Une image contenant logo

Description générée automatiquement**18 Pouvoir d’achat et structure de consommation des ménages**

**SYNTHÈSE RÉDIGÉE**

1 Le pouvoir d'achat

**A La notion de pouvoir d'achat**

Le [pouvoir d’achat désigne](http://www.insee.fr/fr/publications-et-services/default.asp?page=dossiers_web/pouvoir_achat/revenu_pouvoir_dachat_intro.htm) ce que l’on peut consommer en biens et services avec son revenu.

Pour calculer l'évolution du pouvoir d'achat, il faut comparer l’évolution des prix et des revenus : si les revenus augmentent plus vite que les prix, le pouvoir d’achat augmente. Au contraire, si les revenus augmentent moins vite que les prix, le pouvoir d’achat diminue.

Évolution du pouvoir d'achat = Évolution du revenu des ménages - Évolution des prix.

**B L'Indice des prix à la consommation**

L'indice des prix à la consommation (IPC) est l'instrument de mesure de l'inflation. Il permet d'estimer, entre deux périodes données, la variation moyenne des prix des produits consommés par les ménages. Il est basé sur l'observation d'un panier fixe de biens et services, actualisé chaque année. Chaque produit est pondéré, dans l'indice global, proportionnellement à son poids dans la dépense de consommation des ménages. Il est publié chaque mois au Journal Officiel. L'indice des prix (hors tabac) sert à indexer de nombreux contrats privés, des pensions alimentaires, des rentes viagères et aussi à indexer le SMIC.

**C Le panier de biens et services de l'Insee**

Pour constituer son panier de biens et de services, l’Insee utilise aujourd’hui les données de caisse recueillies par la grande distribution lorsque le consommateur passe en caisse. Cette méthode permet de suivre l’évolution des prix d’environ 77 millions de produits alimentaires, d’entretien et d’hygiène vendus en grande surface. Pour le reste de son panier, l’Insee a conservé son ancienne méthode en effectuant des relevés de prix dans plus de 30 000 points de vente dans toutes les régions de France.

2 L'évolution à long terme du pouvoir d'achat

**A Un pouvoir d'achat en hausse en France**

D'une manière générale, le pouvoir d'achat des Français a toujours progressé. La hausse du pouvoir d'achat se situait au-dessus des 4 % jusque dans les années 1980. Elle s'est ensuite fortement ralentie pour atteindre ces dernières années une hausse entre 0 et 2 %.

Ces augmentations régulières et sur une longue période permettent donc de constater une amélioration du niveau de vie des Français.

**B Un décalage entre le pouvoir d'achat ressenti et le pouvoir d'achat mesuré par l'Insee**

Il existe un décalage entre le niveau du pouvoir d’achat mesuré par l’Insee et celui ressenti par les Français. En effet, le chiffre publié par l'Insee est une moyenne qui ne reflète pas les situations personnelles de chaque ménage. De plus, les ménages perçoivent davantage les hausses de prix sur leurs achats courants (pain, beurre, lait, essence…) que sur les produits qu'ils achètent peu fréquemment et dont les prix stagnent ou diminuent (ordinateur, télévision, électroménager de cuisine…). C'est pourquoi l'Insee utilise une autre méthode de calcul du pouvoir d'achat par unité de consommation pour mieux refléter les situations individuelles.

**C Des inégalités de pouvoir d'achat**

Lorsque la part des dépenses pré-engagées (ensemble des dépenses des ménages réalisées dans le cadre d'un contrat difficilement renégociable à court terme) est élevée, il devient plus difficile pour les ménages modestes de faire face aux autres dépenses de la vie courante (alimentation, transport, habillement, restes à charge de santé, etc.). Cette augmentation des dépenses pré-engagées (sur le logement par exemple) pèse plus sur un faible revenu que sur un revenu plus élevé. Cela augmente donc les inégalités de pouvoir d'achat entre les ménages modestes et les plus aisés.

3 La structure de la consommation des ménages

**A Évolution de la structure de la consommation des ménages**

On constate une transformation de la structure de consommation des ménages dans le temps. La part du logement ne cesse de croître depuis les années 1960 et représente aujourd'hui 1/3 du budget des ménages. On peut observer parallèlement une diminution très nette de la part de l'alimentation dans la structure de consommation des ménages qui a été divisée par deux en 60 ans.

**B Les postes budgétaires**

Pour analyser la consommation des ménages, on parle de structure de la consommation qui désigne la répartition des dépenses en fonction de postes budgétaires.

Un poste budgétaire est un ensemble de produits réunis dans une même catégorie car ils remplissent la même fonction. Les principaux postes budgétaires sont le logement, l'habillement, la santé, l'alimentation, l'éducation, les loisirs et la culture, les transports. Ils peuvent se mesurer en volume ou en valeur.

**C Les coefficients budgétaires**

Un coefficient budgétaire représente la part d’un poste budgétaire sur l’ensemble des dépenses effectuées par un ménage.

**D Les prix relatifs**

Un prix relatif désigne le prix d'un bien par rapport au prix d'un autre. Les services prennent une plus grande part dans la structure de la consommation. Cela s'explique par le fait que leur prix relatif par rapport aux produits industriels a fortement augmenté avec une production de services à plus forte valeur ajoutée.