



## Les comportements de consommation en 2017 Le transport devient le premier poste de dépenses des ménages

En 2017, les ménages résidant en Martinique consacrent la moitié de leur budget aux transports, à l'alimentation et au logement. Les modes de consommation diffèrent selon leurs revenus et leurs caractéristiques et font apparaître trois profils types de consommateurs : les *aînés défavorisés* donnant la priorité aux dépenses alimentaires, les *locataires aux revenus modestes* et les *actifs en emploi consommateurs de biens de confort*. Entre 2011 et 2017, les choix en matière de consommation des ménages ultramarins se rapprochent de ceux des métropolitains, avec notamment un poids des dépenses de transport et des biens de confort en hausse.

Nicolas Kempf, Lise Demougeot, Baptiste Raimbaud, Insee

En 2017, les ménages résidant en Martinique consomment 1 920 € par mois, soit 20 € de plus que leurs homologues de Guadeloupe. Ce montant est inférieur au niveau métropolitain (380 € de moins). Les ménages martiniquais dépensent en moyenne 1 280 € par mois par unité de consommation (UC). Quels sont les choix de consommation des ménages martiniquais ? Quels facteurs influent sur leurs préférences ou leurs obligations en matière de dépenses ?

### Le transport, 20 % du budget des ménages martiniquais

En 2017, les ménages de Martinique consacrent la moitié de leur budget à se déplacer, se nourrir et se loger.

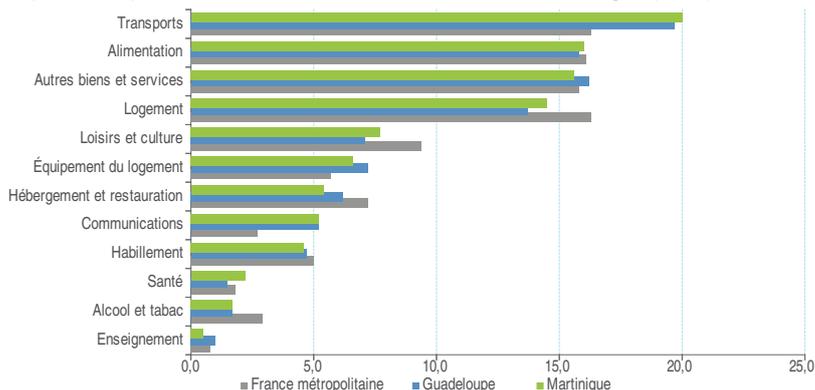
Les transports représentent leur premier poste de dépenses, soit 20 % de leur budget (figure 1). Cette part importante résulte de deux facteurs concomitants. D'une part, la moitié des ménages ont

des dépenses de logement faibles en raison de leur statut d'occupation (propriétaires non-accédants ou logés à titre gratuit). Ils peuvent donc affecter une partie supplémentaire de leurs revenus

aux transports. D'autre part, le réseau des transports en commun est peu développé dans certaines parties de l'île, ce qui entraîne un besoin plus important en véhicule particulier pour se déplacer.

### 1 Le transport, premier poste de dépenses des ménages martiniquais

Comparaison spatiale des structures de consommation des ménages (en %)



Lecture : en 2017, les ménages martiniquais consacrent 20 % de leur budget aux dépenses de transport.

Source : Insee, enquête Budget de famille 2017.

L'achat de véhicule représente ainsi un tiers des dépenses de transports, avant l'achat de carburant (27 %) et l'entretien du véhicule (21 %).

Le deuxième poste de consommation des ménages martiniquais est dévolu aux dépenses alimentaires (produits alimentaires et boissons non alcoolisées). En 2017, 16 % de leur budget est consacré à cette dépense et notamment à l'achat de pain, céréales, produits à base de céréales (18 % des dépenses alimentaires), de viande (17 %), de légumes (11 %), de poissons et fruits de mer (11 %) et de lait, fromage et œufs (10 %).

Les dépenses de logement représentent, comme en Guadeloupe, le troisième plus important poste de consommation. En 2017, 14,5 % de leur budget est consacré à cette dépense. En France métropolitaine, le logement pèse davantage dans le budget des ménages comme en Guyane où il arrive en première position devant les transports et l'alimentation. Cette différence s'explique par la proportion importante de ménages propriétaires non-accédants ou logés à titre gratuit dans la population martiniquaise. Les principales dépenses en termes de logement sont celles liées au paiement des loyers pour les locataires (49 %), de l'électricité (22 %) et de l'eau (19 %).

Les ménages résidant en Martinique consacrent 43 % de leur budget aux autres postes de consommation, hors transport, alimentation, logement et équipement du logement. Parmi ces autres dépenses, les biens de confort (*définitions*), c'est-à-dire les dépenses liées aux loisirs et à la culture, à l'hébergement-restauration et à l'habillement, représentent 17,7 % des dépenses de consommation des Martiniquais. Ce niveau de dépense est similaire en Guadeloupe mais reste inférieur de quatre points par rapport à la France métropolitaine. La consommation de biens et services liée aux communications s'élève à 5,2 % du budget, soit 2,5 points de plus qu'en France métropolitaine. Le coût des services de télécommunications généralement plus élevé aux Antilles s'explique en partie par des tailles de marché très inférieures ne bénéficiant pas nécessairement de la dynamique concurrentielle métropolitaine.

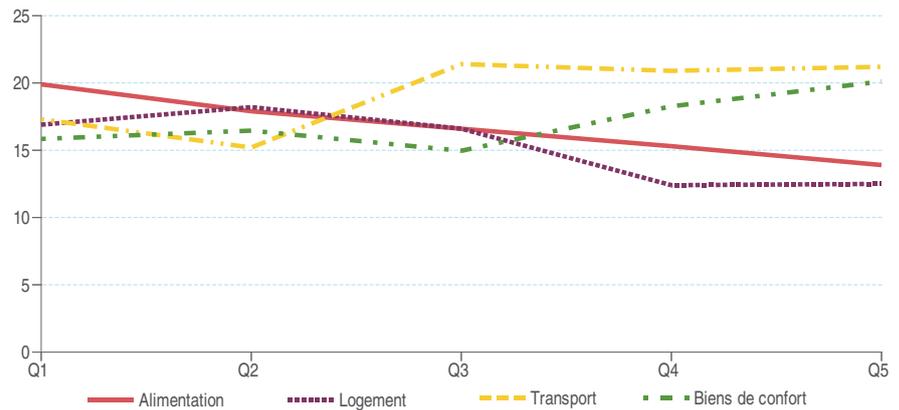
Les dépenses en biens et services divers représentent 15,6 % du budget des ménages. Ce poste hétérogène comprend notamment les dépenses d'assurances (58 % d'entre elles), de soins corporels (21 %) et de protection sociale (6 %).

### Les choix en matière de consommation déterminés par le revenu

À mesure que le revenu augmente, la part des dépenses de consommation allouée aux besoins essentiels (s'alimenter et se loger)

## 2 Le poids des dépenses alimentaires diminue avec l'augmentation du revenu

Poids des dépenses d'alimentation, de logement, de transport et de biens de confort selon le quintile de revenu en Martinique (en € et en %)



Lecture : les 20 % de ménages les plus modestes (Q1) consacrent 20 % de leur budget aux dépenses d'alimentation.

Source : Insee, enquête Budget de famille 2017.

diminue au profit des transports et des biens de confort. En 2017, les ménages les plus modestes, c'est-à-dire les 20 % de ménages les moins riches, consomment 860 € par mois par UC contre 2 120 € pour les plus aisés. Les plus modestes consacrent 20 % de leur budget à l'alimentation contre seulement 14 % pour les ménages les plus aisés (*figure 2*). Ce lien décroissant entre revenu et poids des dépenses se retrouve également pour les dépenses de logement et de communications. Le comportement de consommation des ménages relève donc d'un arbitrage permanent entre la satisfaction de besoins liés à la structure du ménage et un ensemble de contraintes et, en premier lieu, la contrainte budgétaire.

À partir des habitudes de consommation des Martiniquais, trois profils types se dessinent : les *ânés défavorisés* donnant priorité à l'alimentation, les *locataires aux revenus modestes* et les *actifs en emploi consommateurs de biens de confort* (*méthodologie*).

### L'alimentation, une priorité pour les ânés défavorisés

Les *ânés défavorisés*, qui accordent la priorité à l'alimentation, représentent 34 % de la population martiniquaise. Les ménages appartenant à ce profil sont plutôt âgés. Ils sont souvent propriétaires de leur logement ou sont logés gratuitement. Leur revenu est modeste. Ces ménages sont souvent inactifs, la moitié d'entre eux sont à la retraite ou sans activité professionnelle. Ils sont également peu ou pas diplômés. Enfin, il s'agit plus souvent de personnes seules ou de couples sans enfant.

Les individus appartenant à ce profil des *ânés défavorisés* priorisant l'alimentation consomment 960 € par mois par UC. L'alimentation est, de loin, leur premier poste de dépenses. Ce poste représente en effet

### Dépenses pré-engagées, un niveau comparable à la métropole

Les dépenses pré-engagées se font sous la forme de contrats difficilement renégociables à court terme, par exemple, les dépenses liées au logement (loyer, eau, électricité, etc.) ou aux communications (*définitions*). En 2017, les dépenses pré-engagées représentent un tiers du budget des ménages martiniquais, soit un niveau comparable à la France métropolitaine. Depuis 2011, le poids de ces dépenses a progressé d'un point. Ce type de dépenses contraintes pèse sur les ressources du ménage et diminue sa capacité au quotidien à se diriger vers d'autres types de consommation, comme les loisirs.

En Martinique comme ailleurs, les poids des dépenses pré-engagées se réduit à mesure que la richesse du ménage augmente passant de 35 % pour les plus modestes à 25 % du budget pour les plus aisés.

Selon les profils type de consommateurs, le poids des dépenses pré-engagées est très important chez les *locataires aux revenus modestes* (55 % de leur consommation totale). À l'opposé, les dépenses pré-engagées pèsent beaucoup moins dans le budget des *ânés défavorisés* priorisant l'alimentaire et des *actifs en emploi consommateurs de biens de confort*, respectivement 29 % et 25 %.

28 % de leur consommation totale, soit 13 points de plus que la moyenne régionale. Ils dépensent également davantage en équipement du logement notamment pour l'entretien courant de la maison et du jardin. Enfin, leurs dépenses d'alcool et tabac s'élèvent à 4 % de leur budget soit deux points de plus que la moyenne des Martiniquais. À l'inverse, ils dépensent peu dans les transports notamment dans l'achat de véhicule. Leur consommation en biens de confort est, par ailleurs, faible.

## Les dépenses de logement pèsent sur les locataires aux revenus modestes

Les *locataires aux revenus modestes* représentent 30 % de la population martiniquaise. Parmi eux, sept ménages sur dix sont locataires de leur logement. Leur revenu modeste constitue un frein à l'accès à la propriété. Les personnes de ce groupe sont surtout des retraités, des employés et des ouvriers souvent peu ou pas diplômés. Il s'agit principalement de personnes seules (50 % d'entre eux) ou de familles monoparentales (23 %).

Les *locataires aux revenus modestes* consomment 880 € par mois par UC. Les dépenses de logement pèsent lourdement sur leur budget : 20 points de plus que la moyenne martiniquaise. Au sein de ce poste, les principaux motifs de dépenses sont les loyers, l'eau et l'électricité. Le coût du logement conjugué à un revenu modeste grève leur budget. Ils dépensent donc moins dans l'alimentation, les transports et les biens de confort.

## Les transports, un tiers des dépenses des actifs en emploi consommateurs de biens de confort

Les *actifs en emploi consommateurs de biens de confort* représentent 36 % de la population martiniquaise. Ces ménages sont plutôt composés de personnes en emploi et de jeunes. Ils sont généralement diplômés et occupent des emplois qualifiés. Ils disposent ainsi d'un revenu confortable : 61 % d'entre eux appartiennent aux 40 % des ménages les plus aisés. Six sur dix possèdent leur logement. Il s'agit généralement de couples avec enfants, de personnes seules ou de familles monoparentales.

Disposant de moyens plus élevés que le reste de la population, les *actifs en emploi consommateurs de biens de confort* dépensent 1 820 € par mois par UC. Le transport est, de loin, leur premier poste de dépenses (29 %) et particulièrement l'achat de véhicules. Ils consacrent également 20 % de leur budget aux biens de confort particulièrement pour la consommation de services de restauration, l'achat d'articles d'habillement et de services récréatifs et culturels. Ils affectent, par conséquent, une part plus faible de leur budget à l'alimentation et au logement.

## Une baisse de la part des dépenses allouées à l'alimentation

En 2017, les ménages résidant en Martinique ont dépensé 4 milliards d'euros dans l'achat de biens et services. Compte-tenu de l'évolution des prix, ces dépenses ont augmenté de 6 % entre 2011 et 2017. Cette augmentation est essentiellement portée par l'amélioration

### 3 Trois profils, trois priorités de consommation

Répartition des dépenses en fonction du profil des consommateurs martiniquais (en %)

	Martinique	Les aînés défavorisés donnant priorité à l'alimentation	Les locataires aux revenus modestes	Les actifs en emploi consommateurs de « biens de confort »
Alimentation	16,0	28	10	12
Alcool et tabac	1,7	4	1	1
Habillement	4,6	4	4	5
Logement	14,5	10	35	10
Équipement du logement	6,6	10	4	6
Santé	2,2	2	3	2
Transports	20,0	9	9	29
Communications	5,2	6	7	4
Loisirs et culture	7,7	6	7	8
Enseignement	0,5	0	0	1
Hébergement et restauration	5,4	4	5	7
Autres biens et services	15,6	17	15	15
Ensemble	100,0	34	30	36

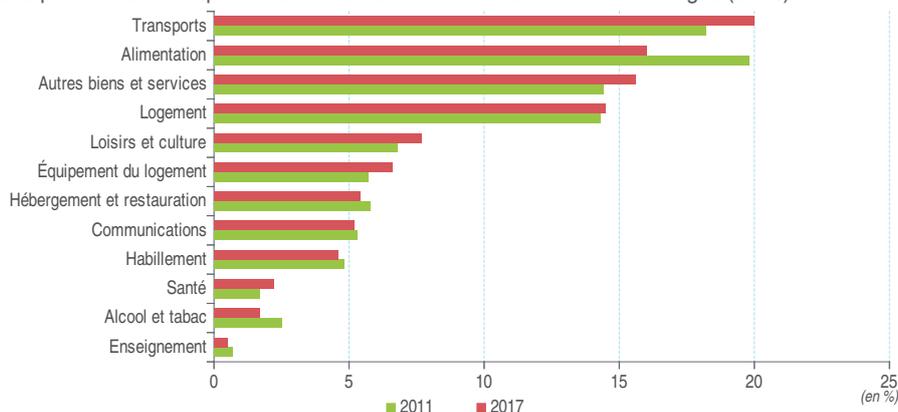
Note : les données de ce tableau sont issues d'une classification ascendante hiérarchique ayant permis d'identifier trois profils de consommations.

Lecture : en 2017, les aînés défavorisés donnant priorité à l'alimentation consacrent 28 % de leur budget aux dépenses alimentaires.

Source : Insee, enquête Budget de famille 2017.

### 4 Le transport et les biens de confort priment sur l'alimentation

Comparaison intertemporelle des structures de consommation des ménages (en %)



Lecture : entre 2011 et 2017, les dépenses de transports des ménages martiniquais augmentent de deux points.

Source : Insee, enquête Budget de famille 2017.

### Quelles dépenses privilégieraient les ménages martiniquais si leurs ressources augmentaient ?

Si les ressources des ménages martiniquais augmentaient (d'environ 10 %), ils affecteraient en priorité ce surplus à leur épargne, au remboursement de crédit ou de dettes ou à des dépenses en termes de loisirs-vacances (figure 5). En revanche, très peu seraient prêts à dépenser plus pour leur habillement, leur culture, l'éducation de leurs enfants ou leurs transports.

Ces déclarations cachent toutefois des spécificités en fonction du revenu des ménages. Les plus pauvres auraient tendance à dépenser davantage pour leur santé ou à épargner, tandis que les plus riches souhaiteraient dépenser plus pour leurs loisirs et vacances ou pour épargner.

En termes de profils type de consommateurs, les *aînés défavorisés donnant la priorité à l'alimentation* dépenseraient davantage pour leur santé ou épargneraient. Les *locataires aux revenus modestes* privilégieraient l'épargne et l'alimentaire. Enfin, les *actifs en emploi consommateurs de biens de confort* choisiraient le loisir et le remboursement de dettes.

du revenu des ménages. Effectivement, la baisse de la demande de biens, engendrée par la diminution de la population, a été compensée par l'amélioration du revenu des martiniquais. La décohabitation et le vieillissement qui ont créé de nouveaux besoins, ainsi que l'application de la législation nationale notamment en termes de confort de

logement se sont traduits par des dépenses de consommation supplémentaires.

Entre 2011 et 2017, les habitudes de consommation ont évolué : la part des dépenses dédiées aux transports, aux loisirs et à l'équipement du logement ont augmenté en Martinique au détriment de celle de l'alimentation. La part des dépenses de

## 5 En cas de ressources supplémentaires, l'épargne serait privilégiée

Affectation prioritaire d'un revenu supplémentaire en fonction du niveau de vie en Martinique (en %)

	Ensemble	Q1	Q5
Épargner	17,9	15,0	20,6
Rembourser vos crédits ou vos dettes	15,5	11,4	15,2
Dépenser plus pour vos loisirs ou vos vacances	15,2	9,2	25,5
Dépenser plus pour votre santé	13,7	20,9	7,0
Dépenser plus pour votre alimentation	8,6	10,2	3,6
Dépenser plus pour votre logement, votre résidence secondaire	8,1	8,6	7,4
Dépenser plus pour l'équipement de votre logement	7,3	11,0	5,0
En faire profiter vos proches	4,7	2,8	8,2
Dépenser plus pour votre culture, pour l'éducation de vos enfants	3,0	5,4	3,3
Dépenser plus pour vos transports (achat automobile...)	2,5	2,2	2,5
Autres cas	2,0	2,3	0,0
Dépenser plus pour votre habillement	1,5	1,0	1,7

Lecture : en cas de ressources supplémentaires, 18 % des ménages martiniquais choisiraient d'épargner cette somme.

Source : Insee, enquête Budget de famille 2017.

transports augmente de 1,8 point sur la période : cette hausse est liée essentiellement à l'achat de véhicules. Dans le même temps, la part des autres biens et services augmente de 1,2 point, liée principalement au poids des dépenses d'assurances. Enfin, la part des dépenses de biens de loisirs et culture progresse également de 0,9 point en lien, notamment, avec une consommation supérieure de services récréatifs et culturels. En contrepartie, la part du budget allouée à l'alimentation baisse (-3,8 points en six ans), comme en Guadeloupe et en Guyane dans une moindre mesure. ■

### Avertissement relatif à la baisse de l'alimentaire

Entre 2011 et 2017, la part des dépenses d'alimentation a diminué. Cette tendance suit les évolutions sociétales. Sur la période, la population martiniquaise vieillit et décohabite ce qui implique de nouveaux besoins : logements, santé, assurances et équipement du logement. Ces derniers occasionnent de nouvelles dépenses qui pèsent davantage sur le budget des ménages.

De plus, les traitements statistiques individuels de l'enquête entre les deux millésimes accentuent cette diminution.

## Source

L'enquête Budget de famille (BDF) vise à reconstituer toute la comptabilité des ménages (dépenses et ressources) résidant en France (métropolitaine et Dom). L'étude des dépenses constitue l'objectif traditionnel et central de l'enquête : toutes les dépenses des ménages sont enregistrées, leur montant et leur nature, ventilés dans une nomenclature d'environ 900 postes budgétaires compatible avec la nomenclature de la comptabilité nationale. C'est une nomenclature internationale qui permet de comparer les données dans le temps et dans l'espace.

L'enquête BDF est une enquête quinquennale, qui existe en France métropolitaine depuis 1979 et dans les départements d'outre-mer depuis 1995. Elle porte sur l'ensemble des ménages ordinaires de France entière. L'enquête 2016-2017 s'est déroulée en deux visites auprès de tous les individus de chaque ménage enquêté. Dans les départements d'outre-mer (hors Mayotte, où l'enquête est décalée d'un an), 6 800 logements ont été enquêtés et 3 900 ménages ont effectivement répondu.

Service territorial de Fort-de-France  
Centre technopole de Kerlys - bâtiment D1  
5, rue Saint-Christophe - CS 10641  
97262 Fort-de-France Cedex

Directeur de la publication :  
Olivier LÉNA

Rédacteur en chef :  
Sylvie BLANC

Rédacteur en chef adjointe :  
Maud TANTIN MACHECLER

Mise en page :  
Maud TANTIN MACHECLER

ISSN : 2416-8106  
© Insee 2019

## Pour en savoir plus

- A. Ferret, Demoly E., « Les comportements de consommation en 2017 : le transport pèse plus en milieu rural, le logement en milieu urbain », *Insee Première* n° 1749, avril 2019.
- P. Clarenc, G. Custos, « Le niveau de vie moyen des Martiniquais progresse entre 2001 et 2011, les inégalités persistent », *Insee Dossier Martinique* n° 9, mars 2018.
- « Cinquante ans de consommation en France », *Insee Références édition 2009*, septembre 2009.
- N. Herpin, « Sociologie de la consommation », La Découverte, collection Repères, 2004.

## Méthode

Les profils de consommateurs sont issus d'une classification ascendante hiérarchique (CAH). À partir des consommations dans chaque poste de dépenses (alimentation, transport, logement, équipement de logement, etc.), les ménages ont été regroupés en trois profils type de consommateurs aussi homogènes et distincts que possible :

- les aînés défavorisés donnant priorité à l'alimentation,
- les locataires aux revenus modestes,
- et les actifs en emploi consommateurs de biens de confort.

Le nom de chacun de ces profils s'appuie sur les caractéristiques des individus les plus représentés.

## Définitions

**Unité de consommation** : système de pondération attribuant un coefficient à chaque membre du ménage. Il permet de comparer les niveaux de vie de ménages de tailles ou de compositions différentes. Le nombre de personnes est ramené à un nombre d'unités de consommation (UC).  
*Lire la suite* : <https://www.insee.fr/fr/metadata/definition/c1802>.

**Consommation** : dépenses d'un ménage, dont sont exclues les dépenses d'investissements (achats immobiliers, gros travaux et placements financiers) et les impôts directs (impôts sur le revenu, taxe d'habitation, taxe foncière, etc.).

**Biens de confort** : il s'agit de biens, parfois appelés « biens de luxe », dont la consommation augmente, en pourcentage, plus que le revenu. Ils regroupent les dépenses de loisirs et culture, d'hébergement et restauration, d'habillement.

**Quintiles** : les quintiles de revenu par unité de consommation sont les valeurs-seuils qui, lorsque l'on ordonne la population selon les valeurs de ce revenu, la partitionnent en cinq sous-populations de tailles égales.

**Dépenses pré-engagées** : dépenses des ménages réalisées dans le cadre d'un contrat difficilement renégociable à court terme.

*Lire la suite* : <https://www.insee.fr/fr/metadata/definition/c1358>.

