



En 2015, la hausse du pouvoir d'achat dope la consommation des ménages

En 2015, les ménages bénéficient d'une accélération de leur pouvoir d'achat : leur revenu disponible brut augmente plus fortement qu'en 2014 dans un contexte de reflux des prix. Ils répercutent essentiellement ces gains de pouvoir d'achat sur leur dépense de consommation, qui progresse de 1,5 % après + 0,7 % en 2014. Leur taux d'épargne augmente peu (+ 0,1 point, comme en 2014).

Ce sont les achats d'automobiles qui contribuent le plus à la hausse de la dépense ; ils rebondissent nettement après plusieurs années difficiles. Les dépenses liées au logement se redressent également du fait de la hausse du budget chauffage, après une année 2014 particulièrement douce. Par ailleurs, la consommation alimentaire accélère. En revanche, les dépenses en services de télécommunications et produits technologiques se contractent. Celles de loisirs progressent au même rythme qu'en 2014.

Nathalie Morer, division Synthèses des biens et services, Insee

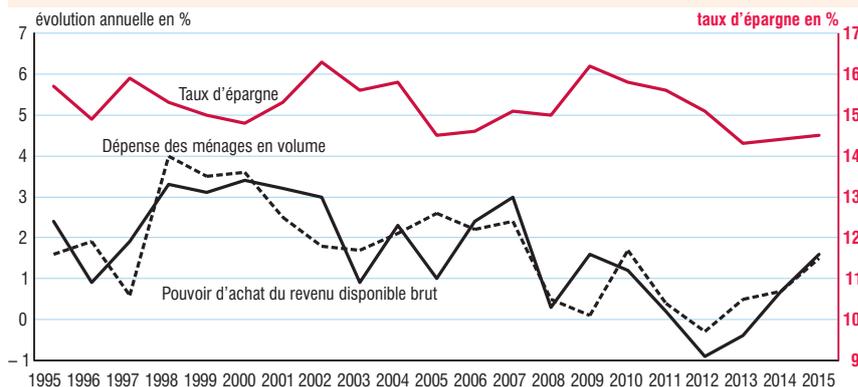
En 2015, en volume (*définitions*), la dépense de consommation des ménages (*définitions*) augmente plus fortement qu'en 2014 (+ 1,5 % après + 0,7 % ; *figures 1 et 2*). Elle contribue pour 0,8 point à la croissance du produit intérieur brut (PIB ; + 1,3 %). Toutefois, son rythme d'évolution reste encore inférieur à celui d'avant-crise (+ 2,2 % en moyenne par an entre 2000 et 2007). La consommation effective des ménages (*définitions*), qui

inclut en outre les dépenses directement financées par la collectivité, progresse un peu plus vite que la dépense de consommation des ménages en 2015 (+ 1,6 %). En effet, le ralentissement de la dépense de consommation individualisable (*définitions*) des administrations publiques (+ 1,6 % après + 1,8 %) est compensé par la légère accélération de celle des institutions sans but lucratif au service des ménages (+ 2,2 % après + 1,8 %).

En valeur, le revenu disponible brut des ménages s'accroît à un rythme plus soutenu qu'en 2014 (+ 1,4 % après + 0,8 %). Cette évolution intervient dans un contexte de reflux des prix (- 0,2 % après + 0,1 %). En conséquence, après un rebond en 2014, le pouvoir d'achat accélère nettement (+ 1,6 % après + 0,7 %). C'est d'ailleurs sa plus forte hausse depuis 2009.

Comme le pouvoir d'achat de l'ensemble des revenus perçus par les ménages, celui du revenu individuel, c'est-à-dire du revenu moyen par unité de consommation, est en nette croissance (+ 1,1 %), après être resté stable en 2014. Une fois déduites les dépenses « pré-engagées » (*définitions*), le pouvoir d'achat du revenu arbitral (*définitions*) individuel accélère également (+ 1,6 % après + 0,7 %). En effet, les dépenses pré-engagées progressent moins rapidement que les autres dépenses (+ 1,1 % en valeur contre + 1,5 %). Ceci s'explique avant tout par la baisse des prix des dépenses énergétiques dans les logements et le repli de la consommation en assurances et services financiers.

1 Évolutions de la dépense des ménages, du pouvoir d'achat du revenu disponible brut et du taux d'épargne



Source : Insee, comptes nationaux, base 2010.

En 2015, la dépense de consommation des ménages augmente un peu moins vite que leur revenu disponible brut (+ 1,3 % contre + 1,4 % en valeur). Leur taux d'épargne croît donc faiblement (+ 0,1 point). Après avoir reculé continûment de 2010 à 2013, il remonte légèrement depuis et s'établit désormais à 14,5 %.

Fort dynamisme des achats de voitures

Les dépenses en transports progressent nettement en 2015 (+ 2,3 % en volume après + 0,4 % en 2014). En effet, après plusieurs années de contraction (- 18,2 % de baisse cumulée entre 2009 et 2013) et une stabilité en 2014 (+ 0,1 %), la consommation en automobiles neuves et d'occasion se redresse vivement (+ 6,1 % en volume ; *figure 3*). Ce mouvement traduit aussi bien le dynamisme du marché des voitures neuves (+ 4,7 % après - 0,2 % en 2014) que celui de l'occasion (+ 8,3 % après + 0,9 %). Comme en 2014, les voitures à essence soutiennent le marché du neuf : leur nombre d'immatriculations s'accroît fortement (+ 21,9 %) alors que le recul s'intensifie pour les voitures diesel (14,5 %). Désormais minoritaires, ces dernières ne représentent plus que 43,4 % des immatriculations en 2015, soit 9,1 points de moins qu'en 2014. Les ménages privilégient toujours les petites voitures économes (cinq chevaux fiscaux ou moins), mais la part de ces dernières diminue (57,4 %, soit - 0,7 point).

La consommation de carburants et lubrifiants accélère en 2015 (+ 0,9 % après + 0,4 % ; *figure 4*). Ceci s'explique par la nette progression en volume de la dépense en essence après une année de stabilisation (+ 1,4 % après + 0,1 %). En revanche, la dépense en gazole évolue au même rythme qu'en 2014 (+ 0,7 % en volume). Pour la troisième année consécutive, le prix des carburants et lubrifiants se

contracte (- 9,5 % après - 3,8 %) sous l'effet du recul des prix du baril de pétrole, en particulier sur le second semestre 2015.

Les dépenses en transports aériens restent dynamiques (+ 2,9 % en volume après + 2,4 %). Celles en transports ferroviaires rebondissent après trois années de repli (+ 1,1 % après - 3,0 %). Les transports collectifs routiers progressent également (+ 2,3 % en volume après + 0,6 %) ; ils bénéficient de la libéralisation des liaisons de bus interrégionales depuis août 2015.

Rebond des dépenses liées au logement

Les dépenses pré-engagées sont celles sur lesquelles les ménages peuvent difficilement influencer à court terme. En 2015, elles représentent 28,9 % du revenu disponible brut des ménages, une part en baisse de 0,1 point en un an.

L'essentiel des dépenses pré-engagées des ménages (78,6 % en 2015) correspond à leur dépense pour se loger et pour chauffer et éclairer leur logement. Ces dépenses liées au logement s'accroissent en 2015 (+ 1,3 % en volume après - 1,4 % en 2014). Celles de chauffage et d'éclairage sont orientées à la hausse (+ 3,1 % après - 12,5 % en 2014), sous l'effet d'une météo un peu moins clémente en 2015 qu'en 2014. Ainsi, la consommation d'électricité progresse de 3,0 % en volume ; les températures élevées de l'été y ont également contribué en raison de l'utilisation accrue de climatiseurs. La dépense de gaz augmente de 4,4 %, celle de fioul domestique de 2,0 % (après respectivement - 14,8 % et - 19,1 % en 2014). Les prix des dépenses de chauffage et d'éclairage baissent pour la première fois depuis 2010 (- 0,3 % après + 2,2 %), entraînés par l'évolution des prix du fioul domestique et du gaz. En effet, le

prix du fioul domestique se replie encore plus fortement qu'en 2014 (- 17,9 % après - 6,7 %), en lien avec le recul des produits pétroliers. Le prix du gaz diminue également (- 2,3 % après + 0,3 %). En revanche, le prix de l'électricité reste très dynamique (+ 4,8 % après + 5,7 %), en raison notamment de la hausse de la contribution au service public de l'électricité.

En valeur, les loyers directement pris en charge par les ménages, c'est-à-dire après déduction des aides au logement, continuent de ralentir (+ 1,8 % après + 2,0 %). En effet, l'indice de prix des loyers progresse plus modérément qu'en 2014 (+ 0,5 % après + 0,9 %) : il suit le mouvement de l'indice de référence des loyers (IRL), sur lequel sont indexés les loyers du parc privé et, depuis 2011, ceux du parc social. En dehors d'un rebond en 2012, l'indice de prix des loyers n'a cessé de décélérer depuis le milieu des années 2000. Les aides au logement, quant à elles, continuent à augmenter en 2015, mais à un rythme plus soutenu qu'en 2014 (+ 2,0 % en valeur après + 1,6 %).

Nouveau ralentissement de la consommation liée à l'économie de l'information

En 2015, la dépense de consommation en biens et services de l'économie de l'information se replie à nouveau en valeur, comme chaque année depuis 2009 (- 1,0 % en 2015 après - 1,6 % en 2014). La baisse marquée et ininterrompue des prix se poursuit à un rythme toutefois plus faible (- 2,2 % en 2015 après - 4,6 % en 2014) et la dépense en volume freine nettement (+ 1,3 % après + 3,2 %). Ce mouvement est imputable à la consommation de certains biens et services qui était dynamique en 2014, mais qui décélère fortement ou diminue en 2015. Ainsi, marqué par le net recul des achats de tablettes, le marché des équipements informatiques se stabilise en 2015 après plusieurs années de vive croissance. Après un rebond en 2014 lié au marché du téléviseur et des consoles de jeux, la consommation de produits de l'électronique grand public reflue à nouveau en 2015 (- 3,8 % en volume après + 10,6 %). En l'absence d'événements sportifs majeurs et de sorties de nouvelles consoles de jeux, seuls les achats de caméscopes progressent (+ 6,9 % en volume après + 5,1 %), dynamisés par les caméras embarquées.

Les services de télécommunications sont orientés pour la première fois à la baisse en 2015 (- 0,4 % en volume après + 1,9 %) : le nombre de minutes de communication au départ des mobiles ralentit nettement (+ 3,4 % après + 6,8 %) et la hausse des communications depuis les mobiles ne suffit plus à compenser le recul de celles en provenance des téléphones fixes. En revanche, le marché des téléphones mobiles demeure extrêmement dynamique (+ 31,9 % en volume après + 46,0 %), en lien avec l'essor des smartphones. Leur suprématie se renforce encore sur le marché : ils représentent 84 % des téléphones acquis en 2015 (77 % en 2014). Les achats de

2 Évolutions de la consommation, des prix, du revenu et du taux d'épargne

	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Consommation effective (en volume)	0,6	1,9	0,7	0,2	0,7	0,9	1,6
Dépense de consommation (en volume)	0,1	1,7	0,4	- 0,3	0,5	0,7	1,5
Prix de la consommation effective	- 0,8	1,1	1,5	1,2	0,7	0,2	- 0,2
Prix de la dépense de consommation	- 1,5	1,2	1,8	1,4	0,6	0,1	- 0,2
Pouvoir d'achat du revenu disponible brut ajusté*	1,7	1,4	0,5	- 0,3	0,0	0,9	1,6
Pouvoir d'achat du revenu disponible brut	1,6	1,2	0,2	- 0,9	- 0,4	0,7	1,6
Taux d'épargne (en % du revenu disponible brut)	16,2	15,8	15,6	15,1	14,3	14,4	14,5
Taux d'épargne financière (en % du revenu disponible brut)	7,1	6,5	6,1	5,6	5,0	5,2	5,5

* Voir *définitions*.

Source : Insee, *comptes nationaux*, base 2010.

3 Dépense de consommation de biens durables

	Évolution en volume					Poids dans la valeur de la consommation en 2015
	2011	2012	2013	2014	2015	
Automobiles, dont :	1,0	- 10,5	- 8,1	0,1	6,1	3,2
<i>automobiles neuves</i>	- 1,3	- 15,1	- 9,7	- 0,2	4,7	2,2
Téléviseurs	4,7	- 6,8	- 13,0	11,9	- 4,9	0,2
Réfrigérateurs, congélateurs	4,3	0,8	- 0,6	3,9	2,2	0,1
Lave-linge	0,9	2,7	- 8,0	4,1	1,8	0,1
Meubles	1,1	- 3,8	- 3,9	- 0,5	2,4	1,2
Autres biens durables*	4,1	2,0	3,9	5,5	5,1	3,5
Ensemble des biens durables	2,4	- 4,1	- 2,5	2,8	4,7	8,3

* Matériel téléphonique, lecteurs de DVD, lave-vaisselle, appareils de cuisson, caravanes, cycles et motocycles, etc.

Source : Insee, *comptes nationaux*, base 2010.

smartphones sans engagement continuent de croître, mais à un rythme moins soutenu que les années passées. En revanche, ceux de téléphones avec engagement s'effondrent à nouveau ; ils ne concernent désormais qu'un achat sur dix.

Les dépenses de culture et loisirs maintiennent leur rythme de croissance

Les dépenses liées à la culture et aux loisirs progressent en 2015 à un rythme voisin de celui de 2014 (+1,3 % en volume après +1,1 %). Le dynamisme de la consommation en services récréatifs et sportifs, en jouets et en articles pour activités de plein air et jardinage y contribue. En repli depuis cinq ans (avec une baisse cumulée de 9,8 % entre 2009 et 2014), la consommation des ménages en livres retrouve timidement le chemin de la croissance (+1,1 % en volume). En revanche, les ménages se détournent encore un peu plus de la presse (-4,5 % en volume après -5,1 %). De même, les ventes physiques de disques et celles de DVD déclinent toujours (respectivement -9,7 % et -6,6 %). Les achats de musique en ligne *via le streaming* par abonnement se développent alors que ceux de téléchargements unitaires baissent. Avec 206 millions d'entrées en 2015, la fréquentation des salles de cinéma diminue légèrement (-1,4 %), tout en restant supérieure à son niveau de 2013. La consommation en jeux de hasard augmente de 3,0 % en volume en 2015. Elle est soutenue par les jeux de loterie et les paris sportifs en ligne. En revanche, les jeux de cercle en ligne et les paris hippiques en ligne attirent moins qu'en 2014. Les dépenses de consommation dans les hôtels, cafés et restaurants s'accroissent également à un rythme plus soutenu qu'en 2014 (+1,8 % en volume après +0,6 %). Globalement, la fréquentation des hôtels et campings est plus importante qu'en 2014, même si les attentats de novembre ont pesé sur les résultats des deux derniers mois de l'année en région parisienne (*bibliographie*).

La consommation en assurances se replie

La consommation des ménages en assurances reflue en 2015 (-0,6 % en volume après +1,2 % en 2013). Ceci s'explique par le repli de l'assurance santé (-5,9 % après -1,5 %) et celui de l'assurance logement (-1,8 % après +1,8 %). L'assurance transport décélère encore (+0,7 % en volume après +2,4 %). Seule l'assurance vie reste dynamique (+3,9 % en volume après +3,5 %) malgré la diminution des rendements. L'évolution des prix des assurances santé et habitation reste soutenue (respectivement +3,2 % et +2,3 %) alors que le prix de l'assurance transport se redresse après deux années de baisse (+1,8 % après -0,2 %).

Les dépenses de santé des ménages accélèrent en 2015 (+2,5 % en volume après +1,6 % en 2014), en partie du fait de la consommation de

médicaments. Les soins pris en charge par la collectivité (médicaments, médecine de ville et hôpitaux) ralentissent (+2,6 % après +3,5 %) et évoluent à un rythme proche de celui du reste à charge des ménages.

La consommation alimentaire accélère

La consommation de produits alimentaires et boissons non alcoolisées accélère en 2015

(+1,1 % après +0,7 %). En effet, celle de pain et céréales progresse nettement (+2,0 % après +0,7 %) et celle de légumes reste bien orientée (+1,1 %). En revanche, la consommation de fruits ralentit (+1,6 % en volume après +4,7 %), pénalisée probablement par le rebond des prix. Le recul des achats de viandes et de poissons et fruits de mer se poursuit en 2015 (respectivement -1,2 % et -0,7 % en volume). Après un repli en 2014,

4 Évolution de la consommation des ménages par fonction

	en %								
	Poids dans la valeur de la consommation effective (en %)		Évolution en volume (en %)			Évolution en prix (en %)			Valeur 2015 (en milliards d'euros)
	2005	2015	2013	2014	2015	2013	2014	2015	
Consommation effective des ménages, dont :	100,0	100,0	0,7	0,9	1,6	0,7	0,2	-0,2	1 540,7
Dépense de consommation des ménages	76,5	75,0	0,5	0,7	1,5	0,6	0,1	-0,2	1 156,0
Alimentation et boissons non alcoolisées	9,9	10,1	1,2	0,7	1,1	1,2	-1,2	0,4	154,9
Produits alimentaires, dont :	9,2	9,2	1,2	0,6	0,9	1,3	-1,2	0,5	141,5
<i>pain et céréales</i>	1,5	1,6	1,8	0,7	2,0	0,6	-0,3	-0,2	25,0
<i>viandes</i>	2,5	2,4	-0,1	-0,9	-1,2	2,7	0,8	0,3	36,9
<i>poissons et fruits de mer</i>	0,6	0,6	-1,3	-1,3	-0,7	1,7	0,7	1,6	8,5
<i>lait, fromages et oeufs</i>	1,3	1,3	1,5	0,3	1,2	-1,1	0,7	-1,3	20,6
<i>fruits et légumes</i>	1,9	1,9	2,9	2,6	1,3	3,2	-5,6	3,8	29,5
Boissons non alcoolisées	0,8	0,9	1,1	0,9	4,0	-0,8	-1,7	-0,4	13,5
Boissons alcoolisées et tabac	2,6	2,7	-2,9	-2,9	1,3	5,3	3,4	0,5	41,1
Boissons alcoolisées	1,3	1,3	0,2	-1,1	1,2	3,9	1,6	0,7	20,7
Tabac	1,3	1,3	-5,8	-4,6	1,4	6,8	5,2	0,3	20,5
Articles d'habillement et chaussures	3,7	2,9	-0,8	0,2	1,2	0,9	0,0	-0,8	45,0
Articles d'habillement	3,0	2,3	-0,6	0,4	1,6	0,6	-0,2	-1,1	35,8
Chaussures	0,7	0,6	-1,2	-0,9	-0,1	2,0	1,0	0,3	9,2
Logement, chauffage, éclairage, dont :	18,6	19,9	0,9	-1,4	1,3	1,9	1,4	0,5	306,9
<i>location de logement</i>	13,6	14,5	1,0	1,1	1,3	1,3	0,9	0,5	223,1
<i>chauffage, éclairage</i>	2,9	3,2	1,8	-12,5	3,1	4,1	2,2	-0,3	48,7
Équipement du logement, dont :	4,2	3,7	-1,6	0,6	0,9	0,5	0,0	-0,1	57,3
<i>meubles, tapis</i>	1,2	1,1	-3,6	-0,5	1,9	1,1	0,8	0,2	16,5
<i>appareils ménagers</i>	0,7	0,6	0,5	2,4	2,8	-2,1	-2,0	-1,3	9,4
Santé, dont :	3,0	3,2	1,7	1,6	2,5	-0,6	-0,6	-1,0	49,0
<i>médicaments</i>	1,2	1,3	2,4	2,4	5,2	-2,4	-2,1	-2,9	19,6
<i>médecine non hospitalière</i>	1,3	1,4	1,1	0,8	0,6	0,7	0,5	0,5	22,2
Transport, dont :	10,8	9,9	-2,0	0,4	2,3	0,4	0,2	-1,5	152,1
<i>achats de véhicules</i>	3,1	2,5	-8,0	0,4	5,8	1,6	1,6	0,9	38,8
<i>carburants, lubrifiants</i>	2,7	2,2	-1,4	0,4	0,9	-2,4	-3,8	-9,5	34,2
<i>services de transports</i>	1,6	1,8	1,2	0,7	2,0	0,8	1,6	0,9	27,7
Communications^(ei), dont :	2,5	2,0	14,5	6,7	3,7	-15,1	-7,1	-3,2	30,5
<i>services de télécommunications</i>	2,2	1,5	11,0	1,9	-0,4	-16,2	-5,1	-1,4	23,7
Loisirs et culture, dont :	7,4	6,3	-1,6	1,1	1,3	-0,2	-0,3	-0,2	97,1
<i>appareils électroniques et informatiques^(ei)</i>	1,7	1,0	-3,2	1,7	-0,7	-6,3	-6,0	-3,7	15,3
<i>services culturels et récréatifs^(ei)</i>	2,2	2,2	-0,3	1,2	2,5	1,6	1,5	0,7	34,0
<i>presse, livres et papeterie^(ei)</i>	1,3	1,0	-3,8	-2,2	-1,6	1,2	0,8	1,4	14,8
Éducation	0,6	0,7	4,3	0,5	1,9	0,8	0,5	0,7	10,8
Hôtels, cafés et restaurants	5,0	5,1	-1,2	0,6	1,8	2,2	2,7	1,5	79,1
Autres biens et services, dont :	9,0	8,9	1,8	2,2	0,5	0,8	-1,3	-1,1	137,8
<i>soins personnels</i>	1,9	2,0	0,4	1,8	1,7	0,4	-0,5	-0,2	30,0
<i>action sociale</i>	1,4	1,6	3,2	3,4	0,0	2,3	1,8	1,6	24,5
<i>assurances</i>	2,8	2,9	4,1	1,2	-0,6	2,3	-2,1	-2,3	45,4
<i>Sifim¹</i>	0,8	0,3	0,6	8,9	-0,8	-14,1	-19,4	-18,8	4,3
Correction territoriale	-0,8	-0,4	-4,9	-35,1	-11,3	0,4	0,0	-0,3	-5,7
Dépense de consommation des ISBLSM²	2,6	3,0	1,0	1,8	2,2	2,0	0,3	0,7	45,6
Dépense de consommation des APU³, dont :	21,0	22,0	1,4	1,8	1,6	0,5	0,5	-0,2	339,2
<i>santé</i>	9,5	10,0	2,5	3,5	2,6	-0,1	-0,2	-0,4	154,7
<i>éducation</i>	6,3	6,2	0,4	1,0	0,8	0,9	1,0	-0,7	95,1
<i>action sociale</i>	3,2	3,5	-0,3	-0,8	0,4	1,2	1,2	1,2	54,7
<i>logement</i>	1,0	1,0	2,1	0,6	1,3	1,5	1,0	0,6	15,6

(ei) Principaux postes concernés par l'économie de l'information.

1. Services d'intermédiation financière indirectement mesurés.

2. Dépense de consommation des institutions sans but lucratif au service des ménages.

3. Dépense de consommation des administrations publiques en biens et services individualisables.

Source : Insee, comptes nationaux, base 2010.

les prix des produits alimentaires et boissons non alcoolisées augmentent légèrement (+0,4 % après -1,2 %), en lien avec les mouvements sur les prix des fruits et légumes (+3,8 % après -5,6 %).

En baisse depuis plusieurs années, la consommation de tabac repart à la hausse en 2015 (+1,4 % en volume) dans un contexte de stabilisation des prix après plusieurs années de vive croissance (+0,3 % après +5,2 %).

Stables en 2014, les dépenses en habillement et chaussures s'accroissent (+1,2 % après +0,2 %) alors que les prix diminuent

(-0,8 % après +0,0 %). Ce mouvement traduit l'accélération de la consommation de vêtements alors que les achats de chaussures se stabilisent. ■

Définitions

Dans l'ensemble du texte, les évolutions sont en **volume**, aux prix de l'année précédente, sauf mention contraire.

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.

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).

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.

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), ces dépenses comprennent :

- 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.

Le **revenu arbitral** retire du revenu disponible brut les dépenses pré-engagées. Le **revenu disponible brut ajusté** ajoute au revenu disponible brut les dépenses individualisables des APU et des ISBLSM.

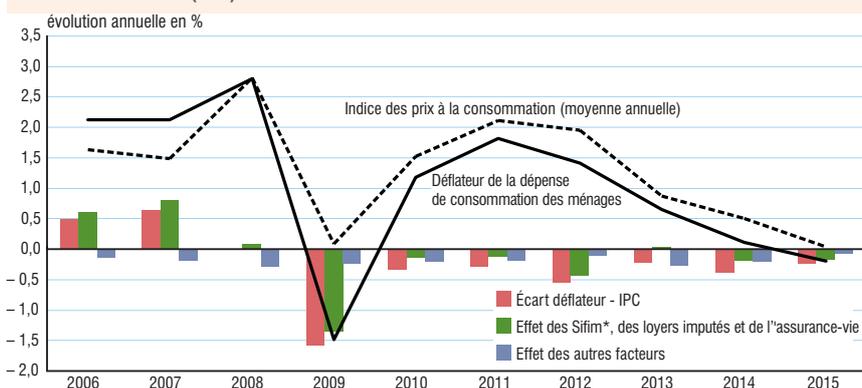
Les **dépenses de consommation des ménages en logement** incluent les loyers versés par les locataires (aides au logement déduites), mais également les **loyers imputés**, que les propriétaires auraient à payer s'ils étaient locataires du logement qu'ils habitent.

Origines des écarts entre le déflateur de la dépense de consommation et l'indice des prix à la consommation

Le calcul du déflateur de la dépense de consommation s'appuie, pour la majorité des produits, sur les évolutions de prix collectés pour les besoins de l'indice des prix à la consommation (IPC). Cependant, le champ des produits suivis en comptabilité nationale est plus large que celui de l'IPC. Notamment, les services d'intermédiation financière indirectement mesurés (Sifim), les loyers imputés (*définitions*) et l'assurance-vie sont intégrés dans le champ de la consommation de la comptabilité nationale. Par ailleurs, les définitions de la dépense de consommation retenues respectivement par l'IPC et la comptabilité nationale diffèrent : pour l'assurance-dommage, par exemple, l'IPC considère que la dépense de consommation est égale aux primes brutes, alors que la comptabilité nationale considère les primes nettes des indemnités ; ou encore, la comptabilité nationale considère que le crédit d'impôt pour l'emploi d'un salarié à domicile minore les dépenses de consommation des ménages, ce qui n'est pas le cas de l'IPC. Enfin, le déflateur de la dépense de consommation donne un poids différent de celui de l'IPC aux divers postes de la consommation. Il se fonde sur leur poids courant dans la dépense de consommation alors que l'IPC s'appuie sur leur poids passé. Au total, entre 2006 et 2015, l'écart entre les deux indices de prix varie entre -1,6 point et +0,6 point selon les années (*figure*).

En 2015, les prix de la dépense de consommation reculent (-0,2 %). Le déflateur de la dépense de consommation est ainsi inférieur à l'évolution de l'IPC qui s'établit, en moyenne annuelle, à 0,0 %. La baisse des prix de l'assurance-vie (-11,0 %), liée à la baisse des rendements, contribue à abaisser le déflateur de 0,2 point, et les Sifim de 0,1 point. Les loyers imputés jouent dans le sens contraire (+0,1 point). Hors loyers imputés, Sifim et assurance-vie, le déflateur de la dépense de consommation des ménages est inférieur de 0,1 point à l'évolution moyenne de l'IPC. Cet écart résiduel s'explique par la prise en compte de produits non suivis par l'IPC (comme l'autoconsommation ou les jeux de hasard), par des effets de pondération et par le traitement différent de certains produits comme les télécommunications.

Écart entre le déflateur de la dépense de consommation des ménages et l'indice des prix à la consommation (IPC)



* Sifim : services d'intermédiation financière indirectement mesurés.

Source : Insee, comptes nationaux, base 2010.

Bibliographie

- Arnaud F., Debauche E., Gallot P., « Les comptes de la Nation en 2015 - Le PIB et le pouvoir d'achat des ménages accélèrent, l'investissement se redresse », *Insee Première* n° 1597, mai 2016.
- Millet N. et Hillaireau F., « Les hébergements collectifs touristiques en 2015 - La clientèle française est de retour », *Insee Première* n° 1588, avril 2016.

Direction Générale :
18, bd Adolphe-Pinard
75675 PARIS CEDEX 14
Directeur de la publication :
Jean-Luc Tavemier
Rédacteur en chef :
E. Nauze-Fichet
Rédacteurs :
J.-B. Champion, C. Collin, C. Lesdos-
Cauhapé, V. Quénechdu, H. Valdelièvre
Maquette : C. K., R. P. V.
Impression : Jouve
Code Sage IP161601
ISSN 0997 - 3192

- **Insee Première** figure dès sa parution sur le site internet de l'Insee :
www.insee.fr/collections-nationales
- Pour recevoir par courriel les avis de parution (50 numéros par an) :
<http://www.insee.fr/abonnements>

Pour vous abonner à **Insee Première** et le recevoir par courrier :
<http://www.webcommerce.insee.fr/liste.php?idFamille=16>

