
FICHES TRANSVERSALES

I Les lieux d'achat

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

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

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

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

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

Définitions

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

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

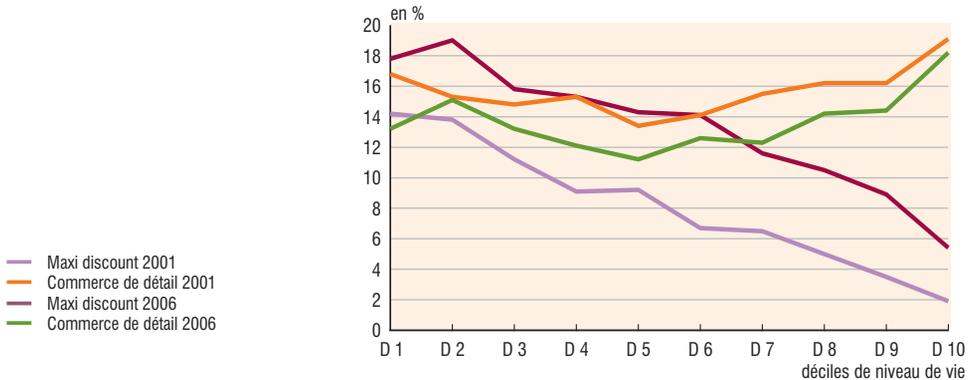
- grandes surfaces alimentaires (hypermarchés, supermarchés, dont le maxi-discount) ;
- petites surfaces alimentaires (petits commerces d'alimentation générale, supérettes) ;
- grands magasins non spécialisés (ex. : *BHV*, *Printemps*, *Galleries Lafayette*) ;
- grandes surfaces spécialisées (ex. : *Darty*,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

Décile, niveau de vie : voir *Glossaire*.

Pour en savoir plus

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

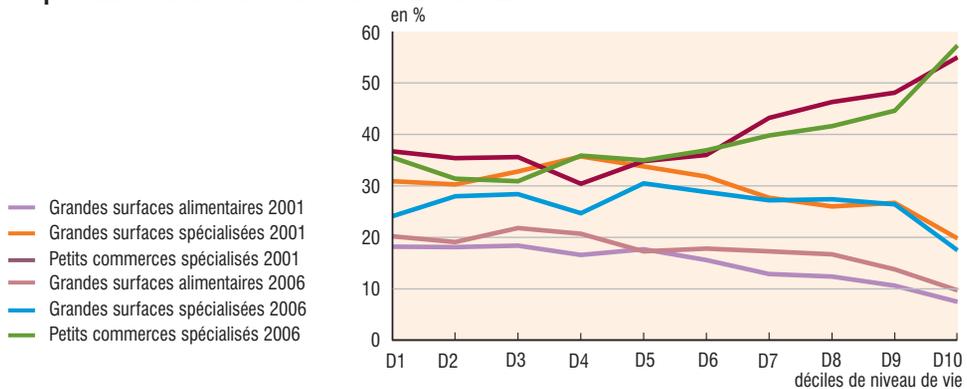
1. Part des dépenses alimentaires réalisées dans le maxi-discount et dans le commerce de détail selon le niveau de vie en 2001 et 2006.



Champ : France métropolitaine.

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

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



Champ : France métropolitaine.

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

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

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

Champ : France métropolitaine.

Source : Insee, enquête Budget de Famille 2006.

II Impôts sur la consommation

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

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

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

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

Définitions

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

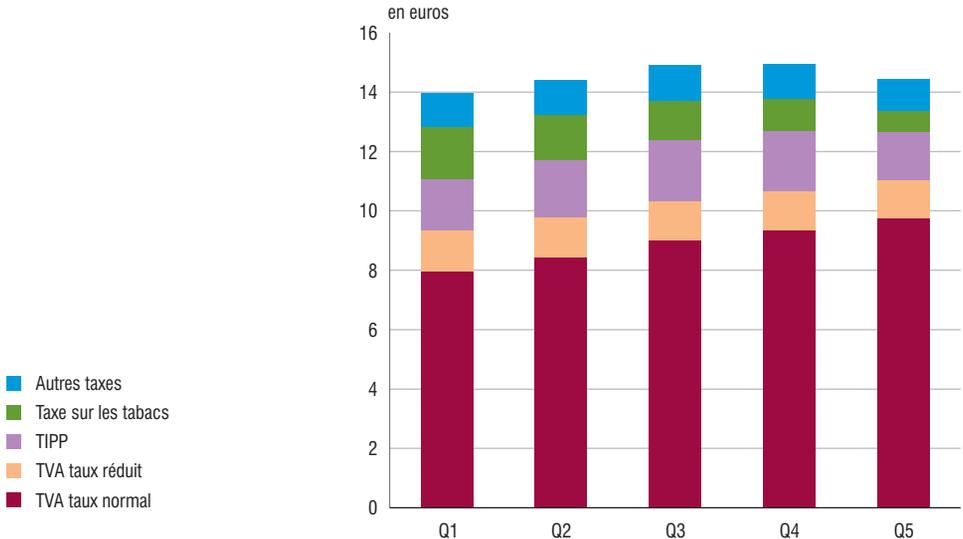
Niveau de vie du ménage, quintile, personne de référence : voir *Glossaire*.

Pour en savoir plus

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

Impôts sur la consommation II

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

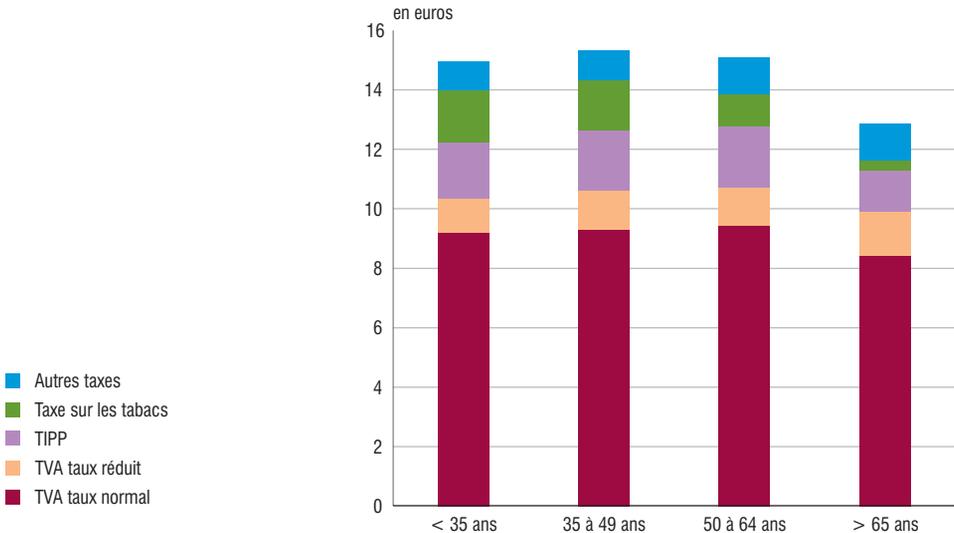


Lecture : un ménage qui se situe dans le 1^{er} quintile de niveau de vie (Q1) acquitte en moyenne 14 euros de taxes sur la consommation pour 100 euros de biens et services consommés.

Champ : France métropolitaine.

Source : Insee, enquête budget de famille 2006.

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



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

Champ : France métropolitaine.

Source : Insee, enquête budget de famille 2006.

III Fiscalité directe (hors contributions) et taxes diverses

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

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

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

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

Définitions

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

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

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

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

Pour en savoir plus

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

1. Les déterminants des montants acquittés en fiscalité directe et taxes diverses¹

en %

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

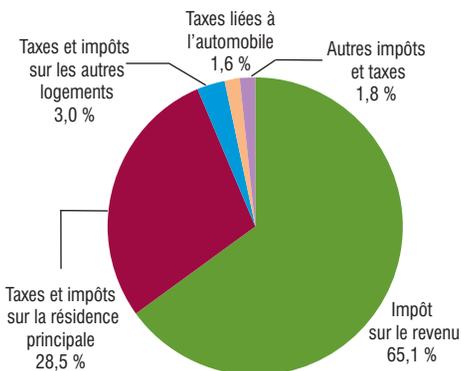
1. Par souci de cohérence avec le reste de l'ouvrage, les résultats présentés ici sont issus de l'enquête Budget de famille. On observe quelques divergences mineures avec les résultats de l'enquête Revenus fiscaux.

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

Champ : France métropolitaine.

Source : Insee, enquête Budget de famille 2006.

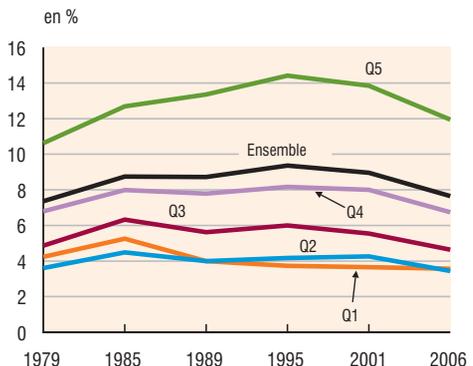
2. Répartition de la fiscalité directe et taxes diverses payées par les ménages



Champ : France métropolitaine.

Source : Insee, enquête Budget de famille 2006.

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



Champ : France métropolitaine.

Source : Insee, enquêtes Budget de famille.

IV Alimentation et genre

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

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

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

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

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

Définitions

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

Niveau de vie des ménages : voir *Glossaire*.

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

Pour en savoir plus

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

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

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

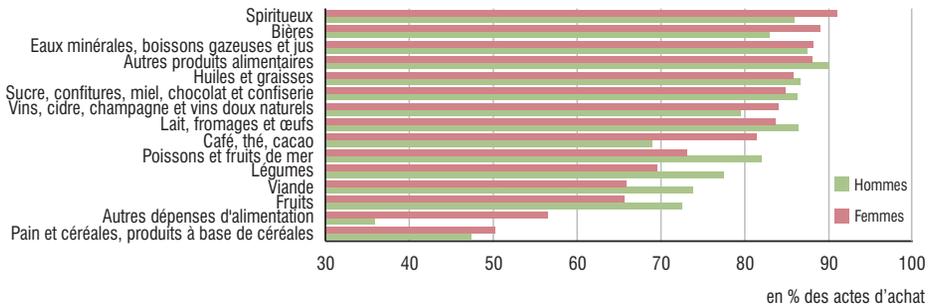
Les écarts « corrigés » sont calculés en neutralisant les effets de l'âge, du niveau de diplôme et du niveau de vie (ou du genre pour les trois dernières colonnes). « n. s. » indique que la différence est non significative.

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

Champ : individus de France métropolitaine vivant seuls.

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

2. Part des achats réalisés en grandes surfaces

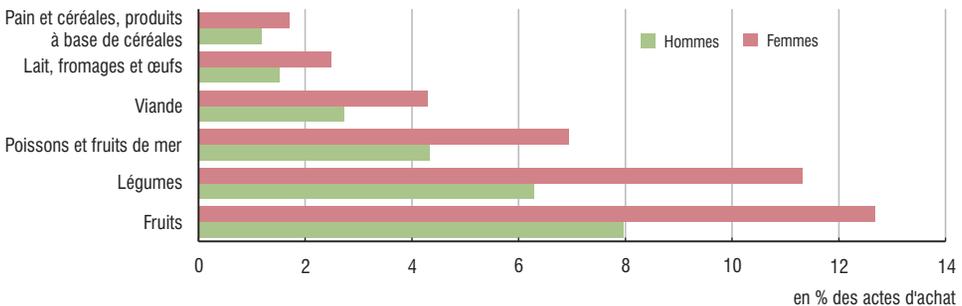


Lecture : les hommes achètent 72 % des fruits en grandes surfaces et les femmes 66 %.

Champ : individus de France métropolitaine vivant seuls.

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

3. Part des achats réalisés sur les marchés



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

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

Champ : individus de France métropolitaine vivant seuls.

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

V Priorités en matière de consommation

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

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

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

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

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

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

Définitions

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

Pour en savoir plus

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

Priorités en matière de consommation V

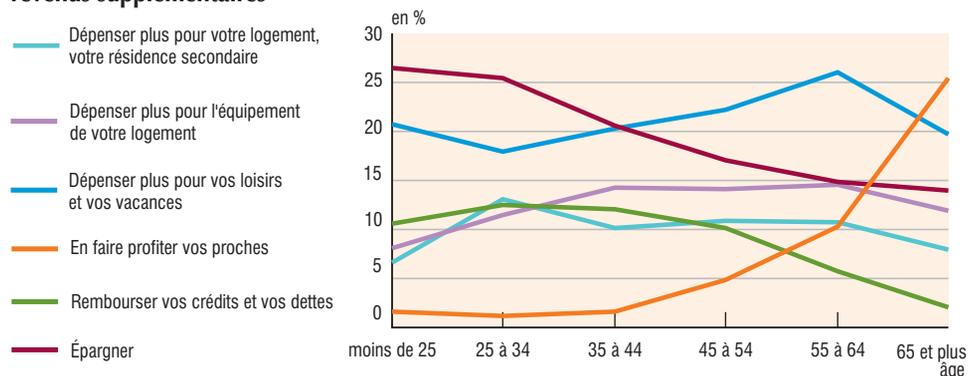
1. « Si vos ressources augmentaient (d'environ 10 %), que feriez-vous en priorité avec cet argent ? »

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

Champ : France métropolitaine.

Source : Insee, enquête Budget de famille 2006.

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

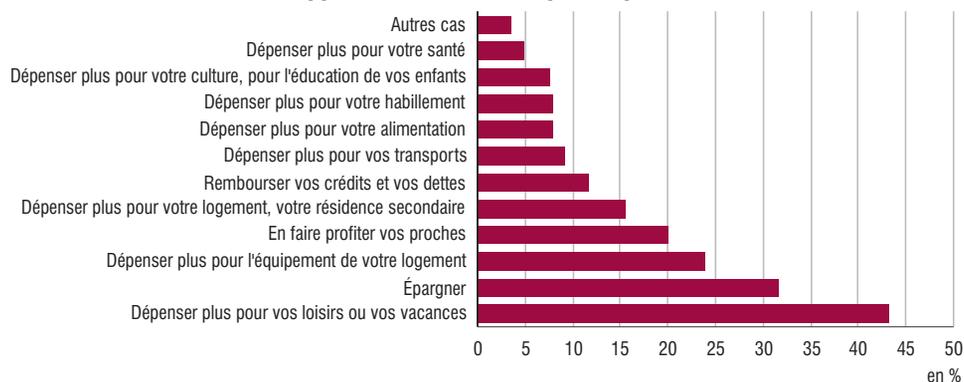


Lecture : 26 % des ménages dont la personne de référence a moins de 25 ans déclarent qu'ils affecteraient un surplus de ressources à épargner. C'est le cas de 14 % des 65 ans et plus. Les modalités les moins citées ne sont pas reprises sur le graphique.

Champ : France métropolitaine.

Source : Insee, enquête Budget de famille 2006.

3. Affectations de revenus supplémentaires (deux réponses possibles)



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

Champ : France métropolitaine.

Source : Insee, enquête Budget de famille 2006.

VI Disparités de consommation

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

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

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

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

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

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

Définitions

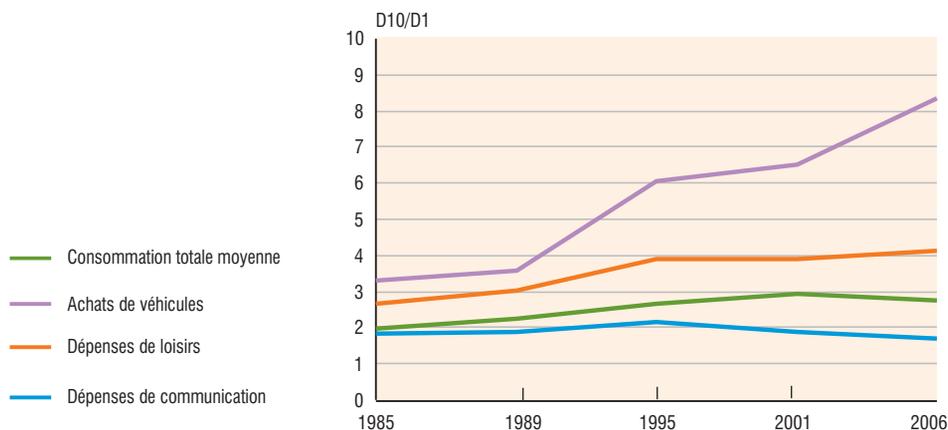
Niveau de vie, décile, ménage, poids (part) budgétaire, quintile, loyers imputés : voir *Glossaire*.

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

Pour en savoir plus

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

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



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

Champ : France métropolitaine.

Source : Insee, enquêtes Budget de famille.

2. Disparités de consommation de 1985 à 2006

en points

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

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

Champ : France métropolitaine.

Source : Insee, enquêtes Budget de famille.

3. Évolution du coefficient budgétaire alimentaire entre 1985 et 2006

en points

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

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

Champ : France métropolitaine.

Source : Insee, enquêtes Budget de famille.

VII Consommation, âge et génération

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

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

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

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

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

Définitions

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

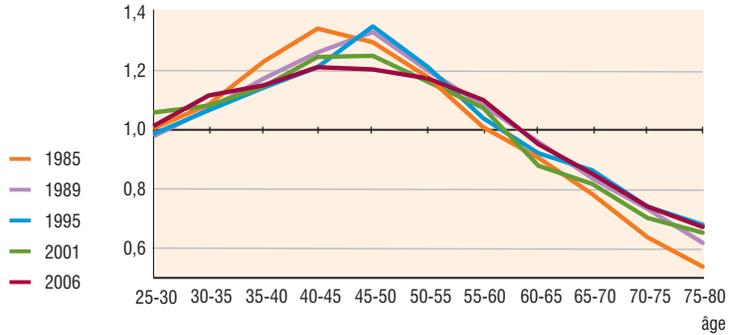
Logement : les dépenses en logement comprennent ici les loyers réels des locataires, les dépenses en eau, gaz, électricité, combustibles, etc. mais pas les remboursements d'emprunts.

Pour en savoir plus

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

Consommation, âge et génération VII

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



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

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

en points

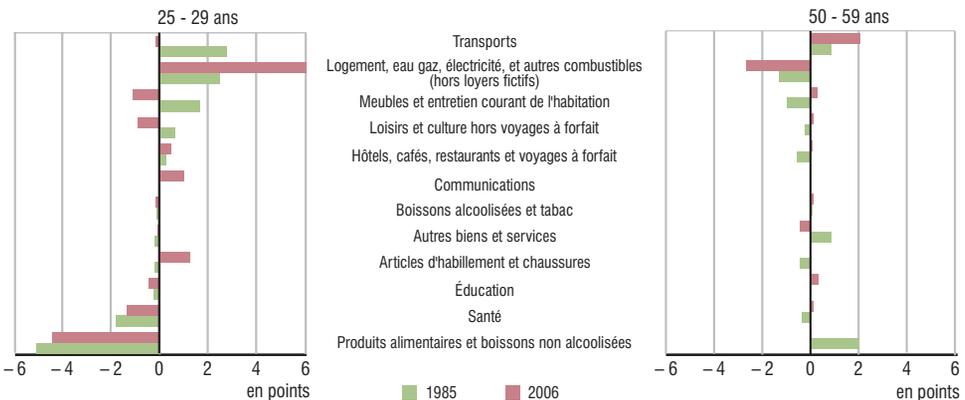
	25-29 ans		30-39 ans		40-49 ans		50-59 ans		60-79 ans	
	1985	2006	1985	2006	1985	2006	1985	2006	1985	2006
Produits alimentaires et boissons non alcoolisées	-5,1	-4,4	-2,2	-1,9	-0,3	-0,3	2,0	0,0	4,2	3,5
Boissons alcoolisées et tabac	-0,1	-0,2	0,1	-0,1	-0,3	0,1	0,1	0,1	0,1	0,0
Articles d'habillement et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

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

Champ : France métropolitaine.

Source : Insee, enquêtes Budget de famille.

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



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

Champ : France métropolitaine.

Source : Insee, enquêtes Budget de famille.

VIII Consommation des retraités

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

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

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

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

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

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

Définitions

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

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

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

Pour en savoir plus

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

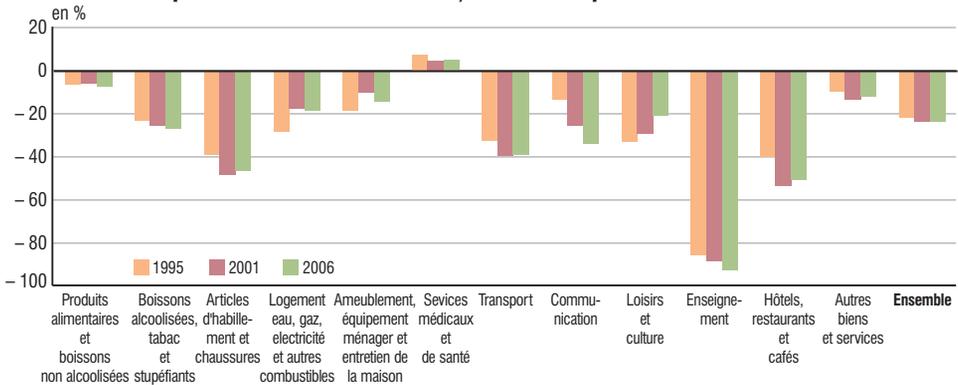
1. La consommation des ménages de retraités

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

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

Source : Insee, enquête Budget de famille 2006.

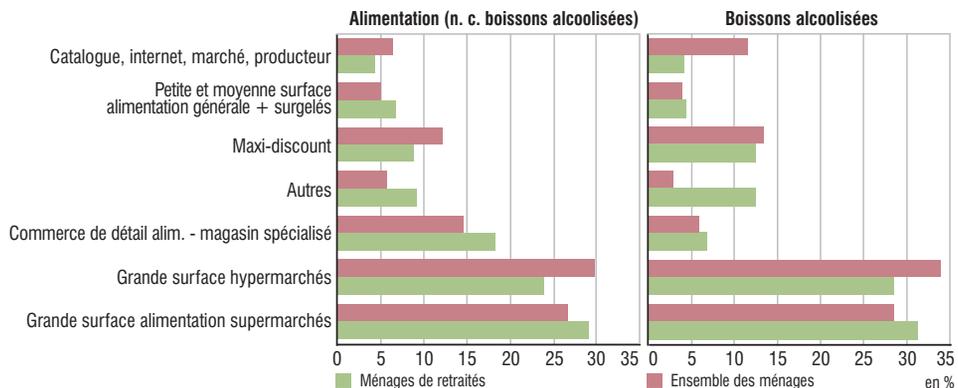
2. Écarts des dépenses des retraités à la moyenne des dépenses



Champ : France métropolitaine.

Source : Insee, enquête Budget de famille 2006.

3. Part des dépenses selon le lieu d'achat



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

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

IX Consommation des ménages avec trois enfants ou plus

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

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

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

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

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

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

Définitions

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

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

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

Consommation des ménages avec trois enfants ou plus IX

1. La consommation des ménages ayant trois enfants ou plus

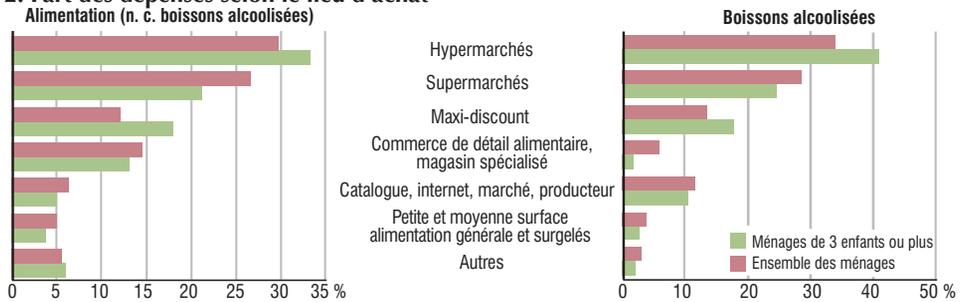
Type de produit	Écart à la moyenne des dépenses du même type (%)	Écart au coefficient moyen (points)
Produits alimentaires et boissons non alcoolisées dont :	44,8	0,7
Pain et céréales, produits à base de céréales (y c. pâtisserie, riz, pâtes)	63,1	0,5
Lait, fromages et œufs	50,2	0,2
Sucre, confitures,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

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

Champ : France métropolitaine.

Source : Insee, enquête Budget de famille 2006.

2. Part des dépenses selon le lieu d'achat



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

Champ : France métropolitaine.

Source : Insee, enquête Budget de famille 2006.

3. Évolution des écarts à la moyenne des dépenses

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

Champ : France métropolitaine.

Source : Insee, enquêtes Budget de famille.

X Convergence des structures de consommation

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

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

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

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

Définitions

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

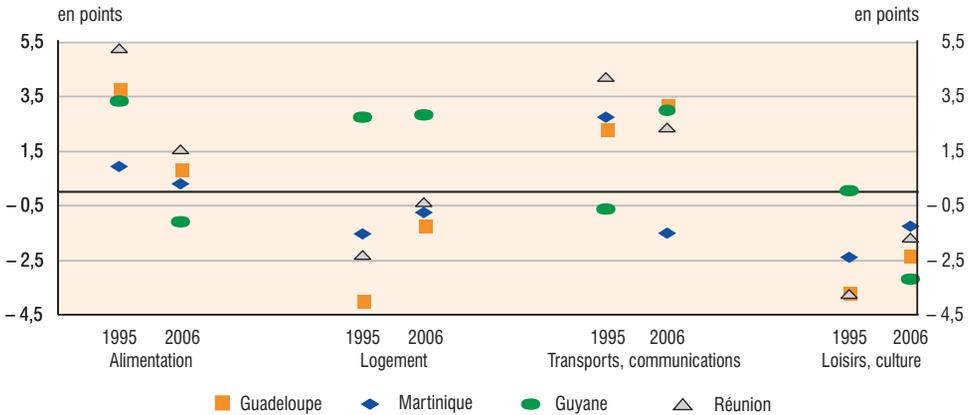
Revenu disponible : comprend ici les revenus d'activité et du patrimoine, les transferts entre ménages et les prestations sociales, nets des impôts directs (impôt sur le revenu, taxe d'habitation et contributions sociales généralisées et contribution à la réduction de la dette sociale).

Pour en savoir plus

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

1. Convergence des structures de consommation entre 1995 et 2006

Alimentation, logement, transports-communications et loisirs-culture

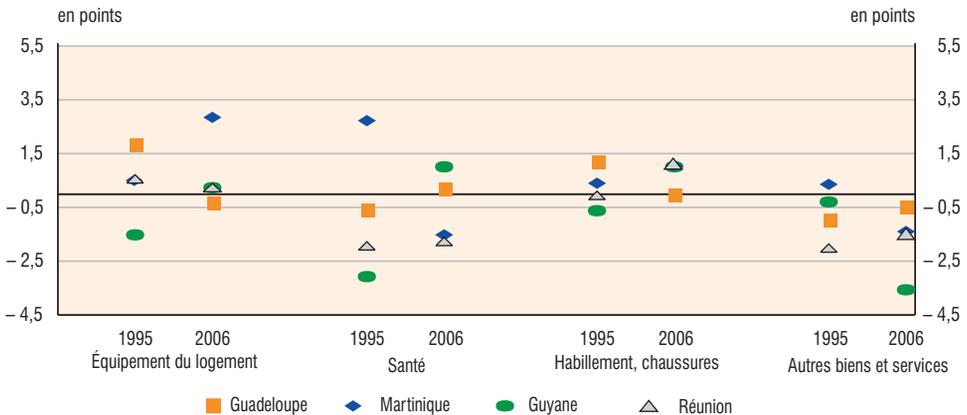


Lecture : ce graphique représente pour chaque Dom l'écart entre sa structure de consommation et celle observée en métropole sur les années 1995 et 2006. Plus un poste de dépense se rapproche de l'axe des abscisses, plus son poids est proche de celui observé en métropole. Ainsi, en 1995, les dépenses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

Source : Insee, enquêtes Budget de famille.

2. Convergence des structures de consommation entre 1995 et 2006

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



Source : Insee, enquêtes Budget de famille.

3. Les mouvements de population avec la métropole

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

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

(a) Champ : ensemble de la population.

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

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