

# ***La consommation des ménages en 2014***

## ***Analyse du compte définitif***

30 mai 2017

Ont contribué à la rédaction de cette note :

Pauline Beck  
Paul-Antoine Beretti  
Alexandre Bourgeois  
Antonin Briand  
Brigitte Larochette  
Sébastien Oparowski  
Philippe Serre

Dans un contexte de croissance économique modérée (+ 0,9 %), la dépense de consommation des ménages continue de se redresser doucement en 2014 (+ 0,7 % en volume après + 0,5 % en 2013 et - 0,3 % en 2012). La dépense de consommation atteint ainsi 1 141,5 milliards d'euros à prix courants en 2014. Le taux d'épargne des ménages progresse pourtant, après son repli en 2013. Après deux années de contraction, leur pouvoir d'achat progresse en effet nettement grâce au maintien des prix et à l'accélération du revenu disponible brut.

L'année 2014 est marquée par la stabilité en valeur des achats d'automobiles, après deux années de chute, et par le retour à la croissance des dépenses liées aux loisirs et à la culture. Les biens technologiques ont toujours la faveur des ménages. Les dépenses en valeur liées au logement ralentissent du fait des dépenses de chauffage, fortement atténuées par une météo particulièrement douce.

## Contexte économique

En 2014, la dépense de consommation finale des ménages continue de se redresser doucement (+ 0,7 % en volume après + 0,5 % en 2013 et - 0,3 % en 2012). Elle atteint 1 141,5 milliards d'euros à prix courants. La consommation effective des ménages, qui inclut en outre les dépenses directement financées par la collectivité, progresse de manière plus dynamique (+ 1,1 % en volume). Elle est soutenue à la fois par la dépense de consommation individualisable des administrations publiques et par celle des institutions sans but lucratif au service des ménages (respectivement + 2,1 % et + 2,6 % en volume). Au total, la consommation effective des ménages contribue pour 0,75 point à la croissance du produit intérieur brut (+ 0,9 %), soit près de deux fois la contribution de la dépense de consommation finale des ménages.

Le revenu disponible brut des ménages s'accroît plus fortement qu'en 2013 (+ 1,3 % en valeur en 2014, après + 0,3 %). Cette évolution intervient toutefois dans un contexte de quasi-stabilité des prix (0,1 % après + 0,6 %). En conséquence, après deux années de contraction, le pouvoir d'achat augmente nettement (+ 1,1 %). La consommation des ménages augmentant moins vite en valeur que le revenu disponible brut (+ 0,7 % contre + 1,1 %), le taux d'épargne remonte, en conséquence, de 0,4 point pour s'établir à 14,7 %. Le taux d'épargne financière repart aussi à la hausse, atteignant 5,4 % en 2014 après 5,0 % en 2013.

Tableau 1 - Consommation des ménages, revenu disponible brut (RDB) et taux d'épargne

	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Évolution de la dépense de consommation en volume (en %)	1,7	2,1	2,6	2,2	2,4	0,5	0,1	1,7	0,4	-0,3	0,5	0,7
Évolution du pouvoir d'achat du RDB * (en %)	0,9	2,3	1,0	2,4	3,0	0,3	1,6	1,2	0,2	-0,9	-0,4	1,1
Taux d'épargne ** (en %)	15,6	15,8	14,5	14,6	15,1	15,0	16,2	15,8	15,6	15,1	14,3	14,7
Taux d'épargne financière *** (en %)	5,9	5,4	4,1	4,0	4,4	4,2	7,1	6,5	6,1	5,6	5,0	5,4

\* Déflateur : indice de prix de la dépense de consommation finale des ménages.

\*\* Le taux d'épargne est le rapport entre l'épargne des ménages et le revenu disponible brut.

\*\*\* Le taux d'épargne financière est le rapport entre la capacité de financement des ménages et le revenu disponible brut

Source : Comptes nationaux - Base 2010, Insee.

Le prix de la dépense de consommation est stable en 2014 (0,1 % après + 0,6 %). Cette évolution est nettement inférieure à la moyenne de + 1,2 % par an observée entre 2004 à 2014. Les prix des produits énergétiques ralentissent nettement, voire se contractent : - 3,8 % pour les carburants et lubrifiants et - 6,7 % pour le fioul domestique sous l'effet du recul des prix du baril de pétrole, + 0,3 % pour le gaz (+ 4,5 % en 2013) et + 5,7 % pour l'électricité (après + 6,5 % en 2013). Par ailleurs, le prix des loyers (+ 0,9 % après + 1,0 %) contribue également à la décélération des prix.

## **Analyse par grandes fonctions de consommations**

En 2014, les dépenses en **logement, chauffage et éclairage** sont toujours le 1<sup>er</sup> poste de consommation des ménages. Elles représentent le quart de leur dépense de consommation. Les dépenses en logement se replient en 2014 (- 1,2 % en volume après + 0,9 % en 2013 - tableau 2), sous l'impulsion des dépenses de chauffage et d'éclairage du fait des températures particulièrement clémentes (- 11,7 % après + 1,8 %). Les prix des dépenses en logement ralentissent (+ 1,0 % après + 1,5 %) : le prix du fioul recule, celui du gaz et de l'électricité freine et les prix des loyers évoluent à un rythme plus faible qu'en 2013. Le secteur de **l'équipement du logement** se stabilise après deux années de baisse (+ 0,3 % après - 1,6 % en 2013 et 2012) : l'accélération des produits de l'électroménager et le rebond des articles en textile sont intégralement compensés par la chute de la consommation de meubles.

Le repli marqué observé depuis deux années des dépenses des ménages en **transports** s'atténue en 2014 (- 0,5 % en volume après - 2,0 % en 2013 et - 4,0 % en 2012), dans le sillage de toutes les grandes composantes de la dépense en transports. Après plusieurs années de contraction, la chute des achats d'automobiles neufs et d'occasion est quasi-enrayée en 2014 (- 2,1 % en volume après - 8,1 %). De même, le recul de la consommation d'essence est stoppé en 2014 alors que celle en gazole se redresse légèrement. Comme en 2013, le prix des carburants et lubrifiants se contracte en 2014 (- 3,8 % après - 2,4 %) sous l'effet du recul des prix du baril de pétrole, en forte baisse depuis juin 2014. Les transports collectifs ralentissent (+ 0,8 % en volume après + 1,2 %). Cela s'explique par le net ralentissement des dépenses en transports aériens et le repli des dépenses en transports ferroviaires et routiers.

La consommation en **alimentation et boissons non alcoolisées** évolue au même rythme qu'en 2013 (+ 1,1 % en volume après + 1,2 %) malgré le reflux des prix (- 1,2 % après + 1,2 %). Elle est soutenue par la consommation de fruits qui rebondit en 2014 et bénéficie d'une forte baisse de prix. Au contraire, alors que leur prix se contracte aussi fortement que celui des fruits, la consommation de légumes est moins dynamique qu'en 2013. Par ailleurs, la baisse des achats de poissons et fruits de mer et celle des achats de viande s'intensifient. Les ménages se détournent des **boissons alcoolisées et tabac** : à l'exception de la bière, tous les achats d'alcool se contractent. Les dépenses de tabac continue de décroître (- 4,4 % en volume). La hausse des prix reste par ailleurs soutenue, même si elle est un peu moins vive en 2014 (+ 5,2 % après + 6,8 % en 2012). Ainsi, compte tenu de ses hausses successives, le prix du tabac a progressé de près de 50 % en dix ans.

Les dépenses de consommation dans les **hôtels, cafés et restaurants** retrouvent le chemin de la croissance en 2014, suite au repli des deux années précédentes (+ 1,6 % en volume après - 1,2 % et - 0,8 %). Les restaurants et cafés ont retrouvé une bonne dynamique (+ 1,7 % en volume après - 2,3 % en 2015), de même que les services d'hébergement (+ 2,1 % suite à - 0,1 % en 2015).

Les dépenses liées aux **loisirs et à la culture** renouent avec la croissance (+ 1,5 % en volume après - 1,6 % en 2013). Les produits de l'électronique grand public (téléviseurs, consoles de jeux...) retrouvent en effet la faveur des ménages alors que face à la diffusion sur internet, la désaffection des ménages envers les CD ou DVD, la presse et les livres se poursuit en 2014.

Très dynamique depuis plusieurs années, la consommation en **communications** freine nettement, même si elle continue de croître à un rythme soutenu (+ 4,8 % en volume après + 14,5 %). Ce ralentissement est imputable aux services de télécommunications (+ 2,0 % en volume après + 11,0 %) qui bénéficient de baisses de prix moins prononcées (- 5,0 % après - 16,2 %) . En revanche, le marché des téléphones mobiles continue de se développer (+ 30,7 % en volume), en lien avec l'essor des *Smartphones*.

Les dépenses de **santé** restant à la charge des ménages restent stables en 2014 (+ 1,8 % en volume ). Les dépenses de médicaments accélèrent légèrement (+ 2,6 % après + 2,4 %) et les dépenses en services médicaux et hospitaliers ralentissent légèrement (+ 1,0 % après + 1,2 %).

Après trois années de contraction, les dépenses en **habillement et chaussures** repartent à la hausse (+ 1,1 % après - 0,8 %) dans un contexte de stabilité des prix (+ 0,0 % après + 0,9 %). Ce mouvement traduit le rebond de la consommation de vêtements, alors que celle de chaussures est toujours orientée à la baisse.

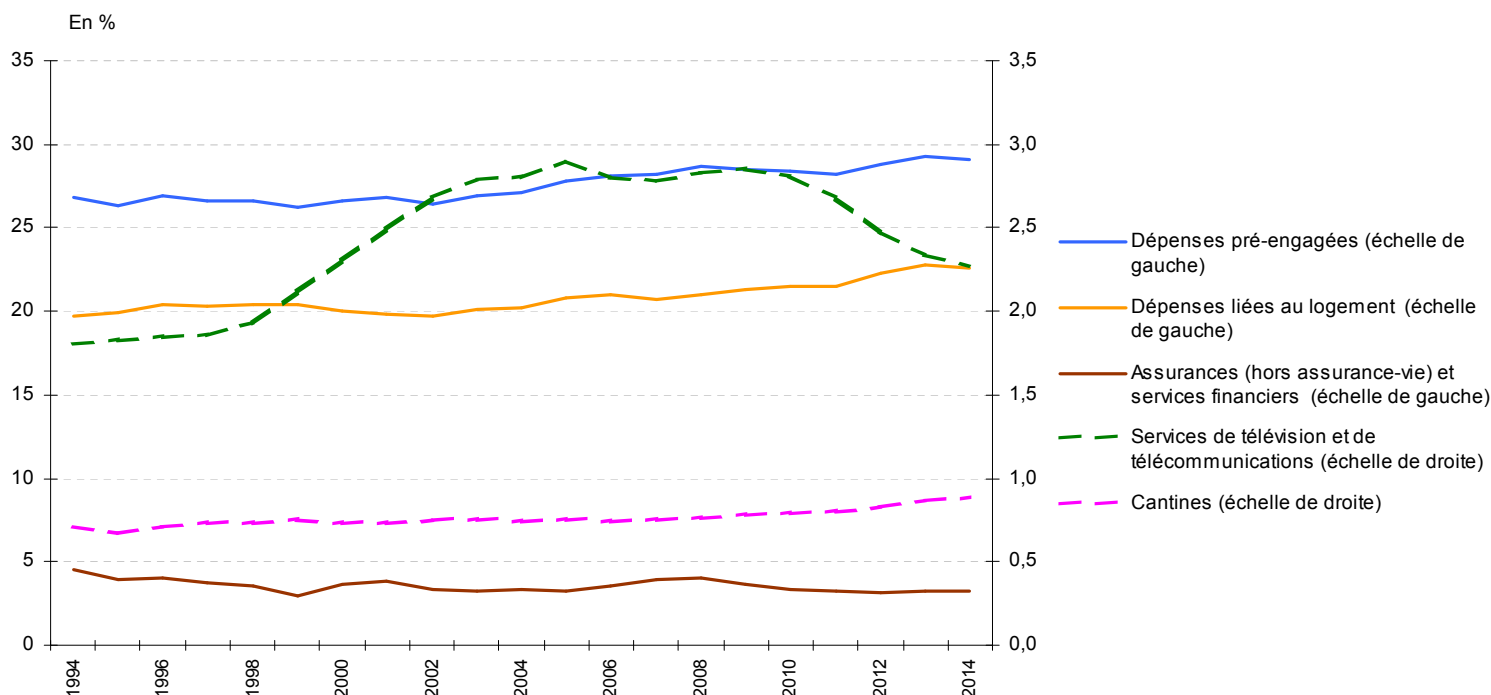
Enfin, les dépenses en **autres biens et services** ralentissent légèrement en 2014 (+ 1,7 % en volume après + 1,8 %), tout comme les dépenses de consommation en action sociale (+ 0,6 % après + 3,2 %). Les

dépenses d'appareils et produits pour soins corporels restent dynamiques (+ 1,8 % après + 1,0 %) et la dépense chez le coiffeur repart légèrement à la hausse (+ 0,4 % après - 1,5 %).

La consommation en assurance ralentit légèrement (+ 0,9 % après + 4,1 %). Cela s'explique par le recul de l'assurance-santé (- 2,2 % en 2014, après + 5,1 % en 2013) et la décélération des assurances automobile et responsabilité civile. En revanche, l'assurance habitation se redresse après la chute de 2013 et les dépenses liées à l'assurance-vie, qui correspondent aux frais prélevés sur ces contrats d'épargne, accélèrent du fait d'un regain d'intérêt dû à la baisse des taux de rendements des autres instruments d'épargne financière.

La part des **dépenses de consommation pré-engagées**<sup>1</sup> dans le revenu disponible brut diminue en 2014, passant de 29,3 % en 2013 à 29,0 % en 2014. Comme en 2011, ces dépenses augmentent moins vite que les autres dépenses (+ 0,1 % en valeur contre + 0,8 %), en raison de la contraction des dépenses de chauffage.

**Graphique 1 – Part des dépenses de consommation pré-engagées dans le revenu disponible brut**



Source : Comptes nationaux – Base 2010, Insee

1 Les dépenses « pré-engagées » sont celles qui sont supposées réalisées dans le cadre d'un contrat difficilement renégociable à court terme. Suivant les préconisations du rapport de la Commission « Mesure du pouvoir d'achat des ménages » (février 2008), le périmètre retenu de ces dépenses est le suivant :

- les dépenses liées au logement, y compris les loyers imputés et les dépenses relatives à l'eau, au gaz, à l'électricité et aux autres combustibles utilisés dans les habitations ;
- les services de télécommunications ;
- les frais de cantine ;
- les services de télévision (redevance télévisuelle, abonnements à des chaînes payantes) ;
- les assurances (hors assurance-vie) ;
- les services financiers (y compris les services d'intermédiation financière indirectement mesurés).

**Tableau 2 – Évolution de la consommation des ménages par fonction**

	Variation du volume au prix de l'année précédente (en %)			Variation des prix par rapport à l'année précédente (en %)			Valeurs 2014 (en milliards d'euros)	Coefficients budgétaires * dans la dépense de consommation des ménages en 2014 (en %)
	Moy. 2004-2014	2013	2014	Moy. 2004-2014	2013	2014		
01 - Alimentation et boissons non alcoolisées	1,0	1,2	1,1	1,4	1,2	-1,2	153,1	13,4
02 - Boissons alcoolisées et	-0,8	-2,9	-2,7	3,0	5,3	3,4	40,5	3,5
03 - Articles d'habillement et chaussures	-0,6	-0,8	1,1	0,7	0,9	0,0	45,3	4,0
04 - Logement, chauffage,	0,7	0,9	-1,2	2,6	1,9	1,3	302,0	26,5
05 - Équipement du logement	0,8	-1,6	0,3	0,5	0,5	0,1	56,7	5,0
06 - Santé	3,3	1,7	1,7	0,1	-0,6	-0,7	48,3	4,2
07 - Transports	-0,5	-2,0	-0,5	2,3	0,4	0,2	149,5	13,1
08 - Communications	7,0	14,5	4,8	-6,5	-15,1	-6,8	29,9	2,6
09 - Loisirs et culture	2,1	-1,6	1,5	-1,2	-0,2	-0,3	96,4	8,4
10 - Éducation	1,7	4,3	1,4	3,5	0,8	0,5	10,6	0,9
11 - Hôtels, cafés et restaurants	0,4	-1,2	1,6	2,2	2,2	2,7	77,3	6,8
12 - Autres biens et services	1,6	1,8	1,7	0,9	0,8	-1,3	138,0	12,1
15 - Solde territorial **	-7,8	-4,9	-38,5	1,1	0,4	0,0	-6,2	-0,5
<b>Dépense de consommation des ménages</b>	<b>1,1</b>	<b>0,5</b>	<b>0,7</b>	<b>1,2</b>	<b>0,6</b>	<b>0,1</b>	<b>1141,5</b>	<b>100</b>
13 - Dépense de consommation des ISBLSM ***	2,1	1,0	2,6	1,6	2,0	0,3	44,6	3,91
14 - Dépense de consommation des APU ***	1,8	1,4	2,1	1,2	0,5	0,2	334,4	29,29
<b>Consommation effective des ménages</b>	<b>1,3</b>	<b>0,7</b>	<b>1,1</b>	<b>1,3</b>	<b>0,7</b>	<b>0,1</b>	<b>1520,5</b>	

\* Le coefficient budgétaire représente la part de la dépense en valeur consacrée à un bien ou un service particulier (ou à une catégorie de biens ou services) dans la dépense de consommation des ménages

\*\* Le solde territorial est la différence entre les achats à l'étranger des résidents et les achats en France des non-résidents.

\*\*\*Dépenses de consommation des institutions sans but lucratif au service des ménages et des administrations publiques en biens et services individualisables.

Source : Comptes nationaux – Base 2010, Insee

## Analyse par durabilité

En 2014, la consommation finale effective<sup>2</sup> accélère légèrement après une année de croissance modérée (+ 1,1 % en volume après + 0,7 % en 2013 - *tableau 3*). Cela reflète le rebond des biens durables et semi-durables, compensée partiellement par la contraction des biens non durables.

La consommation de services évolue, en 2014, sur un rythme proche de celui de 2013 (+ 1,3 % en volume après + 1,2 %). Les dépenses de consommation dans les hôtels, cafés et restaurants retrouvent le chemin de la croissance après deux années de repli consécutives. En revanche, le dynamisme de la consommation en services de télécommunications s'estompe (+ 2,0 % après + 11,0 %).

Les dépenses en biens non durables se retournent en 2014 (- 0,8 % en volume après + 0,5 %), sous l'impulsion des dépenses de chauffage et d'éclairage qui se contractent du fait d'une météo particulièrement clémente en 2014.

Après deux années de baisse marquées, la consommation en biens durables rebondit en 2014 (+ 1,5 % en volume après - 2,2 %). La chute du marché des véhicules neufs est enrayée et les achats de voitures neuves ou d'occasion se stabilisent. La dépense en électroménager accélère alors que celles en meubles et articles d'ameublement se contractent moins fortement qu'en 2013. Le regain des ménages pour les téléviseurs et leur appétence toujours marquée pour les téléphones mobiles contribuent également à cette croissance.

Les biens semi-durables renouent avec la croissance en 2013 (+ 1,3 % en volume après - 0,7 %) : leur consommation est soutenue par la légère baisse de leur prix. En particulier, la consommation en habillement est à nouveau favorablement orientée après plusieurs années de baisse.

**Tableau 3 – Évolution de la consommation effective des ménages classée par durabilité<sup>3</sup>**

	Variation du volume au prix de l'année précédente (en %)			Variation des prix par rapport à l'année précédente (en %)			Valeurs 2014 (en milliards d'euros)	Coefficients budgétaires dans la consommation effective des ménages en 2014 (en %)
	Moy. 2004-2014	2013	2014	Moy. 2004-2014	2013	2014		
1 - Biens durables	2,2	-2,2	1,5	-1,5	-1,0	-1,5	95,0	6,3
2 - Biens semi-durables	0,3	-0,7	1,3	0,1	0,5	-0,3	90,1	5,9
3 - Biens non durables	0,6	0,5	-0,8	1,7	1,1	-0,6	373,9	24,6
4 - Services	1,4	1,2	1,3	1,5	0,7	0,7	967,6	63,6
5 - Solde territorial	-7,8	-4,9	-38,5	1,1	0,4	0,0	-6,2	-0,4
<b>Consommation effective des ménages</b>	<b>1,3</b>	<b>0,7</b>	<b>1,1</b>	<b>1,3</b>	<b>0,7</b>	<b>0,2</b>	<b>1 520,5</b>	<b>100,0</b>

Source : Comptes nationaux – Base 2010, Insee

- 2 La consommation effective des ménages est la somme de la dépense de consommation des ménages et des consommations individualisables des administrations publiques (APU) et des institutions sans but lucratif au service des ménages (ISBLSM). La dépense de consommation des ménages se limite aux dépenses que les ménages supportent directement. Elle comprend la part des dépenses de santé et d'éducation restant à leur charge. Les consommations individualisables sont celles qui bénéficient directement aux ménages tout en étant prises en charge par la collectivité. C'est le cas en particulier de dépenses pour l'éducation, la santé, l'action sociale et le logement.
- 3 La nomenclature par durabilité oppose les biens durables aux biens fongibles. Elle distingue les biens des services. Si l'automobile est naturellement classée dans les biens durables, l'habillement est considéré comme un bien semi-durable et l'énergie comme un bien non durable.

## **Analyse détaillée**

### Sommaire

Fiche 1 – La consommation alimentaire en dessous de la moyenne observée ces dix dernières années.....	8
Fiche 2 – L'habillement et les chaussures retrouvent le chemin de la croissance en 2014.....	12
Fiche 3 – La météo exceptionnellement douce permet de contenir les dépenses liées au logement.....	14
Fiche 4 – La consommation pour l'équipement et l'entretien du logement se stabilise en 2014.....	17
Fiche 5 – Pour la quatrième année consécutive, les dépenses de santé sont contenues par les baisses de prix.....	20
Fiche 6 – Légère baisse du marché des transports.....	23
Fiche 7 – Le marché des communications moins dynamique qu'en 2013.....	26
Fiche 8 – Les loisirs et la culture redeviennent attrayants.....	28
Fiche 9 – L'hôtellerie et la restauration : deux secteurs de nouveau en croissance.....	33
Fiche 10 – Progression continue de la consommation en biens et services divers.....	35

## Fiche 1 – La consommation alimentaire en dessous de la moyenne observée ces dix dernières années

En 2014, la dépense des ménages en produits alimentaires (hors boissons alcoolisées et tabac) enregistre une hausse de 1,1 % en volume après + 1,2 % en 2013. Elle évolue donc à un rythme légèrement supérieur à celui observée au cours des dix dernières années (+ 1,0 % en moyenne par an). Les prix des produits alimentaires subissent une baisse de -1,2 % après une hausse de 1,2 % en 2013. Cela s'explique par les prix des fruits et légumes : ils se replient fortement en raison d'une météo clémente et de l'offre plus abondante de produits consécutive à l'embargo russe.

La consommation des boissons alcoolisées et du tabac se replie en volume pour la 3<sup>ème</sup> année consécutive (- 2,7 % en 2014 après - 2,9 %) alors que leurs prix sont toujours dynamiques (+ 3,4 %).

**Tableau 4 : Évolution de la dépense de consommation alimentaires des ménages**

	Variation du volume au prix de l'année précédente (en %)			Variation des prix par rapport à l'année précédente (en %)			Valeur 2014 (en milliards d'euros)	Coefficient budgétaire par rapport à la dépense de consommation des ménages en 2014 (en %)
	Moy. 2004-2014	2013	2014	Moy. 2004-2014	2013	2014		
<b>01 - Produits alimentaires et boissons non-alcoolisées, dont :</b>	<b>1,0</b>	<b>1,2</b>	<b>1,1</b>	<b>1,4</b>	<b>1,2</b>	<b>-1,2</b>	<b>153,1</b>	<b>13,4</b>
01.1 - Produits alimentaires	0,9	1,2	1,1	1,4	1,3	-1,2	140,1	12,3
01.1.1 - Pain et céréales	1,6	1,8	1,2	1,3	0,6	-0,3	24,7	2,2
01.1.2 - Viande	0,0	-0,1	-0,7	2,0	2,7	0,8	37,3	3,3
01.1.3 - Poisson et fruits de mer	-0,5	-1,3	-1,1	1,8	1,7	0,7	8,5	0,7
01.1.4 - Lait, fromage et œufs	1,6	1,5	-0,1	0,8	-1,1	0,7	20,5	1,8
01.1.5 - Huiles et graisses	-0,4	1,8	0,8	2,0	0,7	0,4	3,1	0,3
01.1.6 - Fruits	0,7	0,0	4,8	1,4	5,5	-5,8	10,8	0,9
01.1.7 - Légumes	1,1	4,6	3,8	1,5	1,8	-5,4	17,8	1,6
01.1.8 - Sucre, confiture, miel, chocolat et confiserie	1,8	2,1	2,1	0,5	-0,5	-2,1	11,8	1,0
01.1.9 - Sel, épices, sauces et produits alimentaires n.c.a.	2,0	1,1	1,7	0,2	-0,9	-2,7	5,7	0,5
01.2 - Boissons non alcoolisées	2,1	1,1	0,9	1,4	-0,8	-1,7	13,0	1,1
01.2.1 - Café, thé et cacao	2,0	0,2	2,2	1,9	-1,3	-2,7	3,8	0,3
01.2.2 - Autres boissons non alcoolisées	2,2	1,5	0,4	1,3	-0,6	-1,3	9,2	0,8
<b>02 - Boissons alcoolisées et tabac, dont :</b>	<b>-0,8</b>	<b>-2,9</b>	<b>-2,7</b>	<b>3,0</b>	<b>5,3</b>	<b>3,4</b>	<b>40,5</b>	<b>3,5</b>
02.1 - Boissons alcoolisées	-0,1	0,2	-1,0	2,1	3,9	1,6	20,3	1,8
02.1.1 - Alcools	0,1	-1,5	-0,7	1,7	1,9	1,1	7,2	0,6
02.1.2 - Vin, cidre et champagne	-0,1	1,0	-2,6	2,0	2,3	2,7	9,8	0,9
02.1.3 - Bière	-0,6	1,8	2,9	3,9	13,7	0,0	3,4	0,3
02.2 - Tabac	-1,5	-5,8	-4,4	3,8	6,8	5,2	20,2	1,8

Source : Comptes nationaux – Base 2010, Insee

Encore moins d'achats de viande par les ménages en 2014

En 2014, la consommation des ménages en viandes a reculé pour les principales viandes de boucherie. Le scandale de la viande de cheval en 2013 pénalise encore en 2014 globalement le secteur. Seules les viandes de porc, de volaille, de lapin et la charcuterie enregistrent de très légères hausses.



Comme les années précédentes, la consommation de viande de veau se replie (- 5,7 % en volume en 2014 après - 2,0 % en 2013 et - 5,1 % en 2012), comme celle de viande de bœuf (- 3,1 % en volume en 2014 après -2,7 % en 2013). La viande chevaline accuse la plus forte baisse en volume (- 6,7 %), principalement en raison de la baisse de l'offre liée au grand nombre de fermeture de boucherie-chevaline due aux départs en retraite des bouchers. Les prix de la viande chevaline sont toujours en hausse de 1,4 % en 2014 après + 3,6 % en 2013.

La consommation en produits tripiers diminue (- 6,0 % en volume en 2014), comme la viande de mouton qui décroche à nouveau avec une baisse de 3,1 % après - 3,6 % en 2013.

En revanche, les consommations de viande de porc et de lapins augmentent légèrement, quand les consommations de charcuterie et de viande de volailles restent atones avec des prix relativement stables en 2014. s

Après une année difficile en 2013 (- 1,5 %), en raison du scandale de la viande de cheval, les plats préparés à base de viande peinent à retrouver la croissance : ils enregistrent une très légère hausse de 0,2 % en 2014.

### **Stagnation de la consommation en pain et céréales**

La consommation des ménages en pain et céréales est en hausse en 2014 (+ 1,2 %). Les prix se contractent (- 0,3 % après + 0,6 %) : les grandes surfaces multiplient les promotions et se livrent entre elles à une guerre des prix. Les pizzas fraîches (+ 3,4 %), les pâtes alimentaires (+ 6,0 %) les biscuits et pâtisseries de conservation (+ 2,5 %), et enfin les dépenses en pain et en pâtisserie fraîches (+1,0 % et + 1,8 %) soutiennent la consommation.

### **La consommation des produits laitiers et des œufs freine**

La consommation des œufs et produits laitiers baisse légèrement en 2014 (- 0,1 % en 2014 en volume après + 1,5 % en 2013). Cela s'explique principalement par la consommation de lait qui continue de s'éroder (- 2,7 % en volume après - 0,4 %) et celle de yaourts et desserts lactés frais (- 0,6 % après + 0,7 %). En revanche, le secteur est porté par le dynamisme de la consommation de crème (+ 3,9 % en volume après + 4,6 %). De même, la consommation de fromages progresse plus légèrement (+ 0,4 % en volume), favorisée par leur utilisation en cuisine ou en snacking.

Après dix années de progression continue (+ 1,9 % en moyenne sur dix ans), la consommation d'œufs continue doucement sa progression, mais à un rythme moindre (+ 0,3 % en volume après + 3,0 %), malgré la baisse des prix (- 1,7 %). Les ménages modifient cependant leur consommation en se tournant davantage vers les œufs alternatifs (bio, plein air et label rouge).

### **Les légumes frais tirent les dépenses de consommation des ménages**

En 2014, la consommation de légumes continue de progresser (+ 3,8 % en volume) tirée par les dépenses en légumes frais. Cette évolution reste cependant moins forte que l'année précédente (+ 4,6 %). Les prix subissent une forte baisse de -5,4 %, après une hausse en 2013 (+ 1,8 %).

La consommation de légumes frais évolue fortement en 2014 (+ 5,8 %), notamment grâce à la météo, très favorable au printemps, et à la chute des prix (- 7,1 %). La baisse des prix s'explique en partie par l'abondance de l'offre causée par une bonne production, mais aussi par l'embargo russe. La production française non exportée s'est retrouvée sur le marché français, ainsi qu'une partie de celle des autres pays européens confrontés à la même situation. L'offre étant trop abondante, les prix ont chuté par rapport à l'année précédente.

D'après Kantar Worldpanel (FranceAgriMer), les produits français et l'offre locale sont de plus en plus plébiscités pour la consommation des produits frais. Les labels de qualité apportent une réponse au manque

de confiance des consommateurs et la qualité devient un critère de choix pour les ménages. La forte consommation de légumes frais s'est faite au détriment de celle des pommes de terre (- 2,2 % en volume après + 0,1 % en 2013). Le prix des pommes de terre baisse en 2014 (- 0,9 %), après la forte hausse de 2013 (+18,8%).

Face au regain de consommation de légumes frais, l'attrait des légumes en conserves ou surgelés reste sur une bonne dynamique de consommation avec une hausse de + 4,7 % en 2014 après 3,2 % en 2013.

### **La consommation de produits sucrés reste bien orientée**

La consommation des produits sucrés évolue, en 2014, à un rythme égal à celui de 2013 (+ 2,1 %). La consommation des confiseries et de chocolat (notamment les confiseries en sachets et les tablettes de chocolat) participe à la bonne tenue du marché (+ 2,3 % après + 1,7 %). Même si la consommation de glaces ralentit, elle progresse encore nettement (+ 2,1 % après + 2,7 %) grâce à la bonne arrière saison de septembre et au lancement de nouveaux produits. La consommation de sucre progresse moins vivement qu'en 2013 (+ 0,9 % après + 2,4 %).

Enfin, le miel et les édulcorants sont en baisse respectivement de - 1,0 % et de - 2,3 %.

### **Rebond de la consommation de fruits frais et maintien des achats de fruits en conserves**

Après une stagnation en 2013, la consommation de fruits repart à la hausse en 2014 (+ 4,8 %). La baisse des prix de 5,8 % en 2014 (après la forte hausse de 5,5 % de 2013) explique en partie cette hausse de la consommation. La météo clémente et l'abondance de l'offre causée par l'embargo russe contribuent à la forte baisse des prix.

En 2014, les fruits frais des climats tempérés et tropicaux tirent la consommation générale des fruits. Les volumes consommés de fruits frais progressent de 4,6 % en raison notamment d'une importante baisse des prix

(- 7,0%). Le recul des prix est moins prononcée pour les fruits tropicaux (- 1,3 %), mais leur consommation évolue fortement (+ 7,0 % en volume). Les pommes et poires, les agrumes (orange, clémentine et pamplemousse) et les fruits de la famille des rosacées (pêches, nectarines et abricots) pour les fruits des climats tempérés, ainsi que les bananes pour les fruits exotiques restent les fruits dont les quantités consommées sont les plus importantes, mais ce sont les petits fruits rouges (framboises et groseilles) qui progressent le plus (+ 19,9 % en volume) en raison d'une forte baisse des prix de 9,9 %.

La consommation des fruits en conserves reste dynamique (+ 2,1 % en volume en 2014 après + 2,8 % en 2013).

### **La consommation des produits de la mer est toujours en repli**

En 2014, la consommation de poissons et crustacés baisse de -1,1 %, après avoir chuté de -1,3 % l'année précédente. Seul le secteur de la pêche affiche une légère croissance de 0,8 % l, dans un contexte de ralentissement des prix (+ 0,7 % après + 1,7 %).

Le poisson frais apparaît aux yeux des consommateurs comme une nourriture saine. Il garde une bonne image au niveau de ses vertus nutritionnelles et de santé, mais malgré cela, sa consommation diminue à nouveau. Le poisson frais en morceaux, accuse la baisse la plus importante du secteur (- 3,8 % en volume) due à un effet de cherté. Son prix continue en effet d'augmenter (+ 0,9 %), mais moins fortement que l'année précédente (+ 1,7 %).

La consommation de conserves de poissons et de poissons congelés ou surgelés accuse également des baisses respectives de - 0,7 % et de - 2,1 %. Contrairement à 2013, les ménages ont réduit leurs achats de plats préparés à base de poissons (- 0,7 % en volume en 2014 après + 8,1 % en 2013).

### Nette diminution de la consommation de jus de fruits

L'ensemble de la consommation des boissons non alcoolisées progresse de -0,9 % en 2014 après une augmentation de 1,1,1 % en 2013. La consommation de boissons chaudes tire à la hausse le marché (+ 2,4 % en volume après - 0,1 %). Les cafés en dosettes soutiennent toujours le marché et le thé est en progression. Les eaux de table et les boissons rafraîchissantes sans alcool (hors jus de fruits) sont également en progression, même si leur consommation ralentit. Les thés glacés et les boissons plates aux fruits (hors jus de fruits) sont les préférés des consommateurs. En revanche les dépenses en jus de fruits se contractent nettement (- 1,9 % après + 0,2 %).

### Embellie pour la consommation de bière

La consommation de boissons alcoolisées se replie en 2014 (- 1,0 % en volume après +0,2% en 2013). À **l'exception** de la bière, toutes les boissons alcoolisées suivent cette tendance baissière. Les prix ralentissent (+ 1,6 % après + 3,9 %), mais leur rythme de croissance est nettement plus élevé que celui de l'ensemble de la consommation (+ 0,1 %).

La consommation de bière est en hausse en 2014 (+ 2,9 % en volume après + 1,8 %). La coupe du monde de football en juin-juillet 2014, le dynamisme des brasseries locales, les nouveautés et une bonne météo en juin et en septembre ont permis cette belle croissance. Les bières de spécialités et les bières de luxe soutiennent le marché.

En revanche, les alcools forts sont toujours en baisse (- 0,7 % en 2014 après - 1,5 % en 2013).

L'ensemble des vins, champagne et cidre enregistre une baisse de 2,6 % en volume. Les vins de consommation courante et les vins d'appellation d'origine contrôlée accusent la plus forte baisse du secteur (- 2,9 % et - 2,7 % en volume). La baisse de la consommation des champagnes (- 2,3 %) est équivalente à celle de l'année 2013 (- 2,4 %).

### La consommation de tabac poursuit sa baisse

La consommation de tabac est toujours orientée à la baisse, (- 4,4 % en volume). La hausse des prix reste par ailleurs soutenue, même si elle est un peu moins vive en 2014 (+ 5,2 % après + 6,8 % en 2013). Ainsi, compte tenu de ses hausses successives, le prix du tabac a progressé de près de 50 % en dix ans.

## Fiche 2 – L'habillement et les chaussures retrouvent le chemin de la croissance en 2014

Après un recul des dépenses en 2013 (- 0,8 % en volume), la consommation des ménages en habillement et chaussures a rebondi en 2014 (+ 1,1 % en volume). La croissance des dépenses reflète le bon comportement du secteur de l'habillement. Celui-ci croît de 1,7 % en volume quand le secteur de la chaussure fléchit encore (- 0,9 % en volume). Dans l'ensemble, les ménages bénéficient de la stabilité des prix (0,0 %). Néanmoins les prix des chaussures accélèrent alors que ceux de l'habillement restent stables (respectivement + 1,0 % et - 0,2 %). Le poste « habillement et chaussures » représente 4,0 % des dépenses de consommation des ménages.

L'année 2014 marque une rupture de tendance par rapport à la période d'après-crise, période pendant laquelle les ménages ont rogné sur les dépenses en habillement. Dans un contexte économique marqué par le recul du cours du coton<sup>4</sup>, la consommation en habillement repart à la hausse. Les ménages profitent, comme les années passées des promotions et des soldes flottantes, pour acheter des vêtements de meilleure gamme. L'arrivée anticipée du printemps<sup>5</sup> et un été agréable ont contribué à relancer la consommation en équipement de la personne.

**Tableau 5 : Évolution de la dépense de consommation des ménages en habillement et chaussures**

	Variation du volume au prix de l'année précédente (en %)			Variation des prix par rapport à l'année précédente (en %)			Valeur 2014 (en milliards d'euros)	Coefficient budgétaire de la dépense de consommation des ménages en 2014 (en %)
	Moy. 2004-2014	2013	2014	Moy. 2004-2014	2013	2014		
<b>03 - Articles d'habillement et chaussures, dont :</b>	<b>-0,6</b>	<b>-0,8</b>	<b>1,1</b>	<b>0,7</b>	<b>0,9</b>	<b>0,0</b>	<b>45,3</b>	<b>4,0</b>
03.1 - Articles d'habillement, dont :	-0,8	-0,6	1,7	0,6	0,6	-0,2	36,1	3,2
03.1.1 - Fournitures pour habillement	-8,2	-4,7	-4,6	1,4	1,4	0,9	0,1	0,0
03.1.2 - Vêtements	-0,7	-0,6	1,6	0,5	0,5	-0,2	30,5	2,7
03.1.3 - Autres articles et accessoires d'habillement	-0,6	-0,6	3,4	1,0	0,9	-0,8	4,2	0,4
03.1.4 - Nettoyage, réparation et location de vêtements	-1,3	-0,4	-1,0	2,1	1,9	2,3	1,3	0,1
03.2 - Chaussures y c. réparation	0,1	-1,2	-0,9	1,2	2,0	1,0	9,2	0,8

Source : Comptes nationaux – Base 2010, Insee

### Le « textile-habillement » repasse dans le vert en 2014

En 2014, les dépenses de consommation en volume en articles d'habillement repartent à la hausse (+ 1,7 % après -0,6 % en 2013). Celles-ci bénéficient d'une légère baisse des prix (- 0,2 %). Elles représentent 3,2 %

<sup>4</sup> Source : Coface

<sup>5</sup> Source : Météo France

de la dépense de consommation des ménages.

Les achats en vêtements ainsi que les accessoires de mode rebondissent en volume (respectivement + 1,6 % et + 3,4 %). Les dépenses en fournitures pour habillement<sup>6</sup> diminuent, comme en 2013 (- 4,6 % en volume en 2014 après - 4,7 % en 2013).

#### **La mode vestimentaire : locomotive du secteur en 2014**

Le secteur du vêtement connaît en 2014 un fort rebond (+ 1,6 % en volume) après avoir subi entre 2007 et 2013 une baisse continue des dépenses en volume (- 1,9 % chaque année en moyenne). La stabilité des prix et une météo favorable encouragent la reprise des achats. Les dépenses en vêtements constituent 2,7 % de la consommation totale des ménages.

Les ménages profitent d'un printemps doux et d'un été agréable pour renouveler certains vêtements de leur garde-robe. Ainsi, les dépenses en chemisiers, polos et tee-shirt progressent de + 3,8 % en volume alors que les dépenses en vestes, manteaux et costumes se réduisent de - 0,3 % en volume pour les hommes et de - 0,8 % en volume pour les femmes.

Par ailleurs, la consommation de vêtements de sport progresse fortement en 2014 (+ 5,7 % en volume). Les ménages apprécient s'habiller en sportswear<sup>7</sup> à la ville, mais ce dynamisme traduit aussi une hausse de la pratique d'activités sportives comme la course à pied, les nouvelles danses tendance et le fitness en salle. L'effet coupe du monde 2014 dope aussi les ventes des maillots de foot<sup>8</sup>.

#### **Forte poussée des dépenses en accessoires de mode**

Au rayon des articles et accessoires de l'habillement, les dépenses de consommation en volume connaissent une embellie en 2014 (+ 3,4 %) soutenues par des prix orientés à la baisse (- 0,8 %). Le rayon est tiré par les achats en foulards et cravates. Les dépenses de ces articles connaissent un net rebond en volume (+ 4,5 % après - 0,7 % en volume).

#### **Le rayon de la chaussure poursuit sa chute**

Depuis trois ans, les dépenses de consommation en volume au rayon des chaussures (y compris réparations) sont en repli (- 0,9 % en 2014 après - 1,2 % en 2013). Elles représentent 0,8 % de la consommation totale des ménages.

---

6 Comprend les tissus et étoffes à maille

7 Source : NPD Group

8 Source : NPD Group

### Fiche 3 – La météo exceptionnellement douce permet de contenir les dépenses liées au logement

En 2014, les ménages ont consacré 302,0 milliards d'euros à leur budget logement, soit plus du quart de l'ensemble des dépenses de consommation des ménages (26,5 %). Ce poste est la première dépense des ménages, devant les transports et les produits alimentaires. Il regroupe leurs loyers, leurs dépenses en entretien et réparation des logements, en chauffage et éclairage, et en autres services liés au logement (eau, services d'assainissement, collecte des ordures ménagères, gardiennage...).

La dépense en logement se contracte de 1,2 % en volume après avoir progressé de 0,9 % en 2013. Ce phénomène s'explique par la chute de la consommation d'énergie du fait de températures exceptionnellement clémentes.

En 2014, les prix ralentissent (+ 1,3 % après + 1,9 % en 2013), reflétant les évolutions de prix des loyers et de l'énergie, même si ces derniers restent dynamiques.

**Tableau 6 : Évolution de la dépense de consommation des ménages en logement, eau, gaz, électricité et autres combustibles**

	Variation du volume au prix de l'année précédente (en %)			Variation des prix par rapport à l'année précédente (en %)			Valeur 2014 (en milliards d'euros)	Coefficient budgétaire de la dépense de consommation des ménages en 2014 (en %)
	Moy. 2004-2014	2013	2014	Moy. 2004-2014	2013	2014		
<b>04 - Logement, eau, gaz, électricité et autres combustibles, dont :</b>	<b>0,7</b>	<b>0,9</b>	<b>-1,2</b>	<b>2,6</b>	<b>1,9</b>	<b>1,3</b>	<b>302,0</b>	<b>26,5</b>
04.1 - Loyers effectifs	1,3	1,1	1,6	2,2	1,5	1,0	52,0	4,6
04.2 - Loyers imputés	1,1	0,9	1,1	2,1	1,2	0,8	167,5	14,7
04.3 - Entretien et réparation des logements	0,3	-1,4	-0,2	3,2	2,2	3,5	18,1	1,6
04.4 - Autres services liés au logement	0,0	-0,9	-1,0	3,2	1,9	3,0	16,6	1,5
04.5 - Électricité, gaz et autres combustibles	-0,9	1,8	-11,7	4,5	4,1	2,1	47,7	4,2

Source : Comptes nationaux, Base 2010, Insee

#### Décélération des prix des loyers dans le parc privé et le parc social

En 2014, la masse de l'ensemble des loyers, effectifs et imputés<sup>9</sup>, représente 19,3 % du budget des ménages. Elle progresse de 2,1 % en valeur après + 2,5 % en 2013. La décélération des prix explique ces évolutions : ils progressent 0,9 % en 2014 après + 1,3 % en 2013. En parallèle, les volumes progressent à un rythme voisin de celui de 2013 : + 1,2 % après + 1,0 %.

<sup>9</sup> En comptabilité nationale, on estime des loyers « imputés », que les propriétaires auraient à payer s'ils étaient locataires du logement qu'ils habitent. Le prix des loyers imputés est directement repris du compte du logement. Les dépenses de loyers, effectifs ou imputés, sont établies par le compte du logement à partir des enquêtes nationales logement, effectuées par l'Insee. Ces enquêtes fournissent un montant de loyer par m<sup>2</sup>, par filière (bailleurs personnes physiques, HLM, ...) et par type d'habitat (individuel ou collectif) et permettent de calculer les loyers imputés.

Comme en 2013, les prix des loyers ralentissent. Cela reflète l'évolution conjointe dans le secteur libre pour les loyers imputés (+ 0,8% après + 1,2 % en 2013) et réels du parc privé ( ) et dans le secteur social (+ 1,3 % après + 2,0 %). Les prix des loyers sont directement fonctions de l'augmentation de l'indice de référence des loyers, qui sert pour la revalorisation maximale des loyers en cours de bail. Ils dépendent aussi des augmentations de loyers au moment d'un changement de locataire.

En 2014, plus de trois quarts des dépenses en loyers sont des dépenses en loyers imputés, reflétant la part importante de ménages propriétaires de leur logement. La dépense en loyers imputés augmente légèrement plus vite qu'en 2013 (+ 1,1 % en volume après + 0,9 %). Les évolutions des loyers en volume sont traditionnellement peu heurtées : elles traduisent l'évolution du parc de logements, mais aussi de sa structure (type d'habitat, localisation et confort des logements) et de la surface moyenne des logements. Le nombre de logements achevés diminue pour la troisième année consécutive, limitant ainsi très légèrement la progression du parc de logements.

Les loyers effectifs augmentent au même rythme qu'en 2013 en valeur (+ 2,6 %). Ils correspondent à la partie des loyers restant à la charge des ménages, c'est-à-dire après déduction des aides personnelles versées par les administrations publiques. Compte-tenu du ralentissement des prix et de la décélération de ces aides (+ 0,8% en volume après + 2,1 %) , les loyers effectifs accélèrent en volume (+ 1,6 % après + 1,1%).

### **Baisse importante de la consommation énergétique**

L'année 2014 est marquée par une baisse importante de la consommation en énergie (- 11,7 % en volume en 2014 après + 1,8 % en 2013). Ce repli concerne l'ensemble des énergies. En effet, la consommation de gaz chute de 16,8 % en volume, après être restée stable l'année précédente, celle d'électricité de -10,5 % après + 5,0 %, et celle du fioul domestique de - 11,1 % après - 4,5 %. Ces baisses s'expliquent par une année 2014 exceptionnellement chaude. La quasi-totalité des mois ont présenté des températures nettement supérieures aux normales, à l'exception toutefois des mois de mai et juillet, proches des normales, et du mois d'août, particulièrement frais. Avec une température moyenne supérieure de 1,8 °C à la normale<sup>10</sup>, l'hiver exceptionnellement doux explique le fort repli de consommation des ménages en énergie.

Le prix de l'électricité est toujours dynamique (+ 5,7 % après + 6,5 % en 2013, soit davantage que la moyenne de + 2,9 % observée au cours des dix dernières années). Du fait de la poursuite de la baisse des prix pétroliers, le prix du fioul domestique diminue de 6,7 % après - 3,1 % en 2013. Enfin, le prix du gaz de ville reste stable (+ 0,1 %), après une hausse de 4,4 % l'année précédente.

### **Nouveau repli de la consommation en entretien et réparation des logements**

En 2014, la consommation de services d'entretien et de réparation liés au logement continue de baisser en volume, mais moins rapidement qu'en 2013 (- 0,2 % après - 1,4 %). Ces services connaissent une forte inflation (+ 3,5 %), augmentation supérieure à la moyenne de la décennie (+ 3,2 %). Le dynamisme des prix en 2014 s'explique en partie par le passage du taux réduit de TVA de 7 % à 10 % pour les travaux d'entretien au 1<sup>er</sup> janvier 2014. La part des services d'entretien et réparation des logements dans le budget des ménages se maintient à 1,6 %.

### **Les dépenses en autres services liés au logement reculent à nouveau en 2014**

La consommation des ménages en autres services liés au logement prolonge sa baisse en 2014 : elle recule ainsi de 1,0 % en volume après - 0,9 % en 2013. Ce repli de la consommation s'explique par la diminution des services d'assainissement, d'enlèvement des ordures ménagères, et du gardiennage. Quant aux prix, ils accélèrent en 2014 à + 3,0 % après + 1,9 % l'année précédente, du fait des services d'assainissement.

---

10 Source : Météo France – moyenne de référence 1981-2010

Les dépenses des ménages liées à l'enlèvement des ordures ménagères poursuivent leur baisse en 2014 (- 0,6 % en volume) après une année 2013 étale (- 0,1 %). La croissance des prix s'établit à un rythme légèrement moins soutenu qu'en 2013 (+ 2,3 % en 2014 après + 2,7 % l'année précédente).

En 2014, la consommation des ménages en eau recule de 0,3 % en volume après - 2,3 % en 2013. Les prix croissent à un rythme voisin de celui enregistré en 2013 (+ 2,4 % après + 2,2 % l'année précédente).

Les dépenses des ménages liées aux services d'assainissement se contractent en 2014. Elles diminuent ainsi de 0,9 % en volume (+ 0,2 % en 2013) dans un contexte de forte accélération des prix (+ 4,8 % après + 1,0 % l'année précédente).



## Fiche 4 – La consommation pour l'équipement et l'entretien du logement se stabilise en 2014

En 2014, la dépense de consommation pour l'équipement du logement se maintient (+ 0,3 % en volume après - 1,6 % en 2013), dans le même temps les prix se stabilisent (+ 0,1%). Sur les dix dernières années, le rythme moyen des dépenses en volume était plus élevé (+ 0,8 % par an en moyenne)..Les ménages consacrent 5,0 % de leur budget pour équiper et entretenir leur logement.

La stabilité globale des dépenses traduit des disparités au sein même du rayon. Les ménages réduisent leurs achats en meubles, articles d'ameublement et revêtements de sol (- 1,1 % en volume) mais achètent davantage d'articles ménagers (+ 1,8 %). Dans le même temps, les dépenses dans les biens et services associés à l'entretien courant du logement se stabilisent (- 0,2 %) et la météo favorable au printemps et en été limite le ralentissement du rayon du bricolage et jardinage (+ 1,0 % en 2014 après + 2,0 % en 2013).

**Tableau 7:Évolution de la dépense de consommation des ménages en meubles, articles de ménages et entretien courant de l'habitation**

	Variation du volume au prix de l'année précédente (en %)			Variation des prix par rapport à l'année précédente (en %)			Valeur 2014 (en milliards d'euros)	Coefficient budgétaire de la dépense de consommation des ménages en 2014(en %)
	Moy. 2004-2014	2013	2014	Moy. 2004-2014	2013	2014		
<b>05 - Meubles, articles de ménage et entretien courant de l'habitation, dont :</b>	<b>0,8</b>	<b>-1,6</b>	<b>0,3</b>	<b>0,5</b>	<b>0,5</b>	<b>0,1</b>	<b>56,7</b>	<b>5,0</b>
05.1 - Meubles, articles d'ameublement, tapis et autres revêtements de sol	-0,1	-3,6	-1,1	1,4	1,1	0,8	16,1	1,4
05.2 - Articles de ménage en textile	-0,1	-4,4	1,8	0,8	3,1	-1,2	3,9	0,3
05.3 - Appareils ménagers	3,4	0,5	2,2	-1,8	-2,1	-2,0	9,3	0,8
05.4 - Verrerie, vaisselle et ustensiles de ménage	0,2	-1,2	0,6	1,5	0,7	-0,1	7,5	0,7
05.5 - Outillage et autre matériel pour la maison et le jardin	1,1	2,0	1,0	1,0	0,3	0,9	5,5	0,5
05.6 - Biens et services liés à l'entretien courant de l'habitation, dont :	0,7	-1,6	-0,2	0,3	0,9	0,8	14,5	1,3
05.6.1 - Biens d'équipement ménager non durables	1,4	-1,0	0,7	1,0	1,2	0,1	8,7	0,8
05.6.2 - Services domestiques et services ménagers	-0,2	-2,6	-1,6	-0,5	0,6	1,8	5,8	0,5

Source : Comptes nationaux – Base 2010, Insee

### Stabilité des dépenses dans le rayon de l'entretien courant du logement

Après une baisse importante en 2013 (- 1,6 % en volume), les dépenses pour l'entretien courant de l'habitation se stabilisent en 2014 (- 0,2 %) alors que les prix progressent de 0,8 %. Les ménages consacrent 1,3 % de leur budget à ce poste.

La consommation en biens d'équipement ménager non durables<sup>11</sup> et celle en services domestiques et ménagers suivent des trajectoires différentes. Après deux mauvaises années (- 1,0 % en 2013 et - 0,0 % en 2012), les achats en biens ménagers non durables progressent de + 0,7 % en volume soutenus par une stabilité des prix (+ 0,1 %). La majorité des produits de ce rayon se redressent en 2014 et connaissent une hausse de leur consommation. Cela est particulièrement le cas pour les produits d'entretien, les autres articles en papier ou en carton. En revanche, les achats de savons ménagers se contractent encore en 2014 (- 0,7 % en volume après - 1,2 % en 2013).

En 2014, le repli de la dépense des ménages en services domestiques continue (- 1,6 % en volume après - 2,6 % en 2013). Le repli de 2013 s'expliquait par le changement législatif obligeant les ménages à déclarer leur employé de maison au salaire réel pour le paiement des cotisations sociales. La mesure semble continuer de peser sur les services domestiques en 2014 : le nombre d'heures déclarées par les ménages employeurs diminuent encore.

### **Les meubles poursuivent leur recul**

En 2014, la baisse des achats en meubles, articles d'ameublement et revêtements de sol se poursuit (- 1,1 % en volume), mais moins fortement qu'en 2013 (- 3,6 %). La hausse des prix ralentit légèrement en 2014 (+ 0,8 % après + 1,1 % en 2013). Toutefois, leur rythme de croissance est inférieur à celui observé au cours de la dernière décennie (+ 1,4 % en moyenne par an). Cette année, les produits du rayon sont passés d'une TVA de 19,6 % à 20 % au 1<sup>er</sup> janvier 2014<sup>12</sup>.

Le secteur du meuble est en perte de vitesse car il est particulièrement dépendant du secteur de la construction. Les achats en meubles et articles d'ameublement dépendent en partie de la création de logements neufs et aux transactions immobilières dans l'ancien. La première raison poussant les Français à s'équiper en meubles demeurent les emménagements et déménagements (marché d'équipement, plus que de renouvellement). Ainsi, le recul des mises en chantier et la baisse du nombre d'acquisitions dans l'ancien se répercutent sur le marché du meuble. La literie semble mieux résister (- 0,2 % en volume) même si la hausse des prix reste soutenue (+ 2,8 % après + 2,7%) : elle conserve une image de produit santé, ce qui permet un renouvellement plus régulier. Sur l'ensemble du marché, seuls les sièges d'ameublements d'intérieur voient leur consommation croître, de 4,3 % en volume.

### **Les appareils ménagers profitent toujours de la baisse des prix**

En 2014, les dépenses en appareils ménagers bondissent de 2,2 % en volume après avoir progressé de 0,5 % en 2013, dans un contexte de contraction toujours soutenue des prix (- 2,0 % en 2014 après - 2,1 % en 2013). Cela profite à l'ensemble des produits du rayon mis à part les produits ménagers non électriques<sup>13</sup>.

Les gros appareils ménagers contribuent fortement à la hausse des dépenses en volume pour ce poste (+ 2,6 % en 2014 après + 0,4 % l'année précédente). Cette évolution est portée par les ventes en lave-vaisselle (+ 7,3 % en volume), lave-linge (+ 3,7 %), réfrigérateurs et congélateurs (+ 3,0 %). La consommation de ces produits progressait faiblement en 2013, voire diminuait. En 2014, les consommateurs remplacent leurs machines à laver par des nouveaux modèles moins énergivores<sup>14</sup> (lave-linge basse consommation, sèche-linge basse température...) et bénéficiant d'innovations technologiques (appareils ménagers connectés avec un Smartphone notamment).

---

11 Comprend les emballages en matières plastiques, les articles en papier à usage sanitaire ou domestique, les savons de ménages et détergents, les produits d'entretien, etc.

12 Source : IPEA / Meublescope 2015

13 Comprend les cuisinières et plaques de cuisson à gaz.

14 Source : GfK

### **Léger rebond de la consommation pour les dépenses en arts de la table**

En 2014, les dépenses en arts de la table rebondissent légèrement (+ 0,6 %) après une année 2013 morose (- 1,2 %), et ce dans un contexte de stabilité des prix (- 0,1 %). La majorité des produits de ce rayon connaissent une baisse des dépenses sauf la coutellerie, les articles de pesage et les produits abrasifs (poudres, tissus, tampons à récurer)

### **Les achats au rayon bricolage et jardinage ralentissent quelque peu**

En 2014, la consommation au rayon bricolage et outils de jardinage ralentit légèrement (+ 1,0 % après + 2,0 %) alors que les prix augmentent de 0,9 % (après + 0,3 % en 2013). Les achats de petit matériel se contractent en volume (- 0,4 % après + 1,5 %). En revanche, à la faveur d'une météo favorable, les consommateurs se sont à nouveau équipés en outils et matériels motorisés pour le jardin. Les dépenses en matériels agricoles motorisés (tondeuses) augmentent à nouveau de 5,2 % (après + 7,3 % en 2013), soutenues en particulier par les tondeuses robots (produits nouveaux commercialisés depuis 2012).

### **Rebond important des dépenses au rayon des articles ménagers en textile**

En 2014, les consommateurs se tournent à nouveau vers les articles ménagers en textile. Les dépenses augmentent de 1,8 % après avoir plongé de 4,4 % en 2013. Les ménages profitent du recul des prix sur l'année (- 1,2 % après + 3,1 % en 2013). L'ensemble des produits du rayon attire à nouveau les ménages, notamment les linges de maison (+ 3,5 % en 2014 après - 6,3 % en 2013) et les petits articles textiles de literie (+ 5,3 % après - 0,5 % en 2013), les autres postes évoluant faiblement.

## Fiche 5 – Pour la quatrième année consécutive, les dépenses de santé sont contenues par les baisses de prix

Selon les résultats présentés à la Commission des comptes de la sécurité sociale (CCSS) de juin 2015, les dépenses de santé du champ de l'Objectif National de Dépenses d'Assurance Maladie (ONDAM)<sup>15</sup> augmenteraient de 2,4 % en valeur en 2014. Le rythme est un peu moins élevé à celui de l'objectif initial fixé à 2,6 % en 2014, grâce notamment à un moindre dépense en soins de ville et dans les établissements de santé.

Les dépenses de santé en comptabilité nationale présentent quelques différences de champ avec les dépenses de l'ONDAM. En 2014, la consommation *effective* des ménages en biens et services de santé<sup>16</sup> inscrite en comptabilité nationale atteint 199,8 milliards d'euros. En volume, elle progresse de 3,2 %, soit à un rythme supérieur à celui observé en moyenne ces dix dernières années. Les prix diminuent pour la quatrième année consécutive (- 0,4 % en 2014, après - 0,2 % en 2013). La hausse des volumes permet à la consommation effective de santé d'accélérer en valeur (+ 2,8 % après + 2,1 % en 2013).

En 2014, un quart de cette dépense est supportée par les ménages, soit 48,3 milliards d'euros. Elle représente 4,2 % de leur budget, part qui est orientée à la hausse depuis le début des années 2000. En 2014, la dépense de santé augmente au même rythme qu'en 2013 en volume (+ 1,7 %), et affiche une progression deux fois moins rapide que ces dix dernières années (+ 3,3 % sur la période 2004-2014). Dans le même temps, les prix reculent pour la troisième année consécutive (- 0,7 % en 2014 après 0,6 % en 2013).

Les trois quarts restants de la dépense en santé correspondent aux dépenses individualisables des administrations publiques. En 2014, elles s'élèvent à 151,4 milliards et progressent de 3,4 % en valeur. Le volume progresse de 3,7 %, soit plus rapidement que la moyenne sur dix ans (+ 2,7 % sur la période 2004-2014). Parallèlement, les prix diminuent à nouveau pour la quatrième année consécutive (- 0,3 % après - 0,1 % en 2013).

---

15 Les dépenses du champ de l'ONDAM diffèrent de celles de la comptabilité nationale. En termes de périmètre, ces dernières excluent le secteur médico-social et couvrent l'ensemble des dépenses (celles de la Sécurité sociale, mais aussi de l'État, des collectivités locales, des régimes complémentaires et des ménages eux-mêmes). Par ailleurs l'ONDAM est un objectif en prévision qui diffère des montants comptables finalement exécutés.

16 Les dépenses de santé regroupent les produits pharmaceutiques, les appareils et matériels thérapeutiques, les soins des praticiens de ville et les services hospitaliers. Parmi ces dépenses, on distingue le poste santé de la dépense individualisable des administrations publiques qui regroupe les remboursements de la Sécurité sociale et le financement par celle-ci des hôpitaux.

**Tableau 8 : Évolution de la consommation effective en biens et services de santé**

	Variation du volume au prix de l'année précédente (en %)			Variation des prix par rapport à l'année précédente (en %)			Valeur 2014 (en milliards d'euros)	Coefficient budgétaire de la dépense de consommation des ménages en 2014 (en %)
	Moy. 2004-2014	2013	2014	Moy. 2004-2014	2013	2014		
<b>06 + 14.2 - Consommation effective en biens et services de santé</b>	<b>2,8</b>	<b>2,3</b>	<b>3,2</b>	<b>0,3</b>	<b>-0,2</b>	<b>-0,4</b>	<b>199,8</b>	---
<b>06 - Dépense de consommation des ménages en biens et services de santé, dont :</b>	<b>3,3</b>	<b>1,7</b>	<b>1,7</b>	<b>0,1</b>	<b>-0,6</b>	<b>-0,7</b>	<b>48,3</b>	<b>4,2</b>
06.1 - Médicaments et autres produits pharmaceutiques, appareils et matériels thérapeutiques	4,4	2,4	2,6	-1,6	-2,4	-2,1	19,2	1,7
06.2-3 - Services médicaux et hospitaliers	2,5	1,2	1,0	1,2	0,6	0,3	29,1	2,5
<b>14.2 - Dépense des administrations publiques en biens et services de santé</b>	<b>2,7</b>	<b>2,5</b>	<b>3,7</b>	<b>0,3</b>	<b>-0,1</b>	<b>-0,3</b>	<b>151,4</b>	---

Source : Comptes nationaux - Base 2010, Insee

Concernant la dépense exclusivement portée par les ménages, les principaux faits marquants en 2014 sont les suivants :

#### **Ralentissement de la dépense de consommation en services médicaux et hospitaliers**

En 2014, les services médicaux et hospitaliers représentent 29,1 milliards, soit 2,5 % du budget des ménages. Ils augmentent en valeur à un rythme inférieur à celui de 2013 (+ 1,3 % après + 1,8 %). Ce ralentissement est imputable aux volumes (+ 1,0 % après + 1,2 %), et, dans une moindre mesure, aux prix (+ 0,5 % en 2014 après + 0,7 %).

L'évolution des volumes, moins importante que ces dix dernières années, reflète l'accélération de la dépense individualisable des administrations publiques en lien avec la montée en charge du forfait médecin traitant et l'extension aux personnes de plus de 80 ans (au lieu des 85 ans ou plus) de la majoration personnes âgées en juillet 2014. : la prise en charge directe des soins par les ménages eux-mêmes a donc diminué parallèlement.

L'atonie des prix des services médicaux et hospitaliers reflète l'absence de revalorisation des médecins en 2014, même s'ils ont bénéficié d'une amélioration de leur rétribution grâce à la Rémunération sur Objectif de Santé Publique<sup>17</sup> (ROSP). Les dentistes ont, quant à eux, bénéficié d'une revalorisation de certains soins conservateurs et chirurgicaux de la CCAM dentaire en juin 2014, faisant augmenter leurs prix. Enfin, les prix

<sup>17</sup> En 2014, la ROSP est estimée à 400 millions par le Compte de la Santé (Drees). La ROSP est comptabilisée comme effet volume. Cela se justifie par le fait qu'il s'agit de la contrepartie d'actions en faveur de la qualité et de la pertinence des soins qui passe notamment par une optimisation de la prescription (en particulier des médicaments génériques), par un meilleur suivi des maladies chroniques et par des actions à visée préventive.

des services hospitaliers sont stables, reflétant la baisse des prix de séjours conjuguée à la faible augmentation du prix des honoraires des praticiens et des analyses.

### **A nouveau, la dépense de consommation en médicaments est contenue grâce à la baisse de prix**

En 2014, les ménages ont dépensé 19,2 milliards d'euros en médicaments et autres produits pharmaceutiques, appareils et matériels thérapeutiques. En valeur, cette dépense est contenue (+ 0,5 % après + 0,0 % en 2013) du fait de la chute des prix (- 2,1 % après - 2,4 %).

La consommation de biens médicaux en volume est plus dynamique qu'en 2013 (+ 2,6 % après + 2,4 %), sous l'effet de la ralentissement de la consommation de lunettes et en médicaments. La consommation de prothèses et orthèses reste très dynamique en raison des nombreuses innovations technologiques.

Par ailleurs, la chute des prix des biens médicaux est moins marquée qu'en 2013. En effet, la générication des médicaments, qui avait fait baisser les prix très fortement en 2012 et 2013, a un impact moins net en 2014 : moins de brevets sont accordés dans le domaine public et le taux de pénétration des génériques reste stable.

### **Les dépenses des administrations publiques en santé restent dynamiques**

La dépense individualisable des administrations publiques en biens et services de santé s'élève à 151,4 milliards en 2014. Cette dépense est dynamique en volume (+ 3,7 % après + 2,5 % en 2013), en raison notamment du développement du traitement innovant destiné à traiter les patients atteints de l'hépatite C et de l'accélération des remboursements des soins de ville et des hôpitaux privés.

## Fiche 6 – Légère baisse du marché des transports

La consommation des ménages en transports poursuit sa baisse en 2014, mais de à un rythme moindre que l'année dernière. En effet, elle diminue de - 0,5 % en volume (- 2,0 % en 2013) dans un contexte de léger ralentissement des prix (+ 0,2 % en 2014 après + 0,4 %). Les dépenses liées au transport représentent 13,1 % de la consommation des ménages.

Au sein de ces dépenses, celles liées à l'utilisation des véhicules prédominent (7,6 % des dépenses des ménages), et diminuent au même rythme que l'an passé (- 0,4 %). Cette stabilité reflète des évolutions contrastées. Le secteur de l'entretien et de la réparation des véhicules particuliers baisse sensiblement (- 2,4 % après + 0,5 % en 2013), et celui des pièces détachées et accessoires est également orienté à la baisse (- 1,1 % après + 0,3 % l'année précédente). En revanche, les dépenses en carburants et lubrifiants progressent légèrement après une baisse marquée en 2013 (+ 0,2 % en volume après - 1,4%) dans un contexte de vive baisse des prix (- 3,8 % après - 2,4 % en 2013) dû au repli des prix du pétrole.

Pour la troisième année consécutives, les achats de véhicules par les ménages diminuent, de -1,7 % en volume en 2014 après -8,0 % , alors que les prix évoluent au même rythme qu'en 2013 (+ 1,6 %).

La consommation des ménages en services ralentit légèrement(+ 0,8 % en volume après + 1,2 %), tandis que les prix sont plus dynamiques que l'année précédente (+ 1,7 % après + 0,8 % en 2013).

**Tableau 9 : Évolution de la dépense de consommation des ménages en transports**

	Variation du volume au prix de l'année précédente (en %)			Variation des prix par rapport à l'année précédente (en %)			Valeur 2014 (en milliards d'euros)	Coefficient budgétaire de la dépense de consommation des ménages en 2014 (en %)
	Moy. 2004-2014	2013	2014	Moy. 2004-2014	2013	2014		
<b>07 - Transports, dont :</b>	<b>-0,5</b>	<b>-2,0</b>	<b>-0,5</b>	<b>2,3</b>	<b>0,4</b>	<b>0,2</b>	<b>149,5</b>	<b>13,1</b>
07.1 - Achats de véhicules	-1,5	-8,0	-1,7	1,1	1,6	1,6	35,6	3,1
07.2 - Dépenses d'utilisation des véhicules, dont :	-0,9	-0,4	-0,4	3,1	-0,2	-0,8	86,9	7,6
07.2.1 - Pièces détachées et accessoires	1,7	0,3	-1,1	0,4	0,8	1,3	4,8	0,4
07.2.2 - Carburants, lubrifiants	-1,4	-1,4	0,2	3,7	-2,4	-3,8	37,4	3,3
07.2.3 - Entretien et réparation de véhicules particuliers	-1,6	0,5	-2,4	3,1	1,9	2,1	29,6	2,6
07.2.4 - Services divers liés aux véhicules particuliers	1,2	0,6	2,1	2,5	1,2	1,1	15,1	1,3
07.3 - Services de transports	2,4	1,2	0,8	1,5	0,8	1,7	27,0	2,4

Source : Comptes nationaux – Base 2010, Insee

### La consommation automobile toujours en baisse

L'ensemble des achats de véhicules enregistre une baisse de -1,7 % en 2014, toutefois moins importante qu'en 2013 (-8,0%)

La chute des achats de voitures neuves(leasing+ hors leasing) se poursuit en 2014, à un rythme moindre que l'an passé : ils enregistrent une baisse de -3,4 % en 2014, après - 9,7 % en 2013. Ce sont surtout les

voitures neuves en leasing qui soutiennent le marché, tandis que les ventes de voitures neuves hors leasing sont toujours orientées à la baisse, mais de façon moindre qu'en 2013. De même, les achats de voitures d'occasion se stabilisent (+ 0,87% après - 3,9 % en volume). Il se vend désormais en France 3,03 véhicules d'occasions pour un véhicule neuf. Dans ce contexte, l'âge moyen du parc de voitures progresse toujours pour atteindre 8,5 ans<sup>18</sup>.

Après une forte baisse en 2013 (-11,2 % en volume), la consommation des ménages en motocycles rebondit, en enregistrant une augmentation de +2,6 % en volume en 2014.

Par ailleurs, les ventes de vélos sont en plein essor, elles progressent de 7,7 % en volume en 2014. En particulier, l'attrait des vélos à assistance électrique se confirme encore cette année avec des ventes en hausse de 37 %<sup>19</sup>.

### **La consommation de carburants se stabilise**

En 2014, la consommation de carburants et lubrifiants progresse très faiblement (+ 0,2 % en volume), après six années de baisse. Ceci s'explique par l'arrêt du recul, continu depuis onze ans, de la dépense en essence : celle-ci est quasi-stable en 2014 (0,1 % après - 3,1 %). Plus précisément, la consommation de super sans plomb 95 diminue fortement (- 7,5 % en volume), au profit du super sans plomb 95-E10 (+ 9,5 %) et du super sans plomb 98 (+ 6,6 %). Le supercarburant sans plomb 95-E10 représente aujourd'hui le tiers de la vente d'essence, contre 6 % il y a 5 ans. Cependant, le super sans plomb 95 représente toujours la majorité des ventes d'essence (hors gazole), mais perd tout de même 4 points, passant, pour la première fois, en dessous des 50 % de part de marché. Par ailleurs, la dépense en gazole se redresse légèrement (+ 0,4 % en volume après - 0,3 %). Le prix des carburants et lubrifiants se contracte en 2014 (- 3,8 % après - 2,4 %) sous l'effet du recul des prix du baril de pétrole, en forte baisse depuis juin 2014.

### **Repli des dépenses en entretien et réparation de véhicules**

Les dépenses concernant l'entretien et la réparation des véhicules particuliers baissent fortement en 2014. En effet, la consommation de ces services diminue de -2,4 % en 2014 après une légère hausse en 2013 (+ 0,5 %). C'est en particulier le cas des dépenses en entretien et réparation de motocycles, mais surtout de véhicules automobiles, dont la consommation recule de -3,8 % en volume alors que dans le même temps, les prix augmentent encore fortement (+ 2,7 % en 2014 après + 2,8 %). Contrairement à celles-ci, les dépenses obligatoires liées au contrôle technique booste le secteur, leur nombre étant toujours en forte augmentation (+ 3,6 % en 2014 après + 3,4 % l'année précédente). Par ailleurs, la location de véhicules automobiles progresse à un rythme élevé au regard de ces dix dernières années (respectivement + 1,3 % et + 0,3 %).

### **Le transport aérien soutient encore la demande des ménages en services de transport, tandis que le transport ferroviaire continue de baisser**

La consommation des ménages en services de transport continue d'augmenter en 2014, mais à un rythme plus modéré que les années précédentes. Elle croît ainsi de 0,8 % après + 1,2 % en 2013 . Les prix augmentent significativement par rapport à l'année précédente (+ 1,7 % en 2014 après + 0,8 % en 2013).

En 2014, les dépenses des ménages en transports aériens ralentissent (+ 2,4 % en volume après + 3,4 % l'année précédente) dans un contexte de légère hausse des prix (+ 0,3 % après - 0,8 % en 2013). Le trafic de passagers intra-métropole diminue pour la première fois depuis 2010 sous l'effet notamment du mouvement de grève d'Air France en septembre. En revanche, le trafic international augmente à nouveau en 2014, à un rythme plus soutenu que les années précédentes. La fréquentation est particulièrement dynamique vers l'Asie (Chine et Émirats arabes unis notamment).

---

<sup>18</sup> Source : CCFA

<sup>19</sup> Source : Observatoire du cycle



La consommation des ménages en transports ferroviaires reste orientée en forte baisse en 2014 (- 3,5 % en volume après - 2,4 % en 2013). La fréquentation sur les lignes grandes vitesse, mesurée en voyageurs-kilomètres, est quasi-stable, ce qui résulte d'effets contraires : le succès des offres à bas prix est compensé par les grèves de juin et la concurrence accrue du covoiturage. Les lignes dites « classiques » sont quant à elles moins bien orientées que les lignes à grande vitesse : le trafic diminue pour la troisième année consécutive. Par ailleurs, la baisse observée en 2013 de la fréquentation des lignes TER s'accroît en 2014<sup>20</sup>. La baisse du coût des carburants et d'importants travaux sur le réseau expliquent cette tendance.

La hausse des dépenses des ménages en transports routiers enregistrée en 2013 se poursuit en 2014, (+ 1,1 % après + 1,0 %) La consommation en transports routiers réguliers de voyageurs se contracte (- 2,3 % en 2014 après + 1,2 % en 2013) alors que les prix se redressent (+ 2,0 % en 2014 après - 0,9 % l'année précédente). En revanche, les dépenses en services de taxi se redressent (+ 3,2 % en 2014 après - 1,1 % l'année précédente). De même, la consommation des ménages en autres transports routiers de voyageurs<sup>21</sup> progresse vivement en 2014 (+ 4,8 % en volume après + 1,8 % en 2013), tout comme celle en transports urbains et suburbains (+ 2,4 % après +1,7 %).

---

20 Source : Compte des transports

21 Organisation d'excursions en autocars, location d'autocars, etc.

## Fiche 7 – Le marché des communications moins dynamique qu'en 2013

En 2014, le marché des communications continue sa progression en volume à + 4,8 %. La croissance se maintient tout en étant moins dynamique qu'en 2013 (+ 14,5 % en volume) ainsi que sur les dix dernières années (+7,0% en volume). L'évolution de la consommation est tirée par une forte baisse des prix (- 6,8 %), en lien avec celle des téléphones et des services de télécommunication. Si la baisse des prix des téléphones s'accroît, celle des télécommunications est cependant moindre qu'au cours des deux années précédentes. L'ensemble des dépenses en communication représente 2,6 % des dépenses de consommation des ménages. Depuis plus de dix ans, le secteur des communications est en constante mutation, due principalement au marché de la téléphonie mobile et de ses innovations (Smartphones, internet, nouvelles applications, etc.). Mais cette mutation transforme le paysage des communications, aux dépens des services postaux, en baisse malgré le développement des ventes à distance (e-commerce).

**Tableau 10 : Évolution de la dépense de consommation des ménages en communications**

	Variation du volume au prix de l'année précédente (en %)			Variation des prix par rapport à l'année précédente (en %)			Valeur 2014 (en milliards d'euros courants)	Coefficient budgétaire de la dépense de consommation des ménages en 2014 (en %)
	Moy. 2004-2014	2013	2014	Moy. 2004-2014	2013	2014		
<b>08 - Communications, dont :</b>	<b>7,0</b>	<b>14,5</b>	<b>4,8</b>	<b>-6,5</b>	<b>-15,1</b>	<b>-6,8</b>	<b>29,9</b>	<b>2,6</b>
08.1 - Services postaux	-3,0	-3,1	-3,3	2,7	3,2	4,0	1,7	0,2
08.2 - Matériel de téléphonie et télécopie	23,6	54,9	26,1	-15,4	-14,6	-19,1	4,1	0,4
08.3 - Services des télécommunications	5,9	11,0	2,0	-6,0	-16,2	-5,0	24,1	2,1

Source : Comptes nationaux – Base 2010, Insee

### La baisse des prix des services de télécommunications se poursuit, mais moins fortement

En 2014, les dépenses en services de télécommunications représentent 2,1 % du budget des ménages soit plus de 80 % de leur budget communication. Depuis l'arrivée d'un quatrième opérateur sur le marché des télécommunications en 2012, la guerre des prix dans les services de télécommunications se poursuit. Cette baisse est cependant moindre cette année (- 5,0 % contre - 16,2 % en 2013 et - 16,1 % en 2012), mais elle reste proche de la moyenne sur dix ans (- 6,0 %). Alors que les prix de la téléphonie mobile en France étaient en moyenne de près de 25 % au-dessus de la moyenne pratiquée au sein de l'union européenne entre 2008 et 2010, ils sont aujourd'hui près de deux fois moins élevés que la moyenne européenne<sup>22</sup>.

En 2014, la croissance persiste, mais elle est moins soutenue (+ 2,0 % en volume après + 11,0 % en 2013). Ce moindre dynamisme s'explique par le ralentissement du nombre de SMS et MMS échangés (+ 2,2 % pour les SMS et + 31,1 % pour les MMS après respectivement + 5,6 % et + 53,4 %) et du nombre de minutes de télécommunications (+ 8,4 % après + 20,3 %). En revanche, le volume de données échangées à partir d'un mobile double en 2014 après une hausse de 65,7 % en 2013.

L'internet par fibre optique se développe en France, à mesure que le taux de couverture se développe. Selon l'Autorité de régulation des communications électroniques et des postes (Arcep), on compte désormais plus de 800 000 foyers abonnés, soit une évolution de + 11,2 % en un an. Par ailleurs, les opérateurs proposent de nouveaux forfaits disposant de la technologie 4G, qui couvre aujourd'hui une grande partie de la France

<sup>22</sup> Source : Étude UFC-Que Choisir

métropolitaine et se tournent désormais vers le déploiement des technologies 4G+. Les opérateurs proposent également dans leurs forfaits des tarifs préférentiels concernant le roaming (appel et téléchargement mobile passés depuis la zone Europe et DOM avec un forfait d'un opérateur français), anticipant ainsi le nouveau règlement européen d'interdiction de la tarification différenciée de l'itinérance internationale du 30 juin 2014 devant prendre effet avant la fin de l'année 2015. Certains opérateurs vont encore plus loin en proposant désormais un nouveau service permettant d'obtenir un second numéro de téléphone sur une même carte SIM.

Alors qu'elle stagnait autour de 19 % depuis quelques années<sup>23</sup>, la part des abonnés sans engagement a véritablement décollé depuis 2012, année d'arrivée d'un quatrième opérateur sur le marché de la téléphonie mobile. Les forfaits téléphoniques sans engagement sont désormais majoritaires en France métropolitaine.

### **La baisse des prix se poursuit, les ventes de *Smartphones* accélèrent**

En 2014, les dépenses en matériel de téléphonie, comprenant les achats en téléphonie fixe et mobile, progressent encore en volume mais moins qu'auparavant (+ 26,1 % après + 54,9 % en 2013), alors même que les prix diminuent encore plus que l'année précédente (- 19,1 % après - 14,6 % en 2013). En 2014, la chute des prix est supérieure par rapport au rythme annuel moyen des dix dernières années (- 15,4 %).

L'évolution des dépenses souligne à nouveau le succès des *Smartphones*, en lien avec les fortes innovations technologiques. La course à l'élargissement des écrans se poursuit et conduit les consommateurs à renouveler régulièrement leur appareil. Toutes les grandes entreprises du secteur ont sorti en 2014 leur nouveau modèle de *Smartphones* avec écran élargi. Ainsi, cette année, les ménages ont acheté 19,8 millions de *Smartphones* contre 6,0 millions de mobiles traditionnels<sup>24</sup> (soit trois quarts du marché). Les *Smartphones* vendus le sont de plus en plus sans engagement (80 % des achats). Par ailleurs, l'une des nouveautés de 2014 est la montre connectée aux *Smartphones*. Les consommateurs peuvent ainsi avoir accès aux différentes applications de leur téléphone via une montre.

### **Baisse continue du trafic du courrier**

Dans les communications, seuls les services postaux voient leurs prix augmenter (+ 4,0 %). En baisse depuis 2003, la dépense diminue encore en volume (- 3,3 %). En 10 ans, le recul est de 3,0 % en moyenne chaque année. Le paysage des communications a été transformé, les ménages se tournant davantage vers le téléphone mobile et l'internet au détriment des services postaux, moins mobiles et moins rapides. Même le marché du colis qui s'est développé ces dernières années grâce au dynamisme du e-commerce est en repli cette année (- 0,8 %).

---

<sup>23</sup> Source : ARCEP

<sup>24</sup> Source : GfK

## Fiche 8 – Les loisirs et la culture redeviennent attrayants

Après deux années moroses, le secteur des loisirs connaît un rebond en 2014, mais ne renoue pas avec le rythme moyen de ces dix dernières années : la consommation de loisirs et de culture augmente de 1,5 % en volume après - 1,6 % en 2013 (+ 2,1 % en moyenne entre 2004 et 2014). Elle atteint 96,4 milliards d'euros en 2014, soit 8,4 % du budget des ménages. Les prix de ces services sont toujours en légère décroissance (- 0,3 % en 2014 après - 0,2 % en 2013), ce qui peut contribuer à la reprise de ce secteur. Cette baisse est essentiellement due à la chute des prix du matériel audiovisuel et informatique.

Alors que la consommation était en berne pour l'ensemble des loisirs et culture en 2013, elle repart à la hausse pour la plupart des loisirs. Pour les secteurs encore en difficulté en 2014, comme la presse, leur consommation baisse moins fortement qu'en 2013.

**Tableau 11 : Évolution de la dépense de consommation des ménages en loisirs et culture**

	Variation du volume au prix de l'année précédente (en %)			Variation des prix par rapport à l'année précédente (en %)			Valeur 2014 (en milliards d'euros)	Coefficient budgétaire à la dépense de consommation des ménages en 2014 (en %)
	Moy. 2004-2014	2013	2014	Moy. 2004-2014	2013	2014		
<b>09 - Loisirs et culture, dont :</b>	<b>2,1</b>	<b>-1,6</b>	<b>1,5</b>	<b>-1,2</b>	<b>-0,2</b>	<b>-0,3</b>	<b>96,4</b>	<b>8,4</b>
09.1 - Matériel audio-visuel, photographique et informatique	6,9	-3,2	2,2	-8,9	-6,3	-6,0	16,1	1,4
09.2 - Autres biens durables culturels et récréatifs	0,7	-3,7	-0,7	1,4	1,3	1,9	4,4	0,4
09.3 - Autres articles et matériel de loisirs, de jardinage et animaux de compagnie	2,0	-0,4	2,8	0,1	0,6	0,1	25,8	2,3
09.4 - Services récréatifs et culturels	0,6	-0,3	1,8	1,9	1,6	1,5	33,2	2,9
09.5 - Journaux, livres et articles de papeterie	-1,5	-3,8	-2,0	1,1	1,2	0,8	14,9	1,3
09.6 - Forfaits touristiques	0,1	-1,3	3,3	2,4	1,5	0,4	2,0	0,2

Source : Comptes nationaux – Base 2010, Insee

### Les dépenses en services récréatifs et culturels en hausse

Le secteur des services récréatifs et culturels<sup>25</sup> augmente en volume en 2014 (+ 1,8 %), après une baisse en 2013 (- 0,3 %), grâce au net rebond des dépenses de cinéma. Les prix augmentent de 1,5 %, rythme proche de celui de l'année précédente (+ 1,6 %), mais moins fortement que la moyenne observée sur 10 ans (+ 1,9 % par an entre 2004 et 2014). La consommation de services récréatifs et culturels représente 2,9 % du budget des ménages, soit 33 milliards d'euros.

#### Les salles obscures ont fait le plein en 2014

En 2014, les dépenses en services culturels progressent de 2,6 % en volume, portées principalement par le

<sup>25</sup> Comprend le cinéma, l'édition musicale en ligne, la télévision, le théâtre, le cirque, les manèges forains et parcs d'attractions, les entrées dans les musées et les bibliothèques, la location de cassettes vidéos et de DVD, les services liés aux sports et les jeux de hasard.

cinéma (+ 6,9 %). Avec plus de 209 millions d'entrées en 2014, la fréquentation des salles de cinéma repart à la hausse et est, après l'année 2011 exceptionnelle, le deuxième meilleur niveau de fréquentation depuis un demi-siècle<sup>26</sup>. Les films français attirent encore une fois beaucoup de spectateurs en 2014 pour atteindre plus de 44 % de part de marché, ce qui constitue un nouveau record. Le passage du taux de TVA de 7 % à 5,5 % et la mise en place de la tarification avantageuse pour les moins de 14 ans ont favorisé la fréquentation des cinémas. En 2014, près de 10 % des entrées vendues sont des tarifs jeunes.

#### La coupe du monde de football stimule la consommation des ménages en jeux de hasard

Après une année 2013 morose (- 1,0 % en volume), les dépenses des ménages en jeux de hasard se redressent légèrement en 2014 (+ 0,6 %). En particulier, les paris sportifs ont été très dynamiques sous l'effet de la coupe du monde de football. Dans ce contexte, l'activité de la Française des Jeux (FdJ) s'est accélérée en 2014 (+ 5,2 % sur les mises totales en valeur après + 1,7 % en 2013). Le succès rencontré par le jeu Euromillions - My millions (une tombola associée au jeu Euromillions lancée au mois de février) a également contribué à ce dynamisme. A contrario, les ménages continuent de se détourner des paris hippiques avec pour conséquence une amplification du recul des mises opérées auprès du PMU (- 4,1 % en valeur en 2014 après - 0,9 % l'année précédente). De même, l'intérêt des ménages pour les jeux de cercle en ligne continue de s'affaiblir en 2014. Ainsi, les mises déposées par les ménages auprès des sites agréments par l'Arjel ont reculé de 9,4 % en 2014 après avoir déjà chuté de 14,0 % l'année précédente. Enfin, les dépenses des ménages effectuées dans les casinos reculent à nouveau, mais dans une moindre mesure qu'en 2013 (- 2,0 % en valeur après - 4,4 % l'année précédente).

#### **Une reprise des dépenses au rayon « articles et matériels de loisirs, de jardinage et animaux de compagnie »**

Après une année 2013 où elles avaient chuté en volume de - 0,4 %, les dépenses en articles et matériel de loisirs, de jardinage et animaux de compagnie<sup>27</sup> bondissent fortement en 2014 (+ 2,8 % en volume). Elles progressent ainsi plus rapidement que le rythme annuel moyen de la dernière décennie (+ 2,0 %). Mis à part le rayon des animaux de compagnie et le jardinage (respectivement - 0,3 % et - 0,1 % en volume), l'ensemble du secteur connaît une reprise. Sur l'ensemble de l'année, les prix se stabilisent (+ 0,1 %). Ce poste représente 2,3 % du budget de consommation des ménages.

#### L'arrivée de nouvelles consoles dope les dépenses en jeux et jouets

En 2014, les dépenses des ménages en jeux et jouets bondissent de 6,1 % en volume après un léger repli en 2013 (- 0,1 %). Les consommateurs profitent pleinement de la baisse continue des prix dans ce rayon (- 1,9 % après - 1,3 % en 2013).

L'arrivée des nouvelles consoles, dites de 8ème génération, fin 2013 permet de doper les ventes du rayon en 2014. Celles-ci progressent en volume de 25,4 % tirées par un recul prononcé des prix (- 1,4 %). Bien que les jeux vidéos se dématérialisent (applications et jeux pour tablettes et Smartphones), la connectivité des nouvelles consoles suscite l'engouement des joueurs, qui peuvent se connecter avec d'autres joueurs.

Le marché des jeux et jouets progresse aussi en 2014 (+ 2,9 % en volume), après une quasi-stabilité en 2013 (+ 0,4 %). Cette hausse s'explique par le dynamisme des jeux pour l'activité artistique, comme les bracelets en plastique à fabriquer, les produits dérivés liés à un personnage de fiction, les jeux de construction et les robots. De plus, la coupe de football a favorisé les achats de jouets autour de ce sport. La période de Noël a également été porteuse pour ce secteur qui a retrouvé ses niveaux habituels de croissance pour cette période grâce notamment aux promotions : les ménages ont anticipé leurs achats de Noël pour s'assurer de trouver les jouets désirés et aux meilleurs prix. Les prix restent stables (+ 0,0 % après + 1,0 % en 2013).

---

<sup>26</sup> Source CNC, bilan 2014,

<sup>27</sup> Comprend les jeux, jouets, les équipements de sport, de camping et de plein air, le jardinage et les animaux d'agrément (achats d'animaux, aliments, soins, ...).

### Un contexte extrêmement favorable pour le sport et les activités de plein air

En 2014, les articles de sport, matériel de camping et matériel pour activités de plein air se portent bien (+ 3,8 % en volume après + 0,7 % en 2013). Cela s'explique par une météo favorable aux activités en extérieur et par des prix toujours en baisse (- 0,7 % après - 0,1 % en 2013). Les articles de sport tirent le secteur (+ 5,1 % en volume, après + 1,3 % en 2013) et voient leurs prix baisser de - 1,2 % après - 0,9 % en 2013. La Coupe du monde de football pendant l'été et les Jeux olympiques d'hiver de Sotchi ont favorisé les ventes d'articles de sport. Au-delà de l'effet Mondial, l'activité de running domine toujours le secteur<sup>28</sup> et le basket-ball trouve de plus en plus d'amateurs.

### Le marché des produits de jardin se stabilise

Après une année 2013 défavorable (- 3,5 % en volume), les dépenses en produits de jardin stagnent en 2014 (- 0,1 % en volume). Malgré une météo très favorable au printemps, les ventes de plantes et fleurs qui représentent la majorité des dépenses de ce secteur, ont diminué de 1 % en volume après la forte baisse de 2013 (- 4,1 %). Leurs prix continuent de progresser (+ 1,9 % après + 2,6 % en 2013).

### La dépense pour les animaux domestiques en léger repli

Après 5 années de hausse en volume, la dépense pour les animaux de compagnie baisse légèrement en 2014 (- 0,3 % en volume). Le marché des aliments pour animaux de compagnie est en recul (- 0,6 % en volume contre 1,5 % en 2013).

Les achats d'animaux de compagnie restent stables (+ 0,0 %) malgré une hausse des prix (+ 2,4 %). Avec près de 63 millions d'animaux domestiques (presque autant que d'habitants), la moitié des foyers (48 %) possèdent un animal<sup>29</sup>. Ainsi, ce sont les ménages français qui possèdent le plus grand nombre d'animaux de compagnie en Europe. En première position se trouvent les poissons, suivis des chats et des chiens. Depuis quelques années, la population de chats tend à augmenter, ce qui explique l'augmentation de la consommation en litières pour chats (+ 3,3 %). A l'inverse la population canine comme celle des petits mammifères reculent.

La consommation en services vétérinaires augmente de 3,8 % en volume, plus fortement que la moyenne sur dix ans (+ 2,1 %). Les propriétaires prennent davantage soin de leur animal, pas uniquement pour des problèmes de santé mais également pour des visites de contrôle<sup>30</sup>.

### **Les téléviseurs boostent les rayons du son et de l'image, de la photographie et de l'informatique**

Après avoir fortement reculé en 2013 (- 3,2 % en volume), les ventes dans les rayons son et image, informatique et photographie repartent à la hausse en 2014 (+ 2,2 %). Néanmoins, cette hausse demeure inférieure à l'augmentation moyenne constatée pendant la dernière décennie (+ 6,9 %). Les prix continuent de baisser fortement (- 6,0 % en 2014 après - 6,3 % en 2013). Ce rayon représente 1,4 % du budget des dépenses des ménages, soit 16,1 milliards d'euros.

### 2014, une excellente année pour le secteur de l'image et du son.

Après avoir connu une baisse de -9,0 % des ventes en volume en 2013, les dépenses dans le secteur de l'image et du son explosent en 2014 (+ 9,2 % en volume). Celles-ci bénéficient de la tendance baissière des prix (- 9,7 % après - 8,3 % en 2013). Le secteur est tiré à la hausse par les ventes de téléviseurs, de radio, d'autoradio et enregistreurs de son.

L'effet coupe du monde de football joue à plein pour doper la consommation en téléviseurs (+ 11,9 % en volume après - 13,0 % en 2013). Près de 1,4 millions de téléviseurs ont été achetés entre janvier et le début

---

28 Source cabinet NPD

29 Étude TNS Sofres

30 Source FACCO-TNS Sofres 2014

du mondial de football<sup>31</sup>. Par ailleurs, le rayon TV profite de nombreuses innovations pour attirer les consommateurs, comme les télévisions incurvées, les écrans full HD et les modèles 3D.

Les achats en appareils audio (chaîne Hi-fi, enceintes, casques, etc.) progressent également (+ 3,9 % après + 3,2 % en 2013). Cependant, l'évolution est inférieure à la moyenne observée sur la décennie (+ 5,2 %).

En revanche, les appareils d'enregistrement de l'image<sup>32</sup> sont toujours nettement orientés à la baisse (- 1,1 % en volume en 2014 après - 21,2 % en 2013).

#### Le succès des tablettes se confirme dans le rayon informatique

Tirée par une nouvelle baisse des prix (- 7,2 % après - 8,2 % en 2013), la consommation des ménages en matériel de traitement de l'information progresse en 2014 (+ 4,0 % en volume après + 3,5 % en 2013). Les ventes de tablettes dopent toujours le rayon informatique, au détriment des ordinateurs portables et de bureau. Ces derniers ont moins besoin d'être renouvelés par les ménages puisque leur durée de vie s'allonge (7 ans en moyenne)<sup>33</sup>.

#### Une première baisse depuis 20 ans des dépenses d'équipement de la photo et du cinéma

Après deux décennies consécutives de hausse en volume, les dépenses de consommation en appareils photographiques et caméscopes se réduisent en 2014 (- 4,6 % en volume). Dans le même temps, les prix sont toujours orientés à la baisse (- 13,3 %, après -15,0 % en 2013) et suivent la tendance des dix dernières années (- 14,6 %). Seul le rayon des caméscopes résiste (+ 3,9 % en volume) grâce aux caméras embarquées (action camera) qui plaisent toujours autant aux consommateurs.

#### Le marché physique de la vidéo et de la musique continue sa forte baisse

Depuis 2006, les ménages se détournent des supports physiques d'enregistrements de l'image et du son et cette tendance se poursuit en 2014 : la consommation des ménages recule de - 7,4 % après une baisse de - 8,1 % en 2013. Ce repli est plus prononcé que la tendance observée ces dix dernières années (- 3,6 %). Le marché de la vidéo accuse le plus fort recul du secteur de 13,1 %, proche de l'année précédente (- 13,6 %). Le DVD reste le support favori des ménages, mais il est en très net recul. Le marché de la vidéo à la demande, quant à lui, est en progression. Le paiement à l'acte reste majoritaire, représentant 88,3 % des ventes totales, contre 11,7 % pour les formules par abonnement<sup>34</sup>.

Le marché de l'édition d'enregistrements sonores est en repli de 7,5 % en 2014. Le format vinyle est en très forte progression (+ 42 % en volume), mais représente seulement 2,7 % du marché physique<sup>35</sup>. La baisse du secteur est surtout atténuée par la hausse de la consommation d'enregistrements sonores en ligne<sup>36</sup> (+ 6,6 % en volume), notamment celle du streaming, qui représente la majorité des revenus numériques.

### **La crise s'installe dans le secteur de l'édition**

En 2014, la consommation des ménages en presse et livres continue de se contracter. Elle recule ainsi de 2,0 % en volume après avoir déjà diminué de 3,8 % en 2013. Les prix ralentissent légèrement par rapport à 2013 (+ 0,8 % après + 1,2 % l'année précédente). Ce poste ne représente ainsi plus que 1,3 % du budget des ménages.

Pour la cinquième année, le secteur de l'édition de livres est en baisse, marqué notamment par la faillite du groupe Chapitre. En effet, les dépenses des ménages en livres baissent de nouveau en 2014 (- 0,9 % en volume après - 1,5 % l'année précédente). L'ensemble des catégories de livres est touché par cet effritement

---

31 Source LSA

32 Comprend les lecteurs-enregistreurs DVD, les lecteurs MP4, les vidéoprojecteurs...

33 Source LSA

34 La vidéo à la demande est comptabilisée dans la fonction services culturels et non dans la fonction supports d'enregistrement de l'image et du son.

35 Source SNEP

36 Comme la vidéo à la demande, les enregistrements sonores en ligne sont comptabilisés dans la fonction services culturels et non dans la fonction supports d'enregistrement de l'image et du son,

des ventes, à l'exception des bandes dessinées et des livres parascolaires qui s'inscrivent en hausse.

Par ailleurs, la consommation en journaux et périodiques continue de s'effondrer en 2014. La baisse s'établit à - 5,1 % en volume après - 7,0 % en 2013. Ce désintérêt des ménages pour la presse écrite concerne tout autant les journaux (- 6,6 %) que les magazines périodiques (- 4,2 %).

### **Les ventes de camping-car continuent de baisser**

En 2014, les dépenses en autres biens durables et culturels, représentant 0,4 % du budget des ménages, continuent de diminuer (- 0,7 % en volume après - 3,7 % en 2013). Cette baisse s'accompagne d'une accélération des prix de 1,9 % (après + 1,3 % l'année précédente). Les dépenses à la baisse s'expliquent essentiellement par un désintérêt pour les camping-cars dont les immatriculations (15 400) sont en baisse de 7,3 %, après une diminution de 6,3 % l'année précédente.

En revanche, le marché des caravanes progresse de 2,3 % en volume avec 7 800 caravanes immatriculées.

### **Fort rebond des forfaits touristiques**

En 2014, comme la plupart des loisirs, la consommation de forfaits touristiques repart à la hausse (+ 3,3 % en volume après une baisse de 1,3 % en 2013). Ce rebond s'accompagne par une légère stabilité des prix : + 0,4 % en 2014, évolution bien inférieure à celle des dix dernières années (+ 2,4 % en moyenne). Ce service représente 0,2 % du budget des ménages.



## Fiche 9 – L’hôtellerie et la restauration : deux secteurs de nouveau en croissance

Après une décennie morose (+ 0,4 % en volume en moyenne sur les dix dernières années), les dépenses de consommation des ménages dans les hôtels, les cafés et les restaurants renouent avec la croissance en 2014 (+ 1,6 % après - 1,2 % en 2013). Cette reprise s’accompagne d’une progression persistante des prix (+ 2,7 % en 2014 ; + 2,2 % en moyenne sur dix ans). En 2014, la hausse résulte notamment du relèvement du taux de TVA de 7 % à 10 % en 2014.

Au final les dépenses en valeur progressent et s’élèvent à 77,3 milliards d’euros en 2014. Le budget des ménages consacré aux hôtels, cafés et restaurants représente 6,8 % de l’ensemble de leur dépense de consommation.

**Tableau 12 : Évolution de la dépense de consommation des ménages dans les hôtels, cafés et restaurants**

	Variation du volume au prix de l’année précédente (en %)			Variation des prix par rapport à l’année précédente (en %)			Valeur 2014 (en milliards d’euros)	Coefficient budgétaire par rapport à la dépense de consommation des ménages en 2014 (en %)
	Moy. 2004-2014	2013	2014	Moy. 2004-2014	2013	2014		
<b>11 - Hôtels, cafés et restaurants, dont :</b>	<b>0,4</b>	<b>-1,2</b>	<b>1,6</b>	<b>2,2</b>	<b>2,2</b>	<b>2,7</b>	<b>77,3</b>	<b>6,8</b>
11.1 - Services de restauration	0,3	-1,5	1,5	2,1	2,3	2,7	60,6	5,3
11.2 - Services d’hébergement	0,6	-0,1	2,1	2,8	1,9	2,7	16,7	1,5

Source : Comptes nationaux – Base 2010, Insee

### Succès des sandwiches

En 2014, la consommation en services de restauration progresse de 1,5 % en volume, après - 1,5 % l’année précédente. Elle représente 5,3 % du budget des ménages. Elle s’accompagne d’une hausse soutenue des prix (+ 2,7 % en 2014), conséquence directe du relèvement du taux de TVA de 7 % à 10 %.

L’ensemble des secteurs de la restauration bénéficie de cette reprise : les dépenses en volume dans la restauration traditionnelle augmente de 1,5 % après deux années difficiles (- 2,1 % en 2013, - 1,4 % en 2012) ; la consommation dans les cafés et débits de boissons progresse de + 2,1 % après une décennie en berne (- 1,6 % en moyenne sur dix ans).

La consommation de sandwiches explose : elle progresse de 7,4 % en volume, après + 1,5 % en 2013. Cet engouement, au détriment en partie des cafés et restaurants, peut s’expliquer par une évolution inverse des prix : négative pour les sandwiches (- 1,1 %) et positive pour les restaurants (+ 3,0 %) et pour les cafés et débits de boissons (+ 2,8 %) ainsi que par des changements de comportements des consommateurs pour le repas du midi.

### Les campings ont la côte

Après une année 2013 stable, la dépense en services d’hébergement progresse en 2014, au rythme de + 2,1 % en volume. Dans le même temps, les prix augmentent rapidement (+ 2,7 % en 2014 après + 1,9 % l’année précédente) en lien également avec le passage du taux de TVA de 7 % à 10 %. En valeur, la dépense en services d’hébergement progresse donc et représente 1,5 % du budget des ménages.

Ce rebond est essentiellement dû à la hausse de fréquentation dans les campings : la dépense croît de 4,3 % en volume : les touristes restent fidèles à ce mode d’hébergement. Par ailleurs, les campings profitent

d'un ralentissement des prix (+ 1,7 % en 2014 après + 2,6 %).

Les dépenses en hôtellerie traditionnelle progressent pour la deuxième année consécutive : + 1,5 % après + 1,8 %. Malgré la concurrence des hébergements proposés par les particuliers et une forte inflation des prix (+ 2,7 % après + 0,9 % en 2013), le nombre de nuitées progresse. Par ailleurs, la destination France reste la destination privilégiée des touristes Français.

## Fiche 10 – Progression continue de la consommation en biens et services divers

En 2014, la dépense en « biens et services divers » augmente en volume de + 1,7 % soit à un rythme un peu inférieur à celui de 2013 (+ 1,8%) mais proche de celui des dix dernières années (+ 1,6 %) Les prix chutent (- 1,3 %) alors qu'ils progressaient l'année précédente (+ 0,8 %). Les ménages dépensent 138 milliards d'euros pour ce poste, ce qui représente 12,1 % de leur budget.

Le faible ralentissement en volume de la consommation en biens et services divers masque des évolutions disparates : alors que les dépenses en assurance et en action sociales ralentissent, les dépenses liées aux soins corporels, aux autres services<sup>37</sup> et surtout la dépense en services financiers (SIFIM notamment) accélèrent. Enfin les achats de bijoux renouent avec la croissance après de fortes baisses les années précédentes.

**Tableau 13 : Évolution de la dépense de consommation des ménages en biens et services divers**

	Variation du volume au prix de l'année précédente (en %)			Variation des prix par rapport à l'année précédente (en %)			Valeur 2014 (en milliards d'euros)	Coefficient budgétaire par rapport à la dépense de consommation des ménages en 2014 (en %)
	Moy. 2004-2014	2013	2014	Moy. 2004-2014	2013	2014		
<b>12 - Biens et services divers, dont :</b>	<b>1,6</b>	<b>1,8</b>	<b>1,7</b>	<b>0,9</b>	<b>0,8</b>	<b>-1,3</b>	<b>138,0</b>	<b>12,1</b>
12.1 - Soins corporels	1,2	0,4	1,7	1,0	0,4	-0,5	29,6	2,6
12.3 - Effets personnels nca	-0,6	-1,8	2,0	3,8	1,8	-0,7	12,2	1,1
12.4 - Action sociale	1,3	3,2	0,6	2,9	2,3	1,8	23,5	2,1
12.5 - Assurances	2,9	4,1	0,9	0,9	2,3	-2,1	46,6	4,1
12.6 - Services financiers, dont :	1,8	0,1	6,1	-4,2	-6,2	-7,8	13,0	1,1
12.6.1 - SIFIM	2,6	0,6	9,7	-8,8	-14,1	-19,2	5,4	0,5
12.6.2 - Autres services financiers	0,6	-0,4	3,0	1,5	1,6	2,5	7,6	0,7
12.7 - Autres services	0,5	0,1	2,0	1,8	0,9	0,7	13,1	1,1

Source : Comptes nationaux – Base 2010, Insee

### Les prix de l'assurance-vie s'effondrent

En 2014, les ménages dépensent 46,6 milliards d'euros en assurances, soit 4,1 % de leur budget. Ce montant en valeur est en baisse de -1,2 % en 2014 en raison d'une hausse limitée du volume (+ 0,9 %) et de la baisse des prix des assurances en 2014 (- 2,1 %), plus particulièrement de ceux de l'assurance-vie (- 9,1 %). Ce recul intervient après une hausse des prix en 2013 (+ 2,3 % pour les assurances et + 3,8 % pour l'assurance-vie). La baisse des prix des assurances-vie s'explique par la baisse des taux de rendements des autres instruments d'épargne financière.

En volume, la dépense de consommation des ménages en assurances ralentit fortement (+ 0,9 % après + 4,1%), et reste en deçà de la moyenne des dix dernières années (+ 2,9 %). Ce mouvement reflète celui de l'assurance transports (+ 0,9 % en 2014, après + 7,0 % l'année précédente). Le ralentissement des dépenses en assurances s'explique également par le repli des dépenses en assurance maladie (- 2,2 % en

<sup>37</sup> Le terme « autres services » désigne notamment : les agences immobilières, les activités juridiques, comptables et administratives, les services funéraires, l'administration générale, économique et sociale, les salons professionnels et congrès, le traitement de données et la location de machines de bureau et de matériel informatique.

2014, après + 5,1 % en 2013). En revanche, l'assurance habitation se redresse en 2014 après une baisse de 2013 (+ 2,5 % après - 2,1 %), l'assurance-vie accélère en volume (+ 3,5 % après + 3,0 %). Cette dernière bénéficie d'un regain d'intérêt

### **L'électrobeauté contribue au succès des soins corporels**

Les dépenses en soins corporels<sup>38</sup> accélèrent en 2014 (+ 1,7 % en volume après + 0,4 % l'année précédente) dans une période où les prix reculent (- 0,5 % après + 0,4 % en 2013). Ce secteur représente 2,6 % de la dépense totale de consommation des ménages, soit 29,6 milliards d'euros.

En 2014, la consommation des ménages aux rayons des appareils et des produits pour les soins corporels progresse en volume (+ 1,8 %) et suit le rythme moyen des dix dernières années (+ 1,7 %). En particulier, l'électrobeauté est encore plus dynamique en 2014 qu'en 2013 (+ 13,4 % en volume après + 5,2 %) et que la moyenne de ces dix dernières années (+ 7,1 % entre 2004 et 2014). Le rayon est soutenu par les achats de rasoirs et tondeuses et d'appareils pour l'épilation, mobilisant la technologie de la lumière pulsée. Les produits de soins, les cosmétiques et la parfumerie continuent également de croître (+ 1,4 % après + 0,8 %).

Les dépenses en services pour les soins corporels (coiffure, soins en institut...) progressent au rythme soutenu de + 1,5 % en 2014, après une baisse de -1,2 % en 2013. Cette augmentation est principalement due à un accroissement des dépenses en soins de beauté (+ 5,9 % en volume après - 1,2 % l'année précédente) en lien avec le ralentissement des prix (+ 0,9 % après + 1,5 % en 2013). Après une baisse de - 1,5 % en 2013, les dépenses en coiffure se stabilisent en 2014 tandis que les consommateurs plébiscitent toujours les appareils et produits pour les soins corporels<sup>39</sup>.

### **L'action sociale est soutenue par l'accueil de jeunes enfants**

En 2014, les ménages dépensent 23,5 milliards d'euros en action sociale, soit 2,1 % de leur budget. Leur dépense progresse de 0,6 % en volume, moins rapidement qu'en 2013 (+ 3,2 %). Son dynamisme passe en dessous de sa moyenne de long terme (+ 1,3 % par an entre 2004 et 2014). En 2014, l'action sociale pâtit de la baisse des dépenses en aide à domicile. Cependant, elle profite à nouveau du fort dynamisme de l'accompagnement des personnes âgées et de l'accueil de jeunes enfants. La forte progression de ce dernier secteur s'explique en partie par les nombreuses ouvertures de places en crèches. La légère hausse des volumes de l'action sociale s'accompagne d'une augmentation des prix légèrement moins rapide qu'en 2013 (+ 1,8 % en 2014 contre + 2,3 % l'année précédente).

### **Les dépenses des ménages en autres services accélèrent en volume**

Les dépenses des ménages en autres services (activités juridiques, services funéraires, frais d'agence immobilière, etc.) représentent 1,1 % de leurs dépenses et s'élèvent à 13,1 milliards d'euros en 2014. Elles accélèrent en volume (+ 2,0 %) après la faible hausse de 2013 (+ 0,1 %). Ce mouvement est principalement dû aux services juridiques et comptables. La progression des dépenses des autres services s'explique également par le rebond des frais d'agences immobilières après la chute de 2013 (+ 5,7 % après - 5,9 %), en lien avec une mobilité accrue des ménages.

En 2014, l'indice de prix des dépenses des ménages en autres services évolue à un rythme proche de celui de 2013 (+ 0,7 % après + 0,9 %). Celui des agences immobilières chute en 2014 (- 3,7 % après + 1,3 %) en raison du ralentissement des prix des loyers et du plafonnement des frais de baux décréte par la loi Alur (Décret n°2014-890 du 1<sup>er</sup> Août 2014).

---

38 Comprend la coiffure, les soins en institut de beauté, les appareils et produits pour les soins corporels.

39 Comprend les appareils de toilettes électriques, les cosmétiques et produits de soins, la parfumerie.

### **Une forte baisse des marges réalisées par les banques sur les dépôts des ménages**

En 2014, les ménages dépensent 13,0 milliards d'euros en services financiers, ce qui correspond à 1,1 % de leur budget. Cette dépense, en baisse de -1,7 % en valeur, pâtit des fortes chutes de prix des SIFIM<sup>40</sup>. En effet, les prix des SIFIM s'effondrent de 19,2 % en 2014, en raison de plus faibles marges réalisées sur les dépôts des ménages : en 2014, les taux offerts par les banques aux ménages pour rémunérer leurs dépôts ont baissé, mais moins que les taux de prêts interbancaires. Ainsi, les marges réalisées par les banques ont reculé.

En volume, la dépense de consommation des ménages en services financiers progresse fortement (+ 6,1 %, après + 0,1 % en 2013). Cette hausse reflète aussi bien l'augmentation de la consommation de SIFIM (+ 9,7 % après + 0,6 % en 2013) que celle en autres services financiers (+ 3,0 % après - 0,4 % en 2013).

### **Le secteur des effets personnels rebondit**

Après trois années de forte contraction (- 2,4 % par an en moyenne), les dépenses des ménages en effets personnels connaissent un net rebond en 2014 (+ 2,0 % en volume). Ceux-ci bénéficient de la baisse des prix dans le secteur (- 0,7 % en 2014 après + 1,8 % en 2013). Le budget consacré à ce poste représente 1,1 % des dépenses des ménages, soit 12,2 milliards d'euros.

Le rayon de la bijouterie et horlogerie, qui s'est fortement contracté de 2008 à 2013 (- 5,8 % par an en moyenne), rebondit fortement en 2014 (+ 2,1 % en volume). Ce secteur est soutenu par la croissance des dépenses en bijouterie, joaillerie et orfèvrerie (+ 3,4 % après - 7,7 % en 2013). Les consommateurs ont en particulier acheté beaucoup de bijoux en argent pour atteindre un record en valeur en 2014<sup>41</sup>, alors que les ventes de bijoux en or stagnent. La hausse des dépenses en volume s'accompagne d'une chute des prix : - 2,7 % après une hausse de 2,2 % en 2013. Celle-ci est liée à la baisse du cours de l'or. À l'inverse, les dépenses diminuent en volume dans horlogerie (- 2,1 %).

---

40 Les services d'intermédiation financière indirectement mesurés (Sifim) représentent la part des services rendus par les intermédiaires financiers qui n'est pas facturée à la clientèle. Pour ces services, les intermédiaires financiers se rémunèrent en prenant une marge de taux d'intérêt sur les dépôts de leurs clients et sur les prêts (crédits) qu'ils leur accordent. Le volume des Sifim consommés est directement lié au volume des encours de dépôts et de crédits bancaires.

41 Source Comité Francéclat - ECOSTAT