

# La consommation des ménages en 1999

## La croissance toujours au rendez-vous

Luis Cases, division Synthèses des biens et services, Insee

**L**a forte reprise de la consommation des ménages en 1998 avait concerné la plupart des produits. Ce mouvement s'est consolidé en 1999. Champagne, automobiles, meubles, téléphones, produits électroniques et informatiques, bijoux, parfums... ont profité de la confiance retrouvée des ménages et de la hausse des revenus, alors que le taux d'inflation est resté bas, malgré la hausse des produits pétroliers.

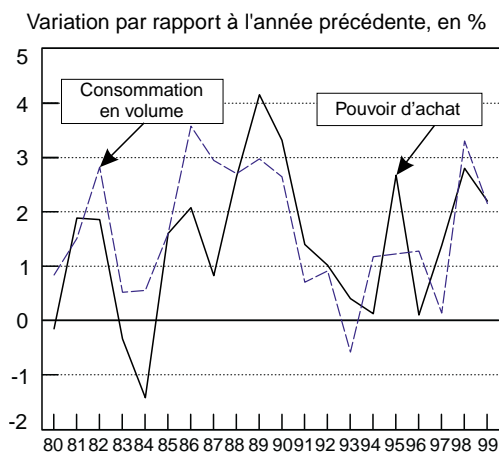
En 1999, les dépenses de consommation des ménages ont augmenté de 2,1 % en moyenne annuelle. C'est la deuxième plus forte progression de la décennie après 1998 (+ 3,3 %). Après un ralentissement temporaire au cours de l'hiver 98-99, les dépenses de consommation ont retrouvé un rythme annuel de croissance supérieur à 3 % à la fin de l'année 1999. Les ménages ont manifesté une plus grande confiance dans l'évolution de leur niveau de vie tout au long de l'année.

Cette progression soutenue des dépenses de consommation depuis deux ans s'explique par la hausse des revenus, induite par la croissance de l'emploi et la modération de l'inflation. La consommation a évolué presque au même rythme que le pouvoir d'achat du revenu disponible brut des ménages (+ 2,2 %), le taux d'épargne s'étant stabilisé (tableau 1 et graphique).

Entre le 1<sup>er</sup> janvier et le 31 décembre 1999, l'inflation a accéléré par rapport à 1998. Mais en moyenne annuelle, la hausse des prix à la consommation mesurée par la comptabilité nationale (cf. Pour comprendre ces résultats) est aussi faible qu'en 1998 : + 0,8 %. Il s'agit de la plus faible progression en moyenne annuelle depuis 1954.

À l'exception des produits pétroliers, les prix à la consommation ont augmenté très modérément en moyenne annuelle. Les prix des médicaments ont un peu baissé, ceux des automobiles aussi (-1,0 %), et ceux du matériel électronique ont accentué leur tendance à la baisse (-8,1 %). Le prix de l'ensemble des services a moins augmenté que l'an dernier (1,2 % après

### Consommation et pouvoir d'achat



Source : comptes de la nation 1999 - base 95, Insee

### 1 Consommation, prix, revenu et épargne

Variation par rapport à l'année précédente en %

	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999
Dépense de consommation en volume	0,9	-0,6	1,2	1,2	1,3	0,1	3,3	2,1
Prix à la consommation	2,5	2,4	2,2	2,0	1,9	1,4	0,8	0,8
Pouvoir d'achat du revenu disponible brut	1,0	0,4	0,1	2,7	0,1	1,4	2,8	2,2
Taux d'épargne (en % du revenu disponible brut)	14,7	15,7	14,8	16,0	15,1	16,1	15,7	15,8

Source : comptes de la nation 1999 - base 95, Insee

+ 1,4 %). En moyenne sur l'année, la hausse des produits pétroliers (4,4 %) a été presque compensée par les baisses de prix de l'électricité et du gaz de ville : le prix du poste « énergie » pour la consommation des ménages n'augmente que de 0,5 % en moyenne annuelle en 1999, alors qu'il baissait de 2,5 % en 1998.

## L'automobile et les biens durables ont tiré la consommation

Les achats de véhicules neufs (tableau 3) ont beaucoup augmenté pour la deuxième année consécutive (+ 13,1 % en volume après + 15,3 % en 1998). Les dernières années avaient été marquées par les effets des aides gouvernementales : hausses soutenues en 1994 et 1996 grâce à l'instauration des « prime à la casse » et « prime qualité », repli en 1997 (- 21,1 %) avec l'arrivée à échéance de la dernière mesure de soutien. La remontée des immatriculations a débuté au cours du deuxième semestre 1997 et a été très vive au cours des trois premiers trimestres 1998. Elle s'est ensuite poursuivie, mais de manière un peu plus irrégulière. Sur l'année, le nombre d'immatriculations de voitures particulières neuves a augmenté de + 10,5 % et se situe à 2,15 millions d'unités, le plus haut niveau depuis 1990. Les immatriculations ont progressé à peu près autant pour les marques françaises et les marques étrangères. Le lancement de nombreux nouveaux modèles ainsi que de sensibles baisses de prix ont participé à cette progression. Les ménages ont plébiscité les véhicules de loisirs : breaks, monospaces et tout terrain. Les voitures « plaisir » (cabriolet, coupé) ont aussi exercé un pouvoir d'attraction.

Les dépenses des ménages pour l'équipement du logement (tableau 2) continuent de progresser à un bon rythme en 1999. Les achats de meubles et d'appareils électroménagers ont ainsi augmenté de + 3,2 % en volume, après + 3,3 % en 1998.

Le secteur de l'ameublement a retrouvé des couleurs, après plusieurs années de baisses : + 2,6 % par rapport à 1998, année de redémarrage où la consommation de mobilier avait crû de + 3,8 %. Le dynamisme de l'électroménager en

1999 (+ 7,3 % en volume après + 5,2 % en 1998) a touché aussi bien les gros que les petits appareils.

Les achats de téléviseurs et de magnétoscopes ont été particulièrement nombreux durant l'année 1999. Des baisses de prix toujours importantes dans le domaine du matériel électronique et informatique de loisirs ont eu des répercussions sur les ventes de ces matériels ainsi que des caméscopes et chaînes hi-fi. Les Français se sont tournés vers les produits les plus nouveaux. Ainsi, les ventes de caméscopes numériques, de

lecteurs de DVD (digital versatile disk) et d'appareils photos numériques progressent de plus de 50 %.

Les ventes de microordinateurs auprès des ménages ont été multipliées par 12,5 depuis 1990. En volume, la hausse est de plus de 55 % en 1999 (après + 66 % en 1998 et + 41 % en 1997). Les fortes baisses de prix (-27 % en 1999, -50 % en trois ans) et l'expansion très rapide des produits multimédia et des portables caractérisent ce secteur.

Le succès du téléphone mobile s'est encore développé en 1999. Au 31

## 2 Évolution de la consommation des ménages par fonction

Variation par rapport à l'année précédente en %

	Volume			Prix			Valeur 1999 en milliards de francs	
	Moyenne annuelle 92-99	1997	1998	1999	1997	1998		1999
<b>Alimentation et boissons non alcoolisées</b>	<b>0,8</b>	<b>0,8</b>	<b>1,0</b>	<b>1,0</b>	<b>1,8</b>	<b>1,8</b>	<b>0,2</b>	<b>698,6</b>
Produits alimentaires	0,6	0,6	1,0	0,9	1,8	1,8	0,3	649,8
dont : Pain et céréales	0,3	0,0	0,2	-0,4	1,7	1,1	1,2	95,8
Viandes	0,1	0,6	1,2	0,7	2,3	0,7	-0,9	205,1
Poissons et crustacés	1,2	0,2	1,2	0,3	3,0	6,1	3,2	51,9
Lait, fromages et oeufs	1,3	1,0	2,6	1,8	0,7	0,6	0,4	96,3
Fruits et légumes	0,8	0,7	-0,3	1,8	1,3	4,1	-0,9	113,4
Boissons non alcoolisées	2,3	2,7	1,6	2,3	2,2	1,1	-1,4	48,8
<b>Boissons alcoolisées et tabac</b>	<b>-0,4</b>	<b>-2,0</b>	<b>2,3</b>	<b>-1,2</b>	<b>4,9</b>	<b>2,2</b>	<b>3,2</b>	<b>166,6</b>
Boissons alcoolisées	1,0	-0,5	2,5	1,0	2,1	1,4	2,1	83,8
Tabac	-2,0	-3,5	2,1	-3,4	8,0	3,0	4,4	82,9
<b>Articles d'habillement et chaussures</b>	<b>-0,5</b>	<b>1,2</b>	<b>2,3</b>	<b>0,8</b>	<b>0,5</b>	<b>-0,2</b>	<b>0,1</b>	<b>251,0</b>
Articles d'habillement	-0,7	1,2	2,4	0,8	0,5	-0,2	0,1	198,7
Chaussures	0,2	1,2	1,6	0,7	0,2	-0,2	-0,1	52,3
<b>Logement, chauffage, éclairage</b>	<b>1,5</b>	<b>0,4</b>	<b>2,4</b>	<b>1,4</b>	<b>1,6</b>	<b>1,3</b>	<b>0,9</b>	<b>1164,1</b>
dont : Location de logement	1,6	1,5	2,0	1,4	1,5	2,0	1,8	830,0
Chauffage, éclairage	1,0	-4,0	5,0	0,5	0,6	-2,4	-2,7	181,3
<b>Équipement du logement</b>	<b>1,0</b>	<b>1,3</b>	<b>3,3</b>	<b>3,2</b>	<b>1,2</b>	<b>1,1</b>	<b>0,4</b>	<b>311,5</b>
dont : Meubles, tapis	-0,2	-0,6	3,8	2,6	1,0	1,2	0,5	89,2
Appareils ménagers	2,4	2,2	5,2	7,3	-0,4	-1,2	-1,6	50,9
<b>Santé (dépenses à la charge des ménages)</b>	<b>2,3</b>	<b>-0,7</b>	<b>1,7</b>	<b>1,5</b>	<b>0,9</b>	<b>0,7</b>	<b>0,3</b>	<b>172,7</b>
dont : Médicaments	3,6	-0,8	3,5	3,5	0,8	0,4	-0,1	69,2
Médecine non hospitalière	1,7	-1,0	1,8	1,8	0,6	0,5	0,2	65,3
<b>Transport</b>	<b>1,4</b>	<b>-3,2</b>	<b>6,0</b>	<b>5,0</b>	<b>1,0</b>	<b>-0,0</b>	<b>1,0</b>	<b>727,2</b>
dont : Achats de véhicules	2,0	-14,6	13,5	11,7	-2,2	0,8	-1,0	200,6
Carburants, lubrifiants	0,4	0,8	1,9	0,7	3,5	-3,1	4,1	160,3
Services de transports	2,2	3,0	4,8	4,3	2,6	1,7	0,4	109,1
<b>Communications</b>	<b>5,2</b>	<b>4,7</b>	<b>9,0</b>	<b>7,5</b>	<b>-2,4</b>	<b>-4,3</b>	<b>-1,1</b>	<b>93,5</b>
<b>Loisirs et culture</b>	<b>2,6</b>	<b>2,6</b>	<b>6,5</b>	<b>5,0</b>	<b>-0,1</b>	<b>-0,5</b>	<b>-1,3</b>	<b>422,5</b>
dont : Appareils électroniques et informatiques	6,6	8,5	16,8	12,5	-5,4	-6,9	-8,1	82,7
Services culturels et récréatifs	3,1	2,6	5,7	4,1	1,8	1,7	0,8	171,8
Presse, livres et papeterie	-1,1	-2,6	0,5	0,7	0,7	0,8	1,3	63,0
<b>Éducation (dépenses à la charge des ménages)</b>	<b>1,6</b>	<b>12,3</b>	<b>1,1</b>	<b>0,7</b>	<b>1,2</b>	<b>1,3</b>	<b>1,0</b>	<b>31,4</b>
<b>Hôtels, cafés et restaurants</b>	<b>0,3</b>	<b>2,3</b>	<b>4,1</b>	<b>2,9</b>	<b>1,6</b>	<b>1,8</b>	<b>1,6</b>	<b>360,0</b>
<b>Autres biens et services</b>	<b>0,8</b>	<b>-2,4</b>	<b>2,1</b>	<b>-1,7</b>	<b>2,9</b>	<b>0,9</b>	<b>0,2</b>	<b>371,8</b>
dont : Soins personnels	0,8	0,2	3,8	1,1	2,0	1,2	1,5	110,3
Action sociale	2,6	3,5	1,6	2,4	2,0	2,3	2,2	61,2
Assurances	1,0	-0,1	0,3	2,4	5,7	-0,7	-0,5	129,0
<b>DÉPENSE DE CONSOMMATION DES MÉNAGES</b>	<b>1,2</b>	<b>0,1</b>	<b>3,3</b>	<b>2,1</b>	<b>1,4</b>	<b>0,8</b>	<b>0,8*</b>	<b>4770,9</b>
Dépense de consommation des ISBLSM <sup>1</sup>	4,7	3,2	1,5	3,4	1,2	1,1	1,5	53,9
Dépense de consommation des APU <sup>1</sup>	2,4	1,6	2,1	2,7	1,1	1,0	1,2	1247,8
dont : Santé	2,7	1,9	3,2	2,9	0,9	0,9	0,8	593,0
Éducation	2,2	2,3	1,4	2,8	1,4	1,0	1,5	392,3
<b>CONSOMMATION EFFECTIVE DES MÉNAGES</b>	<b>1,4</b>	<b>0,5</b>	<b>3,1</b>	<b>2,2</b>	<b>1,3</b>	<b>0,9</b>	<b>0,9</b>	<b>6072,5</b>

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

\* 0,6% avant intégration dans les comptes agrégés.

Source : comptes de la nation 1999 - base 95, Insee

décembre, le marché français du téléphone mobile comptait plus de 20 millions de clients, contre 11,2 millions un an plus tôt. Cette progression a été particulièrement importante en 1999 auprès des femmes et des jeunes.

L'engouement des consommateurs pour les produits de la téléphonie a induit une hausse des dépenses de télécommunications de + 7,5 % en volume.

### Les loisirs, les transports et le tourisme en forte progression

Déjà sensible pour le matériel électronique, la progression des dépenses a été perceptible dans d'autres domaines touchant aux loisirs.

Le commerce d'articles de sport, matériel comme textile, continue à se développer à vive allure (+ 5 %). Les services récréatifs et culturels ont été en progression de 4,1 % en 1999, les achats de jeux et jouets progressent de 5 %. Ceux de caravanes et de camping-cars effectuent un bond de 14,8 %.

Une hausse de plus de 600 000 du nombre des abonnés aux programmes audiovisuels diffusés par satellite et câble a engendré une progression de 10,1 % des dépenses de télévision.

La très bonne affluence touristique a engendré un excédent encore en forte progression (+ 26,7 %). Les dépenses des étrangers en France ont crû de plus de 12,6 % en volume. Mais les Français se sont également déplacés à l'étranger (+ 3,0 %). Après une année 1998 d'exception (+ 4,1 %), l'activité des hôtels, cafés et restaurants a augmenté de + 2,9 %. La consommation se déplace

vers les établissements dont les prix sont les plus bas.

Après une bonne année 1998, les transports ferroviaires de voyageurs ont continué de progresser (+ 2,7 %). La bonne affluence touristique a favorisé cette expansion, ainsi que celle du transport aérien (+ 9,5 % en volume).

### Augmentation modérée des dépenses de santé à la charge des ménages

Les dépenses de santé avaient sensiblement décéléré entre 1994 et 1997, à un rythme annuel moyen de + 1,5 % contre près de 4 % en moyenne les années précédentes. Depuis, ce taux de croissance se stabilise, les dépenses de médicaments progressant plus rapidement (+ 3,5 % en volume), que les dépenses auprès des médecins (+ 1,8 %). La hausse du prix des dépenses de santé est restée très modérée : + 0,3 % en moyenne annuelle.

### Consommation alimentaire : une légère reprise

La consommation alimentaire a retrouvé le rythme modéré qui est le sien depuis 1990 : + 1,0 % (tableau 2).

Après une baisse en 1998, la consommation de boeuf est repartie à la hausse (+ 1,4 %), ainsi que celle de mouton (+ 2,9 %). La crise de surproduction porcine de 1998 s'est poursuivie au premier semestre 1999 : l'effondrement des cours s'est répercuté sur les prix à la consommation. Ceci explique la bonne tenue de la demande de ménages pour

cette viande (+ 1,6 %) et pour la charcuterie (+ 2,0 %). La viande de volaille en a pâti (- 2,7 %). Les produits frais de la mer et les poissons découpés ou en filets ont été boudés par les ménages en raison de hausses de prix ; seuls les produits surgelés ont bénéficié d'une certaine croissance.

La consommation de boissons non alcoolisées a augmenté de + 2,3 %, après + 1,6 % en 1998, grâce aux eaux de table (+ 5,4 % après 3,7 % en 1998). La consommation de boissons non alcoolisées élaborées (boissons au cola et autres) a marqué le pas (-0,4 %). Les jus de fruits et de légumes ont progressé de 4,1 %. Les jus de fruits ont maintenant leur place sur les tables du petit déjeuner. La consommation des produits laitiers a poursuivi son développement (+ 3,9 %).

La consommation de boissons alcoolisées a retrouvé son évolution moyenne depuis 1990 (+ 1,0 % en volume). Seules les ventes de champagne ont été particulièrement importantes (+ 5,0 %) en raison des festivités liées au passage à l'an 2000.

La politique de forte augmentation des prix du tabac menée depuis 1992 s'est poursuivie en 1999 (+ 4,4 %). Depuis 1991, les prix du tabac ont plus que doublé, contribuant à la baisse de la consommation de près de 15 % depuis cette date.

### La consommation d'énergie stable

Les dépenses de chauffage et d'éclairage (+ 0,5 % en volume après + 5,0 % en 1998) ont été très sages. L'hiver 1998-1999 a été moins rigoureux que le précédent. La hausse des prix des produits pétroliers a touché davantage les fiouls (+ 7,8 %) que les carburants (+ 4,1 %), la fiscalité plus forte sur ces derniers ayant joué un rôle d'amortisseur. La consommation de carburant a légèrement augmenté (+ 0,7 % en volume). Avec un parc de véhicules à moteur diesel qui croît régulièrement, le gazole a continué d'accroître sa part de marché (35,6 % du total des ventes de carburants en 1999). Le supercarburant sans plomb a également poursuivi sa progression, pour atteindre 45,2 % des ventes de carburant en 1999.

### 3 Les achats de biens durables restent très soutenus

Variation en volume par rapport à l'année précédente (en %)

	1995	1996	1997	1998	1999	Coefficients budgétaires 1999 (%)
Automobiles	-4,4	12,0	-16,2	14,2	11,9	46,7
Automobiles neuves	-6,5	13,8	-21,1	15,3	13,1	36,4
Automobiles d'occasion	5,9	4,3	5,9	10,7	7,8	10,3
Téléviseurs	2,4	-1,5	6,0	23,2	9,3	3,2
Réfrigérateurs, congélateurs	2,5	-2,5	4,3	2,1	7,1	2,1
Lave-linge	-0,2	-2,5	3,5	2,5	8,3	2,2
Meubles	0,3	-0,5	-0,5	4,0	2,7	20,9
Autres biens durables <sup>1</sup>	6,8	4,5	6,9	16,1	14,6	24,9
<b>Ensemble des biens durables</b>	<b>-0,4</b>	<b>6,4</b>	<b>-6,1</b>	<b>12,1</b>	<b>10,3</b>	<b>100,0</b>

1. Matériel téléphonique, magnétoscopes, lave-vaisselle, appareils de cuisson, caravanes, cycles et motocycles, etc.

Source : comptes de la nation 1999 - base 95, Insee

## Habillement : confirmation de la hausse amorcée en 1997

Après six années de recul suivies d'une reprise en 1997 et 1998, les dépenses d'habillement se sont consolidées en 1999 avec une hausse de + 0,8 % en volume. Les soldes, comme les années antérieures, ont rythmé les ventes et entraîné une stabilité des prix.

Depuis plusieurs années le budget consacré aux services de coiffure est en déclin. Mais les soins d'esthétique

corporelle ont retrouvé pour la deuxième année consécutive le chemin de la croissance et les dépenses de parfumerie (+ 4,0 %), de bijoux et de montres (+ 7,5 %) sont en forte progression en volume.

## Pour comprendre ces résultats

Pour le pouvoir d'achat du revenu et, plus généralement, pour décrire les évolutions en moyenne annuelle des prix à la consom-

mation, on a retenu comme déflateur l'indice du prix de l'ensemble de la dépense de consommation finale des ménages de la comptabilité nationale. Entre 1998 et 1999, en moyenne annuelle, cet indice augmente de 0,8 %, contre 0,5 % pour l'indice des prix à la consommation (IPC). Cet écart s'explique par la différence de champ. L'agrégat de la comptabilité nationale concerne un domaine plus vaste que l'IPC. En particulier, il intègre les loyers imputés, l'auto-consommation alimentaire et les services non marchands.

Les loyers imputés sont les loyers que paieraient les propriétaires s'ils étaient locataires de leur logement.

Les dépenses de santé retracées dans la dépense de consommation des ménages comprennent uniquement les débours des ménages en ce domaine (et pas les remboursements). Les remboursements de la sécurité sociale et les coûts d'hospitalisation publique sont enregistrés dans les dépenses des administrations publiques. Dans l'ensemble de l'article, les volumes s'entendent aux prix de l'année précédente.

### Trois nomenclatures pour trois lectures de la consommation

Les séries de consommation finale des ménages sont présentées dans trois nomenclatures. Chacune d'elles est adaptée à un usage particulier.

La première, la plus détaillée, est une **nomenclature de produits**, comprenant 304 postes élémentaires. Elle classe les produits selon leur fabrication et la matière de l'objet consommé (textile, bois, chimie,...). Elle distingue les biens des services, le marchand et le non marchand. C'est la nomenclature de travail au niveau le plus fin, correspondant aux données de base.

La deuxième est une **nomenclature de fonctions**. Elle correspond à un classement des différents produits selon les besoins auxquels la consommation répond. Alimentation, boissons alcoolisées et tabac, articles d'habillement et chaussures, logement-chauffage-éclairage, équipement du logement, santé, transport, communications, loisirs-culture, éducation, hôtels, cafés et restaurants, autres biens et services constituent les douze grandes fonctions. La treizième fonction représente les dépenses de consommation des institutions sans but lucratif au service des ménages (ISBLSM) et la quatorzième regroupe les dépenses de consommation des administrations publiques (APU) en biens et services individualisables.

La troisième nomenclature se fonde sur le **critère de durabilité**, et oppose les biens durables aux biens fongibles. Elle distingue les biens des services. Elle classe les biens en trois groupes : biens durables importants (véhicules, meubles, équipement ménager ou de loisir...), biens semi-durables (textile, habillement...) et biens non durables (alimentation, énergie...). Cette nomenclature est très utile pour l'analyse conjoncturelle. À court terme l'évolution du revenu des ménages, notamment, a des conséquences diversifiées sur la consommation classée par durabilité.

Dans certains cas se pose le problème de la distinction entre le produit et le service associé et a fortiori si l'un est gratuit : achats de pneus avec pose gratuite, abonnement télévision satellite avec parabole gratuite, abonnement téléphone portable avec matériel gratuit, etc. Dans ces différents cas la comptabilité nationale n'enregistre par convention la dépense de consommation des ménages que pour les biens ou services « payants ».

### Pour en savoir plus

« Les comptes de la nation en 1999 - Emplois, consommation, investissement : le cercle vertueux », Insee première n° 710, mai 2000

Les résultats complets sur la consommation des ménages des années 1991 à 1999 seront publiés ultérieurement dans « La consommation des ménages en 1999 », Insee Résultats série Consommation-modes de vie.

INSEE PREMIERE figure dès sa parution sur le site Internet de l'Insee : [www.insee.fr](http://www.insee.fr)

## BULLETIN D'ABONNEMENT A INSEE PREMIERE

A RETOURNER A : INSEE-CNGP, B.P. 2718, 80027 AMIENS CEDEX 01

OUI, je souhaite m'abonner à INSEE PREMIERE - Tarif 2000

1 an, 60 numéros = 530 F (France)  
80,80 €

663 F (Europe)  
101,07 €

827 F (Reste du monde)  
126,08 €

Nom ou raison sociale : \_\_\_\_\_ Activité : \_\_\_\_\_

Adresse : \_\_\_\_\_

Tél : \_\_\_\_\_

Ci-joint mon règlement en Francs par chèque à l'ordre de l'INSEE : \_\_\_\_\_ F.

Date : \_\_\_\_\_ Signature

**Direction Générale :**  
18, Bd Adolphe-Pinard  
75675 Paris cedex 14  
**Directeur de la publication :**  
Paul Champsaur  
**Rédacteur en chef :**  
Daniel Temam  
**Rédacteurs :** J-W Angel,  
C. Dulon, A-C Morin,  
S. Tagnani  
**Maquette :** T. Pécheux  
Code Sage IP00715  
ISSN 0997 - 3192  
© INSEE 2000

