

Travail à remettre : Rattrapage

Analyse de la dépendance de la consommation du revenu

Les analystes sont très attentifs à l'évolution de la consommation des ménages car c'est en grande partie d'elle que dépendra le maintien ou non de la croissance française en 2003. La consommation représente en effet plus de 60 % du produit intérieur brut (PIB). Il est donc opportun de s'intéresser aux déterminants de celle-ci.

La consommation peut correspondre à plusieurs notions. Dans notre analyse, on considérera qu'elle correspond à la consommation finale des ménages, c'est-à-dire, la consommation de biens et services permettant de satisfaire des besoins, par opposition à la consommation intermédiaire des entreprises. La consommation représente aussi la partie du revenu disponible qui n'est pas épargnée.

Le revenu disponible correspond au revenu primaire, c'est-à-dire, le revenu provenant de l'activité ou de la propriété, diminué des prélèvements obligatoires et augmenté des revenus de transfert. C'est, en effet, le revenu disponible qui détermine très largement la consommation des ménages.

Mais est-il vraiment le seul facteur explicatif de celle-ci ? L'observation de ces dernières années montre qu'il n'y a pas toujours une corrélation entre l'évolution de ces deux variables. À partir de 1988, par exemple, la consommation a augmenté moins vite que le revenu. De même, entre 1981 et 1987 les ménages ont consommé plus que la seule évolution de leur revenu ne leur permettait. De plus, de nombreuses analyses sociologiques et commerciales montrent qu'avec des mêmes revenus, deux ménages ne vont pas consommer les mêmes types de biens et de services.

On peut donc dire que même si le revenu joue un rôle primordial sur la consommation d'autres facteurs, à la fois économiques et sociologiques, interviennent sur celle-ci. Une première partie analysera donc en quoi le revenu joue un rôle très important sur la consommation, une seconde partie montrera l'influence non négligeable d'autres facteurs, d'ordre économique et sociologique.

I) La consommation dépend sensiblement du revenu

Le revenu joue un rôle majeur dans la détermination de la consommation, aussi bien au niveau quantitatif que qualitatif.

Pour Keynes la consommation est une fonction croissante du revenu, c'est-à-dire que lorsque le revenu croît, la consommation croît aussi. On peut en effet facilement imaginer qu'une personne disposant d'un plus grand revenu qu'une autre, aura un niveau de consommation supérieur.

Cela explique aussi que la consommation est plus importante dans les pays développés à haut revenu moyen que dans les pays en voie de développement.

Par contre Keynes montre que la propension marginale à consommer est décroissante par rapport au revenu. C'est-à-dire que la part du revenu affectée à la consommation décroît lorsque le revenu augmente. Cela vient du fait que lorsque le revenu augmente les besoins primaires sont satisfaits et que les personnes commencent à épargner une partie de plus en plus grande de leur revenu.

Mais on peut s'interroger sur la nature du revenu qui influence vraiment la consommation. Ainsi, les libéraux contestent en partie ces liaisons. Par exemple Milton Friedman pense que ce n'est pas le revenu immédiat qui détermine le niveau de consommation mais le revenu moyen attendu par

l'individu sur une longue période, c'est la notion du revenu permanent. Cela peut expliquer le fait qu'un jeune ayant un salaire actuel relativement bas va avoir un niveau de consommation plus élevé qu'une personne de 58 ans ayant pourtant un revenu plus important. Le jeune va en effet anticiper une augmentation de revenu dans les années à venir et ne va pas avoir peur de consommer, voir de s'endetter pour consommer, alors que la personne de 58 ans, va anticiper la baisse de son revenu lors de sa retraite et va avoir tendance à épargner davantage, pour des motifs de précaution.

Que ce soit pour les keynésiens ou les libéraux, on peut donc dire que le revenu ou les perspectives de revenu jouent donc un rôle primordial sur le niveau de la consommation. Mais le revenu ne se contente pas de déterminer le niveau de la consommation, il modifie aussi sa composition.

En effet, le statisticien allemand Engel, a montré par l'observation dès le 19^{ème} siècle, que l'élévation du revenu entraîne une modification du mode de consommation.

Il énonce trois lois relatives à l'évolution des différentes catégories de consommation, suite à une élévation du revenu. La part relative du revenu affectée aux dépenses d'alimentation diminue lorsque le revenu augmente, celle consacrée aux dépenses d'habillement et de logement reste stable et celle relative aux dépenses d'éducation, de santé, de loisir, augmente.

Les calculs d'élasticité de la demande par rapport au revenu confirment ces observations, en montrant que la demande d'un bien dit « inférieur », c'est-à-dire correspondant à la satisfaction d'un besoin primaire, augmente moins vite que l'augmentation du revenu car ces besoins sont les premiers à être satisfaits. Alors que pour les biens dits « supérieurs » c'est-à-dire correspondant à la satisfaction de besoins secondaires comme l'éducation, la santé, les loisirs... la demande augmente plus rapidement que le revenu.

Cela se traduit par une modification très sensible de la structure de la consommation des ménages lorsque le revenu augmente. Pour ne donner qu'un exemple on sait que le revenu a très fortement augmenté durant les trente glorieuses, il a plus que triplé. Cela a entraîné une baisse très sensible du coefficient budgétaire des produits alimentaires qui est passé, durant cette période, de plus de 30 % à moins de 20%, pour atteindre moins de 15 % aujourd'hui.

Mais si l'évolution du revenu explique une grande partie de l'évolution de la structure de consommation, il n'explique pas tout. D'autres facteurs interviennent, ne serait-ce que le taux d'inflation qui va déterminer l'évolution du revenu réel des ménages, c'est-à-dire leur pouvoir d'achat, qui représente un facteur déterminant de leur consommation.

II) Les autres facteurs explicatifs de la consommation

Il existe des facteurs économiques autres que le revenu qui influencent la consommation comme le taux d'inflation, le taux d'intérêt et le taux de chômage.

De plus, la consommation n'est pas qu'un acte économique, c'est aussi un acte social et en tant que tel, va être influencée par des facteurs sociaux.

Sans entrer dans le débat sur l'influence de l'anticipation de l'inflation sur le comportement des agents économiques, on peut dire, que plus le taux d'inflation est élevé, plus les ménages ont intérêt à précipiter leurs achats, pour ne pas subir la hausse des prix. C'était le cas au Brésil dans les années 1990 où le taux d'inflation avoisinait les 1000 % par an !

De plus un fort taux d'inflation réduit généralement les taux d'intérêts réels ce qui diminue le rendement des placements financiers et dissuade les ménages de l'épargne et donc, toutes choses étant égales par ailleurs, augmente la consommation. Ce mécanisme fonctionne aussi, bien sûr, dans le sens inverse.

Le taux d'intérêt est donc un autre déterminant de la consommation. Sa variation produit sur elle deux effets opposés. D'une part, comme on l'a vu dans le sens inverse, si le taux d'intérêt augmente, il va favoriser l'épargne car le rendement des placements va augmenter et donc faire baisser la consommation, on assiste à un effet de substitution. D'autant plus que les ménages vont hésiter à s'endetter pour financer leur consommation, avec un taux élevé. D'autre part les ménages vont

bénéficier d'une augmentation de leur revenu financier et donc de leur revenu global, ce qui aura tendance comme on l'a vu dans la première partie à faire augmenter la consommation. C'est ce que l'on appelle l'effet revenu. La relation entre le taux d'intérêt et la consommation n'est donc pas mécanique, son résultat dépend de la force relative de ces deux effets opposés. On peut simplement faire remarquer, que ce seront les ménages à haut revenus qui bénéficieront le plus de l'effet revenu or ils ont une propension marginale à consommer relativement faible. Rien ne dit d'ailleurs que le revenu global augmentera car la hausse du taux d'intérêt peut ralentir la croissance économique et exercer une pression à la baisse des revenus du travail. Mais cela est un autre sujet.

Par contre le taux de chômage a, lui aussi, un impact sur la consommation, au niveau quantitatif et qualitatif. Quantitatif car un haut taux de chômage comprime les revenus du travail, bien sûr, mais aussi car lorsque le taux augmente sur une longue période, il incite les ménages à constituer une épargne de précaution pour se prémunir de ce risque et cela, au détriment de la consommation. On a en effet constaté une remontée sensible du taux d'épargne entre 1987 et 1997, il est passé de 11 %, à un peu moins de 17 %, alors que le pouvoir d'achat ne progressait que faiblement.

Le taux de chômage influence aussi qualitativement la consommation car il agit sur le moral des consommateurs, leur taux de confiance en l'avenir. Lorsque le taux de chômage est élevé ou en augmentation, l'indice de confiance est pessimiste et les consommations secondaires comme les loisirs, les voyages, les produits luxueux sont délaissés et les achats de biens correspondant à une demande de remplacement comme l'automobile et l'informatique, sont reportés.

Normalement l'effet inverse se produit lorsque le taux de chômage diminue. Mais cela n'est pas évident car la consommation est aussi affectée par des facteurs d'ordre sociologique.

Pour Pierre Bourdieu, la consommation est dictée par des normes sociales, les habitus, qui dépendent du revenu ou plutôt du capital économique mais aussi du capital social et du capital culturel. Ainsi la consommation va être un moyen à la fois de se distinguer des autres et de montrer son appartenance à un groupe. Aussi deux individus peuvent avoir les mêmes revenus et des niveaux de consommation, et surtout, une structure de consommation, très différents. Ce sera, par exemple, le cas entre un instituteur, un agriculteur et un commerçant.

Mais en plus de notre position sociale qui va déterminer en partie notre consommation, l'acte de consommer peut être synonyme d'expression et de signe.

Baudrillard montre en effet que la consommation est un ensemble de signes, un langage, par lequel l'individu cherche à montrer sa personnalité. L'exemple le plus frappant est la manière de s'habiller, de porter ou non des bijoux mais aussi de manger, et même de gaspiller.

Avec l'uniformisation des modes de consommation depuis l'avènement de la consommation de masse dans les pays développés, qui se traduit par des taux d'équipement élevés pour un grand nombre de biens, l'expression du signe est devenue plus subtile. En effet on n'émet plus de signe particulier en possédant une télévision ou une voiture aujourd'hui, quasiment tous les ménages en possèdent une, ou même, plusieurs. On peut par contre émettre un signe en refusant d'en posséder une, ou alors, en possédant un grand écran plasma ou un cabriolet des années 60. De même certains biens de luxe se sont banalisés. On trouve du foie gras par exemple dans les supermarchés. Mais on n'exprime pas la même chose en achetant son foie gras chez un grand traiteur ou dans un supermarché.

En fait, comme la consommation des ménages des pays développés se compose de plus en plus de biens secondaires, les déterminants sociologiques jouent un rôle de plus en plus important car la possibilité de choix, des ménages, est plus grande.

Le revenu explique en grande partie le niveau de la consommation, surtout lorsque les besoins primaires ne sont pas tous satisfaits, ce qui est le cas dans de nombreux pays en voies de développement.

Mais d'autres facteurs économiques comme le taux d'intérêt ou le taux de chômage interviennent aussi sur ce niveau de consommation.

De plus si on s'intéresse à l'aspect qualitatif de la consommation, on remarque que des facteurs sociologiques jouent un rôle non négligeable car la consommation n'est pas simplement la satisfaction d'un besoin mais représente aussi un signe, une expression.

On peut s'attendre à ce que l'augmentation du temps libre ou de loisir, conséquence de la réduction du temps de travail, va modifier à la fois le niveau et la structure de consommation des ménages car elle joue sur le revenu mais aussi, sur le style de vie des individus.

Travail à faire

- 1) Quelles sont les composantes de l'introduction de la dissertation ci-dessus ?
- 2) Quelles sont les composantes de la conclusion de la dissertation ci-dessus ?
- 3) Donner le plan détaillé de la dissertation ci-dessus.
- 4) Résumer la dissertation ci-dessus en 200 mots (± 10 mots).
- 5) Etablir une carte heuristique pour la dissertation.

Remarques

- La copie doit comporter : **nom, prénom, groupe et date de naissance.**
 - Deux copies identiques impliquent une annulation des deux copies.
 - Une attention particulière est accordée à la présentation de la copie.
 - Le travail **ne doit pas dépasser deux pages** (sanction).
 - Les travaux doivent être remis en version papier et dans des feuilles A4 (extra blanc format A4).
 - Les travaux sont à remettre le **Mercredi 21 septembre 2022** au niveau de **la salle 01 des sciences commerciales de 12H30 à 13H00** (aucun travail ne sera accepté au-delà de cette date et aucun travail ne sera reçu par un autre biais)
- N'oubliez pas d'émarger (signer) après le dépôt de votre travail.

Le chargé de cours

Dr. ASMANI. A.