

Enquête Budget de Famille en Martinique en 2006

L'alimentation et le logement : premiers postes de dépenses

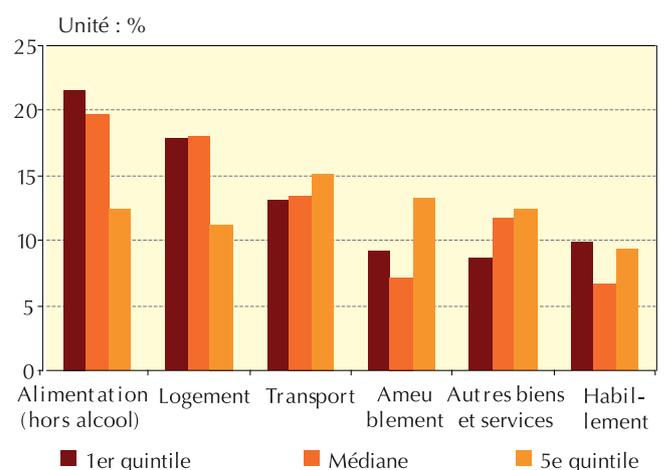
En 2006, les Martiniquais dépensent un tiers de leur budget dans l'alimentation et le logement. C'est dans les supermarchés qu'un ménage sur deux achète les produits alimentaires. Si la quasi-totalité des ménages martiniquais a accès aux équipements de base du foyer, les familles avec enfants sont mieux dotées en équipement utilisant les nouvelles technologies.

Les Martiniquais dépensent en moyenne 25 700 € soit 5 200 € de plus que les Guadeloupéens et 1 300 € de plus que les Guyanais. Ils dépensent essentiellement pour les produits alimentaires (17 %), le logement (16 %) et le transport (14 %). Le poids des diverses dépenses diffère quelque peu selon le département. En Guadeloupe, les ménages dépensent un peu plus dans le transport (19 %) et moins en logement (15 %). En Guyane, le logement représente la dépense la plus importante (19 %) suivi par le transport (18 %).

En Martinique, les dépenses pour l'alimentation et le logement varient selon le niveau de vie des ménages. Plus les ressources du ménage sont élevées, plus le poids de ces dépenses est faible. La part des dépenses en produits alimentaires des ménages les plus modestes est supérieure de neuf points à celle des ménages les plus aisés.

Un cinquième des dépenses pour l'alimentation dans le budget des ménages modestes

Dépenses des ménages selon le quintile de niveau de vie en Martinique



Source : Insee, enquête Budget de Famille 2006

Un ménage à faible revenu sur deux est locataire

Type de logement occupé selon le quintile de niveau de vie en Martinique

Unité : %

	1	2	3	4	5
Propriétaire	42,0	52,5	61,6	60,4	57,9
Accédant à la propriété	4,9	6,0	4,5	8,9	21,2
Locataire secteur social	34,7	30,7	24,7	18,6	11,0
Locataire secteur privé	18,4	10,8	9,2	12,1	9,9
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Source : Insee, enquête Budget de Famille 2006

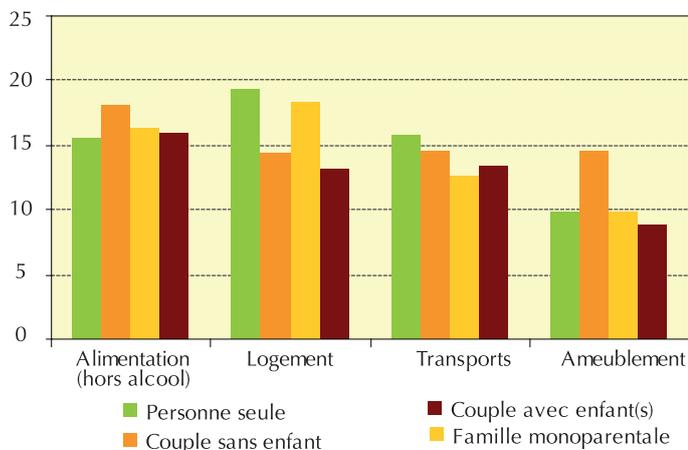
Note de lecture : 42 % des ménages à faible revenu (quintile 1) sont propriétaires de leur logement

Le poids du logement dans le budget des ménages les plus modestes et les ménages ayant un niveau de vie moyen reste important. Ils sont 53 % à être locataires alors que 21 % des plus aisés sont dans cette situation¹.

Le logement pèse dans le budget des personnes seules

Structure des dépenses de la consommation selon le type de ménage en Martinique

Unité : %



Source : Insee, enquête Budget de Famille 2006

Les dépenses des ménages les plus aisés sont plus orientées vers les loisirs et l'équipement de la maison : ils consacrent 13 % de leur revenu à l'ameublement contre 9 % des ménages les plus modestes.

La part des dépenses consacrée à l'habillement varie peu avec le niveau de vie : entre 8 et 10 %.

Les dépenses en produits alimentaires sont prépondérantes dans les ménages où la personne de référence a plus de 65 ans. Ils y consacrent en moyenne 23 % de leur budget contre 15 % pour les plus jeunes.

Le poids des dépenses de santé est plus important chez les ménages les plus aisés. Les ménages modestes sont fréquemment bénéficiaires de la couverture maladie universelle (CMU) qui prend en charge la quasi-totalité de leurs dépenses de santé.

Bien que l'alimentation à domicile reste la première dépense des ménages martiniquais, le logement représente un poids considérable notamment dans le budget des personnes seules (19 %) et des familles monoparentales (18 %).

Les couples sans enfant consacrent une part importante de leur budget à l'ameublement.

Les supermarchés pour les produits alimentaires

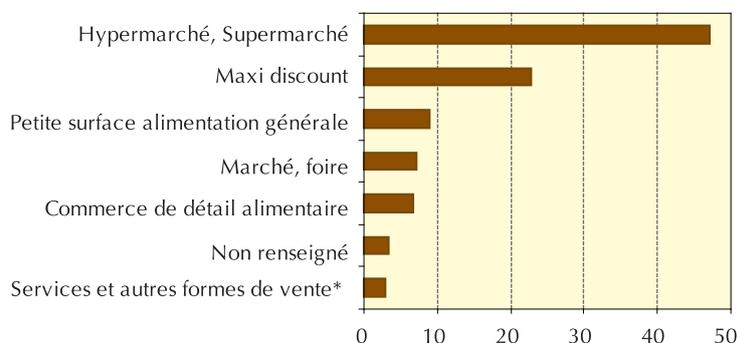
Les Martiniquais réalisent 47 % de leurs dépenses en produits alimentaires dans les grandes surfaces. Les maxi-discounts représentent 23 % de ces achats (13 % en France métropolitaine). Les petites surfaces d'alimentation générale (boulangeries-pâtisseries comprises) restent fréquentées (9 %).

Pour l'habillement et les chaussures, les petits commerces font jeu égal avec les grands magasins spécialisés. L'achat de vêtements à distance (correspondance ou Internet) reste faible, inférieur à 5 %.

Près du quart des dépenses alimentaires se font dans les maxi-discounts

Part des dépenses alimentaires selon le lieu d'achat en Martinique

Unité : %



Source : Insee, enquête Budget de Famille 2006

* Les autres formes de vente comprennent notamment Internet

1) Voir p4, définition des postes de consommation



L'automobile très liée au niveau de vie

La possession d'un véhicule varie en fonction du niveau de vie. Près de la moitié des ménages les plus modestes ne possède pas de véhicule.

L'équipement automobile, est essentiellement fait de petites cylindrées au sein des ménages modestes, de grosses cylindrées dans les ménages aisés.

Pour les utilitaires et 4X4 qui ne sont pas différenciés dans l'enquête, les écarts sont peu importants.

Des petites cylindrées jusqu'au revenu médian

Type de véhicule selon le quintile de niveau de vie en Martinique

Unité : %

	1	2	3	4	5	Ensemble
Petite cylindrée	51,7	50,2	51,2	46,3	33,9	44,9
Grosse cylindrée	40,1	39,1	40,7	46,6	56,7	46,5
Véhicules utilitaires et 4X4	8,2	10,7	8,1	7,1	9,4	8,6
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Source : Insee, enquête Budget de Famille 2006

Malgré les disparités de niveau de vie, la majorité des familles martiniquaises dispose des équipements de base (cuisinière, réfrigérateur, télévision,...). Mais, les couples ayant un ou plusieurs enfants ainsi que les familles monoparentales sont davantage équipés que les autres ménages.

C'est particulièrement visible pour les abonnements aux chaînes de télévision payantes : près de 70 % des couples avec enfants ont un abonnement à une chaîne payante.

Les familles avec enfant sont bien reliées à internet contrairement aux femmes seules et aux familles monoparentales.

Véronique COSSOU
Gérard FORGEOT

Davantage d'abonnements aux chaînes payantes dans les ménages en couple

Quelques taux d'équipement de base selon la composition des ménages en Martinique

Unité : %

	Homme seul	Femme seule	Famille mono - parentale	Couple sans enfant	Couple un enfant	Couple deux enfants	Ensemble
Réfrigérateur	86,8	94,9	95,9	99,5	98,6	100,0	95,2
Congélateur	52,5	62,0	63,1	82,9	77,0	85,9	68,2
Lave Linge	59,5	80,0	90,4	89,8	94,4	95,5	83,0
Cuisinière, plaques de cuisson	90,4	94,5	93,4	100,0	93,8	100,0	94,9
Téléphone fixe	73,1	83,9	81,1	93,5	93,5	95,6	85,1
Téléviseur	85,2	90,8	94,3	97,	90,7	97,8	92,3
Micro-ordinateur de bureau	12,9	20,7	38,6	24,2	52,6	69,1	33,5
Home cinéma	4,3	2,1	5,5	10,1	8,0	7,4	5,8
Téléphone portable	3,2	2,9	8,7	2,2	11,1	13,0	6,3
Abonnement chaînes payantes	30,0	29,7	50,3	46,4	64,4	59,7	44,2
Abonnement au câble	9,5	17,2	12,2	21,2	9,3	12,7	13,7
Internet haut débit	3,3	7,4	10,5	10,2	28,4	22,4	11,9

Note de lecture : 86,8 % des hommes qui vivent seuls disposent d'un réfrigérateur

Source : Insee, enquête Budget de Famille 2006



Définitions

Personne de référence : Depuis 2005, il s'agit du principal apporteur de ressources du ménage.
(NB : la définition de la « personne de référence » dans l'enquête est différente de celle définie au sens du recensement).

Quintile : Si on ordonne une distribution de salaires ou de revenus, les quintiles sont les valeurs qui partagent cette distribution en cinq parties égales.

Pour une distribution de salaires :

- le premier quintile est le salaire au-dessous duquel se situent 20 % des salaires ;
- le deuxième quintile est le salaire au-dessous duquel se situent 40 % des salaires ;
- le troisième quintile est le salaire au-dessous duquel se situent 60 % des salaires ;
- le quatrième quintile est le salaire au-dessus duquel se situent 40 % des salaires ;
- le cinquième quintile est le salaire au-dessus duquel se situent 20 % des salaires.

Unité de consommation :

Système de pondération attribuant un coefficient à chaque membre du ménage et permettant de comparer les niveaux de vie de ménages de tailles ou de compositions différentes. Avec cette pondération, le nombre de personnes est ramené à un nombre d'unités de consommation (UC).

Pour comparer le **niveau de vie** des ménages, on ne peut s'en tenir à la consommation par personne. En effet, les besoins d'un ménage ne s'accroissent pas en stricte proportion de sa taille. Lorsque plusieurs personnes vivent ensemble, il n'est pas nécessaire de multiplier tous les **biens de consommation** (en particulier, les biens de consommation durables) par le nombre de personnes pour garder le même niveau de vie.

Le niveau de vie est égal au revenu disponible du ménage divisé par le nombre d'unité de consommation. Le niveau de vie est donc le même pour tous les individus d'un même ménage.

Pour comparer les niveaux de vie de ménages de taille ou de composition différente, on utilise une mesure du revenu corrigé par unité de consommation à l'aide d'une échelle d'équivalence. L'échelle actuellement la plus utilisée (dite de l'**OCDE**) retient la pondération suivante :

- 1 UC pour le premier adulte du ménage ;
- 0,5 UC pour les autres personnes de 14 ans ou plus ;
- 0,3 UC pour les enfants de moins de 14 ans.

<http://www.insee.fr/fr/methodes/default.asp?page=definitions/unite-consommation.htm>

Les postes de consommation

Issus de « Classification Of Individual COnsomption according to Purpose - Household Budget Survey » (COICOP de l'ONU et COICOP-HBS d'Eurostat), les postes de consommation regroupent les produits selon la fonction de consommation des ménages. En particulier :

- le poste **Logement** comprend les loyers d'habitation, des travaux courants d'entretien et de réparation du logement (hors les gros travaux), des autres services relatifs au logement (ramassage des ordures ménagères, assainissement, eau,....) et des autres dépenses liées à l'habitation (eau et électricité notamment) mais ni les remboursements d'emprunts, ni les dépenses d'ameublement ;
- le poste **Alimentation** ne comprend pas les boissons alcoolisées ;
- le poste **Transport** comprend l'achat et l'entretien de véhicule mais pas les primes d'assurances.

Pour en savoir plus

- « Comment utilisons-nous notre argent ? », AntianÉco n°62, mars 2005.
- « Quels lieux d'achat pour quels produits ? », Insee Première n°1165, novembre 2007.
- « Enquête budget de famille 2006 », Insee Résultats n°73 - Société - juillet 2008