

Enquête Budget de Famille en Guadeloupe en 2006

Le transport et l'alimentation : premiers postes de dépenses des Guadeloupéens

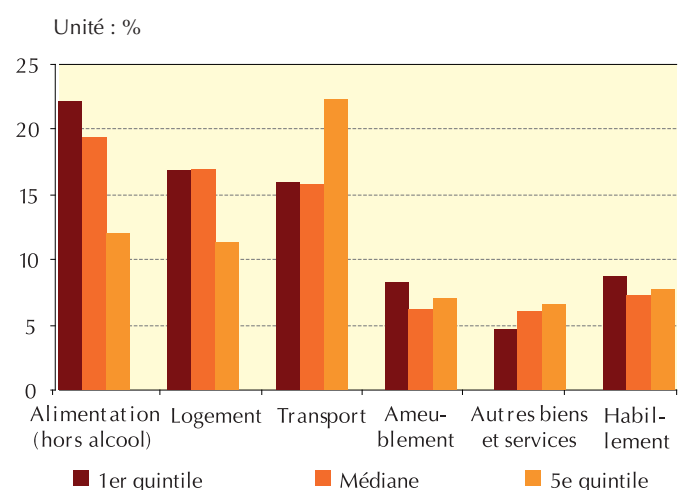
En 2006, les Guadeloupéens dépensent un tiers de leur budget dans le transport et le logement. C'est dans les supermarchés qu'un ménage sur deux achète les produits alimentaires. Si la quasi-totalité des ménages guadeloupéens a accès aux équipements de base du foyer, les familles avec enfants sont mieux dotées en équipement utilisant les nouvelles technologies.

Les Guadeloupéens dépensent en moyenne 20 500 € par an, soit 5 200 € de moins que les Martiniquais et 3 900 € de moins que les Guyanais. Ils dépensent essentiellement pour le transport (19 %), les produits alimentaires (17 %) et le logement (15 %). Le poids des diverses dépenses diffère quelque peu selon le département. En Martinique, les dépenses sont équivalentes dans l'alimentaire, supérieures dans le logement (16 %). En Guyane, le logement représente la dépense la plus importante (19 %), les ménages guyanais consacrent 15% de leur budget aux produits alimentaires.

En Guadeloupe, la part des dépenses d'alimentation et de transport différencie le plus les ménages selon leur niveau de vie. Plus les ressources du ménage sont élevées, plus le poids de ces dépenses est faible. Les ménages à faible revenu consacrent en moyenne plus de 20 % de leurs ressources aux dépenses alimentaires, les plus aisés en moyenne 12 %.

Un cinquième des dépenses pour l'alimentation dans le budget des ménages modestes

Dépenses des ménages selon le quintile de niveau de vie en Guadeloupe



Source : Insee, enquête Budget de Famille 2006



Un ménage à faible revenu sur deux est propriétaire

Type de logement occupé selon le quintile de niveau de vie en Guadeloupe

Unité : %

	1	2	3	4	5
Propriétaire	55,9	60,7	66,6	55,6	43,9
Accédant à la propriété	4,3	3,9	9,7	18,4	25,1
Locataire secteur social	23,3	20,6	17,5	20,6	17,5
Locataire secteur privé	16,5	14,7	6,3	5,4	13,5
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Source : Insee, enquête Budget de Famille 2006

Note de lecture : 55,9 % des ménages à faible revenu (quintile 1) sont propriétaires de leur logement

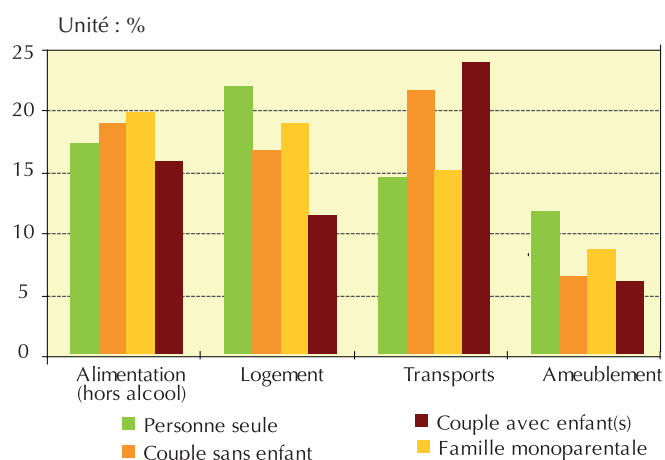
Le poids du logement dans le budget des ménages les plus modestes et les ménages ayant un niveau de vie moyen reste important. Ils sont 40 % à être locataires alors que 31 % des plus aisés sont dans cette situation¹.

Les ménages aisés dépensent proportionnellement plus dans le transport. Les dépenses de transport augmentent avec le niveau de vie mais restent élevées chez les ménages modestes (16 %). Les ménages aisés y consacrent 23 % de leur revenu dont 11 % à l'achat de véhicule.

La part des dépenses de loisirs et de culture augmente avec le revenu du ménage. Comme au niveau national, ce poste de consommation constitue aujourd'hui le principal facteur de différenciation entre les ménages modestes et les plus aisés.

Prédominance des dépenses de transport dans le budget des couples

Structure des dépenses de consommation selon le type du ménage en Guadeloupe



Source : Insee, enquête Budget de Famille 2006

Bien que l'alimentation à domicile reste une dépense importante des ménages guadeloupéens, le transport représente un poids considérable notamment dans le budget des couples avec enfant (23 %) et des couples sans enfant (21 %).

Les personnes seules dépensent davantage pour l'ameublement contrairement aux autres ménages.

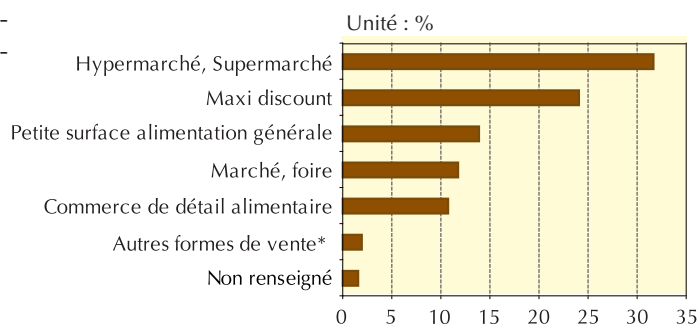
Les dépenses de logement varient en fonction de la composition du ménage. Les personnes seules ainsi que les familles monoparentales dépensent un peu plus dans le logement que les autres familles monoparentales.

Les maxi-discounts, premiers concurrents des supermarchés

Les Guadeloupéens réalisent 32 % de leurs dépenses en produits alimentaires dans les grandes surfaces et 24 % dans les maxi-discounts, contre 13 % en France métropolitaine. Les petites surfaces d'alimentation générale (boulangeries-pâtisseries comprises) restent fréquentées (14 %).

Près du quart des dépenses alimentaires se font dans les maxi-discounts

Part des dépenses alimentaires selon le lieu d'achat en Guadeloupe



Source : Insee, enquête Budget de Famille 2006

* Les autres formes de vente comprennent notamment Internet

Le petit commerce alimentaire et le maxi-discount restent des concurrents des supermarchés. Toutefois, le choix des grandes surfaces ne s'y porte pas pour l'ensemble des produits alimentaires. Les boulangeries représentent encore plus du tiers des ventes de pain et pâtisseries en Guadeloupe. De même, la part des marchés demeure importante pour les produits frais, qu'il s'agisse du poisson (près des deux tiers des achats) ou des fruits et légumes.

1) Voir p4, définition des postes de consommation



Un équipement automobile lié au niveau de vie

La possession d'un véhicule varie en fonction du niveau de vie. Près de la moitié des ménages les plus modestes ne possède pas de véhicule.

L'équipement automobile, est essentiellement fait de petites cylindrées au sein des ménages modestes, de grosses cylindrées dans les ménages aisés.

Pour les utilitaires et 4X4 qui ne sont pas différenciés dans l'enquête, les écarts sont peu importants.

Des petites cylindrées jusqu'au revenu médian

Type de véhicule selon le quintile de niveau de vie en Guadeloupe

Unité : %

	1	2	3	4	5	Ensemble
Petite cylindrée	52,6	51,5	51,1	47,8	34,4	44,7
Grosse cylindrée	36,5	37,2	40,4	46,9	54,8	46,2
Véhicules utilitaires et 4X4	11,0	11,3	8,5	5,4	10,8	9,1
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Note de lecture: 52,6% des ménages à faible revenu ont une petite cylindrée

Source : Insee, enquête Budget de Famille 2006

Malgré les disparités de niveau de vie, la majorité des familles guadeloupéennes dispose des équipements de base (cuisinière, réfrigérateur, télévision, etc). Mais, les couples ayant un ou plusieurs enfants ainsi que les familles monoparentales sont davantage équipés que les autres ménages.

C'est particulièrement visible pour les abonnements au câble et aux chaînes payantes : près de 70 % des

couples avec enfants ont un abonnement à une chaîne payante.

Les familles avec enfant sont bien reliées à internet contrairement aux femmes seules et aux familles monoparentales.

Véronique COSSOU
Gérard FORGEOT

Davantage d'abonnements aux chaînes payantes dans les ménages en couple

Quelques taux d'équipement de base selon la composition des ménages en Guadeloupe

Unité : %

	Homme seul	Femme seule	Famille mono - parentale	Couple sans enfant	Couple un enfant	Couple deux enfants	Ensemble
Réfrigérateur	88,1	96,0	97,6	100,0	95,4	98,9	95,7
Congélateur	50,9	62,5	68,3	71,7	71,9	89,6	67,8
Lave Linge	56,3	83,5	88,5	91,3	91,2	94,0	82,8
Cuisinière, plaques de cuisson	89,0	94,6	92,8	97,7	96,3	96,5	94,1
Téléphone fixe	64,0	81,8	77,2	90,3	92,3	90,6	81,1
Téléviseur	81,4	93,6	97,5	98,9	96,3	98,3	93,7
Micro-ordinateur de bureau	12,7	17,1	34,3	19,5	51,2	49,6	28,8
Home cinéma	2,8	2,4	4,8	5,9	6,7	7,3	4,7
Téléphone portable	8,0	5,8	7,4	6,3	15,5	11,9	8,6
Abonnement chaînes payantes	23,4	24,7	36,4	36,1	48,5	54,9	35,6
Abonnement au câble	10,3	17,5	24,3	14,4	19,8	14,6	16,8
Internet haut débit	2,3	5,2	5,3	8,1	16,5	10,0	7,1

Note de lecture : 88,1% des hommes qui vivent seuls disposent d'un réfrigérateur

Source : Insee, enquête Budget de Famille 2006



Définitions

Personne de référence : Depuis 2005, il s'agit du principal apporteur de ressources du ménage.
(NB : la définition de la « personne de référence » dans l'enquête est différente de celle définie au sens du recensement).

Quintile : Si on ordonne une distribution de salaires ou de revenus, les quintiles sont les valeurs qui partagent cette distribution en cinq parties égales.

Pour une distribution de salaires :

- le premier quintile est le salaire au-dessous duquel se situent 20 % des salaires ;
- le deuxième quintile est le salaire au-dessous duquel se situent 40 % des salaires ;
- le troisième quintile est le salaire au-dessous duquel se situent 60 % des salaires ;
- le quatrième quintile est le salaire au-dessus duquel se situent 40 % des salaires ;
- le cinquième quintile est le salaire au-dessus duquel se situent 20 % des salaires.

Unité de consommation :

Système de pondération attribuant un coefficient à chaque membre du ménage et permettant de comparer les niveaux de vie de ménages de tailles ou de compositions différentes. Avec cette pondération, le nombre de personnes est ramené à un nombre d'unités de consommation (UC).

Pour comparer le **niveau de vie** des ménages, on ne peut s'en tenir à la consommation par personne. En effet, les besoins d'un ménage ne s'accroissent pas en stricte proportion de sa taille. Lorsque plusieurs personnes vivent ensemble, il n'est pas nécessaire de multiplier tous les **biens de consommation** (en particulier, les biens de consommation durables) par le nombre de personnes pour garder le même niveau de vie.

Le niveau de vie est égal au revenu disponible du ménage divisé par le nombre d'unité de consommation. Le niveau de vie est donc le même pour tous les individus d'un même ménage.

Pour comparer les niveaux de vie de ménages de taille ou de composition différente, on utilise une mesure du revenu corrigé par unité de consommation à l'aide d'une échelle d'équivalence. L'échelle actuellement la plus utilisée (dite de l'**OCDE**) retient la pondération suivante :

- 1 UC pour le premier adulte du ménage ;
- 0,5 UC pour les autres personnes de 14 ans ou plus ;
- 0,3 UC pour les enfants de moins de 14 ans.

<http://www.insee.fr/fr/methodes/default.asp?page=definitions/unite-consommation.htm>

Les postes de consommation

Issus de « Classification Of Individual COnsomption according to Purpose - Household Budget Survey » (COICOP de l'ONU et COICOP-HBS d'Eurostat), les postes de consommation regroupent les produits selon la fonction de consommation des ménages. En particulier :

- le poste **Logement** comprend les loyers d'habitation, des travaux courants d'entretien et de réparation du logement (hors les gros travaux), des autres services relatifs au logement (ramassage des ordures ménagères, assainissement, eau,....) et des autres dépenses liées à l'habitation (eau et électricité notamment) mais ni les remboursements d'emprunts, ni les dépenses d'ameublement ;
- le poste **Alimentation** ne comprend pas les boissons alcoolisées ;
- le poste **Transport** comprend l'achat et l'entretien de véhicule mais pas les primes d'assurances.

Pour en savoir plus

- « Comment utilisons-nous notre argent ? », AntianÉco n°62, mars 2005.
- « Quels lieux d'achat pour quels produits ? », Insee Première n°1165, novembre 2007.
- « Enquête budget de famille 2006 », Insee Résultats n°73 - Société - juillet 2008