

La consommation des ménages et ses multiples déterminants

CPGE 1

Marine Salès-Juet

2023/2024

Plan du cours

1 Faits stylisés et définitions

- Faits stylisés
- Définitions

2 Les déterminants du volume de consommation

- Une première approche des déterminants de la consommation
- Le revenu courant net disponible
 - La fonction de consommation keynésienne
 - La réfutation partielle de l'analyse keynésienne
- Les habitudes
- Le revenu relatif
- La richesse
- Les anticipations d'inflation
- L'âge ou le positionnement dans le cycle de vie
- Les contraintes de liquidités
 - L'antisélection ou la sélection adverse
 - L'aléa moral
 - Les contraintes de liquidité dans le modèle du cycle de vie

3 Les déterminants de la structure de consommation

- Les déterminants sociologiques
- Les déterminants marketing

Plan

- 1 **Faits stylisés et définitions**
 - Faits stylisés
 - Définitions
- 2 Les déterminants du volume de consommation
- 3 Les déterminants de la structure de consommation

Faits stylisés

| | Poids dans la consommation effective en 2021 (en %) | Évolution en volume (en %) | | | Évolution en prix (en %) | | | Écart à la tendance 2015-2019 en volume en 2021 (en pts) | Valeur 2021 (en milliards d'euros) |
|---|---|------------------------------|-------|------|------------------------------|------|------|--|------------------------------------|
| | | Moyenne annuelle 2015 à 2019 | 2020 | 2021 | Moyenne annuelle 2015 à 2019 | 2020 | 2021 | | |
| Consommation effective des ménages, dont : | 100,0 | 1,4 | -6,5 | 6,0 | 0,7 | 2,9 | 0,9 | -4 | 1 720,0 |
| Dépense de consommation des ménages | 73,5 | 1,5 | -6,7 | 5,2 | 0,8 | 0,9 | 1,6 | -4 | 1 264,8 |
| Alimentation et boissons non alcoolisées | 10,3 | 0,3 | 4,3 | -1,1 | 1,4 | 2,2 | 0,6 | 2 | 176,8 |
| Produits alimentaires, dont : | 9,4 | 0,2 | 4,5 | -1,2 | 1,4 | 2,5 | 0,7 | 3 | 162,0 |
| Pain et céréales | 1,9 | 2,7 | 1,9 | 7,5 | 0,5 | 0,9 | 0,4 | 4 | 32,2 |
| Viandes | 2,2 | -1,6 | 5,3 | -4,6 | 1,1 | 3,0 | 0,9 | 4 | 38,0 |
| Poissons et crustacés | 0,5 | -3,2 | 4,1 | -0,9 | 3,1 | 3,0 | 0,4 | 12 | 8,9 |
| Lait, fromages et œufs | 1,3 | 0,5 | 6,5 | -3,0 | 0,5 | 0,7 | 0,2 | 2 | 22,4 |
| Fruits et légumes | 2,2 | 0,6 | 4,3 | -4,0 | 3,5 | 5,3 | 1,7 | 0 | 37,3 |
| Boissons non alcoolisées | 0,9 | 1,5 | 3,2 | 0,5 | 0,5 | -0,1 | -0,2 | 0 | 14,8 |
| Boissons alcoolisées, tabac et stupéfiants | 3,1 | -1,0 | 1,3 | -1,6 | 3,0 | 6,7 | 3,1 | 2 | 52,7 |
| Boissons alcoolisées | 1,3 | 0,1 | 2,1 | 1,5 | 1,1 | 0,5 | 0,8 | 3 | 22,7 |
| Tabac | 1,5 | -3,0 | -0,1 | -5,4 | 5,4 | 13,7 | 5,5 | 2 | 25,5 |
| Articles d'habillement et chaussures | 2,4 | 0,0 | -17,0 | 9,5 | -0,2 | -8,5 | 0,9 | -8 | 41,0 |
| Articles d'habillement | 1,9 | 0,0 | -17,4 | 8,7 | -0,2 | 0,1 | 0,8 | -9 | 32,3 |
| Chaussures | 0,5 | 0,1 | -15,4 | 12,7 | 0,1 | -2,5 | 1,1 | -5 | 8,7 |
| Logement, chauffage, éclairage, dont : | 20,4 | 1,3 | 0,2 | 2,5 | 0,7 | 0,4 | 2,1 | 1 | 351,5 |
| Loyers ^a | 14,6 | 1,7 | 1,0 | 1,5 | 0,3 | 0,6 | 0,8 | 0 | 251,1 |
| Entretien et réparation des logements | 1,3 | 0,6 | -7,5 | 12,2 | 1,5 | 1,4 | 2,3 | 2 | 21,7 |
| Chauffage, éclairage | 3,5 | 0,4 | -0,3 | 3,9 | -2,2 | -1,0 | 8,6 | 4 | 60,5 |
| Équipement du logement | 3,6 | 1,8 | -0,8 | 5,5 | -1,0 | -0,2 | 2,7 | 1 | 62,6 |
| Santé, dont : | 3,2 | 1,4 | -6,5 | 17,5 | -0,4 | 1,1 | -3,4 | 8 | 54,3 |
| Médicaments et autres produits pharmaceutiques | 1,2 | 2,3 | -1,7 | 17,4 | -1,7 | 2,1 | -8,3 | 11 | 21,3 |
| Médecine non hospitalière | 1,5 | 1,0 | -8,9 | 19,4 | 0,6 | 0,5 | -0,6 | 7 | 25,7 |

Figure 1 – Évolution de la consommation des ménages par fonction

Faits stylisés et définitions

Les déterminants du volume de consommation
Les déterminants de la structure de consommation

Faits stylisés Définitions

Faits stylisés

| | | | | | | | | | |
|--|------|------|-------|------|------|-------|-------|-----|-------|
| Transport, dont : | 9,4 | 2,7 | -20,6 | 11,3 | 0,9 | -1,9 | 4,4 | -17 | 161,8 |
| Achats de véhicules | 2,1 | 4,1 | -18,0 | 0,3 | 0,4 | 0,5 | 1,0 | -24 | 37,0 |
| Carburants, lubrifiants | 2,3 | 0,5 | -17,0 | 18,2 | 1,3 | -10,7 | 12,6 | -3 | 40,3 |
| Services de transports | 1,2 | 2,6 | -49,2 | 21,8 | 0,7 | 0,0 | 4,5 | -42 | 20,6 |
| Communications | 1,9 | 2,9 | 1,9 | 3,5 | -2,7 | -0,4 | 1,5 | 1 | 31,8 |
| Loisirs et culture, dont : | 5,7 | 1,7 | -11,6 | 7,4 | 0,2 | 0,4 | 1,1 | -8 | 97,3 |
| Appareils électroniques et informatiques | 0,8 | 0,5 | 6,7 | 1,6 | -3,1 | -1,7 | -0,2 | 8 | 13,7 |
| Autres biens culturels, récréatifs et équipements de loisirs | 2,2 | 3,1 | -2,7 | 8,8 | 0,2 | 0,5 | 1,7 | 0 | 38,4 |
| Services culturels et récréatifs | 1,7 | 3,1 | -25,8 | 9,9 | 0,9 | 1,0 | 1,0 | -23 | 30,1 |
| Presse, livres et papeterie | 0,8 | -2,9 | -7,0 | 3,8 | 1,8 | 1,1 | 1,2 | 4 | 13,8 |
| Éducation | 0,4 | 2,7 | -8,2 | 3,3 | 0,9 | 1,6 | 1,8 | -10 | 6,1 |
| Hôtels, cafés et restaurants | 4,4 | 3,1 | -34,0 | 15,2 | 1,7 | 1,4 | 1,1 | -28 | 76,3 |
| Autres biens et services, dont : | 9,4 | 1,2 | -5,3 | 5,7 | 1,3 | 2,2 | 0,6 | -2 | 160,9 |
| Soins personnels | 1,7 | 1,1 | -10,7 | 5,4 | 0,2 | 0,6 | 0,8 | -7 | 30,1 |
| Action sociale | 1,5 | 0,3 | -10,7 | 6,5 | 1,9 | 1,2 | 0,6 | -5 | 25,4 |
| Assurances | 3,6 | 1,4 | 0,9 | 2,8 | 2,2 | 6,3 | 1,9 | 0 | 62,6 |
| Sifim ⁴ | 0,2 | 2,6 | 4,3 | 1,8 | -0,7 | -17,5 | -19,7 | 1 | 4,2 |
| Correction territoriale | -0,5 | -2,5 | -54,3 | 16,9 | 0,8 | 0,7 | 2,1 | -52 | -8,3 |
| Dépense de consommation des ISBLM ³ | 3,0 | 1,3 | -6,5 | 5,9 | 1,0 | 4,7 | 0,7 | -3 | 52,3 |
| Dépense de consommation des APU ² , dont : | 23,4 | 1,2 | -5,7 | 8,4 | 0,4 | 9,5 | -1,3 | -1 | 402,9 |
| Santé | 11,5 | 2,5 | -2,9 | 12,2 | -0,3 | 8,2 | -0,3 | 3 | 198,4 |
| Éducation | 6,2 | 0,5 | -6,2 | 5,2 | 1,1 | 8,1 | -2,5 | -2 | 106,4 |
| Action sociale | 3,5 | -0,5 | -5,0 | 3,1 | 1,1 | 8,5 | 1,1 | -1 | 59,7 |
| Logement | 0,8 | -1,5 | 1,6 | -6,1 | 0,3 | 0,5 | 0,5 | -1 | 13,9 |

Figure 2 – Évolution de la consommation des ménages par fonction

Faits stylisés

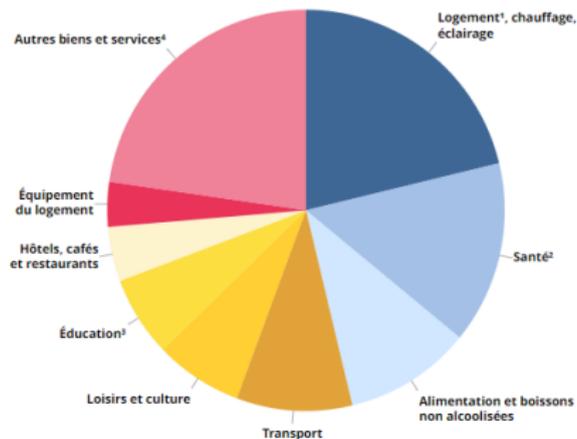


Figure 3 – Consommation effective des ménages en 2021 en %

Faits stylisés

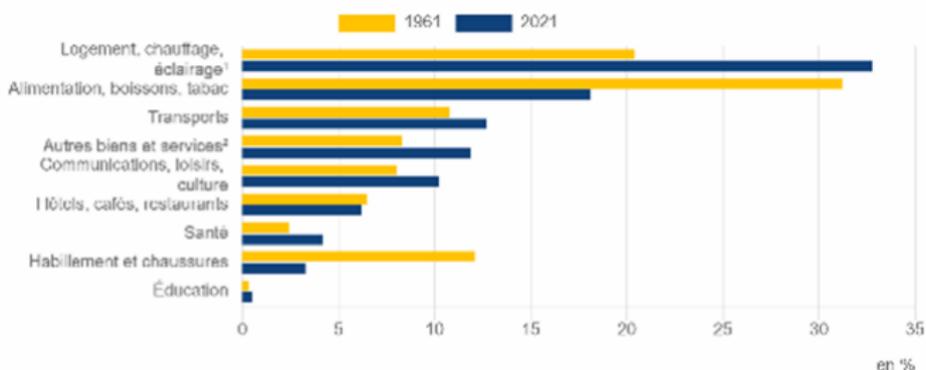


Figure 4 – Evolution des dépenses de consommation des ménages par fonction entre 1961 et 2021

Faits stylisés

| Bien durable | Évolution annuelle en volume | | | | | Poids dans la valeur de la consommation finale en 2021 |
|------------------------------------|------------------------------|------------|------------|-------------|------------|--|
| | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 (r) | 2021 | |
| Automobiles | 4,5 | 1,9 | 0,5 | -20,0 | -0,7 | 2,6 |
| <i>dont automobiles neuves</i> | 1,3 | -1,3 | -1,1 | -20,7 | 0,8 | 1,7 |
| Téléviseurs | -15,9 | 9,6 | -1,6 | 20,8 | 0,4 | 0,2 |
| Réfrigérateurs, congélateurs | 6,5 | 0,0 | 5,4 | 5,2 | 7,5 | 0,1 |
| Lave-linge | 4,3 | 0,6 | 6,3 | 5,0 | 9,3 | 0,1 |
| Meubles | 2,4 | -0,2 | 4,0 | -6,3 | 10,4 | 1,3 |
| Autres biens durables ¹ | 3,1 | 2,7 | 4,8 | -1,2 | 12,7 | 3,8 |
| Ensemble des biens durables | 3,1 | 2,0 | 2,9 | -8,8 | 7,3 | 8,2 |

r : données révisées.

1. Matériel téléphonique, lecteurs de DVD, lave-vaisselle, appareils de cuisson, caravanes, cycles et motocycles, etc.

Figure 5 – Évolution des dépenses de consommation de biens durables en %

Faits stylisés

Le logement pèse dans les dépenses contraintes

Part des dépenses « préengagées », difficilement évitables, dans le revenu disponible brut des ménages, selon leur fonction en %

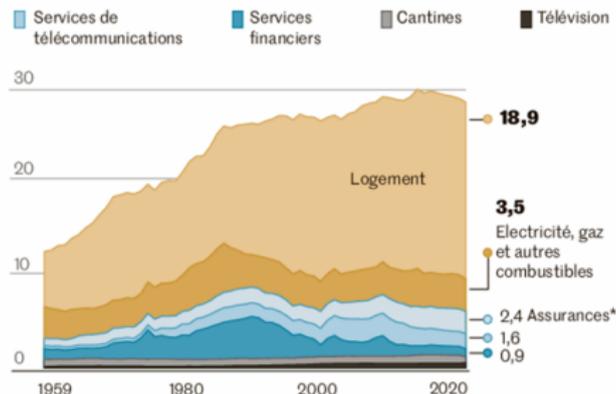
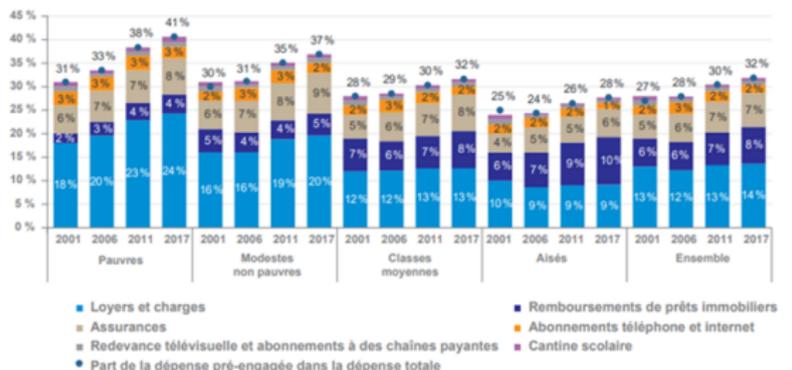


Figure 6 – Évolution de la part des dépenses pré-engagées dans le revenu des Français

Faits stylisés



Lecture : en 2017, en moyenne pour des ménages, 32 % de la dépense totale était pré-engagée. Les loyers et charges représentaient 14 % de la dépense totale.

Champ : France métropolitaine, ménages ordinaires dont le revenu déclaré au fisc est positif et dont la personne de référence n'est pas étudiante.

Source : Insee, enquêtes *Budget de famille*. Calculs Drees pour l'année 2001, France Stratégie pour les autres années

Figure 7 – Évolution de la part des dépenses pré-engagées dans la dépense totale des ménages

Enjeux principaux

- Qu'est-ce qui **détermine** la consommation des ménages ?
Comment l'**expliquer** ?
- Faut-il tenter de **stimuler** la consommation et par quels **moyens** ? Ou bien faut-il inciter les ménages à **épargner** afin de financer l'économie, et ses investissements ?

Définitions

- **Consommation** : utilisation d'un bien ou d'un service qui entraîne sa **disparition à plus ou moins long terme** dans le but de **satisfaire des besoins**.
- **Dépenses de consommation finale** des ménages : dépenses de consommation **payées** par les ménages.
- **Consommation effective** : ensemble des biens et services utilisés/consommés **effectivement** par les ménages, **quelle que soit** la façon dont ils sont financés.

Définitions

| | Moyenne annuelle 2015 à 2019 | 2019 | 2020 | 2021 |
|--|---------------------------------|------|-------|------|
| Consommation effective (en volume) | 1,4 | 1,5 | - 6,5 | 6,0 |
| Dépense de consommation (en volume) | 1,5 | 1,8 | - 6,7 | 5,2 |
| Prix de la consommation effective | 0,7 | 0,9 | 2,9 | 0,9 |
| Prix de la dépense de consommation | 0,8 | 0,8 | 0,9 | 1,6 |
| Pouvoir d'achat du revenu disponible brut ajusté | 1,5 | 2,1 | - 1,4 | 3,7 |
| <i>Pouvoir d'achat du revenu disponible brut ajusté par unité de consommation (UC)</i> | 0,5 | 1,6 | - 1,9 | 3,2 |
| Pouvoir d'achat du revenu disponible brut | 1,6 | 2,6 | 0,2 | 2,3 |
| <i>Pouvoir d'achat du revenu disponible brut par UC</i> | 0,5 | 2,0 | - 0,3 | 1,9 |
| Pouvoir d'achat du revenu arbitrage | 0,9 | 2,8 | 0,2 | 2,1 |
| <i>Pouvoir d'achat du revenu arbitrage par UC</i> | 0,6 | 2,2 | - 0,2 | 1,7 |
| Taux d'épargne (en % du revenu disponible brut) | 14,3 | 15,1 | 20,9 | 18,7 |
| Taux d'épargne financière (en % du revenu disponible brut) | 4,5 | 4,6 | 11,6 | 7,7 |

Source : Insee, comptes nationaux, base 2014.

Figure 8 – Évolution de la consommation effective et des dépenses de consommation finale des ménages en %

Définitions

- **Consommations intermédiaires** : valeur des biens et services qui sont entièrement consommés ou transformés **au cours du processus de production** pour produire des biens de consommation finale, intermédiaire ou de production.

Plan

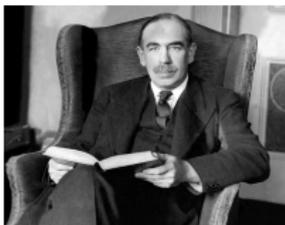
- 1 Faits stylisés et définitions
- 2 **Les déterminants du volume de consommation**
 - Une première approche des déterminants de la consommation
 - Le revenu courant net disponible
 - Les habitudes
 - Le revenu relatif
 - La richesse
 - Les anticipations d'inflation
 - L'âge ou le positionnement dans le cycle de vie
 - Les contraintes de liquidités
- 3 Les déterminants de la structure de consommation

Une première approche des déterminants de la consommation



- **Lecture de l'article d'Alternatives Economiques - Un moteur de l'économie et de l'estime de soi.**
- Questions :
 - 1 Identifiez les **différents déterminants** de la consommation.
 - 2 Expliquez la « **loi psychologique fondamentale** ». Quelle est la **principale implication** de cette loi en termes macroéconomique ?

Le revenu réel disponible



- D'après l'analyse **keynésienne**,

$$C_t = f(Y_t)$$

- Fonction de consommation **stable et prévisible à court terme**. Quelle **forme** à cette fonction **selon John Maynard Keynes** ?

Hypothèses

La loi psychologique fondamentale

*La loi psychologique fondamentale sur laquelle nous pouvons nous appuyer en toute sécurité, à la fois a priori en raison de notre **connaissance de la nature humaine** et a posteriori en raison des renseignements détaillés de l'expérience, c'est **qu'en moyenne et la plupart du temps, les hommes tendent à accroître leur consommation à mesure que le revenu croît, mais non d'une quantité aussi grande que l'accroissement du revenu.***

John Maynard Keynes,

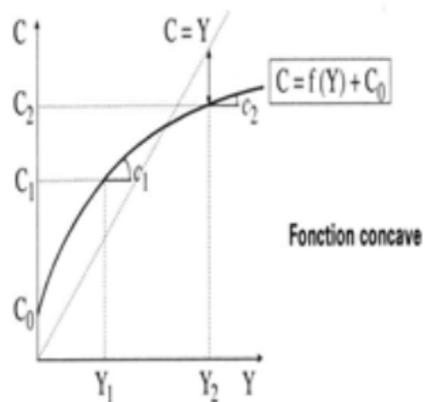
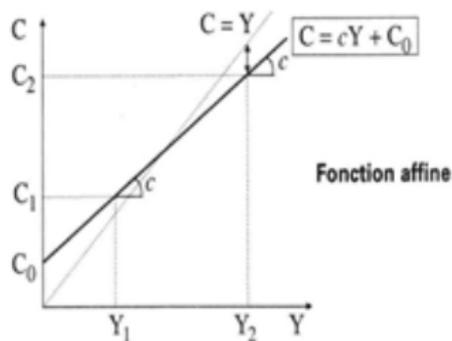
Théorie générale de l'emploi, de l'intérêt et de la monnaie, 1936.

Implications de la LPF

- La fonction de consommation keynésienne est **croissante** avec le revenu courant disponible :
Quand le revenu national augmente, la consommation augmente.
- *Quand le revenu national augmente, la consommation augmente, mais **pas autant** que l'augmentation du revenu (**moins que proportionnellement**).*
→ La **propension marginale à consommer** est comprise entre 0 et 1 .

Hypothèses

- Cette fonction est-elle **affine** ? Ou **concave** ?



Hypothèses

- Fonction **affine** : $C_t = cY_t + C_0$, avec C_0 : Consommation **incompressible** quand le revenu est nul.
→ Quel que soit le revenu initial, on consomme toujours la **même proportion** de l'augmentation du revenu, la propension marginale à consommer, c .
- Fonction **concave** : $C_t = f(Y_t) + C_0$ avec $f'_t < 0$.
*"Autrement dit, lorsque le revenu réel augmente, la communauté ne désire consommer qu'une proportion **graduellement décroissante** de son revenu."* John Maynard Keynes, 1936.

Implications

- La fonction de consommation keynésienne est **concave** : Plus on s'enrichit, **moins** on consacre une part importante de l'augmentation du revenu à la consommation. On **épargne** plutôt.
 - Ainsi, l'enrichissement de la société se traduit par une augmentation de l'épargne et par une tendance à la **sous-consommation** et au **sous-emploi/chômage**.
- ⇒ **La demande crée l'offre.**

Solutions ?

- Politiques de **relance** par la **demande**.
 - Demande **effective ou anticipée**
- En faveur de **qui** ?

La réfutation partielle de l'analyse keynésienne

- **Empiriquement**, la théorie keynésienne est cependant **partiellement** réfutée :

A **long terme**, la part de la consommation dans le revenu national **ne diminue pas** à mesure que la société s'enrichit mais reste **constante**.

La réfutation partielle de l'analyse keynésienne

- Études de **moyen** terme, en coupes **instantanées**.
 - **Résultat** : Les ménages à revenus **élevés** consomment bien une part de leur revenu **inférieure** à celle des ménages à revenus moindres.

La réfutation partielle de l'analyse keynésienne

- Études de **long terme** en coupes **longitudinales**/données de **panel** : **Simon Kuznets (1946)**.
 - **Résultat** : entre **1896 et 1938** que **quel que soit le niveau de revenu**, les américains ont consommé une part **constante** de leur revenu.
 - A **long terme**, la consommation représente en moyenne **85 % du revenu du ménage**. Le reste sert à l'épargne.



Implications

- La fonction de consommation macroéconomique **n'est pas stable et prévisible à long terme** : elle change de forme au cours du temps.
- L'augmentation séculaire du revenu **ne se traduit pas** par une baisse de la propension à consommer : consommation et épargne sont alors **relativement stables** en proportion du revenu.

Implications

- Explications possibles ?
 - La fonction de consommation keynésienne doit être **sophistiquée** pour **réconcilier** les résultats empiriques de court, moyen et long terme.
 - La fonction de consommation keynésienne est **fausse** à long terme et doit être **corrigée**.

Les habitudes

- Deux approches **théoriques** pour réconcilier les résultats **empiriques** et **théoriques** en utilisant l'idée d'**habitudes** :

- **Effet de cliquet de James Duesenberry (1949) :**

$C_t = aY_t + b(Y_M - Y_t)$ avec Y_M , le montant **maximal** de revenu déjà atteint.

Les habitudes

- L'effet de **cliquet** ou de **crémaillère** permet d'expliquer pourquoi la propension à consommer se comporte de manière **contra-cyclique, volatile, non stable à court terme** (elle augmente en cas de récession et diminue en cas d'expansion), alors qu'elle est **constante à long terme**.

Les habitudes

- Deux approches **théoriques** pour réconcilier les résultats **empiriques** et **théoriques** en utilisant l'idée d'**habitudes** :
 - **Théorie de la formation d'habitudes de Thomas Brown (1952)** :

$$C_t = cY_t + aC_{t-1}$$

Les habitudes

- De plus, un nouveau déterminant de la consommation est identifié : les **habitudes**. Mais est-ce le seul ?

Le revenu relatif

- Vision **sociologique** : rôle du revenu des individus de la **classe sociale supérieure** à celle de l'individu.
- Théorie du **revenu relatif** : le rôle de l'**effet d'imitation** selon **James Duesenberry (1949)**.
 - Les classes moyennes tendent à consommer la **même chose** que les classes supérieures, en particulier lorsque les relations avec ces classes sont **fréquentes**.
- Idée **ancienne** : La théorie de la classe de loisirs (1899) de **Thorstein Veblen**.

Le revenu relatif

- Idée **toujours d'actualité** :
 - **Erzo Luttmer** Neighbors as Negatives : relative earnings and well being (2005).
 - **Sarah Solnik et David Hemenway** Is more Always Better than Others? A survey on Positional Concerns (1998).

La richesse

- **Richesse** : somme du **patrimoine initial** et des flux actualisés de revenus **passés, présents et futurs**.
- Sachant sa richesse, l'individu va **optimiser** son comportement de consommation **sur sa durée de vie**.
- **Objectif** : lissage de sa consommation.

La richesse

- Modèle **microéconomique d'Irving Fisher (1930)** :
 - La décision de consommation s'inscrit dans un **programme d'optimisation des ressources et des dépenses** sur plusieurs périodes.
 - Maximisation de l'**utilité intertemporelle**, sous la **contrainte** que la **richesse totale** soit supérieure ou égale à la **consommation totale** tout au long de la vie.

La richesse

- **Théorie macroéconomique du revenu permanent** de Milton Friedman A Theory of Consumption Function (1957).
- **Hypothèses principales** :
 - Préférence pour une consommation **lissée** au cours de la vie.
 - Information **parfaite**.
 - Marchés **financiers** parfaits.

La richesse

- **Revenu permanent** : revenu que les agents s'attendent à **conserver** sur sa durée de vie, débarrassé de ses **fluctuations transitoires**.
- **Revenu transitoire** : revenu **exceptionnel**, positif ou négatif.

La richesse

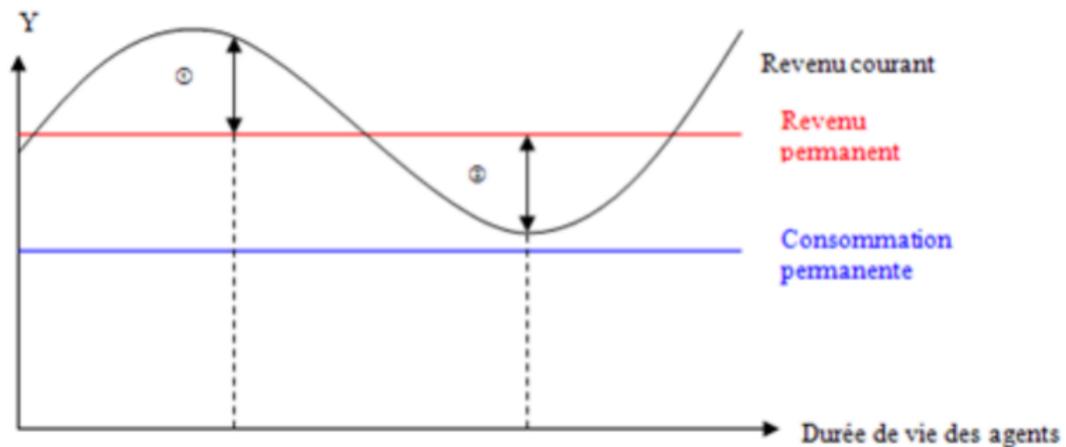


Figure 9 – Revenu permanent et consommation permanente

Implications

⇒ Le seul lien **stable** que l'on peut établir est celui qui lie la **consommation permanente** au **revenu permanent**.

⇒ Un accroissement de revenu modifie **significativement** la consommation (permanente) de l'agent uniquement dans la mesure où il y a modification du **revenu permanent** de l'agent.

⇒ Toute politique publique qui modifie le revenu **transitoire** est **inefficace** : ce revenu sera essentiellement **épargné** s'il est positif, financé par **désépargne** s'il est négatif.

Les anticipations d'inflation

- Deux effets **contradictoires** :
 - La hausse des prix entraîne une **hausse** de la consommation présente.
 - Effet **Pigou** ou effet d'**encaisses réelles** : La baisse de la valeur des encaisses réelles entraîne une **baisse** de la consommation présente.

Le positionnement dans le cycle de vie

- Théorie du cycle de vie basée sur les travaux de **Richard Brumberg**, **Franco Modigliani** (1954) et **Albert Ando**, **Franco Modigliani** (1963).
- Hypothèses principales :
 - Préférence pour une consommation **lissée** au cours de la vie.
 - Information **parfaite**.
 - Marchés **financiers** parfaits.

Le positionnement dans le cycle de vie

- Afin de **lisser** la consommation tout au long de leur vie, les agents sont dans l'obligation d'opérer des **transferts de ressources** sur leur cycle de vie par des opérations d'**épargne** et d'**emprunt**.
- Contrainte de **solvabilité** intertemporelle.

Faits stylisés et définitions
Les déterminants du volume de consommation
Les déterminants de la structure de consommation

Une première approche des déterminants de la consommation
Le revenu courant net disponible
Les habitudes
Le revenu relatif
La richesse
Les anticipations d'inflation
L'âge ou le positionnement dans le cycle de vie
Les contraintes de liquidités

Le positionnement dans le cycle de vie

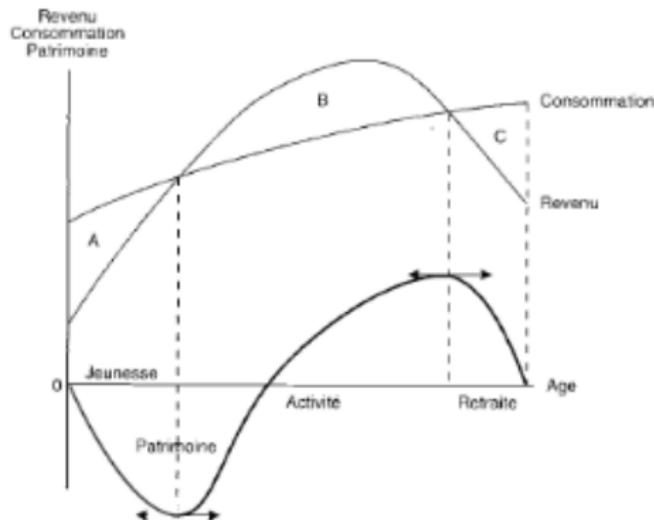


Figure 10 – Diagramme du cycle de vie

Le positionnement dans le cycle de vie

- **Critiques** de ces modèles :
 - **Incertitude** sur les revenus futurs et l'espérance de vie
 - **Altruisme**
 - **Imperfection** des marchés financiers

- **Sur-** ou **sous-**évaluation de l'épargne ?

Enseignements de l'hypothèse du cycle de vie

- Comment évolue le **taux d'épargne au niveau d'un pays** dans les cas suivants ?
 - Situation **stationnaire** (taux de croissance économique et démographique nuls)
 - Situation d'**allongement de l'espérance de vie** de la population **sans allongement de la durée d'activité**
 - Situation de **croissance économique**

Les contraintes de liquidité

- **Contraintes de liquidité** : l'agent ne peut optimiser son comportement de consommation en raison des **difficultés de transférer des ressources dans le temps**.
- Problème : **imperfections** du marché des fonds prêtables.
Information **imparfaite** avec une **asymétrie d'information**.

Les contraintes de liquidité

- Conséquence : le **lissage de la consommation** est contrarié.

L'antisélection ou la sélection adverse

▶ Link

• Questions :

- 1 Identifiez le **nom de l'auteur** et de **l'article** où le concept d'antisélection a été introduit.
- 2 Qu'entend-on par "**lemons**" ?
- 3 Expliquez en quoi consiste l'**antisélection** ou la **sélection adverse** sur le marché **automobile**.
- 4 Quelles **solutions** peuvent-être envisagées pour réduire cette asymétrie d'information ?
- 5 Expliquez maintenant en quoi consiste l'antisélection sur le marché du **crédit**, quelle en est la **conséquence** et quelles sont les **solutions possibles** pour réduire cette asymétrie d'information.

Les contraintes de liquidité

- Joseph Stiglitz et Andrew Weiss
Credit Rationing in Markets with Imperfect Information
(1981) : **rationnement pur**.
 - Parmi des emprunteurs **identiques**, certains reçoivent un prêt et **d'autres non**.
 - Les emprunteurs potentiels qui ont été rejetés ne pourront pas emprunter, **même s'ils indiquent leur volonté de payer plus** que les taux d'intérêts du marché.
⇒ Signal de **mauvaise** qualité!
 - L'équilibre va se faire par les **quantités**. Les emprunteurs qui **semblent les plus risqués** sont rationnés.

L'aléa moral

- Asymétrie d'information *ex-post*, post-contractuelle introduite par **Kenneth Arrow (1960)**.
- Un des deux contractants adopte un **comportement opportuniste** car l'autre n'est pas en mesure d'**observer** son comportement ou de déterminer si ce comportement est **approprié** aux circonstances.
- Exemple : rôle du **prêteur en dernier ressort** des banques centrales et les organisations "too big to fail" (**Ben Bernanke, 2020**).

Faits stylisés et définitions
Les déterminants du volume de consommation
Les déterminants de la structure de consommation

Une première approche des déterminants de la consommation
Le revenu courant net disponible
Les habitudes
Le revenu relatif
La richesse
Les anticipations d'inflation
L'âge ou le positionnement dans le cycle de vie
Les contraintes de liquidité

Les contraintes de liquidité

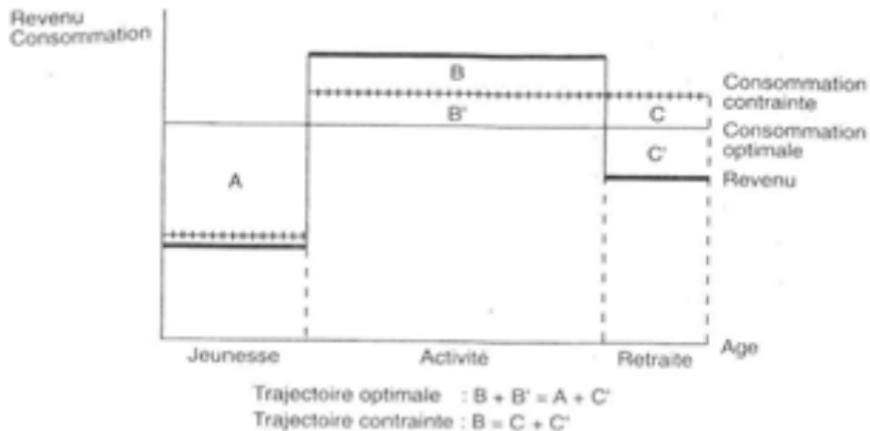


Figure 11 – Les contraintes de liquidité dans un modèle du cycle de vie

Les contraintes de liquidité

- Dans la **jeunesse**, l'individu consomme **exactement** son revenu, alors qu'il aurait voulu **consommer beaucoup plus**.
- A l'âge **actif**, il **épargne** B et B' : il consomme **plus** que ce qu'il aurait souhaité.
- A la **retraite**, il **désépargne** C et C' : il consomme **plus** que ce qu'il aurait souhaité.

Plan

- 1 Faits stylisés et définitions
- 2 Les déterminants du volume de consommation
- 3 Les déterminants de la structure de consommation
 - Les déterminants sociologiques
 - Les déterminants marketing

Les déterminants sociologiques

- Respect de **certaines valeurs** : consommation **éthique** ou "consomm'acteur".
- Reflet d'une **hiérarchie sociale** :
 - Pour des **niveaux de revenus identiques** mais compte tenu d'un capital **culturel** ou **social** différent, les structures de consommation des catégories socio-professionnelles diffèrent (**Pierre Bourdieu**, rôle de l'**habitus**).
 - Effet de **démonstration/imitation** (Thorstein Veblen, 1899 ; James Duesenberry, 1949).

Les déterminants sociologiques

- Rôle de la **structure de l'emploi** : augmentation du travail des **femmes** à temps plein.
 - Hausse de la consommation de biens d'**équipement** (lave-vaisselle), de services **économisant le temps** (services de garderie) et de la consommation de **loisirs** (effet **revenu**).

Les déterminants marketing

- Rôle de l'**offre** des entreprises dans une vision **Schumpétérienne**.
- La **filière inversée** de **Kenneth Galbraith**
Le nouvel État industriel (1967).
- **Marshall Sahlins** Age de pierre, âge d'abondance (1976) :
sociétés de pénurie.