

La consommation des ménages et ses multiples déterminants

1D2

Marine Salès-Juet

2024/2025

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 réel 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 et définitions

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

Faits stylisés
Définitions

Faits stylisés

en %

Poste de consommation	Variation en volume au prix de l'année précédente						Coefficient budgétaire ¹
	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2022
Alimentation et boissons non alcoolisées	0,4	-0,4	-0,3	4,1	-1,0	-3,3	13,5
Boissons alcoolisées et tabac	-0,2	-2,6	-3,3	1,4	-1,6	-3,9	3,8
Articles d'habillement et chaussures	1,3	-2,4	0,5	-16,3	10,2	6,1	3,3
Logement, chauffage, éclairage, dont :	0,7	1,4	1,9	0,4	2,7	-0,7	26,7
loyers (imputés et réels)	1,3	1,9	2,6	1,2	1,5	1,3	19,0
entretien et réparation des logements	0,9	0,9	1,2	-7,1	13,2	1,1	1,7
Équipement du logement	2,3	0,5	2,1	-1,2	6,3	-5,2	4,6
Santé (dépenses à la charge des ménages)	0,6	1,0	1,3	-7,1	15,7	2,0	4,1
Transports	3,7	2,1	1,6	-20,4	10,2	5,1	13,8

Faits stylisés

Dépense de consommation financée par la collectivité	1,5	0,7	0,7	-6,0	8,2	3,3	///
ISBLSM ²	1,6	0,2	1,3	-6,7	6,2	6,4	///
Administrations publiques ³ , dont :	1,5	0,7	0,6	-5,9	8,5	2,9	///
santé	2,9	1,9	1,4	-3,2	12,6	0,3	///
éducation	0,3	0,6	0,0	-6,2	4,5	2,4	///
Consommation finale effective des ménages	1,5	0,9	1,5	-6,5	5,9	2,4	///

Figure 2 – Évolution de la consommation des ménages par fonction

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>	<i>1,3</i>	<i>-1,3</i>	<i>-1,1</i>	<i>-20,7</i>	<i>0,8</i>	<i>1,7</i>
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 3 – Évolution des dépenses de consommation de biens durables en %

Faits stylisés

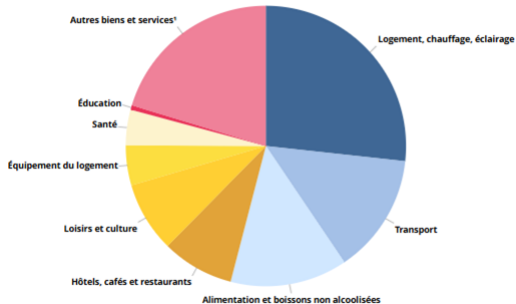


Figure 4 – Consommation effective des ménages en 2022 en %

Faits stylisés

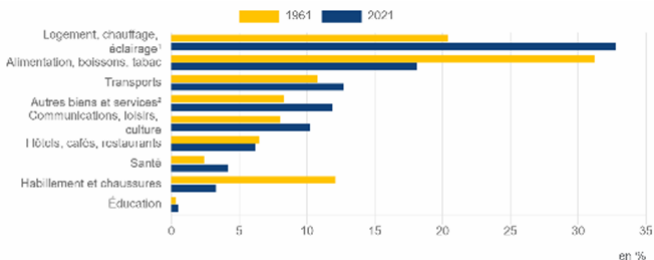


Figure 5 – Evolution des dépenses de consommation des ménages par fonction entre 1961 et 2021

Faits stylisés

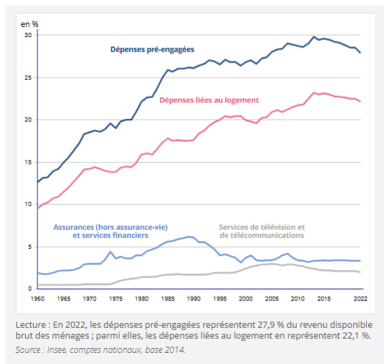
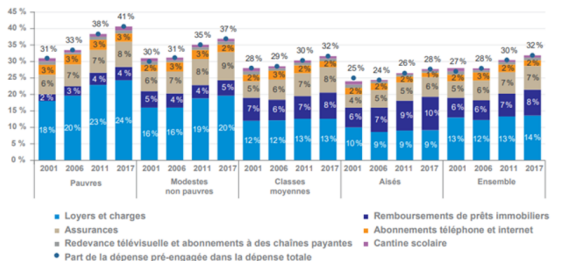


Figure 6 – Évolution de la part des dépenses pré-engagées

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

	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

- **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

- **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 réel 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.**
 - 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 ?

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.***

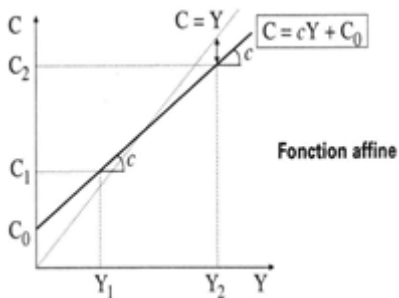
John Maynard Keynes,

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

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 réel 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

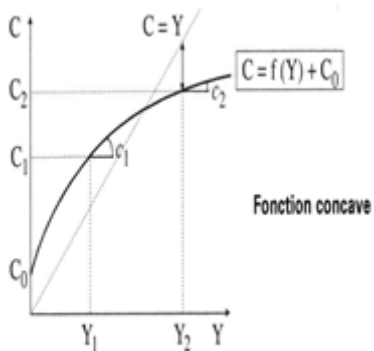
La fonction de consommation keynésienne, type affine



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 réel 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

La fonction de consommation keynésienne, type concave



La forme de la fonction de consommation keynésienne

*Autrement dit, lorsque le revenu réel augmente, la communauté ne désire consommer qu'une proportion **graduellement décroissante** de son revenu.* John Maynard Keynes, 1936.

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.



Les 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 dans le passé.

Les habitudes

- **Théorie de la formation d'habitudes de Thomas Brown (1952) :**

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

Le revenu relatif

- Théorie du **revenu relatif** : le rôle de l'**effet d'imitation** selon **James Duesenberry (1949)**.
- Idée **ancienne** : La théorie de la classe de loisirs (1899) de **Thorstein Veblen**.

Le revenu relatif

- Idée toujours d'actualité :
 - **Claudia Senik (2023)** et le **paradoxe d'Easterlin (1974)**.
 - **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

- **Modèle microéconomique d'Irving Fisher (1930).**
- **Théorie macroéconomique du revenu permanent de Milton Friedman A Theory of Consumption Function (1957).**

La richesse

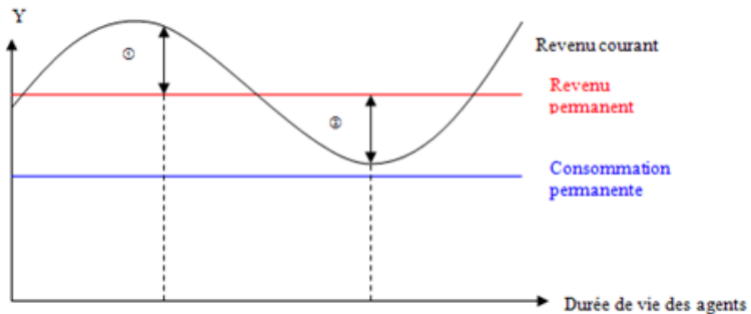


Figure 9 – Revenu permanent et consommation permanente

Les anticipations d'inflation

- Effet **Mundell-Tobin**
- Effet **Pigou** ou effet d'**encaisses réelles**

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)**.

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 réel 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

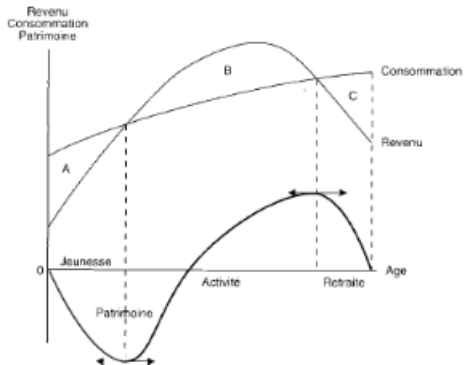


Figure 10 – Diagramme du cycle de vie

L'antisélection ou la sélection adverse



► [Link](#)

- 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 ?

L'antisélection ou la sélection adverse



► [Link](#)

- 1 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.

L'antisélection ou la sélection adverse

- **Joseph Stiglitz et Andrew Weiss**
Credit Rationing in Markets with Imperfect Information
(1981) : **rationnement pur.**

L'aléa moral

- Asymétrie d'information *ex-post*, post-contractuelle introduite par **Kenneth Arrow (1960)**.
- Exemple : rôle du **préteur en dernier ressort** des Etats et les banques "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 réel 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

Les contraintes de liquidité

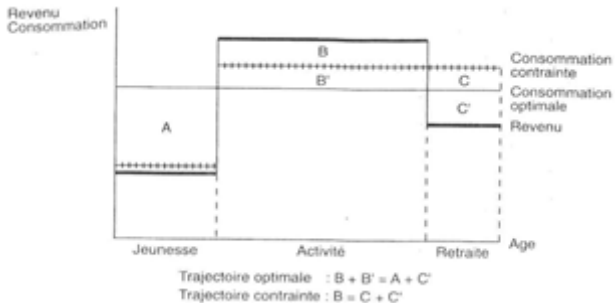


Figure 11 – Les contraintes de liquidité dans un modèle du cycle de vie

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

- Pierre Bourdieu et rôle de l'**habitus**
- Effet de **démonstration/imitation** de Thorstein Veblen (1899) et James Duesenberry (1949)

Les déterminants marketing

- La **filière inversée** de **Kenneth Galbraith**
Le nouvel État industriel (1967)
- **Marshall Sahlins** Age de pierre, âge d'abondance (1976)