

Consommation : un lent bouleversement de 1979 à 1997

Nicolas Herpin
et Daniel
Verger*

Entre 1979 et 1997, le volume de la consommation croît, en France, de 1 % en moyenne. Sa structure évolue. Au cours de cette période, les dépenses relatives au logement et au transport sont marquées par les effets de la périurbanisation, celles relatives à la santé, à l'alimentation et à l'apparence physique (vêtements, parfum, activités sportives, etc.) par la préoccupation de « rester jeune » et par la médicalisation du rapport au corps. La demande réagit à la transformation des modes de vie. Mais les conditions de l'offre (coût de production, formes de commercialisation, réglementation publique concernant la concurrence et l'accès aux biens publics) contribuent, elles aussi, à expliquer la trajectoire du prix et du volume des divers biens et services.

Le consommateur est le destinataire des biens et services. Mais il n'est pas le seul agent à prendre en compte. L'évolution de la consommation au fil des ans dépend des producteurs et de l'État. Dans l'équilibre économique, volumes et prix sont déterminés simultanément. L'analyse des évolutions se doit donc de considérer ces deux types de séries pour tous les produits pour lesquels les données sont disponibles (cf. annexe). Les 297 couples de trajectoires sont classés en une typologie comportant 23 types non vides couvrant tout un éventail de situations. Les évolutions d'ensemble sont cependant marquées par une grande stabilité. Quatre cas polaires pour lesquels les évolutions sont toujours de même signe au cours de la période représentent, en 1995, 50 % de la consommation.

Quatre cas « polaires » d'évolution : de l'inventaire à l'analyse

Pour certains produits les prix relatifs baissent continûment et les volumes croissent toujours plus vite que l'ensemble de la consommation.

Dans les nourritures carnées, c'est la situation de la *charcuterie et conserves de viande* (1) ; dans le poisson, celle des *conserves de poisson* (y c. *surgelé et fumé*) ; dans les céréales, celle des *biscuits/biscottes/pâtisserie industrielle* ; dans les produits lactés, celle des *yaourts, fromages blancs et autres produits laitiers frais* ; dans les boissons, celle des *boissons non alcoolisées élaborées*. Parmi les biens durables, c'est la situation des innovations dans le domaine du loisir et des communications (*ordinateur domestique, magnétoscope, téléphone portable et autre matériel téléphonique*). Dans le domaine de la santé humaine, c'est le cas pour tous les services et tous les biens.

Pour un second groupe de produits, on observe des évolutions relatives inverses : les volumes baissent alors que les prix augmentent. Dans le secteur de l'énergie, c'est la situation de la *houille*, du *coke* et du *gpl*, dans les transports, de la *navigation côtière* et des *transports maritimes*,

1. Les expressions en italique correspondent aux produits de la Comptabilité nationale.

* Nicolas Herpin appartient à la division Conditions de vie des ménages de l'Insee et au CNRS ; Daniel Verger est chef de l'unité Méthodes statistiques de l'Insee.

Les noms et dates entre parenthèses renvoient à la bibliographie en fin d'article.

dans les loisirs du *cinéma* et des *cafés*, dans l'équipement de la maison de la *vaisselle*, des *verres* et du *linge de maison*.

Dans le cas du troisième groupe, la baisse relative concerne et le volume et le prix : c'est le cas pour les *entremets/desserts*, les *laits concentrés/secs*, les *machines de bureau*, les *vins de consommation courante* ou les *caravanes*, les *tissus en laine, en soie, en synthétique*, le *beurre*, la *farine*, les *œufs*, les *panneaux de bois de placage* ou les *accessoires en bronze et fer forgé*, les *produits chimiques de base*, la *viande de cheval*, la *triperie*, les *fournitures*.

Les produits du dernier groupe polaire ont volume et prix en croissance relative : ce sont les *plats cuisinés* et les *crèmes glacées*, les *conseils financiers et fiscaux*, les *services des agences de voyages*, la *location de voitures*, le *restaurant*, les *remontées mécaniques*, l'*hébergement à équipement léger (club de vacances, camping, etc.)*, les *centres sportifs*, les *professeurs de sports*, les *autres enseignements marchands*, les *vétérinaires*, les *soins d'esthétique corporelle*, et la *parfumerie*.

Derrière cet inventaire à la Prévert, se dessinent des schémas interprétatifs. Les produits du premier groupe semblent bien avoir des caractéristiques en phase avec la demande et une accessibilité facilitée par l'amélioration des conditions de production (diminution des coûts), la baisse des marges due à la grande distribution ou aux politiques publiques visant à favoriser la demande : les conditions sont alors réunies pour que leur diffusion devienne un phénomène de masse.

Dans le second groupe, mouvements de l'offre et de la demande conjuguent leurs effets mais cette fois-ci pour accélérer la disparition des produits concernés : la demande baissant, on observe une sorte de cercle vicieux puisque les coûts augmentent en raison d'un processus inverse aux économies d'échelle, entraînant mécaniquement en retour la baisse des volumes. Le renchérissement peut être dû aux producteurs, réagissant à la baisse de la demande pour leur produit. Certains, en effet, investissent et proposent des produits plus chers mais mieux contrôlés, plus variés, plus fréquemment renouvelés : ils se repositionnent sur le haut de gamme. La baisse des quantités consommées est partiellement compensée par l'amélioration de la qualité, ce qui limite la décroissance du volume. Cette situation complexe paraît bien décrire l'évolution en cours de la consumma-

tion/production de la pomme de terre - où la Bintje est remplacée par des espèces de meilleure qualité gustative mais plus coûteuses à produire comme la Belle de Fontenay ou la pomme de terre de Noirmoutier. Il en est de même du pain ou de la pâtisserie fraîche sur les présentoirs des artisans boulangers.

Les produits du troisième groupe sont désuets du point de vue des ménages, et leur déclin aurait pu être encore plus accentué si le mouvement à la baisse de leur prix relatif n'en soutenait pas la consommation : certains ont sur le marché des substituts plus performants car plus en phase avec les modes de vie, d'autres (matériaux nécessaires à la confection domestique, produits de base pour la cuisine ou pour le bricolage maison) sont sans concurrent direct mais l'usage s'en perd parce que l'activité qui les utilise soit est en déclin dans les foyers, soit change de forme (le bricolage ne diminue pas mais se tourne davantage vers le semi-ouvré). D'autres enfin sont des produits condamnés pour des motifs idéologiques ou de santé.

Les produits du dernier groupe polaire, comme ceux du premier, sont des produits en expansion, mais leur volume aurait eu une évolution encore plus favorable si la demande n'avait pas été contrariée par le mouvement en hausse des prix relatifs. À l'exception des *plats cuisinés* et des *crèmes glacées*, ce groupe est composé de services marchands, tributaires d'une main-d'œuvre très qualifiée, à l'image des *conseils financiers et fiscaux*. Nombre de ces services ont trait aux loisirs. S'y ajoutent des services pour les animaux domestiques et pour l'apparence physique.

Déclin ou montée en puissance, ces évolutions lentes, massives et continues constituent un argument de poids contre une représentation courante où la commercialisation des produits est décrite à partir des revirements brusques de la mode, de l'irruption imprévisible des innovations, d'une désaffection soudaine des consommateurs à l'égard de pans entiers de l'offre marchande (Rocheport, 1995). Certes, la guerre du Golfe en 1991 a conduit des touristes à annuler leurs voyages à l'étranger et la crise de la vache folle à modérer l'achat de viande de bœuf. Mais les voyages touristiques à l'étranger sont repartis à la hausse quand la crise politique s'est calmée. Et si la consommation de viande reste durablement orientée à la baisse, c'est parce que l'affaire de la vache folle renforce une tendance qui a commencé bien avant cet événement fortement médiatisé.

L'interprétation précise de ces évolutions ne saurait se faire sans une réflexion théorique plus systématique : que les modifications de structure des dépenses observées sur la période ne suffisent pas à prouver l'existence d'une évolution des goûts ne saurait échapper, tant sont nombreuses les raisons pouvant conduire à des modifications de pratiques, alors même que les goûts restent immuables.

Les évolutions – ici regardées sur 1979-1997 – résultent de la combinaison de divers facteurs, certains démographiques, d'autres économiques, concernant tant l'offre que la demande. On a cherché à synthétiser dans une grille d'analyse systématique l'ensemble minimum de facteurs à prendre en compte pour comprendre les évolutions : le modèle micro-économique du consommateur, spécifié de façon à intégrer les enseignements des approches sociologiques, y aura une place centrale ; l'approche se fera en termes d'équilibre général, et le système de prix auquel fait face le consommateur ne sera pas supposé constant ; au contraire, son évolution sera considérée comme endogène, reflétant à la fois les modifications de la demande et les transformations dans l'offre marchande au cours de la période (variation des techniques et des coûts de production, changement de stratégie des producteurs ou des distributeurs, etc.). Mais le degré d'agrégation des données étant fort (2), ces réflexions « théoriques » ne pourront fournir qu'un guide interprétatif et non un modèle formalisé (cf. encadré).

On va donc considérer qu'à court terme les grandes lignes de la consommation du ménage sont déterminées par son mode de vie. Selon que le ménage est une personne seule ou un couple, avec ou sans enfant, selon qu'il réside en ville ou à la campagne, il n'aura pas le même appétit pour les divers biens. Y a-t-il place pour d'autres facteurs générateurs de différences de goût, sachant que l'on peut penser à l'âge – les besoins des jeunes ne sont pas ceux des vieux –, de la classe sociale ou du niveau d'éducation ? Les résultats des analyses sur les Budgets de Famille n'incitent pas à retenir ces deux derniers facteurs dont les effets sur la structure de la consommation n'ont pas l'ampleur de ceux liés à l'habitat, à la composition démographique du foyer et bien évidemment à ceux du niveau de vie. La catégorie sociale fait cependant l'objet d'une étude particulière dans ce numéro sur la consommation (cf. le second article de Nicolas Herpin et Daniel Verger dans ce numéro).

Un contexte sociodémographique en évolution

Pour comprendre l'évolution structurelle de la consommation, il faut donc commencer par décrire comment se sont modifiés les modes de vie-habitat, composition démographique du ménage et son niveau d'équipement et de confort.

L'élévation continue du niveau moyen de confort

En 1980, la France comptait 53,7 millions d'habitants, et 58 millions en 1995. Depuis 1980, le niveau du revenu et celui de la consommation réelle par tête (3) sont croissants, même si le rythme est moins rapide que dans les deux décennies précédentes (et à l'exception de 1993, où la consommation par tête a légèrement diminué). Globalement et sur la période 1975-1985, le volume du travail professionnel a décliné, celui du travail domestique ayant augmenté (4) (Chadeau, 1989). Divers indices confirment que le niveau de vie moyen n'a pas cessé de s'élever : les départs en vacances ne connaissent pas de recul même au creux de la récession en 1993 (Monteiro et Rowenczyk, 1994) ; les logements offrent, en moyenne, une surface par personne toujours plus grande, sont mieux chauffés, mieux insonorisés (Omalek et Le Blanc, 1998 ; Clanché, 1998), mieux équipés d'appareils allégeant les tâches domestiques (Monteiro, 1997). La télévision, le téléphone,

2. L'estimation économétrique ne peut se faire que sur des postes agrégés, avec une proportion pas trop élevée de zéros. La nomenclature fonctionnelle habituelle en 6 ou 7 postes a été aménagée pour séparer ce qui dans la consommation renvoie à un usage de biens et ce qui suppose le recours à des services, afin d'étudier l'arbitrage des ménages entre deux types de dépenses, celles sur l'approvisionnement du foyer en biens fongibles et en équipements, celles en matière de services, avec l'idée que les services, qui ont progressé dans tous les domaines de la consommation, constituent des alternatives à la production par le ménage de sa propre consommation.

3. Compte tenu du caractère de bien public de certaines consommations, la hausse de la consommation par tête n'est pas un indicateur parfait de la hausse réelle des niveaux de vie ; elle doit la sous-estimer sauf si la taille des ménages se réduit beaucoup. Comme ce qui importe le plus pour la formation de l'équilibre, c'est le volume global de la consommation, et non le volume par tête, on a choisi de suivre les séries de consommation non déflatées de l'évolution de la population. On rapportera toutefois les évolutions pour chaque bien à l'évolution de l'ensemble de la consommation, pour distinguer les produits qui croissent plus vite que la moyenne ; mais on ne peut ainsi avoir une approche précise des évolutions individuelles.

4. Ceci s'est sans doute prolongé sur la période récente, mais les données manquent.

LA GRILLE D'ANALYSE

Plongé dans une économie concurrentielle et considérant donc prix et revenu comme donnés, le consommateur rationnel retire de l'utilité de la consommation de diverses fonctions, obtenues à partir de la transformation de biens élémentaires, chacun doté d'un certain ensemble de caractéristiques (cadre de Lancaster (1966)). Les biens proches substitués auront presque les mêmes caractéristiques. Les biens complémentaires sont les biens dont la mise en œuvre simultanée est nécessaire pour produire la fonction. Au cours du temps, il n'y a pas forcément stabilité de cette « fonction de production du consommateur » : des gains de productivité peuvent apparaître, moins d'inputs étant nécessaires pour produire une quantité donnée de fonction utile. Le consommateur maximise son utilité sous un ensemble de contraintes comprenant, outre sa fonction de production et la contrainte budgétaire, une contrainte portant sur la seconde ressource limitée, à côté de l'argent, à savoir le temps.

Élasticité au revenu, substituabilité ou comparabilité entre produits

Les courbes d'Engel traduisent la façon dont la demande varie en fonction du revenu. Les biens de luxe croissent très vite avec le revenu, leur part dans la consommation globale croissant elle-aussi (élasticité supérieure à 1) ; les biens inférieurs voient leur demande croître quand le revenu décroît (élasticité négative).

Les courbes d'Engel ne sont pas, en général, des droites et l'élasticité-revenu dépend du point de la courbe où l'on se trouve, surtout en présence de saturation. Avec la croissance des niveaux de vie, l'arbitrage se fait au détriment des biens peu chers mais chronophages.

Les modifications consécutives à des changements de prix se décomposent en deux : à l'effet direct se superpose l'effet indirect de l'évolution du niveau de vie générée par le changement de prix. L'effet direct se mesure à partir des fonctions de demande « compensées », correspondant à une modification fictive de la situation, obtenue par variations conjointes des prix et des revenus, articulées de façon à maintenir le consommateur au même niveau d'utilité. Seules les demandes compensées ont des propriétés simples. Généralement, les effets indirects sont négligeables, et, qualitativement, la demande effective se comporte comme la demande compensée : ainsi la demande pour un bien diminue lorsque le prix de ce bien augmente (à la seule exception des biens « Giffen », catégorie rare de biens inférieurs servant à remplir une fonction indispensable).

Les réactions « croisées » de la demande compensée aux variations des prix relatifs permettent de définir le degré de substituabilité entre les biens : les biens i et j sont substitués si la demande compensée de i croît lorsque le prix de j croît et sont

complémentaires dans le cas contraire. Des séparabilités dans la fonction d'utilité peuvent exister, la demande de ces biens ne dépendant pas des prix relatifs des biens extérieurs au groupe.

Le consommateur arbitre en faveur des produits dont le prix relatif baisse, surtout à l'intérieur des ensembles de proches substitués.

Un problème de substitution particulier se présente pour les biens qui font partie d'une même gamme de qualité. Il semble raisonnable de supposer que l'hypothèse générale d'un goût pour les mélanges s'applique également dans ce cas, le consommateur « post-moderne » mélangeant dans son approvisionnement le haut et le bas de gamme. Celui-ci n'est plus considéré comme porteur d'un effet de signe fortement négatif : la disparition de la dictature du « bon goût » classique, l'accent mis sur l'originalité, sur le libre-arbitre, sur la capacité d'inventer une combinaison astucieuse avec trois fois rien, ainsi que l'amélioration de la qualité intrinsèque du produit de bas de gamme, s'associent pour valoriser positivement la consommation de bas de gamme. Le même consommateur pourra donc la privilégier pour son approvisionnement quotidien, alors même qu'il se tournera dans certaines circonstances, ou pour certains pans de sa consommation, vers le très haut de gamme : chacun s'approvisionne tout au long de l'échelle de qualité.

Un homo economicus placé dans un cadre temporel

Les choix de consommation ne sont pas les seules décisions auxquelles le consommateur doit faire face : le même type d'optimisation peut s'appliquer à d'autres domaines, comme le choix du niveau d'investissement en capital humain (diplôme), le choix du métier, les choix démographiques (mise en couple, décisions de fécondité) ou résidentiels (en maison individuelle ou en appartement, en ville ou en zone rurale).

Ces divers arbitrages renvoient à des horizons temporels différents ; certains (capital humain, voire type de famille) sont des choix de long terme, pris en début de cycle de vie, et sur lesquels il est quasiment impossible de revenir ; d'autres (localisation) sont plutôt de moyen terme ; ils peuvent être remis en cause et évoluer, mais les changements sont assez coûteux ; une fois effectués, ces choix conditionnent les décisions de consommation quotidienne.

Il faut donc adopter une représentation moins statique du comportement du consommateur et introduire explicitement durée et incertitude. L'individu vit sur plusieurs périodes ; si les marchés financiers sont parfaits et si l'utilité à chaque période ne dépend que de la consommation d'icelle, l'extension est assez immédiate ; elle l'est



Encadré (suite)

moins si on introduit l'existence de contraintes de liquidité, réduisant les possibilités d'emprunt, ou si l'on désire prendre en compte l'existence de biens durables ou stockables, ou encore si l'utilité peut évoluer au cours du temps. Le modèle se complique encore en présence d'incertain, le consommateur maximisant alors non plus son utilité, mais, usuellement, l'espérance de celle-ci.

Le cadre temporel de référence sera le suivant : les consommateurs naissent à chaque date t (la « génération t » désignera l'ensemble de ceux qui sont nés en t) et vivent leur cycle de vie, prenant au début et de façon supposée irréversible les décisions concernant le capital humain et le métier ; les décisions familiales sont prises également en début de cycle de vie, mais peuvent subir des modifications à la suite d'événements comme le divorce ; à moyen terme, le consommateur « choisi » (bien évidemment sous contrainte) son type d'habitat et plus généralement son « mode de vie » (qui va comprendre le type de logement, de commune d'habitat, la décision d'activité, en particulier dans le cas des femmes) ; ces décisions sont prises pour quelques années ; ceci fixe pour ce laps de temps les spécificités de l'utilité des divers biens de consommation et les caractéristiques de la fonction de production du consommateur. Le « mode de vie » joue comme une matrice créatrice de besoins : quand on vit à la campagne avec toute une théorie d'enfants, on n'a ni les mêmes besoins ni les mêmes caractéristiques productives que lorsqu'on est célibataire en ville. La consommation de court terme s'inscrit donc dans ce cadre exogène défini à moyen terme, qui donne cohérence et stabilité au système des besoins, tout en laissant une latitude certaine au niveau des choix les plus fins. L'hypothèse d'exogénéité est plus ou moins hardie selon les décisions ; elle l'est ainsi particulièrement quand on s'intéresse au choix du lieu d'habitat.

La référence à des « modes de vie » différents, en nombre assez réduit, renvoie à des goûts différents, correspondant à des groupes de population caractérisables par l'intermédiaire de variables observables (modes de vie opposant ruraux et urbains, ou différenciant d'une classe sociale à l'autre, d'une culture à l'autre). En dehors de ces quelques classes de goûts associées à des modes de vie différents, et dont l'analyse en coupe instantanée va permettre de raffiner les contours, on va retenir un autre facteur collectif influant les goûts, à savoir la génération : l'environnement historique ou économique dans lequel baignent tous les individus d'une même génération peut forger des idiosyncrasies de goûts communes à toute la génération (comportement spécifique de stockage de précaution chez les générations ayant vécu la guerre). L'hétérogénéité purement individuelle subsistant à l'intérieur de chacune de ces classes sera supposée ne pas influencer sur les évolutions de la consommation, mais elle peut expliquer l'existence de phénomènes de saturation macroéconomique, la diffusion de tel ou tel bien n'arrivant pas à être générale. Au niveau individuel, il n'y a pas forcément stabilité dans le

temps : en dehors des phénomènes d'habitude évoqués par ailleurs, il peut y avoir changement de goût. Même si la plupart de ces modifications peuvent être considérées comme purement aléatoires, on admettra toutefois l'existence d'une évolution assez systématique des goûts individuels au cours du cycle de vie, les besoins et aspirations des jeunes et des vieux différant : une telle évolution peut refléter les acquis de l'expérience, des phénomènes d'habitude ou au contraire de lassitude, voire des phénomènes créés par le raccourcissement de l'horizon de vie. Indirectement, elle peut aussi refléter l'influence des stocks disponibles sur les achats.

Il peut y avoir aussi transformation des goûts pour l'ensemble de la population, même si de tels changements globaux, apparentés à des changements de normes, exceptionnels et rarement brutaux, s'étalent plutôt sur de longues périodes. Des changements brusques dans les consommations, sont en général plutôt des conséquences de modifications dans l'ensemble des possibles X (introduction de nouveaux biens, interdiction de certaines pratiques), ou dans l'ensemble des contraintes que d'une révolution des goûts. Quand X évolue brusquement, c'est en général suite à l'intervention des autres agents de l'économie (producteurs, État) ou à des changements exogènes de l'environnement. Comme stratégie d'adaptation, pour répondre aux changements de la demande, le producteur dispose en effet d'autres leviers que les prix : il peut également modifier l'ensemble des biens X dans lequel le consommateur a à faire son choix (introduction de nouveaux produits, diversification des gammes, etc.).

Il faut éviter de confondre évolution de la fonction d'utilité et déplacement de la consommation optimale suite à de telles modifications.

Pour rendre compte de l'évolution collective des goûts et analyser des phénomènes que certains sociologues mettent au premier plan, phénomènes de mode ou de distinction principalement, il faut relâcher l'hypothèse admise jusqu'ici, à savoir que l'utilité d'un agent ne dépend que de ses propres consommations, est indépendante des utilités des autres agents : la fonction d'utilité de chacun peut dépendre des consommations (ou du niveau d'utilité) d'autres agents de l'économie (famille, voisins, groupe de référence ou population entière). Il y a des « effets externes ».

Ce formalisme peut rendre compte de divers phénomènes.

1) Diffusion, mode ou distinction ?

Pour certains biens, comme le téléphone, l'utilité croît directement avec l'effectif de foyers équipés pour de simples raisons techniques (richesse du réseau accessible). Des phénomènes de mode peuvent s'y rajouter : il y a une désutilité spécifique à se passer des biens distingués par la « bonne » société comme étant « in » ; l'utilité d'un bien peut



Encadré (suite)

décroître lorsque sa diffusion le banalise : il perd en effet tout pouvoir distinctif, tout effet de signe. Les normes, informelles, peuvent conduire à des transformations des besoins, des priorités ou du goût, mais par un processus de « contagion », de mise en harmonie plus ou moins rapide des goûts individuels.

2) L'acheteur et le consommateur, des « centres de décision » complexes et parfois différents

Dans la théorie, le consommateur est un centre de décision autonome. En réalité, ce n'est pas en général un individu isolé, mais un ménage dont il est délicat de définir la fonction d'utilité et dont il est même parfois difficile de déterminer les contours exacts (un étudiant hors du foyer parental à la charge de ses parents fait-il ou non partie du ménage ?). De plus, l'approvisionnement n'est pas forcément réservé aux seuls membres du ménage (cadeaux, réceptions) : l'altruisme pourrait à nouveau se modéliser en rendant l'utilité dépendante du niveau de consommation ou d'utilité de certains individus extérieurs au ménage. Le degré de fermeture du foyer sur lui-même dépend des sociétés et peut évoluer au fil du temps, et avec lui le degré de pertinence du ménage comme unité statistique base de l'observation. Un lien fort entre le mode de vie d'un ménage et sa consommation peut apparaître plus ténu dès lors que l'on n'observe que les dépenses de consommation.

Avec l'hypothèse, rejetée, d'unicité des goûts, l'ensemble des consommateurs aurait été traité comme un seul agent dont le système des besoins, les priorités ou le goût seraient restés stables. Seuls les effets du revenu et le mouvement des prix relatifs auraient expliqué les variations de volume de la consommation, produit par produit, tant pour l'individu unique que pour l'agrégat. Avec l'hypothèse retenue, la consommation agrégée pourra évoluer en fonction des changements dans les priorités, les contraintes, les goûts collectifs ou individuels. Une modification, au cours de la période considérée, de la structure de la population en faveur de certaines catégories ayant un mode de vie ou une consommation spécifique aura un impact sur la consommation totale. Parmi les structures les plus susceptibles d'avoir une telle influence sur la consommation agrégée, on relèvera d'une part, la structure par âge (effets d'âge ou de génération), et, d'autre part, la structure de l'habitat (urbain/rural) et la structure familiale (personne seule/famille nombreuse), principaux éléments définissant les « modes de vie », voire la structure de la participation à l'emploi (couple à deux actifs/à un actif) ou la structure sociale (cadres/ouvriers).

Du modèle statique au modèle dynamique : un cadre d'équilibre général

Un deuxième type d'agents économiques est le producteur (que l'on ne distinguera pas du distributeur), qui maximise son profit, sous la contrainte technique de son ensemble de production. Si le contexte est

concurrentiel, le producteur considère les prix, du produit et des facteurs, comme des données ; à ces prix de marché, il considère qu'il n'y a pas de rationnement quantitatif, ni pour les inputs, ni pour l'output (1) ; il ne connaît donc pas sa fonction de demande. Ceci n'est plus vrai si le nombre de producteurs pour un bien est réduit : on parlera alors de concurrence imparfaite (monopole, oligopole). Le monopoleur connaît les caractéristiques de la demande et fixe un couple prix-quantité qui lui permet de dégager un profit supérieur au profit de concurrence en s'appropriant une partie du « surplus » du consommateur (2). En situation d'oligopole, la connaissance par le producteur de la demande globale lui est moins utile, car il ne peut en déduire la part de cette demande qui lui reviendra qu'en faisant des hypothèses sur le comportement de ses concurrents ; le profit sera intermédiaire entre les deux extrêmes que l'on vient d'évoquer.

Dans la théorie la plus simple, le producteur produit un output unique. Dans la réalité, il peut y avoir des produits joints, dont la production est un corollaire fatal de la production d'un autre bien, et la production peut être diversifiée entre plusieurs biens. La stratégie du producteur porte alors sur un ensemble d'outputs qu'il s'agit de déterminer simultanément de façon à maximiser le profit global, sous la contrainte de plusieurs fonctions de production.

Ce problème apparaît naturellement dans le cas des biens proches substitués pour le consommateur, en particulier ceux qui se situent à divers endroits d'une même gamme de qualité ; ceux-ci peuvent en effet être fabriqués soit par des firmes spécialisées en concurrence (par exemple pour le pain, le bas de gamme est produit par la boulangerie industrielle et le haut par des artisans boulangers) soit par des chaînes différentes dans la même entreprise (cas des modèles pour une même marque automobile). L'émergence de l'une ou l'autre des deux situations répond sans doute aux contraintes techniques inhérentes à la production, par exemple entre le « fait main » et l'« industriel ». Pour l'analyse de ces phénomènes, il faut se placer dans un cadre de concurrence imparfaite. Parmi les paramètres « clefs » on trouvera alors, à côté des caractéristiques techniques des ensembles de production, le degré auquel il est possible de discriminer entre les diverses demandes, de vendre le même bien à des prix différents à des consommateurs différents, en fonction par exemple de leur « goût » plus ou moins affirmé pour le produit ou encore du degré auquel ils en sont captifs. Les courbes d'offre pourront donc



1. Usuellement, on considère qu'il n'y a pas limitation des quantités physiques d'inputs disponibles. Ceci pourra être inadmissible pour certains produits, où les inputs sont disponibles en quantités limitées (toiles de maître, champagne). En cas d'excès de demande, l'ajustement de l'offre se fera soit par une hausse du prix, soit par un rationnement (du type file d'attente ou autre).

2. Ceci dans le cas du monopole privé, le comportement d'un monopole d'État peut être différent.

Encadré (suite)

différer des offres concurrentielles. Pour certains marchés, principalement dans les secteurs où la demande, loin d'être porteuse, est plutôt en régression, ces stratégies du producteur sont essentielles et déterminent l'allure des évolutions : on identifiera ainsi des cas de recentrage vers le haut de gamme, quand au sein d'une demande globale en déclin, le producteur peut isoler un bastion de consommateurs prêts à payer cher un produit de grande qualité, ce qui lui permet de survivre avec des quantités produites faibles vendues cher (l'industrie du grand « luxe »), stratégies qui s'opposent à des recentrages sur le bas de gamme, où le producteur trouve son optimum dans une production à très grande échelle de biens produits à faible coût et vendus à bas prix.

L'économie est supposée constituée d'un grand nombre de consommateurs et, selon les produits analysés, d'un nombre plus ou moins grand de producteurs. L'équilibre économique global, concurrentiel ou oligopolistique, mettant en conformité offres et demandes, détermine le système des prix relatifs.

Dans les cas où l'on peut isoler le marché d'un bien pour lequel les hypothèses assurant le fonctionnement concurrentiel sont acceptables, on peut s'aider pour appréhender les modifications dans les prix et les quantités d'équilibre à la suite d'un choc sur l'offre ou la demande de petits schémas (cf. schémas ci-contre).

Bien évidemment, ces outils sont insuffisants pour rendre compte de la réalité dans la plupart des cas, parce que, par exemple, le système productif ne fonctionne pas selon les règles de la concurrence pure et parfaite, ou parce que les hypothèses de séparabilité de la fonction d'utilité ne sont pas vérifiées, ou pour bien d'autres raisons comme l'intervention d'autres agents.

Pour représenter le fonctionnement économique d'un pays comme la France contemporaine, on ne peut, en particulier, s'abstenir de faire intervenir l'État, qui, par le jeu des prélèvements fiscaux et des prestations sociales, agit sur la distribution des revenus et modifie l'éventail des prix relatifs (TVA) et qui peut fixer autoritairement certains prix. Chargés des décisions relatives à la production et à la gestion des biens publics (éducation, santé, infrastructures de transport, énergie), les pouvoirs publics peuvent aussi réglementer la production de certains biens ou leur entretien. La santé est ainsi quasiment dominée par le réglementaire. Mais le réglementaire est souterrain dans les transports : le réseau routier est gratuit à l'exception des autoroutes, les tarifs ferroviaires sont réglementés, les transports collectifs urbains subventionnés. Le coût du logement est largement défini par l'État pour les ménages les plus modestes (HLM). Les loisirs ont une structure qui doit garder trace de la gestion publique (niveau de la redevance télé, subventions pour l'art vivant et la création cinématographique, prix imposé du livre). L'alimentation est influencée

par la modulation des tarifs de la TVA ; quant au marché automobile, ses évolutions sont sensibles aux politiques de relance (« balladures » ou autres « juppettes »).

Prix relatifs et quantités échangées vont donc varier dans le temps sous l'effet de plusieurs facteurs :

- ceux liés aux coûts de production. Certains produits bénéficiant d'innovations techniques dans leur production ou d'économies d'échelle (ce sont souvent des biens industriels) vont voir leur prix relatif diminuer, contrairement à d'autres qui subissent les contre-coups soit du renchérissement de certains inputs (notamment les services exigeant une main-d'œuvre qualifiée trop rare), soit de la fluctuation des cours mondiaux ;

- ceux liés à l'évolution de la structure du marché (tendance à la concurrence ou à l'oligopole) ou à une modification des règles étatiques ;

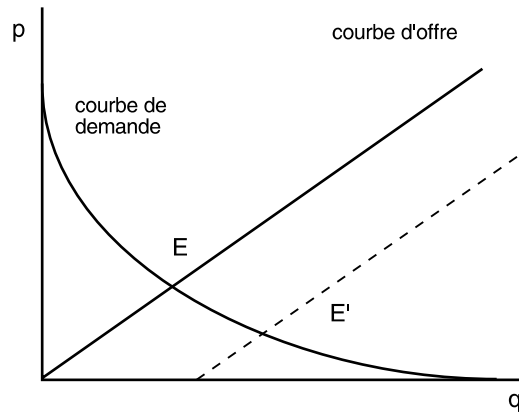
- ceux liés à l'évolution de la demande (modification des goûts individuels, évolution de la répartition des goûts dans la population, changement dans les contraintes perçues, budgétaires ou autres).

Des réflexions théoriques à l'analyse des données : une grille de lecture avec quatre cas polaires

Le fort degré d'agrégation opéré par la Comptabilité nationale rend cependant impossible l'utilisation rigoureuse des modèles pour l'analyse des séries de consommation. Peut-on seulement définir une courbe d'offre ou de demande pour un produit agrégeant des biens aux évolutions de prix et de quantité radicalement différentes ? Les hypothèses d'agrégation parfaite qui définissent les conditions d'un passage micro-macro justifié sont évidemment loin d'être satisfaites. Dans certains cas, exceptionnels, les évolutions sont simples à mesurer et à interpréter : ainsi, dans le cas de produits très homogènes et dont la qualité ne change pas, où tous les biens sont directement dérivés d'un même produit de base dont le coût fluctue au gré des cours mondiaux (pétrole) ou selon la politique de taxation (tabac, alcool), on peut supposer, en première approximation, que la demande pour les divers biens n'est pas affectée en structure par de telles modifications et que lorsque le prix évolue, le volume retrace les seules évolutions des quantités physiques échangées. Mais, en règle générale, un produit comporte plusieurs biens dont les coûts de production varient différemment, parfois même de façon opposée : il se peut ainsi que le coût du haut de gamme (l'habillement sur mesure réalisé à Paris, Londres, New York ou Rome par exemple) augmente et pas celui du bas de gamme (confection de masse délocalisée dans les pays en voie de développement) ou inversement. L'offre des producteurs va refléter ces évolutions de coût, les prix relatifs vont changer et la demande sera modifiée, tant en niveau qu'en structure. Deux cas peuvent se produire, selon que les biens affectés sont ou non des



Encadré (suite)

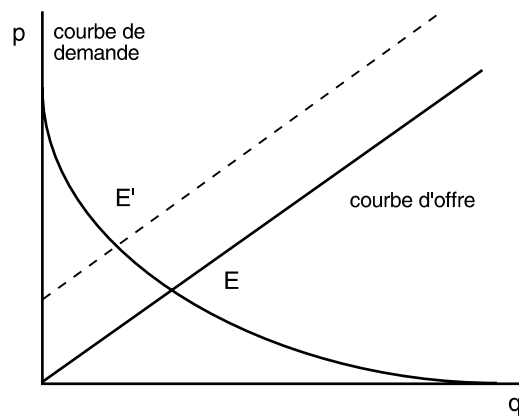


1^{er} cas : augmentation de l'offre

Pour chaque prix, la quantité offerte est plus élevée ; la demande reste constante ; l'équilibre se déplace et s'accompagne

- * d'une quantité échangée plus importante
- * d'un prix plus faible

Un déplacement de E vers E' dans le quadrant **(prix -, quantité +)** révélera une augmentation de l'offre, éventuellement accompagné d'une augmentation – plus faible – de la demande

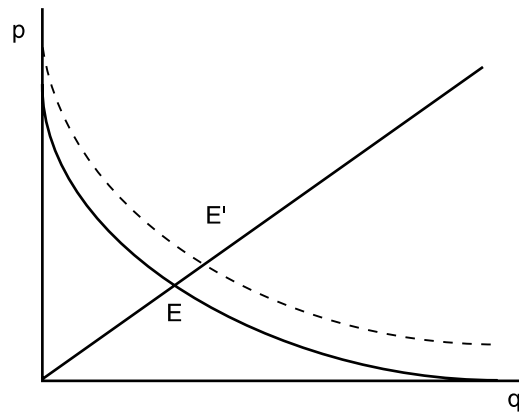


2^e cas : diminution de l'offre

Pour chaque prix, la quantité offerte est moins élevée ; la demande reste constante ; l'équilibre se déplace et s'accompagne

- * d'une quantité échangée plus faible
- * d'un prix plus élevé

Un déplacement de E vers E' dans le quadrant **(prix +, quantité -)** révélera une diminution de l'offre, éventuellement accompagnée d'une évolution – plus faible – de la demande

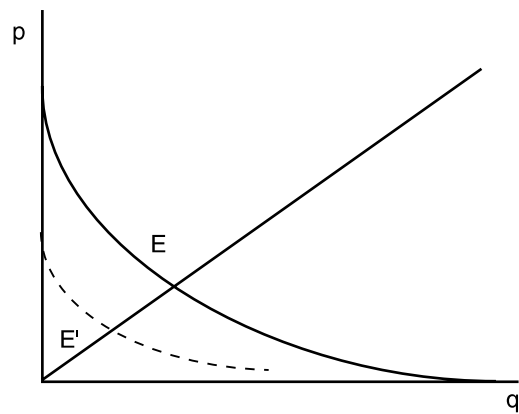


3^e cas : augmentation de la demande

Pour chaque prix, la quantité demandée est plus élevée ; l'offre reste constante ; l'équilibre se déplace et s'accompagne

- * d'une quantité échangée plus importante
- * d'un prix plus élevé

Un déplacement de E vers E' dans le quadrant **(prix +, quantité +)** révélera une augmentation de la demande, éventuellement accompagnée d'une évolution – plus faible – de l'offre



4^e cas : baisse de la demande

Pour chaque prix, la quantité demandée est plus faible ; l'offre reste constante ; l'équilibre se déplace et s'accompagne

- * d'une quantité échangée plus faible
- * d'un prix plus faible

Un déplacement de E vers E' dans le quadrant **(prix -, quantité -)** révélera une diminution de la demande, éventuellement accompagnée d'une évolution – plus faible – de l'offre

voire l'automobile, passent d'un marché de renouvellement à un marché de multi-équipement. Dans l'audiovisuel et les télécommunications, les innovations se diffusent dans le grand public plus vite que la télévision et le téléphone aux générations précédentes. Certains secteurs de la consommation semblent certes régresser, notamment l'habillement, mais il s'agit davantage d'une modification dans les choix de qualité qu'un signe d'appauvrissement.

Ce diagnostic semble en décalage avec tout un discours ambiant sur la crise, sur la montée des inquiétudes, voire sur un changement radical des attitudes vis-à-vis de la société de consommation. Plusieurs phénomènes peuvent expliquer pourquoi niveau de vie et niveau de satisfaction ne varient pas parallèlement. Les conditions du travail industriel, comparées au confort du domicile, sont moins supportées même si les usines sont mieux chauffées et moins bruyantes, les engins et les camions plus confortables, les cantines plus fréquentes et de meilleure qualité. Il en est de même pour la vie en collectivité (hôpital, foyers de jeunes travailleurs, cités universitaires, établissements pour personnes âgées), quand le niveau de confort y prend du retard par rapport à celui dont on bénéficie au foyer (ou dont on a bénéficié au foyer des parents). On pourrait aussi songer à l'émergence d'un sentiment de privation, voire

d'exclusion au sein des minorités les moins bien pourvues, qui, malgré un niveau de vie en augmentation, se sentiraient de plus en plus loin de standards en hausse : toutefois, sur la période, l'inégalité des revenus n'a pas sensiblement augmenté. Pour que l'effet soit fort, il faudrait postuler une forte myopie de ces catégories, qui se tromperaient sur les évolutions et dramatiseraient à tort, ce qui d'ailleurs n'est pas exclu (5).

Les calendriers démographiques sont retardés

Sur la période, les évolutions démographiques se poursuivent, la durée de vie continue de croître, le troisième âge de rajeunir. Les veufs masculins sont de moins en moins exceptionnels. L'âge médian sans incapacité augmente. Les phases où l'on vit seul sont de plus en plus fréquentes. Les couples sont fragiles. Le nombre de familles monoparentales ne cesse d'augmenter. Plus généralement, on assiste à un retard général des calendriers : le départ des jeunes du foyer parental, la mise en couple et la naissance des enfants, l'insertion sur le marché

5. À moins que ce ne soient les mesures statistiques qui soient défectueuses !

Encadré (fin)

variétés prises en compte pour le calcul de l'indice de prix du produit. Dans le premier cas, le prix du produit évolue, et le volume retrace à la fois les changements dans la quantité physique totale de produit consommée, toutes qualités confondues, et les glissements entre les qualités. Dans le second cas, le prix du produit reste constant, et l'évolution du volume risque de sous-estimer les modifications réelles au niveau des quantités physiques consommées et du glissement entre les qualités.

Face à un produit, pour lequel on dispose de la série des prix et de celle des volumes, on commence par se demander si un mécanisme très simple, mais intégrant offre et demande, analogue à ceux exposés supra permet de rendre compte, sinon quantitativement du moins qualitativement, des évolutions constatées. Pour ce faire, on a commencé par classer les produits selon une typologie distinguant 45 configurations (certaines pouvant se révéler *ex post* vides) selon que les croissances et décroissances manifestées sur les prix (relatifs) et les volumes sont constantes sur la période ou, au contraire, présentent soit des retournements de tendance, soit des évolutions cycliques, et selon que la croissance en niveau des volumes est ou non suffi-

samment forte pour que l'on observe une croissance relative par rapport à l'ensemble de la consommation (cf. tableaux 2 à 7). Quatre cas polaires seront considérés, correspondant aux quatre cas illustrés supra (prix relatif et volume en croissance constante, volume croissant et prix décroissant, volume décroissant et prix croissant, volume et prix décroissants (3)). Afin de juger si les déplacements des courbes d'offre et de demande qu'il faut postuler pour rendre compte, dans un tel cadre, des évolutions constatées sont plausibles ou non, pour chaque bien des divers groupes, on se posera diverses questions, dont la liste émane des réflexions antérieures. Dans l'affirmative, et si aucune information extérieure à la série ne vient contredire la plausibilité de l'explication ainsi mise en évidence, on la retiendra au titre du phénomène principal à l'œuvre (auquel viendront le cas échéant se superposer des phénomènes annexes) ; sinon, on bâtera une explication « ad hoc », rendant compte de la façon dont le produit s'écarte des cas standards.

3. Toutes ces évolutions étant « tendancielle », cf infra.

de l'emploi – rendue plus difficile par la montée du chômage, surtout pour les non-qualifiés –, se produisent plus tard dans le cycle de vie.

La périurbanisation se généralise

La périurbanisation, commencée autour de l'agglomération parisienne gagne la plupart des villes françaises. Les petites communes, localisées à proximité des villes et de leur banlieue, bénéficient de plus de la moitié de la croissance démographique entre 1982 et 1990 (Le Jeannic, 1997). Elles sont favorisées par l'implantation des nouvelles industries et des nouveaux centres commerciaux. Un double courant alimente la périurbanisation (Le Jeannic, 1997 ; Insee, 1998) : l'exode rural et le flux des rurbains, habitants des quartiers populaires en cours de rénovation et accédants à la propriété des milieux modestes. Nombre de ces actifs gardent leur emploi à la ville et font la navette les jours ouvrables entre les centres villes et leur périphérie. Les ménages, dont le chef actif est agriculteur, perdent de leur importance numérique, y compris dans l'espace le plus éloigné des agglomérations. Dans le « rural isolé » (Insee, 1998), la part des foyers d'agriculteurs est passée de 20 % en 1982 à 13 % en 1990 ; la part des foyers ouvriers qui s'est légèrement effritée, y est deux fois plus forte et n'est surpassée que par celle des retraités (30 %) qui sont de moins en moins souvent des retraités de l'agriculture.

Quant aux entreprises industrielles, elles profitent du faible coût des terrains, du réseau routier et des facilités de la livraison, de la présence d'une main-d'œuvre de qualification diversifiée et disposant de moyens de transport. L'implantation des centres commerciaux et des hypermarchés obéit à la même logique mais s'y ajoute la proximité massive des consommateurs équipés d'automobiles. Habitat, création d'emplois et implantations commerciales ont des effets cumulatifs d'autant plus forts qu'ils sont encouragés localement par une fiscalité « incitative » et par une politique de travaux publics, notamment par la construction de rocade urbaines.

La vie de quartier en déclin

La vie de quartier et la sociabilité de voisinage – notamment dans les petites agglomérations – déclinent en général ; elles s'effondrent même dans l'habitat populaire, soit parce que les opérations de réhabilitation urbaine évincent la population d'origine de leurs anciens quartiers,

soit parce que, fragilisées par le chômage, les populations résidentes désertent les cafés, les équipements publics et les rassemblements culturels, politiques ou confessionnels organisés sur une base locale (Bozon, 1984) et se replient sur le foyer (Schwartz, 1991). La télévision, mais aussi le téléphone, affaiblissent l'intensité des contacts de face à face que permet le voisinage. L'automobile, enfin, tout comme le chômage, la télévision et le téléphone, n'encourage pas la sociabilité locale. En particulier, la généralisation de son usage et la flexibilité de l'emploi contribuent à faire disparaître une population qui à la fois résidait et travaillait dans la même commune et qui, de ce fait, occupait une place cruciale dans l'animation de la vie locale. Enfin, les localités sont moins actives du fait de la disparition du petit commerce et des services de proximité (cinéma, artisans, etc.), qui ne trouvent plus la clientèle captive dont ils ont besoin pour prospérer. Le changement de la distribution n'a toutefois pas que des aspects négatifs : la commercialisation est désormais conçue comme une forme d'animation culturelle, avec musique, services de restauration, voire expositions, et la corvée des courses a de plus en plus un aspect « loisir » familial.

Anciennes et nouvelles tendances de la consommation

A lors même que les grandes caractéristiques de la société évoluent, la consommation se déforme, des tendances déjà anciennes se poursuivant, d'autres apparaissant.

À partir des trajectoires suivies par les prix et les volumes, produit par produit, on dressera le tableau de l'évolution des grands postes de dépense sur la période (cf. tableau 1). En complétant ces informations là où elles sont particulièrement insuffisantes, – notamment sur les innovations dans l'offre – l'objectif est de construire une vision cohérente des évolutions du monde de la consommation.

Maison et logistique du foyer en hausse : 32 % de la dépense en 1995

L'accès à la propriété du logement en panne

L'augmentation du nombre des ménages fait croître le nombre des propriétaires ; cependant,

leur proportion reste stable (Laferrère, 1997). Avec l'éclatement de la bulle spéculative depuis 1988, l'immobilier apparaît désormais davantage comme une épargne risquée aux acquéreurs éventuels. Incitées par les pouvoirs publics à se montrer attentives aux risques de surendettement, les banques sont plus exigeantes dans l'attribution des crédits. De plus, l'État qui continue à subventionner le logement social, diminue ses aides à l'accession à la propriété, contribuant ainsi à relancer la location privée. L'apport personnel se généralise et la part de cet apport augmente dans le financement de l'achat. Les accédants issus de milieux modestes et ne disposant pas initialement d'un patrimoine sont pénalisés, les nouveaux dispositifs comme l'intérêt zéro étant encore trop récents pour avoir des conséquences observables. Pour la clientèle aisée, les réticences à la propriété sont d'une autre nature. Dans la fin des années 80 et les années 90, les valeurs boursières peuvent apparaître plus attractives que les investissements dans l'immobilier. Les jeunes cadres qui sont la cible préférée des agences immobilières, ont aussi de bonnes raisons pour retarder le moment de leur installation « bourgeoise ». Leurs études s'achèvent de plus en plus tard ; leur salaire de premier emploi est relativement plus faible qu'à la génération antérieure ; la stabilisation dans l'emploi est plus lente. De plus, tout au long de leur carrière mais surtout au début, ils sont géographiquement plus mobiles (Pumain et Courgeau, 1993), ce qui peut les inciter à louer dans un marché immobilier orienté à la baisse ou, du moins, relativement peu liquide. Les coûts de transaction, dans une économie sans inflation, représentent de fait une charge financière importante (cf. tableau 2).

La maison individuelle en baisse

Plus de la moitié des 23 millions de résidences principales en 1996 sont des maisons individuelles mais la construction récente ne leur est plus favorable. Après avoir connu une période faste, l'habitat en maison individuelle n'a pas progressé depuis 1992 (Omalek et Le Blanc, 1998), et ce pour plusieurs raisons. La maison individuelle est l'habitat auquel aspirent tout particulièrement les foyers modestes, ceux d'origine rurale et qui ont toujours vécu dans des maisons individuelles et ceux d'origine urbaine, ayant résidé dans l'habitat collectif le moins confortable (excentré et mal relié au centre ville, mal insonorisé et mal entretenu, dont le voisinage est perçu comme oppressant, voire menaçant). Or, moins aidés par les politiques publiques, les foyers les plus modestes sont restés locataires dans l'habitat collectif, renonçant à la maison individuelle à laquelle ils auraient accédé en devenant propriétaires (Le Blanc et Clanché, 1996). Le vieillissement de la population n'est pas non plus favorable à la maison individuelle. Le quatrième âge qui dépend des services médicaux et des petits commerces est maintenu à domicile à condition de résider dans l'habitat collectif des centres villes. Aux comportements de ces deux populations particulières, il faut ajouter les effets d'un certain désenchantement général à l'égard de la maison individuelle. Les nouveaux pavillonnaires n'ont pas toujours bien anticipé le bruit et les autres nuisances liées à la proximité des voisins (jardins incitant à la vie en plein air, possession d'animaux familiers), à l'éloignement des centres villes, au coût du transport et au temps passé dans les déplacements. À plus long terme, l'entretien de cet habitat est relativement

Tableau 1

L'évolution de la consommation : les coefficients budgétaires*

	1980	1995
Alimentation à domicile et cantine	22,3	19,2
Habillement et soins cosmétiques	11,7	9,3
Maison (gestion et équipement domestique)	30,2	32,4
Transport et communication	16,4	16,1
Loisirs (équipement et sorties)	11,3	12,0
Santé	8,1	11,0
Total	100	100

* La production autoconsommée par les foyers n'est pas comprise dans ce tableau. Elle représentait 0,8 % en 1980 et 0,5 % en 1995.

Source : Comptabilité nationale, Insee.

Tableau 2

Maison et logistique du foyer**A - Évolution des volumes absolus et relatifs et des prix relatifs des produits**

P ++ Va - -	P ++ Vr - -	P ++ Vr + -	P ++ Vr ~	P ++ Vr - +	P ++ Vr + +
houille lignite	literie	réparations app.électrom.	droits au bail	service domestique	loyers réels et fictifs
coke	meublier métallique	autres produits végétaux	entretien ascenseur		services organismes financiers
gpl (gaz liquide)	coutellerie art. de ménage		imprimerie		conseils financiers et fiscaux
abrasif	quincaillerie		conseils juridiques		vétérinaires
linge de maison	tréfilerie (grillage)				autres services marchands (assainissement)
verres à main	peintures vernis				autre réparation
vaisselle	colles				
objets en plâtre	plastiques pour bâtiment				
fils électriques	article de papeterie				
piles	eau				
boulonnerie visserie	artisans btp (petit entretien)				
allumettes	foyers étudiants, jeunes travailleurs				
ficelles, cordes, filets	services funéraires				
broserie, vannerie, liège	publicité				
app. élec.instal.	studio de photo				
motoculteurs					
déménagement	services perso. divers				
P ~ Va - -	P ~ Vr - -		P ~ Vr ~		
produits scierie	objets divers bois		matériel d'éclairage		
tissus en jute	outils à main électriques		articles divers en plastique		
aut. tissus coton	fleurs et plantes		plants de pépinière		
	serv. postaux et financiers (Poste)		assurance responsabilité civile		
			assurance incendie		
P - + Va - -	P - + Vr - -				P - + Vr + +
fioul	chauffage urbain				gaz naturel
gaz distribué	prod. entretien				électricité
alcool à brûler	verre de ménage				prod. transform. du papier
pierres construction					spécialités pharmac. vétérinaires
nappe cirée tissu enduit					

onéreux. Les constructions, réalisées à la période d'enthousiasme pour la maison individuelle, sont souvent de qualité médiocre (Coloos, 1995) et elles vieillissent mal. Leur valeur de revente est amputée par le prix de leur nécessaire réhabilitation. Cette prise de conscience est favorable à l'habitat collectif, d'autant que l'insonorisation y a beaucoup progressé. Les plaintes des occupants à l'égard du bruit sont plus fréquentes dans le logement collectif que dans le logement individuel ; mais dans les constructions récentes, la fréquence de ces plaintes, en diminution pour les deux habitats, s'affaiblit plus rapidement pour les logements collectifs (Omalek et Le Blanc, 1998).

Ces facteurs sont également à l'œuvre dans le cas de la résidence secondaire, dont la possession marque un net recul, accentué par d'autres phénomènes, dont l'éloignement des racines rurales au fur et à mesure que les générations se succèdent : une part importante des résidences secondaires était de fait constituée des anciennes résidences principales des parents ruraux ; or ceci est de plus en plus rare. De plus, les causes de désenchantement sont encore plus nombreuses que pour la maison utilisée comme résidence principale : incon vénients d'avoir à entretenir maison et jardin, risques de cambriolage, astreinte freinant les autres formes de vacances, mauvaise qualité des constructions

Tableau 2-A (fin)

P - - Va - -	P - - Vr - -	P - - Vr + -	P - - Vr ~	P - - Vr + +
meubles	sièges	articles de bureau/ Paris	réfrigérateur congélateur	antiquités, objets d'art
m. de cuisine de bois blanc	tapis		lave-vaisselle	meubles divers (en kit)
accessoires bronze, fer forgé	verre plat (miroiterie)		lave-linge	autres app.
app. ménagers (électriques)				
thermomètres	lampes		tondeuse	emballages plastiques (sac poubelle)
articles divers	machines de bureau		app. ménagers non électriques	autres sels
	produits aluminium		services de nettoyage	ouvrages en caoutchouc
	panneaux bois de placage			assurance-vie
	prod. chimique de base (engrais)			aliments pour animaux
	accumulateur			
	recup. métaux			
	bois de chauffage			

Lecture : La typologie des produits est construite autour de deux axes.

L'axe horizontal est celui des volumes. De gauche à droite, le produit est classé selon la décroissance/ la croissance de son volume absolu ou relatif sur la période.

Va - - : le volume absolu du produit est constamment décroissant;

Vr - - : le volume relatif du produit est constamment décroissant;

Vr + - : le volume relatif du produit est d'abord croissant puis décroissant;

Vr ~ : le volume relatif du produit est cyclique (au moins trois phases);

Vr - + : le volume relatif du produit est d'abord décroissant puis croissant;

Vr + + : le volume relatif du produit est constamment croissant.

L'axe vertical est celui des prix relatifs. De haut en bas, le produit est classé selon la croissance/ la décroissance de son prix relatif sur la période.

P + + : le prix relatif du produit est constamment croissant.

P - + : le prix relatif du produit est d'abord décroissant puis croissant;

P ~ : le prix relatif du produit est cyclique (au moins trois phases);

P + - : le prix relatif du produit est d'abord croissant puis décroissant;

P - - : le prix relatif du produit est constamment décroissant sur la période.

dans les lotissements en bord de mer et revente difficile, etc.

Malgré le handicap des prix relatifs croissants, le volume des *loyers réels et fictifs* est en hausse. Le nombre des ménages a continué de croître plus vite que la taille de la population mais surtout la qualité du logement s'améliore. Les jeunes générations se montrent plus exigeantes. Au moment où ils sont en âge de s'installer, les

jeunes « héritent » comme standard du niveau de confort atteint par leur famille d'origine, niveau plus élevé que celui de leurs parents au moment de leur première installation et qui n'a été atteint par ces derniers que beaucoup plus tard, à la maturité ou à l'âge de la retraite. Les nouvelles normes officielles de la construction accompagnent cette orientation. Ainsi les immeubles récents ou rénovés doivent fournir une meilleure isolation phonique et thermique. En application de la loi Malraux, les façades des immeubles doivent faire l'objet d'un ravalement périodique. Les logements les plus vétustes disparaissent avec la réhabilitation des quartiers populaires dans les centres villes et dans la banlieue de construction ancienne (Le Blanc et Clanché, 1998). Le gros entretien du parc bâti se traduit aussi par l'assainissement des caves, l'installation d'ascenseur dans les étages, d'espaces verts, de parkings. Les logements sont vendus ou loués désormais avec des cuisines aménagées.

Il y a un recentrage du marché locatif libre vers le haut de gamme, le locatif à usage populaire se réduisant toujours plus au secteur administré des HLM : demande et offre se conjuguent pour produire cet effet. Les classes aisées désirent de plus en plus louer et les propriétaires ont un faible pour de tels locataires offrant toutes les garanties de solvabilité.

Les biens durables à renouvellement différé

Les deux décennies antérieures à 1980, pendant lesquelles la taille des logements a continuellement augmenté, ont connu parallèlement une progression spectaculaire des équipements de base (Monteiro, 1995). Presque tous les ménages, même les plus modestes, sont désormais possesseurs de réfrigérateurs, de lave-linge, de cuisinières électriques ou à gaz, de chauffage central ou d'appareil électrique de chauffage. Seul le lave-vaisselle, dont le besoin se fait moins sentir dans les ménages de petite taille, n'atteint pas encore un seuil de diffusion proche de 90 %. La demande de premier équipement approchant ainsi pour la plupart des biens la saturation, le marché s'oriente vers le renouvellement. Le consommateur jette plutôt que de prolonger l'existence de l'équipement dont le fonctionnement commence à se détériorer. Les prix relatifs de machines neuves sont en baisse, concurrençant avec succès les *réparations des appareils électroménagers*, dont le volume stagne en raison des prix relatifs qui ont toujours crû plus rapidement que la moyenne.

Tableau 2
B - Les niveaux absolus

	1981	1990	1996
volume en croissance très forte			
aliments pour animaux	120		370
assurance-vie	110		300
volume en forte croissance			
spécialités pharmaceutiques			270
vétérinaires	100		220
volume en croissance moyenne et légèrement au dessus			
loyers réels et fictifs	105		180
électricité	108		180
antiquités, objets d'art	100	200	170
volume décroissant			
thermomètres	100	72	98
objets en plâtre	100	82	95
piles	95	100	90
alcool à brûler	100		91
meubles	105	110	90
gpl	105		82
linge de maison	102		83
brosserie	105		85
ficelles	100		80
meubles de cuisine, en bois blanc	100		78
tissus coton	100		74
boulonnerie visserie	100		68
déménagements	100		68
verres à main	100		65
vaisselle	100		65
app. électr. d'installation	100		62
accessoires bronze et fer forgé	100	110	62
fioul domestique	95		55
nappe cirée tissu enduit	90		55
fils électriques	93		36
coke	90		32
allumettes	100		30
motoculteur	83		22
houille lignite	85		18
gaz distribué	85		10

Source : Comptabilité nationale, Insee.

L'électroménager est un équipement collectif du foyer, le multi-équipement est peu fréquent, et ce d'autant plus que la résidence secondaire se raréfie. La diffusion achevée, le volume croît moins par la quantité que par la qualité des produits, les progrès de l'industrialisation mettant à portée de toutes les bourses les équipements domestiques « haut de gamme » initialement accessibles aux seuls ménages les plus aisés.

Les foyers, de plus en plus équipés d'appareils électroménagers, d'éclairage, de chauffage et d'audiovisuel, font un usage d'énergie croissant, même si de grands progrès ont été faits dans les consommations unitaires ou le rendement calorifique des appareils. L'électricité et le gaz naturel (dont la distribution s'étend en accompagnant la périurbanisation) sont les grands gagnants dans la concurrence avec les autres sources énergétiques, le fioul, le charbon, le gpl, le bois de chauffage (produit de la sylviculture) et le chauffage urbain. Pourtant les prix relatifs du gaz et de l'électricité ne baissent qu'en fin de période. La préférence pour ces deux sources d'énergie vient de ce que leur usage n'implique pas de travail domestique pénible, comme pour le charbon ou le bois, qui doivent être stockés et transportés vers les poêles ou les cheminées. De plus, l'entretien des appareils alimentés par le gaz ou l'électricité est minime. À la différence du fioul, ce sont des énergies qui brûlent sans odeur désagréable. Peu dangereuses, leur usage ne nécessite pas de compétence technique. Enfin comparé au chauffage central, le radiateur électrique est moins coûteux à l'installation et pour l'entretien. Le bois, moyen de chauffage économique pour ceux qui habitent dans des régions forestières, décroît en volume moins vite que le charbon.

La taille du logement se stabilise

Le marché du meuble est aussi saturé que celui de l'équipement domestique, mais ne bénéficie pas du même dynamisme de l'offre. L'obsolescence technologique a peu de prise, sauf pour la literie, qui innove dans la période avec des matelas plus ergonomiques. Le nombre des meubles par foyer, en effet, est conditionné par le nombre des pièces du logement et leur affectation (Mormiche et Bonnaud, 1990). Une pièce comporte en moyenne six meubles, mais l'ameublement d'un séjour exige deux à trois fois plus de meubles que celui d'une chambre. Or la taille du logement se stabilise (Omalek et Le Blanc, 1998). Entre 1984 et 1996, le nombre de pièces par logement a peu varié (3,8 à 4) et

s'il s'accroît, c'est plutôt par le nombre des chambres. Enfin, l'offre commerciale en ce domaine, tout comme pour l'électroménager, ne peut compter sur le multi-équipement qui dynamise le marché de l'automobile ou celui de l'audiovisuel.

La « maison bourgeoise » (Schumpeter, 1942), avec ses pièces de « réception » séparées des chambres et des pièces où travaillent et logent les domestiques, décorée avec des meubles de style, des rideaux aux fenêtres, des lustres et des tapis, avec sa table ornée de vaisselle en porcelaine, de verres en cristal taillé, de couverts en argent, ne s'impose plus comme modèle pour concevoir l'aménagement de son intérieur. Les comportements de mise en couple sont défavorables à cette consommation d'apparat (Elias, 1969). Les jeunes couples se marient ou rendent officielle leur union après une période de vie commune plus ou moins longue au cours de laquelle ils ont accumulé des équipements de base et installé leur foyer. Si la cérémonie de mise en couple reste une occasion de recevoir des cadeaux, les arts de la table et les objets décoratifs censés accompagner le couple sa vie durant sont concurrencés par des dons qui ne durent pas, comme la participation financière à un voyage – que l'on continue à dire « de noces » ou à l'achat du véhicule. Les lampes, linge de maison, miroir sont en baisse absolue pour le volume. Les logements sont achetés ou loués avec des cuisines déjà aménagées, avec meubles et équipement intégrés. Le seul segment dynamique de l'ameublement, tiré par des prix relatifs en baisse, est celui des meubles divers, meubles en kit ou d'importation, notamment en rotin ou en osier. Les panneaux en bois, les accessoires en bronze, les vis et boulons et la plupart des matériaux nécessaires au bricolage étant fournis avec le kit, leur vente au détail est en déclin. D'autres petits articles nécessaires au fonctionnement du foyer peuvent également souffrir du déclin de certaines activités : faire des conserves, des confitures se raréfie, et, avec, le besoin de bocaux ou de verrines, ce qui entraîne la baisse du verre de ménage.

Le goût postmoderne

Le style « postmoderne » dans l'architecture allie fonctionnalité dans l'aménagement de l'espace, technicité des équipements et éclectisme dans la décoration (Herpin, 1994). Cette orientation caractérise aussi l'évolution des goûts vis-à-vis de l'équipement intérieur du domicile. En particulier, l'intérêt des ménages

pour les innovations technologiques ne faiblit pas, qu'il s'agisse d'équiper la cuisine en électroménager ou les autres pièces en appareils audiovisuels et de communication. En revanche, le « bon goût » ne suscite pas cette large adhésion. La contrainte des styles ou des modes n'uniformise pas l'aménagement intérieur. Le cadre matériel de la vie domestique n'a plus à obéir au décorum. Cette attitude « postmoderne » profite néanmoins aux *antiquités*, dont la définition s'est élargie à tout ce que vend la brocante et les salles des ventes, aux objets d'art, aux photographies et aux reproductions d'images ou de tableaux. Moins une vitrine où l'on reçoit conformément à son rang, le foyer est censé être un lieu de vie confortable où l'éclectisme dans le choix des choses dont on s'entoure est une marque de tolérance ou de distance à l'égard des autres opinions et des goûts des autres.

Si la vie privée tend à réduire la pression sociale et le poids des « convenances », en revanche, certaines acquisitions ne sont pas sans consé-

quence sur l'emploi du temps et de l'argent du foyer. Bien que leur population soit en nombre stable, les animaux familiers mobilisent une dépense croissante dans le budget des ménages. Le volume de l'*alimentation animale* a plus que triplé dans la période. Il en est de même pour la *pharmacie vétérinaire*. Quant aux services des *vétérinaires*, ils ont plus que doublé. Si le nombre des ménages possédant un animal familier croît au rythme de la population, le comportement du maître à l'égard de l'animal est en profonde transformation (Herpin et Verger, 1992). Avec un habitat qui, y compris à la campagne, s'urbanise, l'animal familier perd de son indépendance mais gagne d'être traité comme un compagnon dont on varie l'alimentation, que l'on vaccine et soigne.

Un recours accru à certains services

La logistique d'un foyer moderne implique de plus en plus le recours à certains services. *Conseils juridiques, fiscaux ou financiers*, mais

Tableau 3

Transport et télécommunication

A - Évolution des volumes absolus et relatifs et des prix relatifs des produits

P++Va--	P++Vr--	P++Vr+-	P++Vr~	P++Vr-+	P++Vr++
transports maritimes wagons-lits wagons restaurants	transports routiers de voyageurs transports urbains de voyageurs lubrifiants réparations auto. assurance-auto. auto-école	voitures neuves (leasing) transports ferroviaires de voyageurs	pièces détachées auto. pièces détachées cycles	motocycles et cycles navigation côtière et d'estuaire	locations de voiture gazole parkings
		P+-Vr+-			
		taxis			
	P~Vr--				
	pneumatiques ch. à air				
P-+Va--	P-+Vr--				P-+Vr++
essence ordinaire	essence super				Transports aériens
		P--Vr+-	P--Vr~		P--Vr++
		voitures occasions (démonstration)	voitures neuves (hors leasing) échanges standard moteur		voitures d'occasions (marges) péages télécommunications matériel téléphonique

aussi et surtout *assurances* (dont assurance-vie) progressent en volume. Les premiers progressent malgré un prix relatif croissant, les besoins étant liés d'une part à l'augmentation du patrimoine des ménages et à son extension à une fraction plus large de la population et d'autre part à la plus grande fréquence des divorces. Favorisées par une baisse relative de leur prix (même si celle-ci n'est pas mesurée de façon adéquate dans la Comptabilité nationale) et par une politique fiscale incitative, les assurances-vie ont connu un développement particulièrement rapide.

Transports et télécommunications s'accroissent : 16 % des dépenses

La mobilité quotidienne est stationnaire

En général, les dépenses de transport bénéficient d'une demande porteuse. La périurbanisation accroît les distances moyennes pour se rendre au travail. Le succès de la grande distribution et corrélativement le déclin du commerce de voisinage, conduisent les ménages à allonger les distances moyennes à parcourir pour leur approvisionnement. Les départs en week-end et les excursions du samedi ou du dimanche se généralisent, expliquant en partie pourquoi la part des sorties et des loisirs augmentent dans la mobilité quotidienne (au détriment de la mobilité domicile-travail). Pour les

vacances, s'il est vrai que le nombre des jours partis par an stagne, le nombre des séjours par personne et par an et donc le nombre de départs et de retours continuent de progresser. Globalement, si les gens ne passent pas plus de temps en transports, ils font plus de kilomètres ; grâce à une politique de développement des infrastructures (routières, mais aussi ferroviaires ou aéroportuaires), le monde rapetisse (cf. tableau 3).

La demande favorise en premier l'automobile, celle pour le *véhicule d'occasion* étant portée par une évolution des prix plus favorable que celle pour la voiture neuve, sauf aux périodes où l'État prend des mesures incitatives spécifiques. Certes la proportion des ménages équipés ne progresse qu'avec lenteur, de 62 % en 1973 à 75 % en 1994 (Parc automobile des ménages, Insee, 1997). Mais ceci ne doit pas masquer le fait que le nombre des véhicules a plus que doublé depuis 1973 (Orfeuillat, 1996). Le parc automobile, en effet, a crû parallèlement à la taille de la population des conducteurs. Or, au cours de cette période, cette population s'est étendue, et d'abord parmi les personnes âgées.

Le vieillissement des conducteurs

Les personnes âgées sont de moins en moins exclues de ce moyen de transport. Ainsi, 71 % des hommes de 60-69 ans avaient le permis en 1982 ; ils sont 88 % en 1994 (Gallez *et al.*, 1997). Parmi les femmes de la même tranche d'âge, la proportion de celles ayant le permis double dans cette période (de 24 % à 48 %). Parallèlement, le pourcentage des ménages dont le chef a entre 60 et 69 ans et qui sont motorisés est passé de 57 % en 1982 à 76 % en 1994. Il s'agit d'abord d'un pur effet de génération, mais l'automobile a aussi bénéficié de l'amélioration de l'état de santé du troisième âge ainsi que de son enrichissement matériel, relativement plus rapide que celui des autres ménages plus jeunes. Tous les ménages qui ont acheté un véhicule y ont consacré un budget croissant depuis le début des années 80 ; mais les constructeurs automobiles ont surtout profité des achats coûteux des *golden seniors* qui ont pris leur retraite dans cette période (Bodier, 1996).

L'usage de l'automobile se féminise

L'essor du parc automobile est dû aussi à la féminisation de l'usage de ce moyen de transport. La proportion des femmes ayant le permis de

Tableau 3
B - Les niveaux absolus

	1981	1990	1996
Volume en croissance très forte			
gazole	110		950
matériel téléphonique	100		700
Volume en forte croissance			
télécommunications	110		300
péages	100		280
voitures d'occasions (marges)	100		240
locations de voiture	100		210
Volume en croissance moyenne et légèrement au-dessus			
Volume décroissant			
navigation côtière et d'estuaire	95	110	100
transports maritimes	95	108	98
motocycles et cycles	100	60	95
wagons-lit et wagons-restaurant	98		52

Source : Comptabilité nationale, Insee.

conduire est passée de 47 % en 1982 à 64 % en 1994. Le multi-équipement automobile, en progressant de 27 % à 34 % des ménages dans la même période, profite aux femmes. Les distances parcourues comme conducteur d'un véhicule doublent chez les femmes actives entre 1982 et 1994 (elles n'augmentent que de 50 % chez les hommes actifs dans la même période). La conduite automobile progresse encore plus vite chez les femmes au foyer (Orfeuillet *et al.*, 1997). Cette féminisation de l'usage de l'automobile est liée à l'activité professionnelle des femmes mais aussi aux déplacements des enfants. La périurbanisation éloigne de l'école, pas tant de l'école primaire que du collège ou du lycée. De plus, les regroupements pédagogiques intercommunaux, qui se sont accélérés entre 1988 et 1994, ont augmenté la distance domicile/école pour les enfants dont les familles habitent dans des zones rurales éloignées des pôles urbains (Insee, 1998). Les enfants de 6 à 17 ans accomplissent, en 1994, deux fois plus de kilomètres par jour qu'en 1982 en tant que passagers d'une voiture. La marche à pied (ou le trajet en vélo) recule en distance absolue parmi les jeunes générations. Tous motifs confondus, le kilométrage effectué à pied ou en vélo par jour et par un enfant ou par un adolescent âgé de 6 à 17 ans est passé de 2,0 en 1982 à 1,4 en 1994 chez les garçons et de 1,4 à 1,0 chez les filles. Les enfants rejoignent donc les adultes de tous les âges dans l'attitude qui consiste à avoir de plus en plus de mal à se passer de la voiture.

Les *motocycles et cycles* sont en baisse absolue sur la première période avec le fort déclin des vélomoteurs et des cyclomoteurs, succédant de la voiture pour les catégories les moins favorisées et condamnés par la hausse des niveaux de vie ; mais avec la réapparition du scooter et la diversification des motos de petite cylindrée ce mode de transport regagne, après 1990, une partie du terrain perdu.

Les transports en commun concurrencés

Les transports collectifs prennent du retard par rapport aux transports individuels. Pour les déplacements de courte distance, le réseau des transports publics urbains ne s'étend qu'avec lenteur et de ce fait ne dessert qu'imparfaitement l'habitat périurbain. Bien que l'usage des transports publics puisse se combiner avec celui du véhicule personnel, la multimodalité dans les déplacements quotidiens reste encore peu répandue à l'exception du Bassin parisien (Madre et Maffre, 1995). Pour les trajets de lon-

gue distance, le réseau ferré s'étant resserré sur les grandes lignes et les liaisons entre Paris et les métropoles régionales, les trajets transversaux ou entre petites agglomérations mettent le voyageur dans une situation qui ne cesse de se dégrader en termes de choix des horaires, de nombre de changements, voire de durée des trajets. Les transports de voyageurs, qu'ils soient ferroviaires, mais aussi urbains ou routiers n'ont relativement pas amélioré les conditions de l'offre et ce pour diverses raisons : situation de monopole national ou local et de la part élevée de la main-d'œuvre qualifiée dans l'exploitation de leur réseau, coûts des investissements difficiles à rentabiliser face à une offre qui se restreint. La mutation du train, avec le recentrage sur des trajets TGV plus courts et de jour, entraîne le déclin des services annexes liés aux voyages de longue durée, wagons-lits et wagons-restaurant dont le volume est en baisse absolue continue et forte. Parmi les transports collectifs, seuls les transports aériens connaissent une forte accélération de leur volume (Les Transports en 1996, Insee-Résultat, 1997). Pour les voyages internationaux sur le continent, l'avion concurrence avec succès le train ; pour les autres voyages internationaux, le bateau ; cependant, la baisse du volume des transports maritimes de voyageur ralentit fortement après 1990, amorçant peut-être un retour en faveur de la croisière touristique. Pour la navigation côtière et d'estuaire, les bacs et les ferries sont concurrencés par la mise en service de ponts (celui de l'Île de Ré en 1988 par exemple) et plus récemment par le tunnel sous la Manche.

Les politiques économiques de dérégulation dans le secteur aérien (fin du monopole sur les destinations intérieures, concurrence internationale accrue) et la stagnation du prix des carburants ont amélioré les conditions de l'offre et, depuis le début des années 90, permis au prix relatif de s'orienter à la baisse (prix *charter*, tarifications spéciales).

Un engouement pour les télécommunications

Même si le développement rapide du téléphone portable s'est surtout réalisé depuis la fin de la période étudiée, le *matériel téléphonique* et les *télécommunications* ont connu un fort développement, soutenu par une réduction des tarifs et la progression des services annexes, par Minitel sur la période étudiée. Gageons qu'à l'avenir ce mouvement ne fera que se renforcer par le développement d'Internet et du téléphone portable.

**Loisirs au domicile, sorties
et départs en vacances en hausse :
12 % des dépenses en 1995**

Le nombre des voyages pour motifs personnels (départs en vacances et visites à la famille, etc.) a augmenté des deux tiers entre 1982 et 1994 (Gouider, 1998), le voyage d'une journée progressant plus lentement que celui d'une à trois nuits et ce dernier, plus lentement que celui de quatre nuits et plus. La diffusion massive de l'automobile et l'augmentation du nombre des départs hors du domicile font évoluer les sorties en leur faisant perdre une partie de leur orientation culturelle. Les sorties se disent excursions et, par là-même, elles sont, sinon plus sportives, du moins davantage tournées vers des activités de plein air ; de fait, les collectivités locales ont aménagé des sites pour ces activités (piscine publique, tables de pique-nique, etc.). Couplés avec la motorisation élevée des ménages, ces aménagements favorisent le développement des excursions journalières. Les *autres spectacles* connaissent ainsi un redémarrage en seconde période grâce aux parcs de loisirs dont le succès s'affirme au début des années 90, ce qui leur permet d'échapper au recul général des spectacles (cf. tableau 4).

La stabilité des départs en vacances

Cette croissance des voyages personnels n'est pas signe d'une augmentation des départs en vacances, car, sauf pour les indépendants qui, dans la période, rattrapent en partie leur retard par rapport aux salariés, la fréquence des départs en vacances reste stable (Monteiro et Roweczyk, 1994). 35 % des ménages déclarent encore devoir se priver de vacances hors du domicile pour des raisons pécuniaires, ce taux atteignant presque 80 % parmi les ménages du premier décile de revenu (Lollivier et Verger, 1997). Mais les congés sont pris de façon de plus en plus fractionnée (Monteiro, 1995), accroissant ainsi la mobilité de loisirs et la fréquence des départs au moment des week-end. En conséquence, les *restaurants*, le *camping*, les *agences de voyage* et les *remontées mécaniques* progressent en volume malgré une évolution à la hausse des prix de ces services où la main-d'œuvre qualifiée revient cher.

Les actifs salariés passent plus de la moitié de leurs congés au domicile (Berhault, Luong 1995), ce qui satisfait surtout les résidents des maisons individuelles, qui en profitent pour jardiner, bricoler, recevoir parents ou amis

même si, au domicile ou hors de celui-ci, le congé est d'abord une période dédiée au repos. Les régions où les habitants sont les moins tentés de partir en vacances sont celles qui attirent les résidents des régions les plus urbanisées et les plus industrielles : le taux de départ en vacances ne dépasse pas 57 % dans la région Provence-Alpes-Côte d'Azur, alors qu'il atteint 79 % en Île-de-France.

L'appétit des cadres pour les vacances

La catégorie sociale la plus souvent partie en vacances – d'été, mais surtout d'hiver – est celle des cadres et professions libérales. La durée moyenne de leurs séjours est aussi la plus longue. Cependant, l'appétit des cadres pour les vacances n'a pas atteint son seuil de saturation. Dans les enquêtes sur les modalités de l'aménagement du temps de travail corrélative à la semaine de 35 heures (Boulin *et al.*, 1998), les cadres déclarent préférer une augmentation du nombre de leurs jours de congé à une diminution de la durée journalière du travail. Dans certains quartiers urbains, où résident des familles de cadres, les établissements scolaires sont soumis à la pression des parents pour que les enfants soient libérés le samedi matin et que l'école adopte la semaine de quatre jours (enquête Crédoc sur les rythmes scolaires, 1997). Si le départ en week-end et au moment des congés est ressenti comme plus nécessaire dans ce milieu social, c'est d'abord parce que la durée hebdomadaire du travail est plus longue chez les cadres que chez les autres salariés (Fermanian, 1999). Leurs activités professionnelles et les obligations annexes empiètent sur leur vie privée plus facilement quand les cadres restent au domicile pendant les congés. Enfin et surtout, les activités de loisirs qui les attirent – sportives comme le golf, le yachting ou la randonnée – ou culturelles – comme le tourisme ou la fréquentation de festival – se pratiquent imparfaitement à proximité des grandes agglomérations où ces professions sont concentrées.

L'hégémonie croissante de la télévision

Si l'automobile accroît son hégémonie sur les sorties, la télévision prend davantage d'emprise sur les loisirs casaniers. En moyenne, un Français passe plus de 3 heures par jour devant la télévision en 1993, temps qui a augmenté régulièrement au cours de la période (Gentil et Rotman, 1995). Les foyers de plusieurs

personnes disposent, de plus en plus souvent, de plusieurs postes de télévision. Les téléspectateurs français, relativement peu équipés de magnétoscopes par rapport aux autres Européens en début de période, rattrapent leur retard. La vente de vidéocassettes enregistrées est en forte croissance depuis 1986, leur location, en revanche, stagnant depuis 1984. La part des vidéocassettes dans les dépenses des ménages en programmes audiovisuels qui était inférieure du tiers à celle du cinéma en 1982 est, en

1993, deux fois plus importante (Gentil et Rotman, 1995). L'abonnement aux chaînes câblées et surtout à Canal Plus en progressant a bouleversé la répartition moyenne des dépenses en programmes audiovisuels. En 1993, les ménages dépensent plus pour les abonnements que pour la redevance bien que l'audience des chaînes sur abonnement reste minoritaire. Câble, satellite, magnétoscope, multi-équipement en postes de télévision combinent leurs services pour permettre la diffusion d'émissions de mieux en

Tableau 4

Loisirs au domicile et sorties

A - Évolution des volumes absolus et relatifs et des prix relatifs des produits

P ++ Va --	P ++ Vr --	P ++ Vr ++	P ++ Vr ~	P ++ Vr - +	P ++ Vr ++
cinéma	édition			autres spectacles (cirques, fêtes foraines, parc attractions)	hébergement équip. léger (camping)
cafés	produits de la presse				remontées mécaniques
instruments de musique	hôtels				agences de voyages
petits art. métalliques (munitions, etc.)	salles de spectacles (théâtre, concert, etc.)				restaurants
armes	jeux de hasard				réparations radio-télé
					enseignement marchand (autre que sport)
			P ~ Vr ~		
			hébergement équip. développ.		
			gîte rural, club de vacances		
				P - + Vr - +	
				surfaces sensibles (pellicule photo)	
P -- Va --	P -- Vr --		P -- Vr ~		P -- Vr ++
instr. d'optique (jumelles, etc.)	jeux, jouets, puériculture		bateaux		ordinateurs domestiques
caravanes	articles de sport		app. de photo de cinéma		radios combinés
			photographie, film développé		téléviseurs
					appareils d'enregistrement, de reproduction
					disques, bandes, cassettes enregistrées
					redevance radio et télé
					location biens de consommation.

Lecture : voir tableau 2-A.

mieux ciblées sur des populations plus spécifiques soit par les goûts soit par les contraintes horaires.

Cette flexibilité croissante de l'offre, favorable à l'individualisation de l'écoute, ne fait pas disparaître l'usage inverse, plus traditionnel, du spectacle en petit groupe. Les émissions télévisées ont l'avantage sur la lecture ou le cinéma en salle de projection qu'ils accompagnent les activités domestiques ou les repas et peuvent éventuellement donner naissance à davantage de convivialité au sein du groupe familial. Le besoin de vivre avec en permanence un fond sonore se généralise. Les commerces et les salles d'attente retransmettent les programmes de télévision et surtout les émissions de radio. Les *radios-combinés* s'intègrent désormais parmi les instruments attendus que doit comporter le tableau de bord de tout véhicule automobile.

Il faut sans doute attendre encore un peu pour juger de la diffusion de l'ordinateur, les taux de progression très forts constatés sur la période provenant seulement du niveau de départ, quasi nul : l'usage des consoles de jeux semble s'être développé, mais pour les autres usages de

l'informatique domestique, la France semble plutôt en retard.

Les sorties au spectacle plus élitistes

Le café, espace masculin où s'épanouissait une sociabilité populaire aussi bien chez les agriculteurs que chez les ouvriers, et les sorties au spectacle souffrent de l'hégémonie de la télévision. Une évolution négative s'observe aussi pour les *livres* et pour les *instruments de musique*, qui tout comme le théâtre ou le concert, étaient au cœur des divertissements et de la sociabilité festive de la bourgeoisie cultivée. La fréquentation des salles de cinéma s'est effondrée en deux temps, correspondant à la diffusion de la télévision couleur dans les foyers puis à celle du magnétoscope. Les entrées au cinéma diminuent de moitié entre la fin des années 50 et le début des années 70. Elles se stabilisent jusqu'au milieu des années 80. La fréquentation des salles chute à nouveau du tiers et atteint son point le plus bas en 1993. Autrefois populaire, la sortie au cinéma attire un public de plus en plus choisi : de jeunes (20-24 ans), de diplômés de l'enseignement supérieur et de personnes dont le milieu social est celui des cadres, professions libérales et entrepreneurs (Les chiffres-clés du Centre National de la Cinématographie, données 1996). Le profil sociodémographique de ce public se rapproche de celui des spectacles vivants (théâtre, opéra, concert, danse), dont la fréquentation décline tout comme celle du cinéma. La chasse, autre loisir dont la spécificité sociale était forte, est aussi en déclin. *Armes*, d'une part, et *munitions*, d'autre part, ont un volume qui baisse avec la diminution continue de la population des agriculteurs. La *caravane*, adoptée par l'élite ouvrière – notamment les contremaîtres (Herpin *et al.*, 1987) – est aussi un bien dont le volume décline car, moins maniable que le *mobile home* pour les vacances itinérantes, elle est aussi moins confortable que les gîtes ruraux ou les villages de vacances pour les vacances casanières.

Habillement et soins cosmétiques du corps en baisse relative : 9 % des dépenses en 1995

La mise en valeur des formes et la conservation d'une apparence jeune, allant de pair avec une société dont les mœurs se libèrent, où la mise en couple des jeunes se fait plus tardivement et où croît la proportion des mariages terminés par un

Tableau 4
B - Les niveaux absolus

	1981	1990	1996
Volume en croissance très forte			
ordinateur domestique	100		800
app. d'enregistrement, de reproduction	100		500
disques, bandes, cassettes enregistrées	100		380
redevance radio et télé	100		300
Volume en forte croissance			
location biens de consommation	100		260
radios combinés	100		250
Volume en croissance moyenne et légèrement au dessus			
enseignement marchand (autre que sport)	110		180
Volume décroissant			
instruments de musique	100	120	80
cinéma	100	110	70
cafés	98		70
armes	100	125	50
petits articles métalliques (munitions, ...)	100		50
instr. d'optique (jumelles, ...)	105		50
caravanes	100		45

Source : Comptabilité nationale, Insee.

divorce, sont favorables à la croissance de soins corporels de nature cosmétique. La *parfumerie* a un volume en progression aussi rapide que l'ensemble de la consommation. Il en est de même pour les *centres sportifs* et les *lunettes de soleil*. Progressent aussi les indices de volume de *l'esthétique corporelle*, des *professeurs de sport*. On rapprochera enfin de ces postes la

progression du *savon/détergent*. Soins des apparences, propreté physique, changement fréquent des vêtements et notamment nettoyage quotidien du linge de corps sont en effet corrélés. En revanche, la demande pour l'habillement, plus encore que pour l'alimentation, est globalement saturée. Certains des groupes de produits, tels les *vêtements masculins de dessus*,

Tableau 5

Vêtements et soins cosmétiques du corps

A - Évolution des volumes absolus et relatifs et des prix relatifs des produits

P ++ Va --	P ++ Vr --	P ++ Vr +-	P ++ Vr ~	P ++ Vr - +	P ++ Vr ++
habillement sur mesure chapellerie ganterie fils à coudre laine à tricot cardée peignée dentelles broderies réparations chaussures laverie blanchisserie teinturerie	chemiserie, lingerie soutien-gorge, corset, gaine accessoires hab. (ceinture, parapluie, etc.) coiffeur réparations de montres	ouate			parfumerie esthétique corporelle professeur de sport centres sportifs
		P + - Vr + -			
		chandail, pull polo gilet en bonneterie bas, collants, chaussettes			
P - Va --	P ~ Vr --	P ~ Vr + -			
étoffes à mailles vêtements en matière plastique	chaussures	vêtements masculins sous-vêtements bonneterie autres vêtements de dessus en bonneterie autres articles de bonneterie			
P - + Va --					
étoffes (ni tissées ni tricotées) bijouterie, joaillerie app. pesage					
P -- Va --	P -- Vr --	P -- Vr + -	P -- Vr ~		P -- Vr ++
tissus en laine tissus en soie en synthétique autres tissus synthétiques fourrures maroquinerie rubans passementerie	vêtements féminins	vêtements d'enfant	horlogerie		lunettes solaires savon détergent

les vêtements d'enfant, les sous-vêtements en bonneterie, ont beau avoir connu au début des années 80 une croissance de leur niveau absolu, sur la période aucun d'entre eux n'atteint une progression s'approchant de celle de l'ensemble de la consommation (cf. tableau 5).

La disparition du guindé

La disparition du guindé, qu'on peut rapprocher des goûts postmodernes évoqués à propos de la décoration intérieure du domicile, explique en partie cette désaffection relative. La garde-robe se simplifie. Les sorties au théâtre, les cérémonies et les invitations au domicile ne nécessitent plus de porter une tenue « habillée » ou des vêtements « du dimanche ». Sauf pour les cadres du privé qui restent les derniers attachés au « costume cravate » (Herpin, 1986), la tenue portée un jour ouvrable tend à être la même que celle portée les jours de congé. Le succès du survêtement tient à son usage indifférencié alors que les articles vestimentaires classiques sont destinés, pour les uns, à l'intérieur du logement et, pour les autres, à l'extérieur.

Tableau 5
B - Les niveaux absolus

	1981	1990	1996
Volume en croissance très forte			
Volume en forte croissance			
Volume en croissance moyenne et légèrement au dessus			
centres sportifs	110		186
lunettes solaires	110		180
parfumerie	110		175
Volume décroissant			
maroquinerie	100	105	92
tissus laine	110		90
tissus soie	100		85
laverie, blanchisserie, teinturerie	100		82
réparations de chaussures	100	95	75
habillement sur mesure	100		60
chapellerie	100		60
tissus synthétique	95		60
ganterie	110		50
dentelles, broderies	100		55
Fourrures	100	120	44
Laine à tricot	100		38
Fil à coudre	100		35

Source : Comptabilité nationale, Insee.

Conçus pour ne pas gêner les mouvements comme dans les épreuves d'athlétisme, pour protéger du froid comme pour le ski ou des chocs comme dans les sports violents, sans pour autant être lourds et embarrassants, leur usage s'impose dans des situations de la vie ordinaire, même si celles-ci n'ont qu'un lointain rapport avec les conditions de la compétition sportive. Parmi les vêtements de dessus, ceux longs (manteaux, imperméables, robes) tendent donc à être remplacés par des courts (blousons, parkas, jupes, pantalons) moins embarrassants dans les déplacements en automobile ou dans les transports en commun. Les articles en tissu régressent au profit de la bonneterie. Ces articles plus légers sont aussi ceux qui sont les moins coûteux à fabriquer. L'activité des pressing stagne alors qu'augmente la consommation des détergents nécessaires au lave-linge familial.

L'autonomie plus tardive des jeunes

La situation économique des jeunes pénalise le marché de l'habillement. Les jeunes adultes ont, en général, terminé leur croissance mais leur garde-robe n'est pas aussi fournie que celle des adultes plus âgés. De plus, leur vie sociale active leur crée des besoins vestimentaires spécifiques. Cette période du cycle de vie est celle des rencontres, des sorties et de l'approfondissement des relations interpersonnelles (Héran, 1988 ; Blanpain et Pan ké shon, 1998). Les jeunes travaillent leur apparence de façon à tirer parti au mieux de leurs particularités physiques. Pour ces deux raisons, les jeunes adultes sont potentiellement une clientèle de choix pour la confection vestimentaire et l'industrie de la chaussure. L'appauvrissement relatif des jeunes et le retard de leur émancipation économique par rapport aux générations précédentes expliquent, en partie, la stagnation que connaît la consommation d'habillement.

Les stylistes s'inspirant des comportements des jeunes pour innover en direction de toutes les classes d'âge, la « silhouette jeune » s'impose à tous. Le tee-shirt ou le polo est préféré à la chemise ou au chemisier, les baskets aux escarpins en peau, le caleçon long aux bas, la minijupe à la robe, le pull-over à la veste, le sac à dos en toile au sac à main en cuir, l'accumulation de bijoux « fantaisie » à la bague de fiançailles en pierre précieuse et or. Ces articles nouveaux sont aussi plus industriels. Ils couvrent néanmoins toute la gamme des qualités. Mais leur coupe, leur décoration et leurs autres

caractéristiques symboliques se renouvellent de façon plus lente que celles de la mode saisonnière, orchestrée à distance par la Haute-Couture. La mode saisonnière n'a pas disparu mais s'est éloignée de la Haute-Couture : le bas de gamme offre des articles uniformes et renouvelés périodiquement en fin de saison, à un rythme analogue à celui qu'a connu le milieu de gamme dans les années 50. Ces produits « frais », comme les désignent les professionnels de l'habillement, importés souvent des

pays où la main-d'œuvre est moins chère, sont diffusés par lot en début de saison dans la grande distribution spécialisée mais aussi généraliste (Philippe, 1997). Leur prix unitaire est faible et leur lancement s'accompagne de campagnes publicitaires. Fabriqués trop loin et dans des conditions que contrôlent mal les donneurs d'ordre, ces vêtements et ces articles chaussants ne peuvent faire l'objet de réassortiment en cas de succès. Ils ne sont pas conçus, non plus, pour être stockés d'une saison sur

Tableau 6

Alimentation au domicile et cantine

A - Évolution des volumes absolus et relatifs et des prix relatifs des produits

P ++ Va --	P ++ Vr --	P ++ Vr + -	P ++ Vr ~	P ++ Vr - +	P ++ Vr ++
pommes de terre féculés pain pâtisserie fraîche sucre	légumes frais légumes secs fruits non tropicaux cidre tabac cantine				plats cuisinés crèmes glacées
P - Va --	P - Vr --		P - Vr ~		
veau chicorée, infusions	boeuf huile, margarine chocolat confiserie café, thé liqueurs et apéritifs		fruits tropicaux champagnes et mousseux		
P - + Va --	P - + Vr --			P - + Vr - +	P - + Vr ++
bières	sel alimentaire			produits de la pêche eau-de-vie	bouillons potages jus de fruits, de légumes eaux minérales
P - - Va --	P - - Vr --	P - - Vr + +	P - - Vr ~	P - - Vr - +	P - - Vr ++
cheval triperie entremets desserts, petit déjeuner laits concentrés et secs vin consommation courante	porc pâtes alimentaires et couscous beurre farine œufs apéritif à base de vin vins doux naturels	mouton volailles, lapins, gibier fromages laits liquides	miel confiture, conserves de fruits	semoule légumes en conserves ou surgelés	charcuterie, conserves de viande poissons en conserve, surgelés, fumés céréales secondaires (riz, etc.) condiments, vinaigre, sauces préparées biscuit, biscottes pâtisserie industrielle produits laitiers frais aliment diététique et pour bébés Vin AOC, VDQS Boissons non alcool. élabor. (gazeuses, etc.)

l'autre en cas de mévente : quand la dynamique de la mode ne se déclenche pas ou se produit de façon insuffisante, ils sont donc soldés. Ce circuit « bon marché » offre néanmoins des produits robustes et confortables dont l'attrait ne se limite pas aux catégories sociales les plus modestes. Leur rapport qualité/prix freine la croissance des boutiques franchisées et du prêt-à-porter de luxe.

L'offre marchande se bipolarise

Cet assagissement relatif du goût pour l'éphémère caractérise aussi, à l'autre extrémité du marché, l'habillement de luxe. Ce second circuit se définit par des séries plus courtes, diffusées par des détaillants bien situés dans le territoire urbain et offrant davantage de services à la clientèle. Ce réseau de franchisés, chacun lié à un producteur, est flexible dans la mesure où il dispose d'une capacité à se réappro-

visionner (Philippe, 1997). Dans ces conditions, l'habillement de luxe tend à se redéfinir sur le modèle de la confection artisanale. Par rapport aux produits précédents diffusés par la grande distribution spécialisée, les articles sont plus finis et plus diversifiés pour les tailles, les coloris et les matériaux. De plus, et c'est ce qui distingue ces produits du « prêt à porter » de ceux de la mode couture, l'offre dans ce second circuit est à la fois plus diverse et plus permanente dans sa diversité, car chaque marque suit d'une saison sur l'autre l'orientation esthétique qui la rend originale par rapport aux marques concurrentes.

Le déclin de la confection domestique

Seule une petite minorité de ménagères, passionnées et expertes, maintiennent l'existence de la couture et du tricot. L'offre marchande, notamment parce qu'elle est en haut de gamme plus flexible et moins soumise à la mode saisonnière, concurrence victorieusement la production domestique, le prix relatif des *inputs* (laine ou tissu) augmentant plus vite que l'ensemble des articles de la confection industrielle. La confection domestique dépérit aussi avec l'évolution des mœurs. Les fillettes et les jeunes filles qui suivent la même scolarité que les garçons ne sont pas incitées à se rendre compétentes dans ce domaine qui leur était traditionnellement dévolu (Verdier, 1979). Même à la retraite où le temps ne manque pas, les femmes des nouvelles générations – dont les exigences en tant que consommatrices ont augmenté – ont perdu, voire n'ont jamais eu le niveau de compétence technique nécessaire pour obtenir un produit répondant à ces exigences.

Alimentation en baisse relative : 19 % des dépenses en 1995

La demande alimentaire, globalement saturée, connaît un profond bouleversement dans le détail de l'approvisionnement. Mais l'évolution ne se fait pas en faveur des produits naturels, les produits de l'agro-alimentaire ayant plusieurs atouts (cf. tableau 6).

La modernisation de la production domestique

Le temps de préparation est plus faible, ce qui convient à un monde où progresse l'activité professionnelle chez les femmes. La participation des femmes au marché de l'emploi ne conduit

Tableau 6
B - Les niveaux absolus

	1981	1996
Volume en croissance très forte jus de fruits, de légumes	110	500
Volume en forte croissance plats cuisinés condiments, vinaigre, sauces préparées produits laitiers frais aliments diététiques et pour bébés vin AOC et VDQS	110 100 110 100 100	250 230 220 210 210
Volume en croissance moyenne et légèrement au dessus crèmes glacées céréales secondaires (riz, ...) Boissons non alcool. élabor. (gazeuses, ...) poissons en conserve, surgelés, fumés eaux minérales	100 100 100 100 100	200 200 180 180 180
Volume décroissant pain triperie entremets desserts, petit dej. pommes de terre pâtisserie fraîche veau sucre laits concentrés et secs vin consommation courante cheval tabac	100 100 100 100 100 100 100 100 100 100 100	92 90 90 80 80 75 70 60 50 40 35

Source : Comptabilité nationale, Insee.

pas les couples à partager plus équitablement, entre l'homme et la femme, la production domestique et en particulier la préparation des repas. Ces activités ne sont pas non plus sous-traitées par le foyer : les *services domestiques* dont le prix relatif est en hausse au cours de la période stagnent en volume. En 1995, 5 % seulement des ménages emploient une femme de ménage et moins d'un ménage sur mille, une employée de maison à temps plein (Flipo et Hourriez, 1995). Le gain de temps attendu repose donc sur la modernisation des équipements et des approvisionnements en biens fongibles. Les femmes font moins de cuisine et le recours aux denrées composant le fonds de cuisine se fait plus rare : les niveaux absolus sont en baisse pour le *sucre* ; ils stagnent pour le *sel*, le *beurre*, la *farine*, les *œufs* malgré une baisse de leur prix relatif. Les *légumes frais*, lourds à transporter, embarrassants à stocker, longs à éplucher se voient préférer les *légumes en boîte ou surgelés*.

Les produits des industries agro-alimentaires ne représentent pas seulement un gain de temps. Leur succès sur les aliments bruts issus de l'agriculture comme les légumes, les fruits frais, les premiers produits industriels vieillissent comme le lait concentré, les entremets et même

les pâtes alimentaires, provient aussi de leur variété. Les repas reviennent plusieurs fois par jour et le maintien du plaisir gustatif dépend de la diversité des menus, plus facile à obtenir par l'offre commerciale que par la cuisine « maison » où les « cordons-bleus » sont rares. Les *crèmes glacées* sont commercialisées en gamme de parfums et leur classification est mise à jour avant chaque printemps. Les chefs des restaurants les plus prestigieux sont consultés par les firmes de l'agro-alimentaire et diffusent ainsi sur grande échelle leurs inventions gastronomiques. Il s'agit là de produits « de luxe » dont le prix relatif en hausse freine la croissance du volume. Un tel frein n'existe pas cependant pour d'autres groupes diversifiés comme les *produits laitiers frais*, les *condiments/vinaigre/sauces préparées*, les *pâtisseries industrielles/biscottes/biscuits*, les *charcuteries/conserves de viande* dont les prix relatifs en baisse contribuent à massifier la consommation.

La conscience des risques alimentaires

La chaîne du froid favorise l'industrie agro-alimentaire par rapport à l'artisanat traditionnel, boulangers, pâtisseries et bouchers, du

Tableau 7

Santé et hébergement pour les personnes âgées

A - Évolution des volumes absolus et relatifs et des prix relatifs des produits

P ++ Va --	P ++ Vr --	P ++ Vr +-	P ++ Vr ~	P ++ Vr - +	P ++ Vr ++
	assurance-maladie bas élastiques				ambulances autres produits pharmacie
					P + - Vr ++
					lunettes correctives mutualités
					P - - Vr ++
					médecins dentistes auxiliaires analyses spécialités pharmacie humaine prothèses dispensaires hôpitaux privés (analyses) hôpitaux privés frais de séjour cures établissements pour personnes âgées

Lecture : voir tableau 2-A.

moins sur le plan du respect des normes d'hygiène et de conservation. Elle explique aussi pourquoi le *fast food* l'emporte sur la cuisine artisanale du café-restaurant du coin de la rue. Car si le *fast food* et la cuisine industrielle ont la réputation d'être moins savoureux que les préparations artisanales ou domestiques (ils ont plutôt une qualité plus constante et sont sans mauvaise mais aussi sans bonne surprise). En revanche, les premiers respectent plus que les seconds les règles d'hygiène. La notoriété des marques est aussi une garantie pour le consommateur. Les entreprises qui ont bénéficié d'une rente due à leur réputation en sont aussi tributaires. Elles ne relâchent pas leur contrôle sur la qualité de leur production, car prise en défaut elles savent qu'elles seront sanctionnées par la défection de leur clientèle.

La conscience des risques que fait courir l'alimentation ne se limite pas aux conséquences à court terme de l'intoxication alimentaire. De la composition du panier de la ménagère dépendent la corpulence, l'état de santé et la longévité des membres du ménage. Les liens entre alimentation et santé sont de mieux en mieux perçus : soucieux de se maintenir en bonne santé, le consommateur va désormais privilégier la qualité par rapport à la quantité, substituant le *vin AOC* au vin ordinaire, diminuer les *autres boissons alcoolisées* (bière, cidre, liqueurs et

apéritifs) au profit des *jus de fruit*, des boissons gazeuses et de l'*eau minérale* et réduire le tabac. Les *entremets/desserts* et les *laits concentrés/secs* sont trop sucrés pour être considérés comme des produits sains. Les risques d'une alimentation trop carnée expliquent une partie du déclin de la consommation de viande. S'y ajoutent deux phénomènes : le remplacement du produit d'origine par des *plats cuisinés* ayant de la viande comme ingrédient et une réticence croissante à l'égard des produits animaux. Le « veau aux hormones », les « poulets élevés en batterie » et plus récemment la « vache folle », ces « affaires » fortement médiatisées ont renforcé le végétarisme dans l'opinion – végétarisme auquel on peut sans doute rattacher le discrédit dont souffre la *maroquinerie*.

Le pouvoir des enfants

Enfin, joint à la facilité d'usage du micro-onde, le progrès du conditionnement, en particulier l'introduction de portions individuelles, joue en faveur des produits industriels. Les surgelés, notamment, conviennent particulièrement aux besoins des personnes seules, veuves ou divorcées, des familles monoparentales dont la proportion croît pendant la période. L'accès aux réserves du réfrigérateur se libéralisant, les enfants bénéficient d'une autonomie toujours plus précoce pour s'alimenter.

Tableau 7

B - Les niveaux absolus

	1981	1996
Volume en croissance très forte		
analyses	110	360
hôpitaux privés (analyses)	100	350
prothèses	100	340
spécialités pharmacie humaine	110	320
mutualités	100	300
Volume en forte croissance		
dispensaires	100	280
auxiliaires	100	280
ambulances	100	250
médecins	100	220
dentistes	100	220
Volume en croissance moyenne et légèrement au dessus		
cures	100	190
établissements pour personnes âgées	100	180
lunettes correctives	100	180
hôpitaux privés frais de séjour	100	175

Source : Comptabilité nationale, Insee.

Santé en hausse : 11 % des dépenses en 1995

La santé est le seul domaine où tous les types de dépense ont un volume en progression plus rapide que l'ensemble de la consommation, ce qui traduit à la fois des évolutions réelles du volume des soins et l'augmentation de la part du coût à la charge des ménages, la seule comptabilisée ici (cf. tableau 7).

Le nivellement dans l'accès aux soins médicaux

La progression traduit aussi le nivellement par le haut des disparités entre catégories socio-professionnelles : la consommation médicale des indépendants réduit son retard, grâce notamment à une amélioration de leur couverture sociale (Mormiche, 1995). Le volume des soins augmente aussi à cause du vieillissement de la population : certes, l'état de santé s'est

amélioré parmi les personnes qui atteignent le troisième âge ; mais, l'espérance de vie continuant de croître, le quatrième âge nécessite toujours davantage de soins et ceux-ci sont de plus en plus coûteux. Ce phénomène se révélera sans doute essentiel à l'avenir, mais, actuellement, la cause principale de la progression des dépenses médicales est plutôt l'augmentation de la médicalisation, générale à l'exception des hommes adultes, de 20-25 ans à 50-55 ans. Les jeunes générations ont des exigences plus grandes que les générations antérieures : des soins qui auraient été classés autrefois comme relevant « du confort » font partie désormais des soins médicaux.

Les conditions de vie des patients transformées par la technologie

La technologie médicale qui progresse rapidement transforme les conditions de vie des patients. Les nouveaux équipements, dont le coût est élevé et qui doivent être rapidement amortis avant de devenir obsolètes, sont implantés dans un plus petit nombre de centres mais aussi sont utilisés de façon plus intensive. Qu'il s'agisse d'interventions chirurgicales, d'examen pré-opératoires ou de soins post-opératoires nécessitant des appareils et du personnel très spécialisés, les patients sont drainés sur un territoire large, leurs visites programmées, leurs déplacements effectués sur des distances importantes. Les *ambulances* voient le volume de leur intervention croître relativement vite. En contrepartie, la tendance est plutôt au raccourcissement de la durée d'héber-

gement dans les centres de soins : une partie des services « hôteliers » de l'hôpital se voient donc transférés aux familles. Les médecins généralistes et les professions paramédicales locaux sont moins dépossédés des soins thérapeutiques. Le maintien au domicile garde au patient son environnement familial, plus en conformité avec le niveau de confort auquel il est habitué. Ceci répond à un double souhait, d'une part un souci toujours plus grand de la qualité de la vie du malade, ce qui se traduit aussi par une lutte plus forte contre la douleur, par un meilleur accueil de la famille dans des hôpitaux « humanisés » et par une prise en compte de la dimension psychologique des événements, d'autre part un souci de freinage des dépenses publiques.

La modération des dépenses publiques de santé

La tendance à la hausse des dépenses a conduit les pouvoirs publics à chercher à amortir plus vite les investissements lourds dans les techniques médicales de pointe. Mais aussi ont été mis en place des dispositifs incitant à la modération des dépenses de santé. Pour ne pas encourager la durée de l'hospitalisation des patients, les hôpitaux publics et les cliniques conventionnées ne sont plus financés sur la base du « prix de journée » mais reçoivent une dotation globale de fonctionnement depuis 1984. Les ménages aussi sont incités à modérer leur recours aux soins et aux médicaments par le développement des honoraires libres et la hausse du ticket modérateur. En conséquence, la couverture publique de la consommation mé-

Tableau 8
Dépenses des ménages et consommations gratuites en 1992

En milliards de francs

	Dépenses de consommation des ménages	Dépenses individualisées des administrations publiques et des institutions sans but lucratif	Formation brute de capital fixe des ménages
Ensemble des dépenses	3 918,7	986,3	344,6
dont			
Pharmacie, parfumerie	112,2	69,7	0
Bâtiment	42,4	0,1	242,9
Location immobilière	640,3	47,0	0
Activités récréatives et culturelles	102,2	46,8	0
Éducation	31,2	297,0	0
Santé	91,0	367,9	0
Action sociale	42,5	62,9	0
Administration publique	0,4	68,4	0

Source : Comptabilité nationale, Insee.

dicale qui avait progressé jusqu'en 1982, s'est ensuite stabilisée et même régressé légèrement en 1995 (Lattès, 1997). Ces mesures introduisent davantage de contraintes financières sur certains soins. Les *cures*, les *frais de séjours dans les hôpitaux* et ceux dans les *centres hébergeant des personnes âgées* sont des services qui progressent au rythme de l'ensemble de la consommation. En revanche, les *analyses*, les *prothèses* et la *pharmacie humaine* croissent en volume deux fois plus vite que la croissance moyenne de la consommation.

Biens publics : un surcroît de consommation de 25 %

La consommation des ménages n'est pas réduite à ces seules dépenses (cf. tableau 8). Pour être complet, il faudrait y ajouter la formation brute de capital fixe des ménages – la Comptabilité nationale traitant comme de l'investissement et non de la consommation les gros travaux et les dépenses inhérentes à la construction du logement. Il faudrait aussi tenir compte des consommations de services fournis gratuitement par l'État, dans le domaine de l'éducation, de la santé, de l'action sociale ou

de l'administration publique – ce qui, d'après les premières estimations de la nouvelle base de la Comptabilité nationale, représentait en 1992 un surcroît de consommation d'environ un quart.

Le frein sur la consommation socialisée, évoqué dans le domaine de la santé et du logement, existe aussi dans le domaine du loisir (privatisation de certaines chaînes de télévision) et des communications. Il pourrait, dans les années à venir, devenir la caractéristique essentielle structurant les évolutions de la consommation, car le débat public sur l'État Providence contribue à changer les mentalités. La solidarité des familles est davantage mise à contribution. Les étudiants qui prolongent leurs études et les jeunes à la recherche de leur premier emploi bénéficient plus longtemps que les générations plus anciennes de la solidarité de la famille d'origine (de Barry *et al.*, 1996). Assurances, mutuelles et banques trouvent des foyers plus réceptifs pour accroître leur épargne en vue de compléter leur retraite future (Guillaumat-Taillet *et al.*, 1998). Grâce aux modifications introduites dans les concepts de sa nouvelle base, la Comptabilité nationale devrait désormais être en mesure de fournir le suivi des évolutions qui manque cruellement pour le passé récent. □

BIBLIOGRAPHIE

- Accardo J. (1997), « Successions et donations en 1994, de plus en plus de successions déclarées », *Insee Première*, n° 521.
- Anguis M. et Dubeaux D. (1997), « Les fumeurs face aux récentes hausses du prix du tabac », *Insee Première*, n° 551.
- Bauer D. et Gilles M.-O. (1994), « Chronique de l'enfance ordinaire, une vision de la famille par les 9-14 ans », *Consommation et Modes de vie*, Credoc.
- Berhault N. et Luong L. (1996), « Les vacances à la maison : choix ou contraintes », *Insee Première*, n° 402.
- de Barry Ch., Eneau D. et Hourriez J.-M. (1996), « Les aides financières entre ménages », *Insee Première*, n° 441.
- Baudoin M. (1996), « La préretraite », *Insee Première*, n° 484.
- Bodier M. et Rennes G. (1995), « Un ménage sur quatre dispose d'une deuxième voiture », *Insee Première*, n° 418.
- Bodier M. (1995), « Le corps change, son image aussi », *Insee Première*, n° 356.
- Bodier M. (1996), « La voiture : une habitude qui se prend jeune », *Insee Première*, n° 474.
- Bonnaud A., Levy B. et Robin Y. (1996), « Le logement : reconstruction, grands ensemble et accession à la propriété », *Insee Première*, n° 456.
- Bozon M. (1984), *Vie quotidienne et rapports sociaux dans une petite ville de province*, Presses Universitaires de Lyon.
- Chadeau A. (1989), « La place du travail productif des femmes dans l'économie en France. Évolution en 10 ans de 1975 à 1985 », Actes du Colloque de Madrid de 1989.
- Coloos B. (1995), « La production et la gestion de l'habitat », in *Le logement en questions*, sous la direction de François Asher, Éditions de l'Aube.
- Chambaz Ch. et Legris B. (1997), « La géographie du niveau de vie : évolutions récentes », *Insee Première*, n° 548.
- Chenu A. et Tabard N. (1994), « Les transformations sociales du territoire-1982-1990 », *Insee première*, n° 341.
- Cloarec N. (1996), « Formes de vente et conquête de marchés : 25 ans d'évolution de la distribution », *Insee Première*, n° 437.
- Daguet F. (1996), « Mariage, divorce et union libre », *Insee Première*, n° 482.
- Detour C. et Laferrère A., « Les loyers et les locataires en 1997 », *Insee Première*, n° 576.
- Djider Z. et Lefranc Ch. (1995), « Femme au foyer : un modèle qui disparaît », *Insee Première*, n° 403.
- Dubeaux D., « Les Français ont la main verte », *Insee Première*, n° 338.
- Dumontier F., de Singly F. et Thélot C. (1990), « La lecture moins attractive qu'il y a vingt ans », *Économie et Statistique*, n° 233, pp. 63-80.
- Elias N. (1969), *La société de Cour* (édition française 1974), Calmann-Lévy.
- Flipo A. et Hourriez J.-M. (1995), « Recourir à une femme de ménage », *Insee Première*, n° 411.
- Gallez C., Orfeuill J.-P. et Polacchini A., « L'évolution de la mobilité quotidienne. Croissance ou réduction des disparités ? » *RTS, recherche, transport, sécurité*, n° 56, Dunod.
- Gentil B. et Rotman G. (1995), « La dépense des ménages en programmes audiovisuels, télévision et vidéo passent au premier plan », *Insee Première*, n° 355.
- Guillaumat-Taillet F., Martinez C. et Dumontier F. (1998), « Le patrimoine des ménages début 1998. Qui détient quoi ? », *Insee première*, n° 584.
- Gouider N. (1998), « Les Français prennent de plus en plus goût aux voyages », *Insee Première*, n° 565.
- Héran F. (1988), « Un monde sélectif : les associations », *Économie et Statistique*, n° 208, pp. 17-31.
- Herpin N. et Verger D. (1992), « Sont-ils devenus fous ? La passion des Français pour les animaux familiers », *Revue Française de Sociologie*, n° 33, pp. 265-286.
- Herpin N., Choquet O., Kasparian L. et Verger D. (1987), *Les conditions de la vie des ouvriers*, Collections de l'Insee, n° M126.
- Hoggart R. (1970), *La culture du pauvre*, Éditions de Minuit.
- Insee (1998), *Les campagnes et leurs villes*, Contours et caractères.

- Jacobzone S. (1998), « Le rôle des prix dans la régulation du secteur pharmaceutique », *Économie et Statistique*, n° 312-313, pp. 35-53.
- Laferrère A. (1997), « Les ménages et leurs logements », *Insee Première*, n° 562.
- Lancaster K. J. (1966), « A New Approach to Consumers Series », *Journal of Political Economy*, n° 74.
- Lattès G. (1997), « Consommation des ménages et dépense publique », *Insee Première*, n° 514.
- Le Blanc D. et Clanché F. (1998), « Le logement des ménages pauvres », *Insee Première*, n° 588.
- Le Jeannic Th. (1997a), « Radiographie d'un fait de société : la périurbanisation », *Insee Première*, n° 535.
- Le Jeannic Th. (1997b), « Trente ans de périurbanisation : extension et dilution des villes », *Économie et Statistique*, n° 307, pp. 21-41.
- Lequiller F. (1997), « L'indice des prix à la consommation surestime-t-il l'inflation ? », *Économie et Statistique*, n° 312-313, pp. 35-53.
- Legrès B. et Lollivier S. (1997), « Le niveau de vie par génération », *Insee Première*, n° 423.
- Lollivier S. et Verger D. (1997), « Pauvreté d'existence, monétaire ou subjectives sont distinctes », - *Économie et Statistique*, n°308-309-310, pp. 113-142.
- Madre J.-L. et Maffre J. (1995), « Toujours plus loin... mais en voiture », *Insee première*, n° 417.
- Monteiro S. (1995), « L'équipement des ménages en 1993 », *Insee Résultats, Consommation Mode de vie*, n° 76.
- Monteiro S. et Roweczyk C. (1994), « Les vacances de l'été 1993 », *Insee Première*, n° 333.
- Mormiche P. (1995), « L'accès aux soins : évolution des inégalités entre 1980 et 1991 », *Économie et Statistique*, n° 282, pp. 3-19.
- Mormiche P. et Bonnaud C (1990), « L'ameublement des ménages en 1988 », *Insee Résultats, Consommation Mode de vie*, n°13-14.
- Omalek L. et Le Blanc D. (1998), « Les conditions de logement fin 1996 », *Insee Première*, n° 563.
- Philippe J. (1997), « Relations producteur-distributeur : les enseignements du secteur de l'habillement », *Économie et statistique*, n° 303, pp. 101-112.
- Pumain D. et Courgeau D. (1993), « Mobilité par temps de crise », *Population et Société*, n° 279, Ined.
- Schumpeter J. (1970), *Capitalisme, Socialisme et Démocratie*, Éditions Payot.
- Schwartz O. (1991), *La vie privée des ouvriers*, Presses Universitaires de France.
- Vacher J.-F. (1997), « L'évolution des transports depuis 40 ans », *Insee Première*, n° 522.

LES SÉRIES LONGITUDINALES DE LA COMPTABILITÉ NATIONALE

A - L'hétérogénéité instantanée et longitudinale de chaque « produit » au sens de la Comptabilité nationale

Alors même que les réflexions sociologiques et économiques portent sur des biens élémentaires, les séries disponibles, même les plus fines, sont des séries agrégées, ce qui complique l'interprétation. Ainsi, les séries les plus détaillées fournies par la Comptabilité nationale permettent de distinguer 297 postes que l'on dénommera « produits » même si ce ne sont pas des produits élémentaires et si certains, regroupés selon une optique de filière de production, conduisent à l'observation d'agrégats peu pertinents pour analyser les comportements de consommation (par exemple les postes savons et détergents qui réunit les savonnettes et l'eau de Javel (1)). On obtiendra en outre des groupes fonctionnels en regroupant plusieurs produits censés répondre aux mêmes objectifs (aux mêmes besoins), et à ce titre plus ou moins complémentaires ou substituables. L'interprétation porte tant sur l'évolution des groupes fonctionnels que sur celle des produits en rapport avec leur classe fonctionnelle. Elle se doit de bien tenir compte de la façon dont les données ont été construites, de la signification exacte des divers agrégats disponibles.

Pour les mettre en lumière, il faut revenir sur quelques concepts et modes de construction de la Comptabilité nationale, en particulier sur la nature des indices synthétiques mis en œuvre.

Un peu de vocabulaire en guise de préambule

Pour clarifier les diverses notions en jeu, il est opportun de fixer le vocabulaire. Les groupes fonctionnels regroupent des ensembles de produits au sens de la Comptabilité nationale, produits qui regroupent divers biens (élémentaires), le bien se définissant par la nature des caractéristiques qui le constituent (2). Certains biens pourront être qualifiés d'équivalents, dans le cas où ils diffèrent objectivement par quelques caractéristiques mais où ces caractéristiques ne sont pertinentes pour aucun consommateur (par exemple qualité d'une chaîne hi-fi dépassant les capacités auditives de la population). Le poste sera le regroupement de biens utilisés pour la mesure des prix (dont le nombre a d'ailleurs varié au cours de la période étudiée : pour l'indice base 100 en 1980, il y avait 295 postes, pour l'indice actuel – base 1990 – il y en a 265 (3)). Les variétés désignent les biens échantillonnés pour conduire les relevés de prix dont l'agrégation permet de construire d'abord les indices pour chaque poste, puis l'indice synthétique global – l'indice des prix à la consommation (IPC). Elles sont choisies pour être représentatives du poste : sont retenus les biens qui en représentent une part significative et ceux ayant une évolution spécifique.

De fait, il existe trois types de variétés traitées différemment : les tarifs (un tiers de la consommation environ), les variétés « homogènes » (31 % de la

consommation, et les variétés « hétérogènes » (36 % de la consommation). Le type homogène est constitué de variétés regroupant des biens que l'on a considérés comme strictement équivalents – par exemple la baguette de pain – ; en conséquence de quoi le prix est obtenu par une simple moyenne des prix relevés. Quand un produit disparaît d'un point de vente, on le remplace par le même produit dans un autre point de vente de même catégorie. Les variétés hétérogènes (comme les « jeux de société ») regroupent des gammes de biens complètement différents. Le panier à observer est renouvelé chaque année en décembre. L'enquêteur, qui dispose d'une certaine latitude dans une grille donnée, fixe la « série » (bien très précis dans un point de vente donné) qu'il devra observer pendant toute l'année (4) ; c'est le « bureau de prix » qui doit être vigilant de façon à assurer que la réunion des choix des enquêteurs assure une bonne couverture de la variété. Environ 150 000 séries élémentaires sont suivies chaque année. Lors de disparition d'un bien dans un point de vente, les remplacements sont effectués le plus possible en « équivalent » (choix d'un autre bien dans la même case de la grille déterminant ses possibilités de choix en début d'année : pour un vêtement, il devra observer un vêtement de même marque et fait du même tissu, mais pourra changer de couleur ou de taille (5)). Mais on admet aussi des

1. De fait, selon la période étudiée, le degré de finesse de la nomenclature évolue, et avec lui le caractère réducteur de la limitation évoquée. Ceci provient de ce que certains éclatements ont été entérinés au moment des changements de base, les années antérieures, estimées par réropolation, n'ayant été recalculées qu'à un niveau agrégé. Les analyses portant sur la période postérieure à 1977 peuvent ainsi se faire sur une nomenclature moins inadaptée que celle destinée à renseigner sur l'ensemble de la période postérieure à 1960. Toutefois, les exemples de limitations cités restent d'actualité jusqu'aux dates les plus récentes.

2. C'est le produit qui est le niveau le plus fin pour lequel on a simultanément de l'information sur les volumes et sur les prix et correspondent aux biens et services au sens de la Comptabilité nationale.

3. Cette réduction du nombre de postes se faisant alors même que le champ de la consommation couvert s'élargit ne doit pas être considérée comme une dégradation. Un nouvel indice (« base 1998 ») a vu le jour au premier trimestre 1999. Sur les 303 postes observés, 160 groupes environ seront désormais publiés.

4. On appelle « relevé » la valeur observée pour un bien précis dans un point de vente à une date donnée.

5. Actuellement, les services de l'indice des prix travaillent à définir deux familles de caractéristiques pour chaque bien : les caractéristiques principales (importantes pour le suivi et pour le remplacement) et les caractéristiques secondaires (qu'il faut respecter pour assurer la parfaite homogénéité du suivi, mais qui n'interviennent pas pour limiter le choix des biens acceptables pour un éventuel remplacement). Ceci illustre bien que la mécanique de l'indice des prix est « vivante », que les règles, et la rigueur de leur application, sont susceptibles de varier au cours du temps, l'outil s'améliorant au fil des ans. Certaines limites évoquées, pertinentes pour la période couverte par les données, sont désormais caduques : ainsi divers problèmes de chaînage devraient disparaître avec le remplacement progressif, à partir de 1997, par des moyennes géométriques des moyennes arithmétiques utilisées jusqu'alors pour synthétiser les relevés en un indice de prix élémentaire pour une variété hétérogène.

remplacements en « dissemblable » quand on ne peut trouver un bien équivalent dans un autre point de vente.

Comptabilité nationale et mesure des prix : des exigences parfois contradictoires

Les regroupements effectués pour définir les produits se doivent de respecter la logique de la Comptabilité nationale, soit, avant tout, une logique de filière de production ; ils sont de plus tributaires de l'information disponible, qu'elle provienne des secteurs productifs, ou des statistiques du commerce, national ou international ; ils ne respectent donc pas toujours les liens de substituabilité et/ou de complémentarité les plus forts (6). Les contraintes qui pèsent sur l'indice des prix sont tout autres. Les postes seront plus homogènes du point de vue du consommateur, mais la schématisation rendue nécessaire par l'énorme quantité de biens disponibles dans une économie moderne et dont il s'agit de synthétiser les évolutions de prix, ne peut se faire sans problèmes. Le manque d'informations sur les quantités consommées de chaque produit fin rend impossible l'établissement d'un indice de prix conforme aux recommandations des théoriciens. Ainsi l'indice calculé est-il un indice-chaîne de Laspeyres (7). On sait que, faute de bien incorporer les substitutions opérées par le consommateur, l'indice de Laspeyres n'approche qu'imparfaitement l'évolution réelle du coût de la vie, qu'il aurait tendance à surestimer et qu'un indice de Fischer serait préférable. Le recours à un indice-chaîne réduit le problème, les pondérations étant remises à jour régulièrement, mais au prix d'autres difficultés, en particulier une dérive haussière sur longue période (Lequiller, 1997) (8). D'autre part, les indices à leur niveau le plus fin (celui des « variétés croisées * agglomérations » sont obtenus par des moyennes des indices élémentaires (9) portant sur les séries, moyennes ne faisant intervenir aucune pondération liée à l'importance de la série dans la consommation, alors qu'en toute rigueur cela serait nécessaire : certes l'échantillonnage des séries est censé être représentatif, le nombre de séries étant plus grand là où il y a forte consommation, mais il est possible que, de fait, des écarts non négligeables à la représentativité subsistent ; ce n'est qu'aux niveaux supérieurs d'agrégation, celui du calcul des indices par variété ou poste et celui du calcul de l'indice global, que sont utilisées des moyennes pondérées. Le poids de l'indice relatif à chaque poste dans l'indice global est la part représentée par ce poste dans la consommation des ménages, calculée en faisant appel aux résultats de la Comptabilité nationale - portant sur l'année n-2 et ramenés au mois de base, soit décembre (n-1) - par prise en compte de l'évolution des prix ; de l'information exogène – provenant par exemple des enquêtes auprès des ménages – peut également être mobilisée pour évaluer des clefs de répartition permettant des éclatements, clefs qui, vu leur mode de calcul, ne sauraient être remises à jour chaque année (10). Les variétés ont un poids fonction de la part de marché en valeur qu'elles représentent ; les poids varient selon la taille de l'agglomération, voire de l'agglomération elle-même. La pondération des

variétés dans le poste n'est pas remise à jour régulièrement ; elle ne l'est, sur la base d'informations exogènes comme le panel Secodip, Nielsen ou LSA, que lors de modifications apportées dans la définition du poste. La qualité de l'indice nécessite donc, en particulier, que les « séries » finalement choisies soient représentatives de l'ensemble du poste, n'aient pas des poids trop différents dans la consommation relative au poste pertinent et surtout soient sinon stables dans le temps du moins affectées d'évolutions de qualité que l'on sache traiter. La prise en compte de l'effet qualité est finalement le point essentiel conditionnant la pertinence de l'indice de prix (11).

Les indices synthétiques de prix et de volume sont donc calculés à partir de nomenclatures différentes, la nomenclature de prix étant – souvent mais pas toujours – plus fine que celle utilisée pour les valeurs et donc les volumes (en général le « poste » est plus fin que le « produit » – par exemple le produit savons et détergents est construit à partir de 4 indices élémentaires de prix à cheval sur deux postes décrits à partir de 14 variétés, mais il y a des exceptions et il arrive que l'indice de prix d'un seul poste soit utilisé pour

6. Néanmoins, on supposera qu'il y a généralement une forte substituabilité entre les postes d'un même produit et entre les variétés d'un même poste (on signalera les exceptions). À l'inverse, il arrive que deux produits fortement substitués soient observés au travers de deux produits différents ; en général la raison en est qu'ils proviennent de deux filières productives différentes : on pourra donc les considérer comme fournis par des firmes indépendantes concurrentes.

7. La décomposition mathématique de l'indice de valeur en un indice de prix et un indice de volume fait apparaître un « croisement » des types d'indice, l'un étant de Paasche, l'autre de Laspeyres. En théorie, puisque l'indice de prix est de Laspeyres, l'indice de volume devrait être de Paasche, pour que la décomposition soit exacte. La réalité est moins simple : la Comptabilité nationale évalue bien la consommation en valeur ; elle retient pour l'indice de prix l'IPC, à cause de sa robustesse et de sa fiabilité et donc un indice des prix de Laspeyres, alors même qu'elle construit un indice de volume qui, bien qu'un peu hybride (à cause de la multiplicité des sources utilisées, aucune solution pure n'est viable), s'apparente plutôt à un indice-chaîne de Laspeyres.

8. Comme on l'a évoqué lors de la présentation des variétés hétérogènes, cette dérive est actuellement en passe d'être complètement corrigée.

9. Depuis 1997, pour les variétés hétérogènes, la moyenne arithmétique a été remplacée par la moyenne géométrique, afin de réduire les biais de chaînage ; un effet secondaire de ce changement est d'améliorer marginalement la prise en compte des possibilités de substitution : du moins dans le cadre de consommateurs ayant une fonction d'utilité de Cobb-Douglas, donc avec élasticité de substitution unitaire, ce mode de calcul est théoriquement mieux adapté.

10. Pour des postes où il se serait passé beaucoup d'événements touchant les volumes, des corrections « manuelles » peuvent parfois être apportées ; cela a été le cas, dans le passé, pour l'automobile.

11. À ce propos, il est possible que les options ou simplifications adoptées – sur lesquelles nous allons revenir – puissent être suffisantes pour assurer la qualité de l'indice global tout en étant insuffisantes pour garantir la qualité de l'indice relatif à certains postes particuliers (cas où l'option simplificatrice adoptée n'est pas justifiée en tant que telle, mais seulement par le peu d'incidence globale de l'imperfection due au faible poids du poste concerné dans la consommation dans son ensemble).

déflater les valeurs correspondant à plusieurs produits (ainsi il y a 8 produits pour décrire l'ensemble des pommes de terre, légumes frais et secs et fruits non tropicaux, et tous sont analysés à partir d'un même indice de prix regroupé ; notons enfin que, par rapport aux postes habituels de l'indice de prix, des postes supplémentaires concernant des « regroupements » ont aussi été calculés pour les besoins de la Comptabilité nationale (12).

Interpréter les évolutions de prix et de volume des produits de la Comptabilité nationale ne saurait se faire sans entrer dans le détail de la mécanique sous-jacente de la mesure des prix (éclatement « caché », choix des variétés, traitement de l'effet qualité), l'évolution de la qualité se traduisant, selon les cas, au niveau de l'indice de volume seul ou au travers des deux indices de prix et de volume.

Prix et volumes : un bref retour théorique

L'évolution de la valeur d'un produit se décompose en évolution du prix et évolution du volume. Si le produit était composé d'un bien unique et homogène dans le temps, l'évolution du volume serait égale à l'évolution de la quantité consommée. Cette hypothèse n'étant jamais vérifiée stricto sensu (13), la quasi-totalité des « produits » réunissent plusieurs biens – dont souvent de plus la qualité évolue – et volume n'est plus synonyme de quantité. Certes le volume va croître ou décroître selon les hausses ou les baisses des quantités physiques consommées, mais, à quantité totale constante, il peut aussi y avoir hausse du volume, s'il y a exact remplacement de quantités des biens de bas de gamme par des biens de haut de gamme – par le jeu de la demande et de l'offre entre ces biens qui, sans être totalement indifférenciés, présentent un degré de substituabilité fort.

La façon dont l'évolution de volume intègre les modifications de qualité dépend des conventions adoptées pour la construction de l'indice des prix. Analysons ce qui se passerait sur un premier exemple théorique simplifié. Soit un produit (au sens de la Comptabilité nationale), correspondant à deux postes (au sens de l'indice des prix), chacun constitué d'une seule variété et chaque variété d'une seule série, le prix du premier étant à un niveau supérieur à celui du second ; un remplacement d'une certaine quantité du premier par la même quantité du second, à prix élémentaires inchangés, va être sans effet sur l'indice de prix (14), mais va abaisser la valeur moyenne et donc le volume du produit alors même que la quantité physique totale consommée ne change pas. Si, par contre, on est dans le cas où un seul poste correspond au produit, ainsi qu'une seule variété, mais où cette variété est observée à partir de deux séries, le changement que l'on vient de décrire se faisant entre les deux séries au sein de la même variété du même poste, l'indice de prix étant alors un indice de prix moyen, on observera une baisse des prix (moyens) et une stabilité des volumes indiscernables ici des quantités physiques.

Quelle que soit la sophistication du traitement des effets qualité effectué, le phénomène précédent

subsistera toujours en partie, d'une façon plus ou moins forte selon les postes.

Le traitement des évolutions de qualité dans l'indice de prix

Même si on se limite à des périodes où la définition des produits et des postes n'a apparemment pas varié, de nouvelles variétés peuvent avoir été introduites dans le « produit » ou le « poste », des variétés anciennes avoir disparu, d'autres avoir vu leurs caractéristiques physiques évoluer dans le sens d'une amélioration ou d'une détérioration. Cette hétérogénéité dans le temps diffère d'un produit à l'autre (le matériel téléphonique a plus varié dans la période récente que l'électricité) ; mais en général elle s'accroît au fur et à mesure où la période considérée s'allonge, pour être quasi universelle sur une période de la longueur de celle que l'on cherche à étudier.

L'effet sur l'indice de prix n'est pas simple, le renouvellement et les modifications de qualité pouvant donner lieu à différents types de traitement. Souvent frustes dans le passé, ces traitements, parfois discutés (exemple des échanges autour du rapport Boskin aux États-Unis), ont tendance à se sophisticationner. Mais tous les problèmes ne sont pas encore résolus. De fait, toute une gamme de cas intermédiaires se présente entre deux cas polaires, extrêmes de par les traitements qu'ils reçoivent.

1^{er} cas polaire : les deux séries sont réputées « équivalentes » (cas des variétés homogènes), la mise à jour se fait par simple remplacement

Par exemple, certains parfums des glaces « Gervais » à la période t1 sont déréférencés à la période t2 et remplacés par d'autres parfums. La modification ne portant pas sur un des éléments servant à définir la série relevée, l'intégralité de l'évolution des étiquettes est considérée comme une évolution de prix, sans changement de la qualité, alors même qu'il a pu y avoir, à cette occasion, soit une amélioration de la consommation (les parfums des nouvelles glaces ont un goût plus « authentique » et moins « chimique »), soit, plus fréquemment, hausse de la qualité sous un certain rapport et baisse de qualité sous un autre (la baguette de pain cuite selon

12. Certains regroupements réunissent purement et simplement plusieurs postes dans leur intégralité, d'autres regroupent des postes complets avec des variétés isolées : ainsi un regroupement concernant la réparation des véhicules ajoute au poste « entretien courant de véhicules privés » le poste « réparation de véhicules privés » à l'exception de la variété relative aux travaux sur motos ; un autre regroupement relatif au domaine des services de restauration rassemble neuf postes (repas au restaurant, boissons alcoolisées ou non consommées au café, frais divers d'hôtellerie) plus une variété isolée relative aux « villages de vacances ».

13. Tout au plus l'est-elle, de façon approchée, pour quelques rares biens assez homogènes (ouate, semoule, le kilowatt-heure, l'or fin, etc.)

14. Bien évidemment ce changement n'est pas tout à fait neutre sur le long terme, les maillons ultérieurs de l'indice de prix étant calculés avec des pondérations intégrant l'effet du glissement entre les deux postes, mais cet effet indirect est de second ordre.

des méthodes industrielles est d'une qualité plus régulière, mais se conserve moins longtemps). L'insatisfaction face à ce type de traitement provient de ce que la liste des caractéristiques utilisées pour décréter que deux produits sont équivalents, malgré tout le soin apporté dans leur sélection et leur spécification (15), est forcément partielle par rapport à la liste de celles qui seraient jugées pertinentes par les consommateurs eux-mêmes : il y a fort à parier qu'il arrive que la machine à mesurer les prix décrète comme équivalents des produits qui, dans un test de magazine comme 60 Millions de consommateurs, seraient classés aux deux extrêmes de qualité. L'évolution de prix peut donc cacher un peu d'évolution de qualité, même si, naturellement, la plus grosse part des améliorations de qualité de la consommation passe bien par les variations de son volume et non de son prix.

2^e cas polaire : un bien totalement « nouveau » apparaît

Son introduction ne peut se faire en référence à un autre bien existant dans le passé, puisque la nouveauté n'a pas de proches substituts ; par définition, l'indice de prix ne change pas au moment de l'introduction (16), l'évolution du volume seule traduit l'arrivée du nouveau bien (17). Il faut d'ailleurs souligner que l'introduction du nouveau bien ne se fait que lorsque sa diffusion a atteint un seuil significatif : tant que ce n'est pas le cas, toutes les évolutions relatives à ce bien passent par l'intermédiaire des indices de volume. La mesure des variations de prix d'un poste sera donc d'autant plus discutable et conventionnelle que ce poste appartient à un domaine où l'innovation est rapide et voit l'introduction à un rythme soutenu de variétés totalement nouvelles.

Le traitement précédent est le seul possible quand on est en présence de biens réellement nouveaux. De fait, la réalité est moins tranchée. Si dans le domaine des biens durables, il arrive que l'on trouve des nouveautés radicales (introduction du lave-vaisselle, du micro-ordinateur, du magnétoscope, voire, mais c'est plus discutable, du téléphone portable par exemple) ; dans le domaine de la consommation plus fongible, la limite entre bien totalement nouveau et bien « en évolution » justiciable d'un autre traitement (cf. infra) est plus difficile à établir. Le cas du vêtement est archétypique : les modèles changent tout le temps (une année les imperméables sont longs, ou avec capuchon, l'année suivante ils sont courts et sans capuche, etc.), ainsi que certains éléments de la qualité (la composition par type de fibres des tissus change constamment), mais les fonctions remplies sont assez immuables. Les caractéristiques physiques ne sont ici certainement pas les seules à être pertinentes : que le prix d'un vêtement chute dès qu'est passée la saison qui l'a vu naître, qu'un vêtement dégriffé coûte moins que le même vêtement portant le signe distinctif de la marque, et ce dans des proportions importantes, en sont des preuves conclusives. D'ailleurs, qu'il s'agisse du rôle de la mode ou du design, ces phénomènes, avec les

aspects d'uniformisation ou de distinction qui s'y rattachent, sont au centre de l'analyse de certains sociologues (École de Franfort, Bourdieu). De fait, dans la sélection des séries, la marque est introduite comme une caractéristique essentielle : le même produit physique, commercialisé sous deux marques différentes, donnera naissance à deux séries. Dans les années récentes (surtout depuis 1995), le traitement des marques s'est affiné : des équivalences entre marques de producteurs, haut de gamme, et marques de distributeurs sont introduites, la troncature antérieure des extrêmes est supprimée, avec même la création d'une catégorie « premier prix » ; néanmoins, certaines difficultés subsistent : ainsi trouver la bonne pondération pour les diverses marques de distributeurs (entre lesquelles il y a de grandes disparités de prix) ou pour le haut de gamme se heurte à la pauvreté des statistiques disponibles.

Tout ceci rend illusoire l'espoir de maintenir une constance dans le temps de la série sujette au relevé : sur la période étudiée, il y a plutôt fluctuation aléatoire de celle-ci. Faute de pouvoir quantifier le juste prix des évolutions de qualité (appliquer une méthode plus sophistiquée de prix hédonique serait souhaitable, mais extrêmement difficile vu les caractéristiques en jeu), la pratique actuelle revient à considérer la plupart du temps qu'un nouveau vêtement est un bien totalement nouveau, ou, à l'inverse mais plus rarement, qu'il s'agit exactement du même bien. De fait, la plupart des hausses de prix dans l'habillement échappent à la mesure (Lequiller, 1998). Ce type de problème se rencontre dès qu'il y a « remplacement en dissemblable » pour les « variétés hétérogènes », traitement qui est devenu de plus en plus fréquent au cours de la période et qui aboutit, en multipliant les biens réputés « nouveaux », à esquiver le vrai traitement de l'effet qualité et à affaiblir la qualité de l'indice, puisqu'en fait il n'est calculé que sur les « présents-présents ». Plus précisément, dans le cas des variétés hétérogènes, lorsque le remplacement a lieu en « équivalent », la différence constatée au niveau des étiquettes est considérée intégralement comme une évolution de prix (y c. un éventuel effet

15. Désormais, par exemple, dans le cas des textiles, la fibre, la trame est spécifiée, avec remise d'un échantillon de tissu à l'enquêteur pour l'aider dans sa sélection. Régulièrement, les variétés sont réactualisées (20 % chaque année) et chaque nouvelle variété est spécifiée avec un grand luxe de détail – jusqu'à 2 ou 3 pages de consignes. Il est peu probable que des caractéristiques ayant un effet sensible sur le prix soient omises. Tout au plus peut-on craindre un certain retard dans la prise en compte des phénomènes, vu la rapidité des évolutions dans le domaine, où les innovations de marketing se succèdent parfois à un rythme accéléré, ou quelques erreurs de classement entre caractéristiques principales et secondaires (cf. infra).

16. Cette insertion est faite, une fois par an au moment de l'actualisation des pondérations. Les remplacements en équivalent ou en dissemblance sont eux mis en œuvre en cours d'année et font partie de la gestion à court terme de l'indice.

17. Des effets indirects transparaissent toutefois souvent au travers de l'indice : il est en effet fréquent que l'introduction du nouveau bien rende d'anciens biens plus ou moins substitués obsolètes (d'où une baisse des prix d'équilibre).

qualité, nul en théorie mais qui peut exister de fait). Dans le cas de remplacement en dissemblable, divers cas sont possibles (dissemblable pur, dissemblable corrigé (18), utilisation de la méthode de la variable privilégiée, etc.), qui conduisent à considérer une part plus ou moins grande de la variation des étiquettes comme une variation de qualité et à n'intégrer qu'une variation résiduelle dans l'évolution du prix. Dans le cas extrême du dissemblable pur, tout est considéré comme de la variation de qualité, ce qui est sans doute excessif, mais inévitable, compte tenu du manque d'informations permettant un partage qualité-prix moins brutal. Ce cas est fréquent dans le domaine des biens durables ou de l'habillement, secteur à technologie complexe (19).

Dans le domaine de la pharmacie, on relève aussi des imperfections dans la mesure des prix (Jacobzone, 1998). L'évolution des prix des médicaments serait, faute de traiter correctement les produits nouveaux, régulièrement sous-estimée – avec pour corollaire une surestimation des volumes.

Un traitement encore exceptionnel : l'indice traite le changement grâce à une méthode économétrique (style « prix hédoniques »)

Quand un bien déjà existant voit ses caractéristiques évoluer, il faut évaluer ce qui dans l'évolution du prix affiché correspond au changement de la qualité ; grâce aux biens substitués on peut espérer obtenir des prix pour chaque unité de caractéristique élémentaire, par des méthodes économétriques (cf. l'article de Boirot dans ce numéro).

Le recours à ce type de méthodes a varié au cours du temps. Pour la période ici étudiée, il est quasiment inexistant (sauf sous sa forme la plus triviale, dégénérée, celle des règles de trois adoptées pour corriger des variations de capacité des contenants (20)). Son analyse permet toutefois de bien faire comprendre la nature du problème posé.

L'idée revient à estimer sur l'ensemble des biens existant le « prix propre » de chaque unité de caractéristique et à reconstituer la « juste valeur » (21) du nouveau bien à partir des quantités des diverses caractéristiques qu'il incorpore. Seul l'écart entre l'évolution réelle des étiquettes et cette évolution, sinon juste du moins justifiée, est incorporé à l'indice des prix. La grande difficulté d'application de la méthode provient d'une part des problèmes qu'il y a à définir le lot des caractéristiques pertinentes, sinon dans l'absolu, du moins aux yeux du consommateur (22), et d'autre part aux difficultés économétriques d'estimation des prix unitaires de chacune de ces caractéristiques.

Quand les méthodes de prix hédoniques sont appliquées (par exemple, dans le cas du lave-vaisselle), les caractéristiques retenues comme pertinentes pour l'analyse sont en général des caractéristiques physiques (du genre consommation d'énergie, variété des programmes, niveau de bruit, etc.) ; les caractéristiques symboliques (design, couleur, etc.) sont la plupart du temps négligées, parce qu'agir

autrement serait difficile, mais aussi sans doute de par un jugement de valeur implicite critique sur leur place, qu'il s'agisse du rôle de la mode, ou de la volonté de distinction, qui ne seraient pas des aspirations recevables. Or selon l'introduction ou non dans le modèle de la caractéristique symbolique, le traitement de l'effet qualité sera radicalement différent (23). La prise en compte des caractéristiques physiques, plus systématique, peut également être controversée : que se passe-t-il en effet lorsque la nouvelle série (voire la nouvelle variété) ne présente pas (ou pas suffisamment) de caractéristiques qui la rende différente pour le consommateur des biens existants qui lui sont les plus proches, alors même que la différence existe dans l'absolu (cas d'une amélioration « apparente » : appareil offrant tout une série de nouvelles fonctions jamais utilisées de fait par l'acheteur) ? En théorie, dans ce cas, le prix hédonique associé à cette caractéristique supplémentaire devrait être nul, si les prix reflétaient bien les mécanismes concurrentiels et si les estimations étaient parfaites ; dans la réalité, il est plus vraisemblable de supposer que la méthode aboutirait à ce que l'effet qualité soit surestimé, alors même que la hausse des prix serait sous-évaluée (24).

18. Les consignes internationales récentes tendent à imposer la technique du dissemblable corrigé : en cas de rupture de série, on impute une évolution de prix égale à l'évolution moyenne des autres séries de la même variété (régionalement ou nationalement). Cette technique est désormais très répandue.

19. Des améliorations sont recherchées, surtout grâce à la formation des gestionnaires et des enquêteurs : désormais il existe des produits permanents bien suivis.

20. Un exemple un peu plus inattendu est celui du suivi des prix des best-sellers : ici c'est le nombre de pages qui est utilisé comme base de la séparation prix-qualité.

21. L'expression est exagérée ; « juste » est à entendre dans un sens très limité, puisque la méthode revient à supposer que la situation observée avant l'introduction du bien nouveau est « juste ». Or c'est un présupposé héroïque, certains produits pouvant être sous-évalués, d'autres surévalués eu égard à leurs caractéristiques et leurs performances, les raisons d'écart à l'équilibre concurrentiel n'étant pas rares. L'introduction du nouveau bien pourrait être l'occasion de rapprocher les prix réels des « vrais » « justes » prix, ce qui serait à traiter différemment des cas où il y a au contraire éloignement. Ces considérations sont complètement absentes dans les cas concrets d'application de la méthode.

22. « Pour », quoique moins imagé serait sans doute plus adéquat : les producteurs rivalisent en effet d'astuce pour faire valoir les atouts du bien vendu aux yeux des consommateurs et leur cacher ses faiblesses : les consignes données à l'enquêteur prix le mettent en garde contre ces types de pratique et lui demandent d'être plus vigilant, et plus perspicace que le commun des consommateurs. Bien sûr cette prise en compte des caractéristiques cachées du bien, recherchée, n'est pas toujours complète.

23. Les autres méthodes de traitement de l'effet qualité dans l'indice des prix ne sont pas davantage à même de traiter correctement ce point que la méthode des prix hédoniques : la présente objection sera donc valable dans tous les cas.

24. Le traitement de l'effet de la qualité dans le domaine des services bénéficierait sans doute d'un recours systématique à des méthodes de prix hédoniques, mais on imagine la difficulté des phénomènes à prendre en compte (poids du morceau de viande inclus dans le menu (fixe) d'un restaurant, existence de suppléments gratuits dans les journaux, réduction de prix pour manque de neige dans les stations de sports d'hiver, etc.). Actuellement les principaux cas qui se produisent reçoivent un traitement au coup par coup.

Le problème des lieux d'achat

Une caractéristique physique qui se rapproche des caractéristiques symboliques quant à la difficulté qu'il y a à la valoriser est la nature du lieu d'achat. Un produit donné est-il le même quand il est vendu dans un commerce de détail ou lorsqu'il est proposé dans une grande surface ? Les pratiques de constitution de l'indice postulent que non et que le produit vendu en grande surface est considéré comme de moindre qualité de par ce seul fait (25). Il est vrai que traditionnellement on vante la qualité du service des vendeurs compétents du petit commerce et on souligne que la distribution moderne transfère au consommateur un certain nombre de tâches qui jusqu'alors incombaient au commerçant : plutôt que d'apporter le bien au consommateur, on lui demande de venir au bien ; si le gain monétaire est avéré, le gain en temps le serait moins (déplacement, stationnement, attente aux caisses, etc.). Mais la grande distribution a des atouts qui peuvent la faire préférer par certains (même si en ce domaine, l'hétérogénéité des goûts est susceptible d'être importante) : concentration géographique des approvisionnements, existence d'animations, de garderies, etc. Les effets qualitatifs vont donc dans les deux sens et il est mal aisé de dégager le sens réel de la résultante. Les choix faits pour la construction de l'indice sont donc certainement excessifs et l'indice des prix surestime sans doute légèrement la vraie évolution du prix, en conséquence l'indice de volume fournira un indicateur minoré de la réalité.

Le problème des produits groupés

Nous avons vu que pour le consommateur, certains biens n'étaient générateurs d'utilité qu'en combinaison avec d'autres biens et que la façon de passer du bien à l'utilité pouvait faire l'objet de gains de productivité : ainsi dans le domaine médical, exceptionnels sont les actes qui, pris individuellement, ont une utilité propre ; ils n'en ont qu'au sein d'une chaîne thérapeutique complète. Il serait alors plus correct de mesurer les prix pour la constellation de biens complémentaires prise dans son ensemble, car si les quantités et proportions d'inputs nécessaires évoluent au cours du temps, il s'agit de fait de gains de qualité qu'une analyse procédant de façon indépendante, bien par bien, ne peut que laisser échapper. À procéder comme on le fait actuellement, bien par bien, on surestime l'indice de prix, surtout celui relatif à la santé, et corrélativement on sous-estime l'évolution des volumes (26).

C'est un problème de nature proche qui se pose pour le suivi des forfaits (fréquents pour l'entretien et les réparations automobiles) : quand les tâches incluses varient, il est souvent difficile de savoir si le service finalement rendu au consommateur s'améliore, reste constant ou diminue !

Quelles sont donc les conséquences de ce dispositif au niveau des séries de Comptabilité nationale disponibles (27) (valeurs, volumes et prix) ?

Pour certains produits, le partage volume-prix effectué par la Comptabilité nationale est de médiocre qualité. Le diagnostic pourra en être affecté, et c'est

d'autant plus regrettable que ce sont les secteurs qui évoluent le plus rapidement, les plus dynamiques en particulier, qui sont les plus concernés (transport aérien, assurances). L'analyse sera encore compliquée par l'absence de toute statistique sur les quantités physiques consommées, brutes de toute considération relative à la qualité : on sait que le volume de l'habillement a diminué, mais on ne sait pas si le nombre de vestes, de pantalons ou de jupes a augmenté, stagné ou diminué.

L'exemple concret du traitement du secteur des services de transport et de communication, mettant en évidence certains des problèmes théoriques évoqués, est éclairant et permet de mieux se représenter les forces et les limites des données disponibles.

Pour l'analyse du consommateur, le groupe fonctionnel – de substitution et de complémentarité – adéquat comprend certainement les produits suivants de la Comptabilité nationale (à l'exception des services financiers de la Poste – voire des cycles – regroupés de par l'optique filière de production et que l'on aurait plutôt souhaité séparer et exclure de notre analyse – pour les inclure plutôt respectivement dans une fonction de services divers et de loisirs) :

- voitures (5 produits selon qu'elles sont neuves ou d'occasion, en leasing ou non, 2 variétés)
- caravanes (1 produit, 1 variété)
- motos, cycles et accessoires (2 produits, 6 variétés)
- carburants (3 produits – essence, super, gazole –, 5 variétés)
- lubrifiants (1 variété)
- pièces détachées auto (accessoires et pièces de rechange véhicule) (1 produit, 10 variétés) ;
- pneumatiques (1 produit, 3 variétés)
- réparation auto et contrôle technique (1 produit, 14 variétés)
- location de voiture (1 produit, 2 variétés)
- services annexes des transports (parking, péages, auto-école, frêt y c. acheminement des gros colis) (3 produits, 6 variétés)
- transports urbains de voyageurs (1 produit, 3 variétés)
- transports ferroviaires de voyageurs (1 produit, 1 variété)
- transports aériens (1 produit, 1 variété)
- transport maritime et côtier (2 produits, 2 variétés)
- transports routiers (1 produit, 2 variétés), taxis (1 produit, 1 variété)

25. Les principales difficultés pour l'indice relatives à ce problème des lieux d'achat concernent la pondération qu'il faut maintenir à jour (changement des poids en décembre, au moment du chaînage) et le traitement de l'implantation d'une nouvelle grande surface : on ne répercute pas la baisse directe des prix occasionnée ; seules les évolutions ultérieures et les baisses indirectes observées dans les commerces du voisinage qui baissent leur prix pour garder leur part de clientèle sont prises en compte ; toute la baisse est donc considérée comme la traduction d'une diminution de la qualité des biens proposés.

26. Ce point est sans doute crucial pour le suivi des prix des services hospitaliers, mais de toutes façons ce poste n'est pas actuellement suivi par l'indice. Le principal problème dans le domaine du suivi des services de santé réside sans doute dans la difficulté à suivre un échantillon représentatif de médecins.

27. Publiées ou existantes dans les fichiers, pour au moins la période postérieure à 1977.

- déménagements (1 produit, 1 variété)
- services postaux et financiers de la poste (y c. acheminement petits colis) (1 produit, 4 variétés)
- télécommunications (1 produit, 1 variété)
- matériel téléphonique (1 produit, 1 variété)

À l'intérieur de chaque variété, et des séries constituantes, il y a place pour d'importants changements pour lesquels il est souvent difficile de séparer ce qui a trait à du prix ou à de la qualité. L'introduction du TGV s'est accompagnée d'un bouleversement des pratiques tarifaires et d'une modification des paramètres caractéristiques du trajet (réduction du temps de trajet, changement des horaires, modification de fréquence de desserte des « petites » gares, confort différent, etc.), soit une conjonction de modifications qui ne vont pas toutes dans le sens d'une amélioration, pour lesquelles il n'y a pas forcément unanimité au sein des voyageurs, et pour lesquelles il est difficile de quantifier un quelconque « consentement marginal à payer ». Le TGV a donc été considéré comme un bien entièrement nouveau et son introduction, en conséquence, n'a eu aucune incidence sur les prix, l'effet étant entièrement incorporé à l'évolution des volumes qui a donc été vraisemblablement surestimée. Les tarifs aériens sont également source de grandes difficultés conceptuelles : se multiplient en effet les formules combinées où les réductions de tarifs sont attachées à des restrictions d'usage (pas de modifications de dates permises, pas de stop, possibilité ou non de trajets « open-jaw », réservations combinées trajets-hôtel, inclusion ou non d'un week-end, etc.) dont il est impossible de quantifier l'importance réelle aux yeux de l'utilisateur : quand une nouvelle formule est introduite par une compagnie, qu'est-ce qui relève du prix et qu'est-ce qui relève de la qualité ?

Il faut toutefois souligner que les biais dus à l'insuffisante prise en compte des effets-qualité peuvent aller dans les deux sens. Certes, on a l'habitude de souligner ce qui va dans le sens d'une surestimation de l'indice, mais certains cas peuvent conduire à une sous-estimation (jus de fruit dont la teneur en eau augmente à prix inchangé par exemple).

B - Quelques autres limitations de la Comptabilité nationale pour l'analyse de la consommation

Les principes de la Comptabilité nationale rendent impossible l'observation précise de certains postes de la consommation. Afin d'apprécier la seule valeur du service d'assurance, les postes assurances sont mesurés à partir de l'écart entre les primes versées par les assurés et les remboursements effectués (indemnités dans le cas des assurances

dommage, remboursement du capital ou versement des rentes dans le cas de l'assurance-vie), ce qui ne donne pas une bonne idée du comportement des ménages vis-à-vis de l'assurance (28). De même, les postes antiquités et agences de voyages sont réduits aux marges des commerçants de ce secteur ; dans le second cas, l'écart entre cette marge (comptabilisée) et ce que débourse le consommateur qui règle son voyage à l'agence est réparti entre les postes Hôtel, Restaurant ou Transport (29). Les cadeaux faits à leurs clients par certains distributeurs sont comptés comme consommation intermédiaire de ces entreprises, de même que les emballages et sacs plastique – même payants – ce qui conduit à sous-estimer la consommation des ménages. Les équipements ménagers incorporés dans un logement livré « tout équipé » sont comptés en formation brute de capital fixe (FBCF), de même que certains matériaux utiles pour le bricolage (plâtre, ciment) : les travaux sont en effet comptés comme de l'investissement dès lors que dans une relation propriétaire-locataire, ils sont d'ordinaire à la charge du propriétaire. La seconde pose d'une moquette est considérée comme de la consommation, mais pas la première, assimilée là encore à de la FBCF. Toute pose de carrelage est aussi de la FBCF. Ces conventions, dans l'esprit général de la Comptabilité nationale, sont de plus souvent difficiles à appliquer, ce qui rend le poste correspondant d'une qualité douteuse.

Pour tous ces points, pour appréhender une consommation plus proche des concepts habituels, pour corriger des biais, le recours à d'autres sources s'impose, mais en général on perdra la dimension longitudinale.

28. Le traitement des « assurances » pose un certain nombre de problèmes théoriques ardues : le service d'assurance est-il le même selon que le véhicule assuré est une Rolls ou une 2 CV ? Reste-t-il le même alors que la sinistralité augmente ? Peut-on définir le prix d'une indemnité ? Les problèmes pratiques ne sont pas moins redoutables : dans le partage prix-volume de l'assurance on « solde » sur les ménages, d'où des résultats numériques parfois bizarres. Pour décrire le développement des assurances, la Comptabilité nationale est de peu d'utilité.

29. Plus généralement, pour tous les services liés à des biens (artisans, garagistes, agences de voyages), seules les marges sont comptabilisées en service, les valeurs des biens eux-mêmes sont comptabilisées avec les consommations de ces biens correspondant à des achats directs par les ménages. D'autres pays procèdent différemment, et comptent tout en « service ».