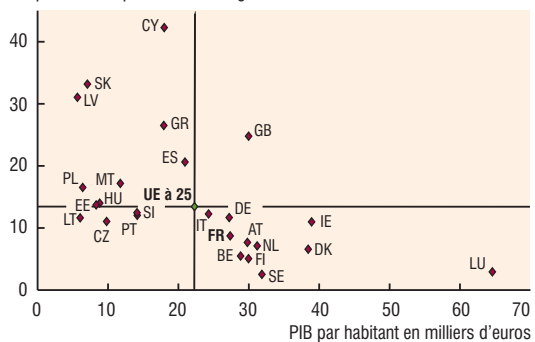


Lecture : au début des années 1960, le prix des services d'éducation a augmenté plus vite que l'inflation et le volume a progressé moins rapidement que les autres postes de consommation.

Source : Insee, comptes nationaux, base 2000.

## 4. Dépense des ménages en éducation dans l'Union européenne à 25 en 2005

part de la dépense des ménages dans la consommation effective



Lecture : en 2005, la part de la dépense des ménages français dans la consommation effective en éducation était de 8,7 %.

Sources : Insee, comptes nationaux, base 2000 et Eurostat.

## 8.4 Éducation

**P**rès de 40 % des frais d'**enseignement ou de services éducatifs** payés par les **ménages** sont destinés à l'enseignement supérieur (frais d'inscription à l'université ou en école supérieure - *figure 1*). Les frais d'inscription en enseignement secondaire (collège, lycée) représentent 31 % des dépenses d'éducation, les frais d'inscription à l'école maternelle et primaire seulement 10 %. Enfin, 13 % des frais sont consacrés aux cours particuliers et moins de 1 % aux cours collectifs ou à l'enseignement spécialisé par correspondance. Tous ces montants restent néanmoins très limités, les dépenses d'éducation étant largement socialisées.

Les dépenses en frais d'enseignement s'élèvent rapidement avec le nombre d'enfants. Il est supérieur de 24 % à la moyenne pour les couples avec un enfant et de 217 % pour les couples avec trois enfants et plus (*figure 2*). Conjointement, le poids budgétaire du poste augmente également avec le nombre d'enfants du ménage et représente au moins 0,8 point de plus que la moyenne pour les familles les plus nombreuses. Par conséquent, ce sont les ménages dont l'âge de la **personne de référence** est compris entre 35 et 54 ans (les plus susceptibles d'avoir des enfants scolarisés), qui dépensent le plus pour l'éducation. Entre 45 et 55 ans, le montant des dépenses est très supérieur à la moyenne (+ 142 %), conséquence probable du coût de la scolarité des enfants poursuivant des études supérieures.

Plus la personne de référence est diplômée, plus les dépenses d'éducation

consenties par le ménage sont importantes. Leur montant est inférieur de 71 % à la moyenne pour les ménages dont la personne de référence n'a aucun diplôme tandis qu'il est supérieur de 106 % quand le diplôme est d'un niveau au moins égal à bac+2.

Le **niveau de vie** détermine également le montant des dépenses que consacrent les ménages à l'enseignement. Ce montant augmente, en moyenne, avec le niveau de vie. Si les ménages du premier quintile de niveau de vie dépensent 58 % de moins que la moyenne, ceux du dernier dépensent 62 % de plus.

En revanche, le poids budgétaire est pratiquement constant entre les différents **quintiles** de niveau de vie.

Ce sont les cadres actifs qui dépensent le plus pour l'enseignement, trois fois plus que la moyenne. Les chefs d'entreprise, artisans et commerçants dépensent deux fois plus que la moyenne et les agriculteurs 1,5 fois plus. En revanche, les ouvriers ont un montant de dépenses dans ce domaine inférieur de 20 % à la moyenne.

De 1979 à 2006, des dépenses en éducation importantes vont toujours de pair avec un niveau de vie élevé (*figure 3*). En 1979, elles étaient supérieures de 70 % à la moyenne pour les ménages appartenant au dernier quintile et inférieures de 51 % pour ceux du premier. En 2006, ces disparités se sont légèrement estompées, surtout entre quintiles extrêmes : les ménages les plus modestes dépensent 31 % de moins que la moyenne et les plus aisés 57 % de plus. ■

### Définitions

**Dépenses en enseignement et services éducatifs** : alors que la comptabilité nationale opère la distinction « éducation marchande » et « éducation non marchande », l'enquête Budget de famille distingue les dépenses d'éducation selon le niveau d'enseignement.

**Ménage, personne de référence, niveau de vie des ménages, quintile** : voir *Glossaire*.

### Pour en savoir plus

- « L'état de l'école » n° 18, octobre 2008, Direction de l'évaluation et de la prospective (Depp), ministère de l'Éducation nationale.
- Duru-Bellat M., Annick Kieffer A., « Du baccalauréat à l'enseignement supérieur en France : déplacement et recomposition des inégalités », *Population 2008* n°1.

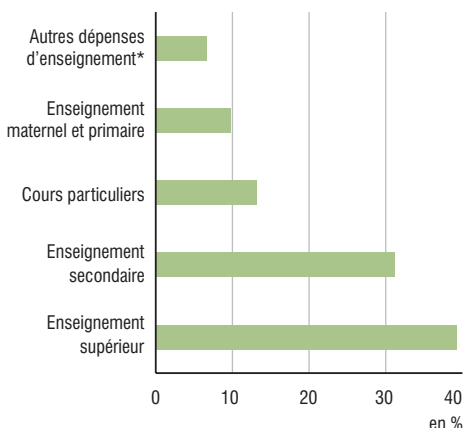
## 1. Les déterminants de la dépense en enseignement et services éducatifs

	Écart au coefficient budgétaire moyen (points)	Écart à la dépense moyenne par ménage (%)				
		Éducation dont :	Enseignement maternel et primaire	Enseignement secondaire	Enseignement supérieur	Cours particuliers et autres dépenses d'enseignement
<b>Quintile de niveau de vie</b>						
Q1	0,0	-58,4	-28,4	-13,4	-66,1	-33,2
Q2	-0,1	-3,8	-27,1	-24,3	-57,3	-27,4
Q3	-0,1	-11,9	-2,6	-44,9	-10,9	-22,1
Q4	0,0	-20,0	18,9	12,7	77,0	20,3
Q5	0,1	61,6	39,0	69,7	57,3	62,4
<b>Type de ménage</b>						
Personne seule	-0,4	-74,3	-100,0	-99,8	-48,0	-88,3
Famille monoparentale	0,3	28,4	13,5	45,3	7,7	69,0
Couple sans enfant	-0,6	-81,1	-100,0	-98,8	-79,6	-72,3
Couple avec 1 enfant	0,0	24,0	24,9	7,7	36,2	20,8
Couple avec 2 enfants	0,7	191,3	251,4	236,6	166,9	196,4
Couple avec 3 enfants et plus	0,8	217,0	315,1	333,0	139,3	189,4
<b>Catégorie socioprofessionnelle</b>						
<b>Actifs</b>						
Agriculteurs	0,3	44,9	38,9	85,9	54,1	-20,1
Artisans, commerçants et chefs d'entreprise	0,4	111,6	4,3	65,4	194,2	111,3
Cadres	0,6	201,4	263,8	117,5	262,0	212,8
Professions intermédiaires	0,1	35,8	26,5	27,3	34,5	38,0
Employés	0,0	0,3	-13,5	66,3	-43,5	4,7
Ouvriers	-0,1	-19,5	23,2	14,3	-66,4	7,7
<b>Inactifs</b>						
Retraités	-0,6	-92,7	-98,4	-92,7	-95,7	-92,3
Autres	1,1	67,5	-23,8	-26,4	195,0	-48,9
<b>Diplôme de la personne de référence du ménage</b>						
Sans diplôme ou certificat d'études	-0,4	-71,4	-66,5	-54,5	-84,3	-81,0
CAP-BEP-BEPC	-0,1	-9,1	-9,2	12,3	-32,2	20,8
Bac et assimilés	0,3	61,1	-6,5	57,8	87,4	-8,8
Bac+2 et plus	0,3	106,4	137,8	43,3	150,3	118,6

Lecture : en 2006, les ménages du second quintile de niveau de vie (Q2) ont un coefficient budgétaire inférieur de 0,1 point au coefficient budgétaire moyen pour l'enseignement et les services éducatifs. Les ménages du dernier quintile (Q5) ont dépensé 61,6 % de plus que la moyenne des ménages en enseignement et services éducatifs.  
Champ : France métropolitaine.

Source : Insee, enquête Budget de famille 2006.

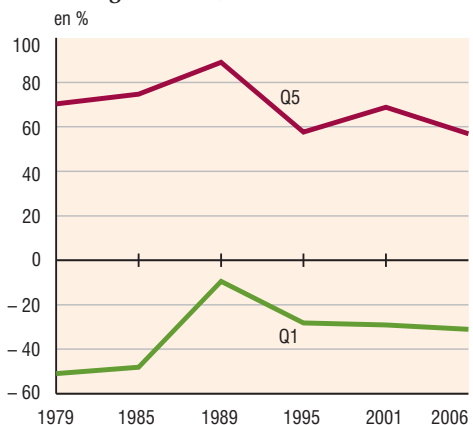
## 2. Répartition des dépenses des ménages en enseignement et services éducatifs



\* Les autres dépenses d'enseignement comprennent les cours collectifs, l'enseignement spécialisé et professionnel par correspondance, les dépenses d'enseignement des personnes vivant hors du domicile au moins un jour par semaine, et les dépenses d'enseignement offertes en cadeau.  
Champ : France métropolitaine.

Source : Insee, enquête Budget de famille 2006.

## 3. Écart à la dépense moyenne par quintile de niveau de vie (hors « autres dépenses d'enseignement »)



Lecture : en 1979, les ménages appartenant au 1<sup>er</sup> quintile de niveau de vie avaient un montant de dépenses en enseignement et services éducatifs inférieur de 50,9 % à la dépense moyenne des ménages.

Champ : France métropolitaine.

Source : Insee, enquêtes Budget de famille.

## 8.5 Services juridiques et autres services divers

**E**n 2005, la dépense de consommation des ménages en services juridiques et autres services divers a atteint 14,5 milliards d'euros, soit 231 euros par habitant. C'est moins de la moitié de la dépense en services financiers et d'assurances (603 euros).

Relativement aux autres postes de dépenses, la consommation en valeur de ces divers services a augmenté de 0,8 point entre 1960 (1,0 %) et 2005 (1,8 %, *figure 1*), contribuant pour près du quart à la hausse de 3,5 points du poste « Services divers ». La part a régulièrement augmenté jusqu'à la fin des années 1990, avant de décroître légèrement depuis le début des années 2000.

Les activités juridiques en représentent près de la moitié depuis 1960 (48 % en 2005 - *figure 2*). Les dépenses des ménages constituées par le timbre unique, le timbre de dimension et la taxe sur le permis de conduire représentaient un peu moins de 15 % de la dépense en activités juridiques en 2005.

Les prix de ces services ont globalement augmenté plus rapidement (+ 5,8 % par an en moyenne) que l'inflation (+ 4,9 %) sur la période 1960-2005, principalement jusqu'à la fin des années 1990 (*figure 3*). Ce fort dynamisme concerne les services, contrairement aux biens dont les prix ont augmenté plus modérément. Depuis 1960, la consommation en volume a également crû plus vite (+ 0,5 point par an) que l'ensemble des autres postes de dépenses des ménages.

Dans les années 1960, les prix ont augmenté beaucoup plus rapidement que l'inflation (+ 2,3 points), tandis que les

volumes relatifs progressaient plus lentement que les autres postes (- 0,8 point). Ceci se vérifie à la fois pour les activités juridiques et pour l'ensemble des autres services du poste. Globalement sur la période, la part en valeur du poste a légèrement augmenté.

De 1971 à 1998, les volumes (+ 1,1 point par an) et les prix (+ 0,8 point) de ce poste ont progressé plus vite que pour les autres, contribuant ainsi à la hausse de 0,7 point de la part en valeur du poste dans le budget des ménages.

Depuis 1999, les prix ont augmenté moins rapidement que l'inflation principalement pour les services juridiques. À l'inverse, les volumes relatifs ont été en légère hausse. Cette hausse est imputable à la consommation de services juridiques, alors que durant la même période la dépense des ménages en services divers non juridiques a augmenté moins vite que celle des autres postes.

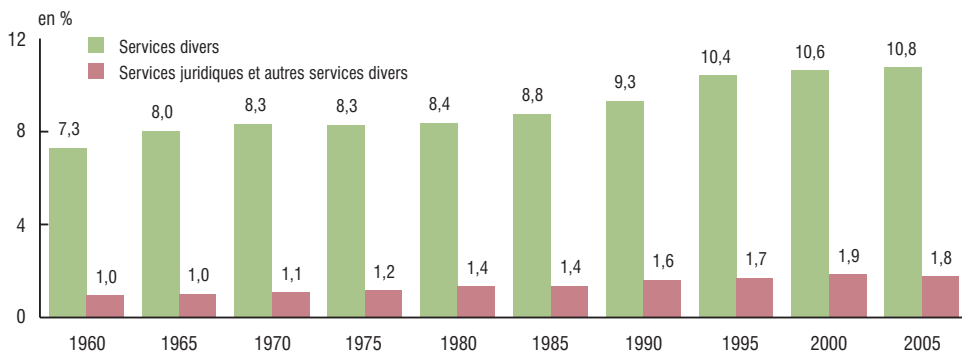
Au sein de l'Union européenne, la part des dépenses de services juridiques et autres services divers dans la consommation des ménages ne semble pas dépendre du niveau de vie du pays (*figure 4*) mais plutôt du mode de vie et des législations propres à chaque pays. Trois États membres de l'Union européenne se distinguent par une part très nettement supérieure à la moyenne : les Pays-Bas, la Pologne et le Portugal, qui n'ont aucune proximité géographique et ont des niveaux de PIB par habitant différents. La France est, elle aussi, au-dessus de la moyenne européenne, mais dans une moindre mesure. ■

### Définitions

**Services juridiques et autres services divers** : comprennent notamment les activités juridiques, à savoir les services de conseil et d'assistance juridique d'une part, et les taxes perçues par l'État au titre du timbre unique (passeports...), du timbre de dimension (sur les cartes grises) ou du permis de conduire d'autre part. Ils intègrent également les services divers comme les activités comptables, informatiques, les services d'enquête ou de sécurité ou bien encore les services de secrétariat et de duplication.

**Ménage, inflation, volume, Union européenne, part des dépenses, niveau de vie du pays, PIB** : voir *Glossaire*.

## 1. Part dans la dépense des ménages en valeur



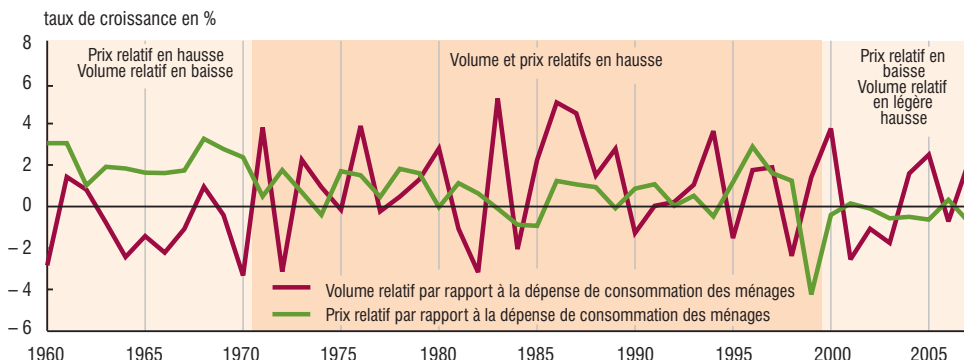
Source : Insee, comptes nationaux, base 2000.

## 2. Structure de la dépense des ménages en services juridiques et autres services divers

	1960	1975	1990	2005	Valeurs 2005 (Mds €)
Activités juridiques	44,4	45,3	46,5	48,2	7,0
Services divers non juridiques	55,6	54,7	53,5	51,8	7,5
<b>Total</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>14,5</b>

Source : Insee, comptes nationaux, base 2000.

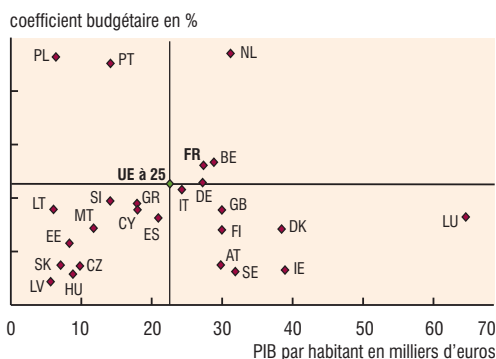
## 3. Volume et prix relatifs de la consommation en services juridiques et autres services divers



Lecture : en 2004 et 2005, le prix des services juridiques et autres services divers a augmenté moins vite que l'inflation et le volume a progressé plus rapidement que les autres postes de consommation.

Source : Insee, comptes nationaux, base 2000.

## 4. Dépenses des ménages en services juridiques et autres services divers dans l'Union européenne à 25 en 2005



Lecture : en 2005, les ménages polonais, avec un PIB de 6 400 euros par habitant, ont consacré 2,3 % de leur budget aux services juridiques et autres services divers.

Sources : Insee, comptes nationaux, base 2000 et Eurostat.





---

# ANNEXES

---



### **Administrations de sécurité sociale**

Elles comprennent les unités publiques dont l'activité est de mettre en œuvre l'assurance sociale, par exemple les hôpitaux publics, la Caisse nationale d'assurance maladie des travailleurs salariés (CNAMTS), la Caisse nationale des allocations familiales (Cnaf), la Caisse nationale d'assurance vieillesse des travailleurs salariés (CNAVTS), l'Agence centrale des organismes de sécurité sociale (Acoss), l'Union nationale interprofessionnelle pour l'emploi dans l'industrie et le commerce (Unédic)...

### **Aide à la famille pour l'emploi d'une assistante maternelle agréée (AFEAMA)**

Pour les enfants nés avant le 1<sup>er</sup> janvier 2004, cette aide est destinée à couvrir le montant des cotisations dues pour l'emploi d'une assistante maternelle agréée. Elle a été progressivement remplacée par le dispositif « compléments de libre choix du mode de garde » de la Paje.

### **Allocation personnalisée d'autonomie (APA)**

L'APA vise à renforcer la prise en charge des personnes en perte d'autonomie, en leur permettant de bénéficier des aides nécessaires à l'accomplissement des actes de la vie courante. L'allocation concerne à la fois les personnes âgées résidant à domicile et celles demeurant en établissement. Elle est fondée sur le libre choix du lieu de vie de la personne âgée et sur la possibilité, pour sa famille, de bénéficier d'un soutien dans l'aide qu'elle lui apporte.

### **Autoconsommation**

En comptabilité nationale, l'autoconsommation est la production de biens et services pour soi-même. Elle fait partie intégrante de la consommation des ménages et concerne plus particulièrement la consommation

alimentaire. Il n'existe pas de source directe pour estimer son évolution : l'hypothèse fréquemment retenue est qu'elle évolue comme la production en volume et que l'évolution des prix suit celle de l'indice des prix à la consommation.

### **Chèque emploi service**

Le chèque emploi service a été créé pour qu'un particulier puisse embaucher et déclarer un salarié effectuant une aide à son domicile. Sont concernées toutes les activités relevant de la convention collective nationale des salariés du particulier employeur. Il permet de simplifier considérablement les démarches administratives.

Le 10 novembre 2006, le chèque emploi service universel (Cesu) s'est substitué au chèque emploi service.

### **Coefficient budgétaire ou part des dépenses**

Rapport entre les dépenses pour un poste (ex. : alimentation, logement) et l'ensemble des dépenses de consommation au cours d'une période donnée. Le résultat est exprimé en pourcentage. Il permet de constater l'évolution de la structure de la consommation des ménages.

### **Décile**

Les déciles d'une variable sont les valeurs-seuils de cette variable qui, lorsque l'on ordonne la population selon les valeurs de la variable, la partitionnent en 10 sous-populations de taille égale.

### **Épargne (comptabilité nationale)**

Solde du compte d'utilisation du revenu disponible ou du compte d'utilisation du revenu disponible ajusté. Pour les ménages, celui-ci est égal au revenu disponible diminué de la dépense de consommation, ou au revenu disponible ajusté diminué de la

consommation finale effective. L'épargne peut être calculée nette, si l'on retranche la consommation de capital fixe.

## Indice

L'indice d'une grandeur est le rapport entre la valeur de cette grandeur au cours d'une période courante et sa valeur au cours d'une période de base. Il mesure la variation relative de la valeur entre la période de base et la période courante. Souvent, on multiplie le rapport par 100 ; on dit : indice base 100 à telle période.

Les indices permettent de calculer et de comparer facilement les évolutions d'une grandeur entre deux périodes données.

## Indice des prix à la consommation

L'indice des prix à la consommation (IPC) est l'instrument de mesure de l'inflation. Il permet d'estimer, entre deux périodes données, la variation moyenne des prix des produits consommés par les ménages. C'est une mesure synthétique de l'évolution de prix des produits, à qualité constante.

Il est publié chaque mois au *Journal officiel*. L'indice des prix hors tabac sert à indexer de nombreux contrats privés, des pensions alimentaires, des rentes viagères et aussi à indexer le Smic. L'indice retenu pour le Smic est celui des « ménages urbains dont le chef est ouvrier ou employé, hors tabac ».

À partir de la diffusion de l'IPC de janvier 1999, l'Insee publie un nouvel indice en base 1998 = 100 en lieu et place de l'indice base 1990 = 100. Cet indice rénové constitue la septième génération de l'indice depuis 1914.

## Inflation et désinflation

L'inflation est la perte du pouvoir d'achat de la monnaie qui se traduit par une augmentation générale et durable des prix. Elle doit être distinguée de l'augmentation du coût de la vie. La perte de valeur des unités de monnaie est un phénomène qui frappe l'économie nationale dans son ensemble, sans discrimination entre les catégories

d'agents. En revanche, l'augmentation du coût de la vie affecte la répartition fonctionnelle et personnelle des revenus, sans toucher à la relation entre la masse monétaire et le produit national définissant le pouvoir d'achat de la monnaie.

La désinflation correspond à un ralentissement du rythme de la hausse des prix (non à une baisse des prix).

## Loyer

Un loyer est la somme versée par un locataire en contrepartie de la jouissance d'un logement. Le loyer ne comprend pas les charges locatives, qui sont destinées à couvrir un certain nombre de dépenses dues par le locataire et liées à la consommation d'eau et d'énergie, l'utilisation de l'ascenseur, le chauffage collectif le cas échéant, une partie des dépenses d'entretien ou de réparation des parties communes, les taxes d'enlèvement des ordures ménagères, etc.

La notion de « loyer imputé » recouvre le service de location que se rendent à eux-mêmes les propriétaires de leur logement : à savoir, les loyers que les propriétaires auraient à payer s'ils étaient locataires du logement qu'ils habitent.

## Ménage (au sens des enquêtes auprès des ménages)

Depuis 2005, la définition d'un ménage, au sens des enquêtes auprès des ménages réalisées par l'Insee, a été sensiblement modifiée. Est considéré comme un ménage l'ensemble des personnes (apparentées ou non) qui partagent de manière habituelle un même logement (que celui-ci soit ou non leur résidence principale) et qui ont un budget en commun. La résidence habituelle est le logement dans lequel on a l'habitude de vivre.

Font donc partie du même ménage des personnes qui ont un budget commun, c'est-à-dire :

1. qui apportent des ressources servant à des dépenses faites pour la vie du ménage ;

2. ou qui bénéficient simplement de ces dépenses.

*Remarques :*

– dans la définition du budget commun, on ne tient pas compte des dépenses faites pour le logement ;

– la participation occasionnelle à des dépenses communes ne suffit pas à former un budget commun ;

– avoir plusieurs comptes en banque différents dans un ménage ne signifie pas faire budget à part.

Dans les enquêtes réalisées avant 2005, les personnes devaient partager la même résidence principale pour être considérées comme des ménages (ou « ménages ordinaires »). Par ailleurs, il n'était pas nécessaire qu'ils aient un budget commun. De fait, un ménage correspondait à un logement (résidence principale). En revanche, depuis 2005, un logement peut comporter plusieurs ménages.

### Niveau de vie des ménages

Afin de comparer les niveaux de vie de ménages de taille ou de composition différentes, on utilise une mesure du revenu corrigé par unité de consommation (UC). Dans l'enquête Budget de famille, le niveau de vie est égal au revenu (*voir revenu*) total du ménage divisé par le nombre d'UC. Le niveau de vie est donc le même pour tous les individus d'un même ménage.

Les unités de consommation sont calculées selon l'échelle d'équivalence dite de l'OCDE modifiée qui attribue 1 UC au premier adulte du ménage, 0,5 UC aux autres personnes de 14 ans ou plus et 0,3 UC aux enfants de moins de 14 ans.

**Niveau de vie du pays** au sens du produit intérieur brut par habitant à parité de pouvoir d'achat (PPA)

La parité de pouvoir d'achat (PPA) est un taux de conversion monétaire qui permet d'exprimer dans une unité commune les pouvoirs d'achat des différentes monnaies. Ce taux exprime le rapport entre la quantité d'unités

monétaires nécessaire dans des pays différents pour se procurer le même « panier » de biens et de services. Dans le cadre des analyses de comparaison internationale, un indicateur du niveau de vie est souvent retenu : il s'agit du produit intérieur brut (PIB) par habitant exprimé à parité de pouvoir d'achat. Il permet de comparer la richesse créée par habitant dans chaque pays.

### Prestation d'accueil du jeune enfant (Paje)

« Dispositif » composé des trois éléments suivants :

1. Une « prime à la naissance ou à l'adoption » sous condition de ressources ;

2. Une « allocation de base » sous conditions de ressources, de la naissance de l'enfant jusqu'à son troisième anniversaire ;

3. Deux « compléments de libre choix » qui permettent aux parents de choisir « librement entre continuer, réduire ou cesser leur activité professionnelle durant les premières années de l'enfant ». Ces compléments de libre choix ne sont soumis à aucune condition de ressources :

– le « complément de libre choix du mode de garde » est versé jusqu'au sixième anniversaire de l'enfant ; il concerne les familles dont au moins l'un des membres continue d'exercer une activité professionnelle, et qui peuvent justifier d'un revenu minimum. Il est assujéti à l'emploi d'une assistante maternelle agréée ou d'une garde à domicile ;

– le « complément de libre choix d'activité » est versé aux familles dont au moins l'un des parents cesse de travailler, soit partiellement, soit totalement, pour se consacrer à l'éducation de ses enfants, jusqu'au troisième anniversaire du plus jeune.

### Personne de référence

**La personne de référence de la famille** est l'homme du couple ou le parent de la famille monoparentale. **La personne de référence du ménage** est la personne de référence de la famille lorsqu'il n'y en a qu'une ou choisie

parmi les personnes de référence des familles ou parmi les membres des ménages de personnes isolées en privilégiant l'activité puis l'âge.

### **Prix courants - prix constants**

Les prix courants sont les prix tels qu'ils sont indiqués à une période donnée, ils sont dits en valeur nominale. Les prix constants sont les prix en valeur réelle c'est-à-dire corrigés de la hausse des prix par rapport à une donnée de base ou de référence. On utilise de la même façon les termes euros ou francs constants et euros ou francs courants.

### **PCS / Nomenclature des professions et catégories socioprofessionnelles**

La nomenclature des professions et catégories socioprofessionnelles dite PCS a remplacé, en 1982, la CSP. Elle classe la population selon une synthèse de la profession (ou de l'ancienne profession), de la position hiérarchique et du statut (salarié ou non).

Elle comporte trois niveaux d'agrégation emboîtés :

- les groupes socioprofessionnels (8 postes) ;
- les catégories socioprofessionnelles (24 et 42 postes) ;
- les professions (486 postes).

Cette version (PCS-2003) est en vigueur depuis janvier 2003. Les premier et deuxième niveaux sont restés inchangés par rapport à la version en vigueur de 1982 à 2003.

### **Produit intérieur brut (PIB)**

C'est l'agrégat représentant le résultat final de l'activité de production des unités productrices résidentes.

Il peut se définir de trois manières :

- le PIB est égal à la somme des valeurs ajoutées brutes des différents secteurs institutionnels ou des différentes branches d'activité, augmentée des impôts moins les subventions sur les produits ;
- le PIB est égal à la somme des emplois finals intérieurs de biens et de services (consomma-

tion finale effective, formation brute de capital fixe, variations de stocks), plus les exportations, moins les importations ;

– le PIB est égal à la somme des emplois des comptes d'exploitation des secteurs institutionnels : rémunération des salariés, impôts sur la production et les importations moins les subventions, excédent brut d'exploitation et revenu mixte.

### **Pouvoir d'achat (du revenu disponible brut) des ménages**

La notion usuelle de pouvoir d'achat correspond au pouvoir d'achat du revenu disponible brut des ménages (ou revenu réel disponible). Il s'agit d'une grandeur macro-économique calculée dans le cadre global et cohérent de la comptabilité nationale sur des bases harmonisées au plan international. Le revenu disponible brut est la part du revenu qui reste à la disposition des ménages pour la consommation et l'épargne une fois déduits les prélèvements sociaux et fiscaux. Le revenu disponible brut comprend les revenus d'activité (salaires et traitements bruts des ménages, augmentés des bénéfices des entrepreneurs individuels), les revenus du patrimoine hors plus-values latentes ou réalisées (dividendes, intérêts et loyers), les transferts en provenance d'autres ménages (notamment les indemnités d'assurance nettes des primes) et les prestations sociales (allocations familiales, minima sociaux, pensions de retraite, indemnités de chômage...). Le revenu disponible brut est diminué des impôts et cotisations sociales versés. Les quatre principaux impôts directs pris en compte sont : l'impôt sur le revenu, la taxe d'habitation, les contributions sociales généralisées (CSG) et la contribution à la réduction de la dette sociale (CRDS). En revanche, les droits de succession ne figurent pas dans ce décompte. L'évolution du pouvoir d'achat du revenu disponible brut rapporte l'évolution du revenu disponible brut à celle du prix de la dépense de consommation des

ménages. Des indicateurs de pouvoir d'achat complémentaires peuvent être calculés pour tenir compte de l'accroissement de la population, des ménages ou des unités de consommation.

### **Quintile**

Les quintiles d'une variable sont les valeurs-seuils de cette variable qui, lorsque l'on ordonne la population selon les valeurs de la variable, la partitionnent en cinq sous-populations de taille égale.

### **Revenus des ménages**

Les ressources des ménages sont principalement constituées des salaires perçus, des revenus de la propriété (intérêts, dividendes, revenus fonciers...), de recettes provenant de leur production marchande et de prestations sociales. Dans l'enquête Budget de famille, on appelle revenu total la somme des revenus d'activité (salariée ou indépendante), des revenus sociaux (retraites, allocations, pensions...), du patrimoine (intérêts, dividendes, revenus fonciers...) et des transferts monétaires réguliers entre ménages (qu'ils soient obligatoires ou non).

### **Sécurité sociale, organismes complémentaires et État**

La Sécurité sociale rembourse la plupart des biens et services médicaux sur la base d'un prix de référence. Les organismes complémentaires financent une partie des dépenses non remboursées par la Sécurité sociale pour les individus ayant souscrit auprès d'eux un contrat. L'État finance principalement une couverture complémentaire pour les plus démunis : la couverture maladie universelle complémentaire.

### **Services d'intermédiation financière indirectement mesurés (Sifim)**

Les services d'intermédiation financière indirectement mesurés (Sifim) se définissent comme les marges réalisées par les institu-

tions financières sur leurs opérations d'intermédiation bancaire. On distingue deux types de marges, celles réalisées sur les crédits qu'octroient les institutions financières et celles obtenues sur les dépôts bancaires qu'elles gèrent. Pour réaliser un profit, l'intermédiaire financier octroie un crédit à un taux d'intérêt supérieur à celui auquel il se refinance et rémunère les dépôts de ses clients en dessous du taux auquel il peut lui-même placer ces liquidités sans risque. La marge réalisée sur chaque opération s'apprécie donc par rapport au coût du refinancement supporté par les institutions financières. En pratique, on ne sait pas mesurer directement ces marges, celles-ci fluctuent au gré des variations des taux d'intérêt et diffèrent selon chaque type d'opération bancaire. En comptabilité nationale, les Sifim sont donc mesurés indirectement par rapport à un taux de refinancement unique : le taux moyen des opérations interbancaires.

### **Solde (ou correction) territorial(e)**

Dans les comptes nationaux, la correction territoriale représente les dépenses des résidents à l'étranger moins les dépenses des non-résidents en France.

### **TVA**

La taxe sur la valeur ajoutée (TVA) est collectée par les entreprises mais est entièrement supportée par l'acheteur final qui est le plus souvent un ménage mais peut aussi être une entreprise ou une administration publique. Son montant est calculé en appliquant un taux défini en fonction du bien ou service taxé au prix hors taxe (ou auquel on a éventuellement ajouté d'autres taxes indirectes comme la taxe intérieure sur les produits pétroliers par exemple). En 2006, les taux appliqués en métropole sont de 2,1 %, 5,5 % ou 19,6 %, ce dernier étant le taux plein lorsque le bien ou le service n'est pas exonéré.

## **Union européenne**

Sans précision, il s'agit dans cet ouvrage de l'Union à 25, avant l'intégration des deux derniers entrants en 2007 (Bulgarie, Roumanie) : Allemagne, Autriche, Belgique, Chypre, Danemark, Espagne, Estonie, Finlande, France, Grèce, Hongrie, Irlande, Italie, Lettonie, Lituanie, Luxembourg, Malte, Pays-Bas, Pologne, Portugal, République tchèque, Royaume-Uni, Slovaquie, Slovénie et Suède.

## **Volume (au sens de la comptabilité nationale)**

La comptabilité nationale propose une mesure de l'évolution des grands agrégats économiques (produit intérieur brut, dépense de consommation des ménages...) en volume, c'est-à-dire corrigée de l'évolution de leurs prix. Pour éliminer les effets de

prix dans l'analyse de la croissance du PIB et de ses composantes, les volumes sont ainsi conçus pour se rapprocher de la notion de quantité. Mais additionner des quantités de produits élémentaires n'a pas de sens : pour rendre ces quantités commensurables, il faut attribuer aux quantités élémentaires le prix qu'elles ont à une période donnée.

Afin de tenir compte des déformations de la structure des prix relatifs, il est possible de mesurer systématiquement l'évolution des volumes en fonction des prix de l'année précédente. Les comptes annuels sont ainsi calculés « aux prix de l'année précédente ». Les comptes sont de plus « chaînés » pour conserver les évolutions, et non les niveaux, des volumes aux prix de l'année précédente d'une année sur l'autre, à partir de la valeur d'une année de référence donnée.



## Sigles utilisés

<b>AFEAMA</b>	Aide à la famille pour l'envoi d'une assistance maternelle agréée
<b>ALS</b>	Allocation logement à caractère social
<b>ALF</b>	Allocation logement à caractère familial
<b>APA</b>	Allocation personnalisée d'autonomie
<b>APL</b>	Aide personnalisée au logement
<b>APU</b>	Administrations publiques
<b>CESU</b>	Chèque emploi service universel
<b>CN</b>	Comptabilité nationale
<b>CRDS</b>	Contribution au remboursement de la dette sociale
<b>CSG</b>	Contribution sociale généralisée
<b>DCA</b>	Crédits pour l'achat de la résidence principale
<b>DOM</b>	Département d'outre-mer
<b>GSA</b>	Grandes surfaces alimentaires
<b>GSS</b>	Grandes surfaces spécialisées
<b>HLM</b>	Habitation à loyer modéré
<b>ISBSLM</b>	Institutions sans but lucratif au service des ménages
<b>OPCVM</b>	Organismes de placement collectif en valeurs mobilières
<b>PAJE</b>	Prestation d'accueil du jeune enfant
<b>PIB</b>	Produit intérieur brut
<b>PMU-PMH</b>	Pari mutuel urbain et sur hippodrome
<b>PNMP</b>	Poids net du m <sup>2</sup> par personne
<b>RDB</b>	Revenu disponible brut
<b>SIFIM</b>	Services intermédiaires financiers indirectement mesurés
<b>SMIC</b>	Salaire minimum de croissance
<b>TIPP</b>	Taxe intérieure sur les produits pétroliers
<b>TVA</b>	Taxe sur la valeur ajoutée

## Dans la même collection

### Parus

Le tourisme en France  
Formations et emploi, édition 2009  
L'économie française, édition 2009  
Les revenus d'activité des indépendants, édition 2009

### À paraître

France, portrait social, édition 2009  
Le commerce en France, édition 2009  
L'industrie en France, édition 2009  
Les revenus et le patrimoine des ménages, édition 2010

Imprimerie JOUVE – 11, boulevard de Sébastopol 75001 Paris

---

Dépôt légal : septembre 2009

