

LE CRÉDIT A LA CONSOMMATION DANS LES BUDGETS FAMILIAUX

par

Michel GUILLOT

Cet article s'inscrit dans le prolongement des pages que M. Acquier consacre dans ce même numéro à l'historique et à l'organisation du marché du crédit à la consommation. Il décrit la clientèle de ce marché en 1955-1956 et la situe par rapport à l'ensemble des acheteurs de biens durables. De cette étude se dégagent des résultats permettant d'apprécier l'influence de la catégorie socio-professionnelle et du revenu des ménages sur leur demande de crédit. Les « indépendants et cadres supérieurs », clients les plus importants de l'automobile, effectuent près du tiers de ces achats à tempérament. Il en est exactement de même pour les ouvriers sur le marché des autres biens durables. Les exploitants agricoles et les inactifs se distinguent par un comportement très réservé à l'égard du crédit; il faut en chercher l'explication dans leurs habitudes et le niveau de leurs ressources. Contrairement à l'opinion répandue, le crédit à la consommation bénéficie surtout aux acheteurs de biens durables dont le revenu est supérieur à celui de la moyenne. Cependant, en règle générale, la part de la valeur des achats couverte par le crédit, décroît lorsque le revenu augmente.

La documentation de base de cet article provient de l'enquête sur les budgets familiaux de 1956. L'essentiel en est publié sous forme de tableaux détaillés en annexe.

INTRODUCTION

1. LE PROBLÈME.

Le crédit à la consommation connaît en France depuis quelques années une croissance rapide. En 1954, 1955 et 1956, le taux d'accroissement annuel des crédits en cours est voisin de 50 % (1). On se trouve devant un bien

(1) Ce taux mesure la variation des engagements des banques et des établissements financiers spécialisés, pour le financement des ventes à crédit, diminués des versements déjà effectués par les ménages. Les chiffres sont recensés depuis le mois de décembre 1954 par la Commission de Contrôle des Banques. Ils sont publiés tous les trimestres par la revue « Statistiques et Etudes Financières » dans la chronique intitulée : « Les moyens monétaires et financiers accordés à l'économie. »

économique qui présente à l'heure actuelle en France, une très forte tendance autonome à l'expansion (1). Aux U.S.A. et au Canada, les crédits en cours représentent 10 % du revenu des ménages (2). On est encore loin de cette situation avec le taux de 0,5 % observé en France en 1956. Il est possible que dans ce domaine le comportement des ménages français tende à se rapprocher de celui des ménages américains et canadiens. Dans ces conditions, une forte expansion autonome du crédit à la consommation en France dans les années récentes n'étonne pas, et sa persistance — en l'absence d'une politique de contraction monétaire (3) — paraît probable.

Le chiffre encore faible des nouveaux crédits consentis chaque année — de l'ordre d'une vingtaine de milliards de francs — ne doit pas cacher l'influence importante que ce mode de financement exerce déjà sur la diffusion des biens durables. En raison de cette influence et du développement rapide qu'elle connaîtra sans doute dans le proche avenir, il est utile de faire le point sur le marché du crédit à la consommation. A cette fin, après avoir présenté les données statistiques que nous utilisons, nous étudions l'action du crédit sur la diffusion des différents biens durables (I), les effets de la catégorie socio-professionnelle et du revenu des ménages (II), et l'influence des autres facteurs sur le comportement des particuliers à l'égard du crédit à la consommation (III).

Ces pages ne présentent pas une analyse mais une série de prises de vue sur le marché du crédit à la consommation. Pour expliquer de façon plus satisfaisante la situation actuelle et donner des éléments permettant de prévoir son évolution, il faudrait dépasser cette phase descriptive. Il conviendrait d'étudier **simultanément** l'action des facteurs qui sont ici envisagés tour à tour — la catégorie socio-professionnelle, le revenu, la catégorie de communes, etc. — afin de mesurer leur influence respective et d'expliquer la façon dont elle s'exerce. Nous n'avons pas pour objectif cette recherche d'une structure du marché du crédit à la consommation en France. Cette recherche est pour le moment impossible en raison des difficultés inhérentes au manque de matériaux statistiques portant sur une période

(1) Une part importante de l'accroissement annuel des crédits en cours ne peut être imputée en effet à l'accroissement des revenus. Ce dernier provoque une augmentation plus forte des dépenses de biens durables que des crédits (Cf. ci-après II). Or en 1954, 1955 et 1956 le taux d'accroissement annuel des revenus nominaux des particuliers est de 10 % environ, celui des biens durables est voisin de 20 %. L'accroissement du revenu dans ces années n'a donc pas entraîné, pour les crédits, une augmentation de plus de 20 %. La différence entre ce pourcentage et celui de 50 % qu'on observe effectivement représente la part d'accroissement des crédits qu'on peut attribuer, en une première analyse, à l'expansion autonome du crédit à la consommation.

(2) Ces chiffres concernent les années 1951 et 1954. Ils sont cités par la revue « Etudes et Conjoncture », avril 1954 : « Le crédit à la consommation aux U.S.A. » et décembre 1954 : « Le crédit à la consommation au Canada. » La même revue a publié dans son numéro d'octobre 1954 un article sur : « Le crédit à la consommation au Royaume-Uni. »

(3) La tendance à l'expansion du crédit à la consommation est en France largement maîtrisée par la politique des autorités financières ; ces dernières peuvent la faire fléchir dans des délais assez brefs comme on l'a vu à partir du troisième trimestre de l'année 1956. Les chiffres publiés par la revue « Statistiques et Etudes Financières » dans la chronique trimestrielle : « Les moyens monétaires et financiers accordés à l'économie », sont éloquentes de ce point de vue. Rappelons que la réglementation du 19 juillet 1956 réduisait le potentiel de crédit des organismes de financement à huit fois le total de leurs fonds propres, et ramenait la quotité du prix au comptant susceptible d'être financée par le crédit de 80 % à 75 %. Le Conseil National du Crédit apprécie de la façon suivante les effets de ces modifications sur le marché du crédit et des biens durables : « Ce règlement nouveau freina l'expansion des encours de financement. Invité à effectuer un versement au comptant plus important, l'acheteur fut tenu de constituer une épargne préalable plus considérable, et amené ainsi en de nombreux cas à différer son achat sinon à y renoncer. » XI^e Rapport du Conseil National du Crédit pour 1956. Statistiques et Etudes Financières, supplément n° 106, p. 1182.

assez longue ; pourrait-elle se faire, que ses résultats seraient d'un intérêt limité pour la prévision, la structure du phénomène « crédit à la consommation » étant actuellement en France très instable à cause de son apparition récente et de son développement autonome rapide (1).

2. LES DONNÉES.

Les données statistiques, bases de cet article, proviennent de l'enquête sur les budgets familiaux réalisée par le C.R.E.D.O.C. et l'I.N.S.E.E. en 1956-1957 (2). Au cours de cette enquête, quatre échantillons de ménages ont été interrogés en avril, juin et octobre 1956 et en janvier 1957. Chaque ménage a fourni des renseignements sur ses achats de biens durables pendant les douze mois précédant la date de l'enquête. Les résultats obtenus correspondent donc à la **moyenne des deux années 1955 et 1956**. Les achats recensés sous la rubrique « biens durables » sont les automobiles, les véhicules à deux roues et le matériel d'équipement ménager (3). Pour chacun de ces biens, on connaît directement par l'enquête : les dépenses effectuées par les acheteurs au comptant, les versements des acheteurs à tempérament, le nombre d'achats au comptant, le nombre d'achats à tempérament et la valeur au comptant. En revanche, l'enquête ne donne pas d'information sur la valeur des crédits en cours ; cependant l'indication du prix au comptant et des mensualités versées permet d'estimer indirectement les encours correspondant aux engagements courant sur une période inférieure à douze mois. Cette évaluation — qui porte sur la moyenne des années 1955 et 1956 — est sans doute fragile si on entend la ventiler selon un grand nombre de critères. Tout en faisant des réserves lorsqu'il sera nécessaire, nous la retiendrons cependant. Nous avons pu en effet l'analyser en trois catégories de biens qui sont celles pour lesquelles le Conseil National du Crédit publie le recensement des crédits en cours.

L'évaluation provenant de l'enquête est voisine des chiffres du Conseil National du Crédit, tout en leur restant légèrement inférieure. Cette diffé-

(1) Aux U.S.A., où ne se présentent pas les mêmes difficultés, différents auteurs ont proposé des modèles explicatifs de la demande de crédit à la consommation. Cf. par exemple : KISSEL-GOF, Factors affecting the demand for consumer instalment credit ; National Bureau of Economic Research, Technical papers n° 7, New York, 1951.

(2) Sur la présentation générale de cette enquête, cf. : G. ROTTIER et E. SALEMBIEN, Les Budgets Familiaux en 1956. « Consommation », n° 1, janvier-mars 1958, pp. 29-30.

(3) Nous donnons ici la nomenclature des biens durables utilisée dans cet article. Pour chaque poste, nous indiquons entre parenthèse le montant (en millions de francs) des dépenses des ménages, France entière. Pour tous les biens, sauf l'automobile, cette étude ne retient que les achats neufs.

1. Automobiles neuves (164 955) ;
2. Automobiles d'occasion (76 823) ;
3. Motos, scooters, vélomoteurs ;
4. Cyclomoteurs (genre solex, mobylette, etc. ; jusqu'à 50 cm³) (3 + 4 = 36 935) ;
5. Réfrigérateurs ;
6. Aspirateurs et cireuses ;
7. Machines à coudre ;
8. Machines à laver (5 + 6 + 7 + 8 = 72 073) ;
9. Appareils de radio avec ou sans tourne-disques, tourne-disques, phonos, électrophones ;
10. Appareils de télévision (9 + 10 = 23 476) ;
11. Cuisinières (quel que soit le combustible), réchauds, fours, chauffe-eau (38 867) ;
12. Appareils de chauffage (quel que soit le combustible) (10 525) ;
13. Meubles (en bois ou métalliques, y compris meubles de cuisine et glacières) (68 970) ;

Les regroupements les plus fréquemment utilisés dans l'article sont les suivants :

- Automobiles (1 et 2) ;
- Véhicules à deux roues (3 et 4) ;
- Matériel ménager de confort (5, 6, 7 et 8) ;
- Biens d'équipement ménager (5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12 et 13).

rence — surtout sensible dans le cas de l'automobile — s'explique en grande partie par le fait que nous avons dû négliger les engagements qui remontent à plus de douze mois ; ces derniers, précisément, sont nombreux sur le marché des véhicules de tourisme.

MOYENNE DES CRÉDITS EN COURS DURANT LES ANNÉES 1955 et 1956

Unité : milliard de francs

	D'après l'enquête sur les budgets familiaux	D'après le Conseil National de Crédit (1)
Véhicules de tourisme	33,6	47,8
Véhicules à deux roues	8,9	9,5
Biens d'équipement ménager et divers	27,3	22,6
Ensemble	69,8	79,9

Le Conseil National du Crédit recense tous les crédits à la consommation financés par le circuit bancaire et les établissements spécialisés. L'enquête reprend à peu de choses près l'ensemble des opérations correspondantes. Nous les désignons sous le nom d' **achats à tempérament**.

C'est là une part très importante du crédit à la consommation, mais non pas la totalité. Les comptes débiteurs chez les commerçants, les crédits bancaires personnels ultérieurement affectés à l'achat d'un bien durable, les bons d'achats émis par les Unions Economiques ou les Sociétés de Crédit par abonnement restent hors de notre champ (2).

Il convient enfin d'attirer l'attention sur la prudence nécessaire dans l'usage des tableaux de chiffres qui sont présentés en annexe. En principe, il suffit de multiplier par 625 (inverse du taux de sondage de cette enquête) les chiffres observés dans l'enquête pour obtenir une estimation des grandeurs relatives à l'ensemble des ménages français. Cependant cette estimation est sujette à des erreurs importantes si le nombre de ménages considérés dans l'échantillon est inférieur à une cinquantaine (3). Cela conduit naturellement

(1) « Statistiques et Etudes Financières » supplément, n° 106, p. 1295.

(2) Sur ces différents modes de crédit, cf. dans ce numéro : J. ACQUIER, « Le Crédit à la Consommation. »

(3) Considérons, par exemple, le tableau I de l'Annexe, à la ligne nombres d'achats d'automobiles d'occasion (à tempérament) et à la colonne exploitants agricoles : on y lit le nombre 8. Or, si au lieu d'observer un seul échantillon d'exploitants agricoles, on en avait prélevé plusieurs de même effectif que celui de l'enquête (2 831 ménages), le nombre d'acheteurs à tempérament d'automobiles d'occasion, différent pour chaque échantillon de par le seul jeu des variations aléatoires, aurait oscillé entre quatre ou cinq et une quinzaine. Ainsi serait-il imprudent d'affirmer sans réserve que le nombre de ménages d'exploitants agricoles, acheteurs à tempérament d'automobiles d'occasion a été en France, en 1955-1956, de $8 \times 625 = 5\,000$. En réalité l'enquête permet seulement de dire que ce nombre a une forte chance d'être compris entre 3 000 et 10 000. Par contre, lorsque le nombre observé dans l'échantillon est plus important — disons une cinquantaine — la taille relative de l'intervalle aléatoire dans lequel se situeraient les observations d'un grand nombre d'échantillons diminue. L'erreur qui affecte l'estimation devient suffisamment faible pour que cette estimation puisse être retenue.

Il est évident que ces remarques valent aussi pour les estimations des dépenses puisque la somme des dépenses en biens durables dans l'échantillon est directement liée au nombre. Le secteur des biens durables est le seul où l'effectif de l'enquête de 1956 (plus de 20 000 ménages) soit insuffisant pour fournir des estimations détaillées. Dans l'ensemble des autres postes, le nombre des acheteurs est assez élevé pour que les erreurs d'échantillonnage soient pratiquement négligeables.

à opérer des regroupements afin que le tableau utilisé présente un minimum de cases où le nombre des observations soit inférieur à la cinquantaine (1).

I. — L'ACTION DU CRÉDIT A LA CONSOMMATION

L'examen de l'action du crédit sur le marché, fait apparaître des distinctions intéressantes entre les biens. La méthode utilisée pour mesurer l'influence du crédit sur la diffusion d'un bien est élémentaire.

Elle consiste :

a) A comparer la répartition entre les différents biens du total des dépenses de biens durables d'une part, et du total des crédits en cours d'autre part. Ces deux répartitions sont les suivantes :

	Répartition du total des dépenses (en pourcentage)	Répartition du total des crédits (en pourcentage)
Automobiles	49	48
Véhicules à deux roues	8	13
Matériel ménager de confort	15	16
Appareils de radio et télévision	5	9
Cuisinières, chauffe-eau	7	2
Appareils de chauffage	2	1
Meubles	14	11
Ensemble	100	100

On dira que l'action du crédit est importante sur le marché d'un bien si ce bien attire une proportion plus forte de crédit que de dépense. Au contraire, lorsque pour un bien donné la proportion dans le total des crédits est inférieure à la proportion dans le total des dépenses, on considèrera que le marché de ce bien est faiblement influencé par le crédit à la consommation.

b) A retenir comme mesures de cette influence deux proportions :

- La proportion du nombre des achats à tempérament d'un bien par rapport au nombre total d'achats de ce bien ;
- La proportion des crédits en cours qui lui sont affectés par rapport aux valeurs totales des achats de ce bien (dépenses + encours). Dans la suite, nous désignerons cette seconde proportion sous le nom de taux de couverture par le crédit. Cette appellation ne doit pas faire oublier que le montant du crédit envisagé n'est pas celui qui a été consenti lors de l'achat, mais ce dernier diminué des différents versements effectués par le ménage. Les deux proportions envisagées ici sont en très faible corrélation ; il n'y a pas lieu de s'en étonner davantage que du caractère très lâche de la relation entre le nombre d'acheteurs sur un marché et la valeur des transactions effectuées.

On est ainsi amené à distinguer deux séries de biens :

- Des biens dans la diffusion desquels le crédit joue un rôle actif : les véhicules à deux roues, le matériel ménager de confort, les appareils de radio et de télévision. La proportion du nombre d'achats à tempérament par rapport au nombre total d'achats pour chacun de ces biens est de 33 % environ ; leur taux de couverture par le

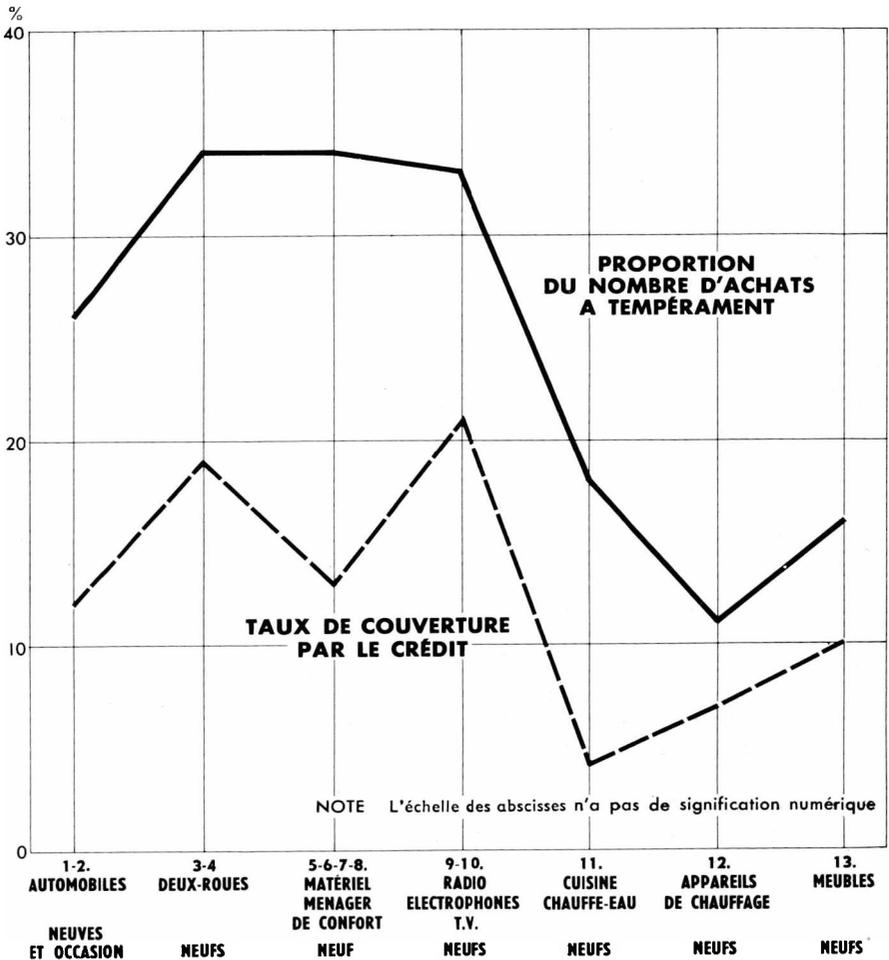
(1) Tels regroupements qui seraient plus utiles au lecteur que ceux que nous proposons peuvent être réalisés à partir des tableaux publiés en annexe.

crédit est de 13 % pour le matériel ménager de confort, 19 % pour les véhicules à deux roues et 21 % pour les appareils de radio et de télévision (Graphique 1). Si l'on procède à une analyse plus fine, on observe que le rôle du crédit est plus important pour les appareils de télévision que pour les appareils de radio (50 % d'achats à tempérament pour les uns, 25 % pour les autres) et à l'intérieur du matériel ménager, plus important pour les machines à laver que pour les aspirateurs.

- Des biens qui se signalent par la faiblesse des crédits qu'ils retiennent: les cuisinières, les appareils de chauffage et les meubles. La proportion d'achats à tempérament de ces biens oscille entre 11 et 18 %; leur taux de couverture par le crédit entre 4 et 10 %.

GRAPHIQUE 1

Proportion du nombre d'achats à tempérament par rapport au nombre total d'achats, et taux de couverture des valeurs d'achat par les crédits en cours



Si l'on observe la composition des deux séries de biens que nous venons de distinguer, on remarque que l'importance du recours au crédit pour l'achat d'un bien est fonction tout autant de la nouveauté relative de ce bien que de son prix. L'action conjuguée de ces deux facteurs explique assez bien l'influence très marquée du crédit sur le marché des véhicules à deux roues, des machines à laver, des appareils de télévision. Cette action s'exerce dans un sens opposé sur le marché des cuisinières et des meubles.

II. — LES EFFETS DE LA CATÉGORIE SOCIO-PROFESSIONNELLE ET DU REVENU

Une analyse du crédit à la consommation selon la catégorie socio-professionnelle et le revenu du ménage présente un double intérêt. Elle permet d'étudier l'influence du crédit sur l'activité qu'exercent les différentes catégories socio-professionnelles sur le marché des biens durables ; c'est ce que nous ferons d'abord. Elle aide à dégager les traits caractéristiques des liaisons entre le recours au crédit d'une part, la catégorie socio-professionnelle et le revenu d'autre part ; ce sera l'objectif des deux autres paragraphes de ce chapitre.

I. L'ACTIVITÉ DES CATÉGORIES SOCIO-PROFESSIONNELLES.

L'automobile. 26 % des automobiles sont achetées à tempérament. Ce pourcentage est le même qu'il s'agisse des automobiles neuves ou des automobiles d'occasion (1), mais il varie considérablement selon les catégories socio-professionnelles (2) : il est d'environ 13 % chez les exploitants agricoles — qui achètent 66 % de leurs voitures sur le marché de l'occasion —, 32 % chez les ouvriers et 38 % chez les petits commerçants (cf. Graphique 2, 1). Deux groupes sociaux retiennent l'attention ; les ouvriers d'une part qui doivent au crédit d'accéder au marché de l'automobile, surtout celui de l'occasion (70 % de leurs achats de voitures) ; les « indépendants et cadres supérieurs » (3) d'autre part, clients les plus importants de l'automobile, qui recourent au crédit pour le tiers de leurs achats. La majeure partie des crédits en cours de ces derniers (plus de 90 %) est du reste affectée à l'automobile. Certains d'entre eux — les petits commerçants — seraient incapables, sans ce moyen de financement, de manifester autant d'activité sur ce marché.

Les autres biens durables. 22 % des achats des autres biens durables (4) sont effectués à tempérament. La variation de ce pourcentage

(1) La place de l'automobile dans le marché des biens durables est prédominante : près de la moitié des dépenses de biens durables lui est consacrée. Il est intéressant de noter que les transactions sur les automobiles d'occasion sont aussi nombreuses que sur les automobiles neuves (dans l'enquête de 1956, on observe 522 achats d'automobiles d'occasion et 506 achats d'automobiles neuves).

(2) Le code des catégories socio-professionnelles est celui de l'I.N.S.E.E. Ce paragraphe utilise les données du Tableau I de l'Annexe.

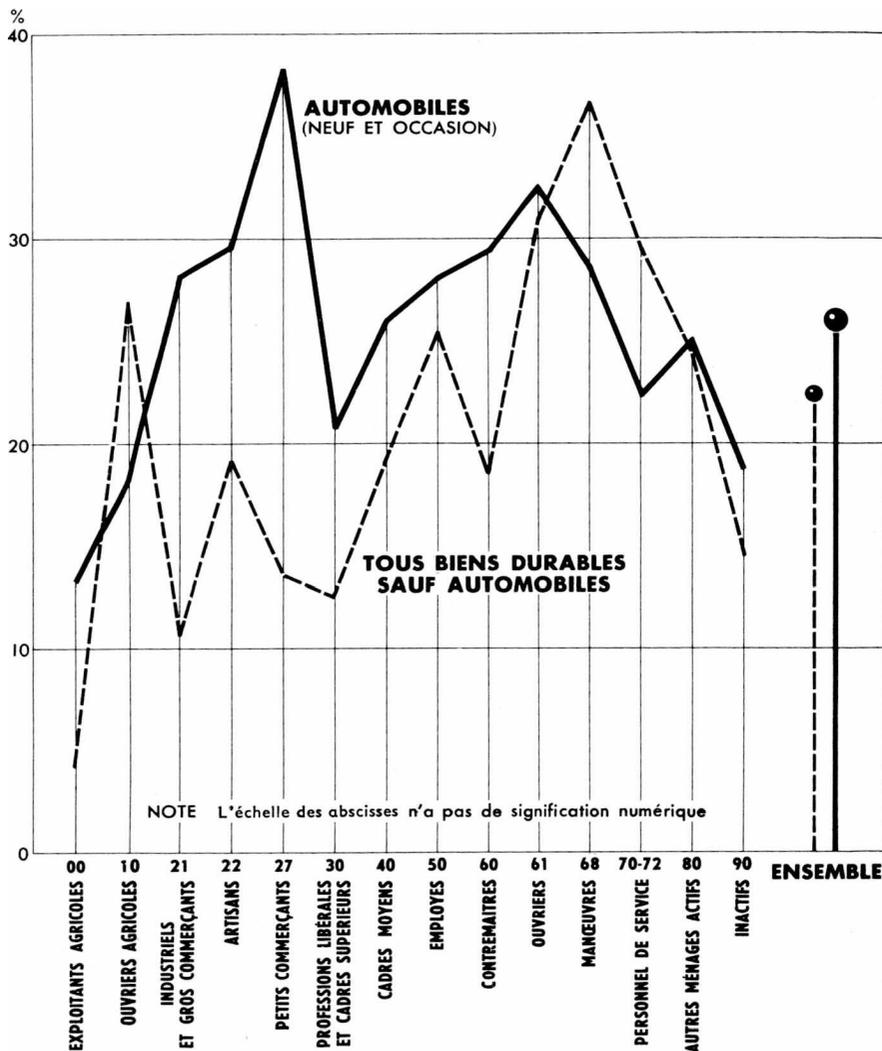
(3) Cette dénomination que nous utiliserons plusieurs fois par la suite correspond aux catégories socio-professionnelles suivantes : industriels et gros commerçants (21), artisans (22), petits commerçants (27), professions libérales et cadres supérieurs (30).

(4) Par autres biens durables, nous désignons l'ensemble des biens durables étudiés par l'enquête, sauf les automobiles.

entre les catégories socio-professionnelles est aussi forte que pour l'automobile. Les exploitants agricoles se présentent toujours avec le taux le plus faible : 4 % environ. Au contraire, les manœuvres et les ouvriers sont en tête avec un taux voisin de 33 %, consacrant deux tiers des crédits qui

GRAPHIQUE 2, 1

Proportion du nombre d'achats à tempérament par rapport au nombre total des achats par catégories socio-professionnelles



leur sont accordés aux véhicules à deux roues et à l'équipement ménager (1). Cela explique en partie la situation prépondérante qu'ils occupent sur ces marchés (32 % des transactions, alors qu'ils représentent 22 % des ménages).

En règle générale, le type de bien durable dans lequel une catégorie socio-professionnelle effectue un nombre d'achats important, compte tenu de son effectif, est un bien qu'elle achète souvent à tempérament. L'inverse est aussi vrai : si dans une catégorie socio-professionnelle la proportion des ménages achetant un bien est inférieure à la moyenne française, le pourcentage d'achats à tempérament de ce bien sera aussi inférieur au pourcentage moyen (2). Cette proposition se vérifie pour toutes les catégories socio-professionnelles. Cependant les exploitants agricoles et les inactifs doivent être considérés séparément. Dans ces deux catégories de ménages — mais surtout dans la première — l'habitude du crédit à la consommation se propage beaucoup plus lentement qu'ailleurs en raison de résistances psychologiques et économiques - (rythme de perception des revenus par exemple). De plus, pour des raisons différentes, ces deux catégories achètent peu de biens durables ; les inactifs à cause surtout de la faiblesse de leurs revenus, les exploitants agricoles — dont le revenu moyen est supérieur à celui des ouvriers — parce qu'ils épargnent davantage ou achètent des biens d'équipement agricole.

2. CRÉDITS ET REVENUS.

Si l'on range les catégories socio-professionnelles par ordre croissant de revenus (3), on observe d'une catégorie à l'autre une augmentation plus importante des dépenses en biens durables que des crédits en cours. De ce fait, la part des achats couverte par le crédit en cours décroît lorsqu'on passe d'une catégorie socio-professionnelle à revenu moins élevé à une

(1) Pour quatre groupes de catégories socio-professionnelles, l'enquête de 1956 permet d'estimer de la façon suivante la répartition des encours (cette répartition est sujette à des erreurs importantes) :

Exploitants agricoles (CS : 00)	Auto 50, deux roues 25, équipement ménager 25 ; Total 100
Inactifs (CS : 90)	Auto 28, deux roues 8, équipement ménager 64 ; Total 100
Salariés (CS : 40, 50, 60, 61, 68, 70, 72)	Auto 38, deux roues 17, équipement ménager 45 ; Total 100
Indépendants et cadres supérieurs (CS : 21, 22, 27, 30)	Auto 92, deux roues 3, équipement ménager 5 ; Total 100

La proportion de ses crédits qu'une catégorie socio-professionnelle affecte à un bien ne dépend pas seulement de son activité sur le marché de ce bien, mais aussi du prix relatif et du stade de diffusion de ce bien dans cette catégorie sociale. Ainsi, l'équipement ménager ne bénéficie que d'une très faible part des crédits affectés aux « indépendants et cadres supérieurs » ; à l'égard de ces biens, ces ménages ne sont plus dans la phase d'équipement intensif et les prix de ces biens ne sont pas assez élevés par rapport à leurs revenus pour qu'ils aient besoin d'un recours abondant au crédit ; en revanche, pour les motifs opposés, plus de 60 % des encours des inactifs sont affectés à l'équipement ménager.

(2) Les achats d'automobiles et d'autres biens durables se repoussent mutuellement dans certaines catégories sociales à revenu moyen. Les artisans et petits commerçants achètent plus d'automobiles et moins d'autres biens durables que la moyenne des ménages ; ces proportions sont inversées chez les employés et les ouvriers. Le niveau moyen de leurs revenus oblige ces catégories sociales à balancer ces deux dépenses. Ce phénomène influe directement sur la proportion de leurs achats à tempérament : elle est plus élevée pour les biens qu'ils ont choisis d'acheter en plus grand nombre.

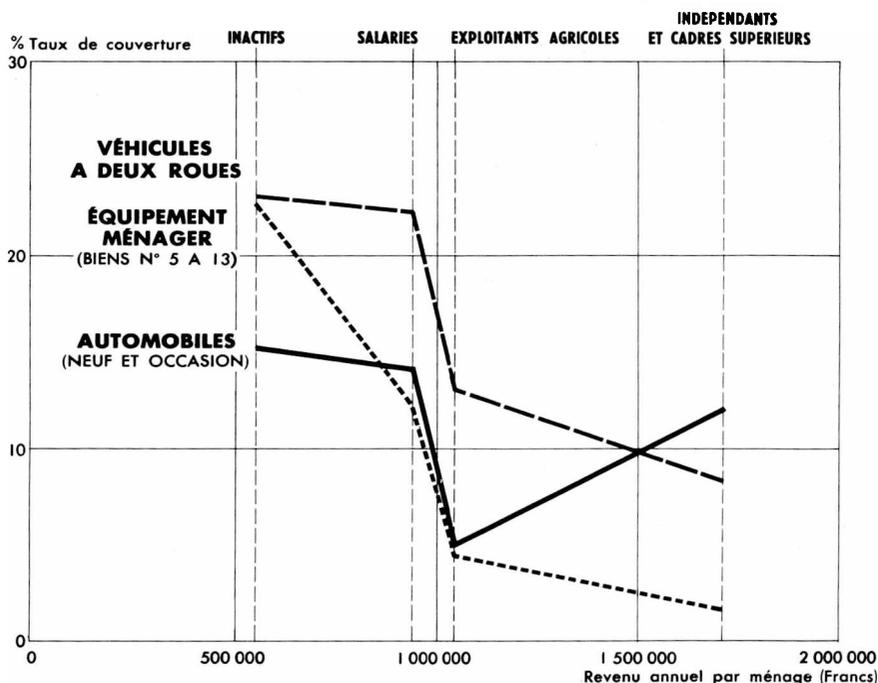
(3) Le revenu moyen annuel par ménage, qui est ici pris en considération, résulte d'une évaluation. Cette évaluation repose d'une part sur les données de l'enquête de 1956, d'autre part, sur celles qui émanent du Service des Etudes Economiques et Financières du Ministère des Finances. Le tableau II de l'Annexe fournit cette évaluation pour 12 catégories socio-professionnelles. Il présente aussi les évaluations des crédits en cours.

catégorie à revenu plus élevé. Le graphique 2, 2, montre comment baisse ce taux de couverture en fonction du revenu pour quatre groupes sociaux et trois types de biens. La baisse observée ici doit être attribuée non seulement à un effet du revenu mais encore, pour une part que les données disponibles ne permettent pas de préciser, à un effet de la catégorie socio-professionnelle (1). Ce second effet est particulièrement sensible dans le cas des exploitants agricoles.

Du fait que le crédit couvre une moins grande part des achats lorsque le revenu s'élève, il ne faut cependant pas conclure que le crédit à la consommation est une facilité qui profite surtout aux ménages de revenu faible et moyen. Deux résultats de l'enquête de 1956 invitent en effet à mettre en doute cette opinion.

a) En classant les ménages uniquement selon leur revenu, on peut établir trois distributions : celle de l'ensemble des ménages français, celle des acheteurs de biens durables, enfin celle des acheteurs à tempérament (cf. Graphique 2, 3) (2). On peut ainsi observer la distance qui sépare la population des ménages acheteurs de biens durables de l'ensemble de la population française ; les acheteurs ont un revenu moyen plus élevé et

GRAPHIQUE 2, 2
Revenus et taux de couverture des achats par le crédit

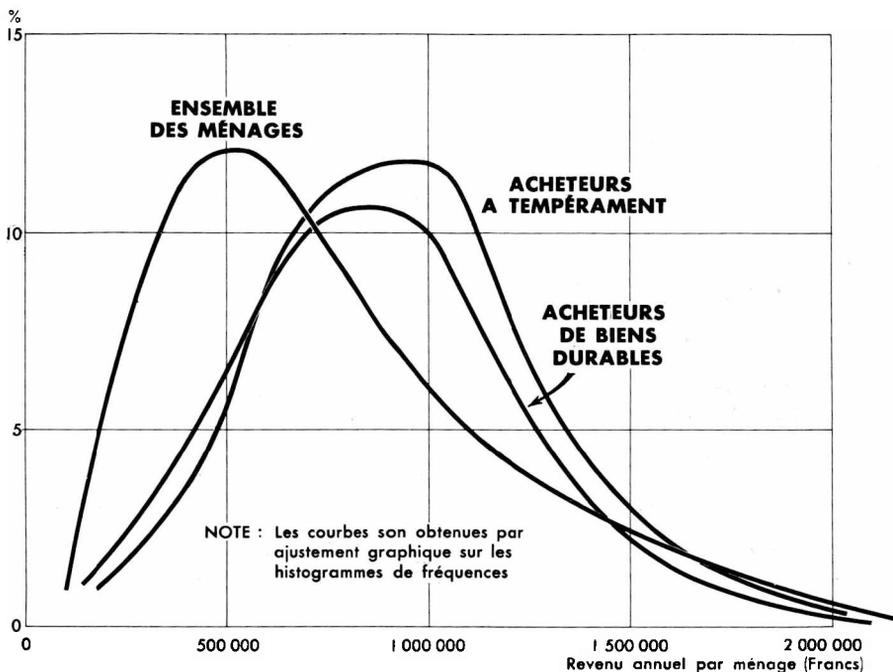


(1) La seule exception à la baisse du taux de couverture en fonction du revenu concerne les achats d'automobiles pour lesquels, comme on l'a vu plus haut, les « indépendants et cadres supérieurs » pratiquent un recours au crédit très important.

(2) Le tableau III de l'Annexe présente les données relatives à ce mode de classement.

GRAPHIQUE 2, 3

Distributions de l'ensemble des ménages, des acheteurs de biens durables, et des acheteurs à tempérament, classés selon le revenu du ménage



une dispersion plus faible que l'ensemble des ménages. Mais ce qui nous intéresse surtout pour l'étude du crédit c'est que la distribution des acheteurs à tempérament est plus concentrée que celle de l'ensemble des acheteurs et, par rapport à elle, légèrement décalée vers la droite (1). Cela montre la prédominance sur le marché à tempérament des ménages dont le revenu est égal ou légèrement supérieur au revenu moyen des acheteurs de biens durables.

b) L'importance des achats à tempérament pour les ménages à revenu moyen et élevé est encore soulignée par le fait que la proportion des acheteurs à tempérament par rapport aux acheteurs de biens durables est une fonction croissante du revenu jusqu'à un seuil élevé (1 000 000 de francs pour le matériel ménager de confort, 1 400 000 F pour les véhicules à deux roues et les automobiles, cf. Graphique 2, 4) (2).

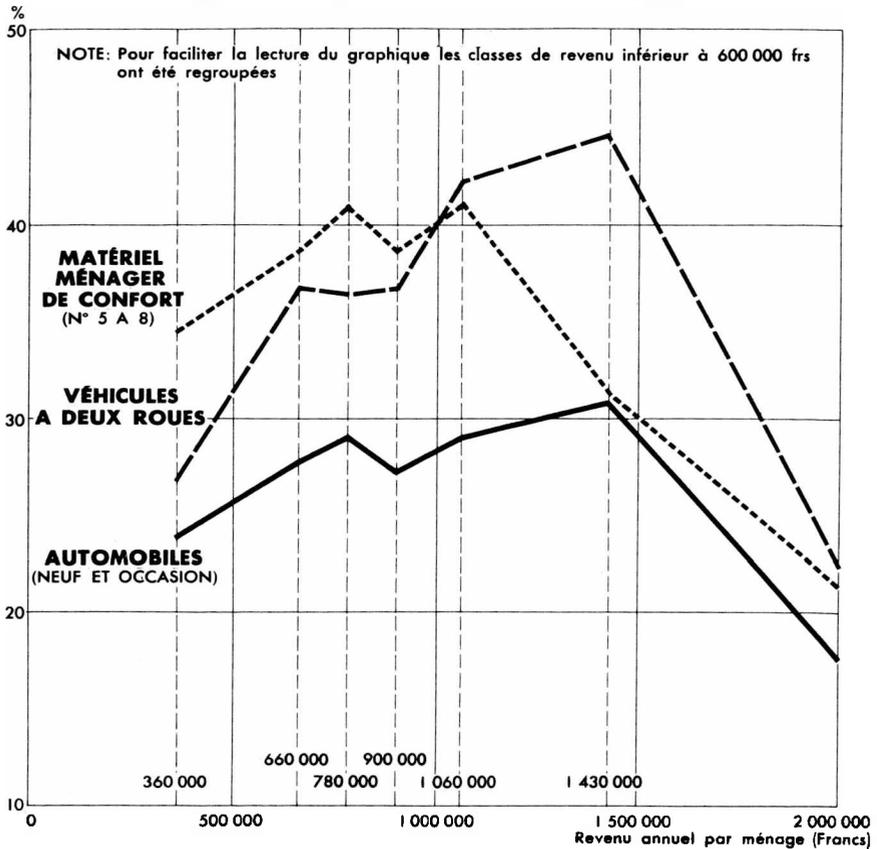
Le crédit à la consommation permet des achats de biens durables à des ménages qui par la faiblesse de leurs revenus auraient, sans ce moyen

(1) Les mêmes différences se conservent entre ces deux distributions lorsqu'on sépare les acheteurs en trois groupes : acheteurs d'automobiles, de véhicules à deux roues et de matériel ménager de confort (biens n^{os} 5 à 8).

(2) Cette observation n'est pas contradictoire avec la baisse du taux de couverture par le crédit en fonction du revenu. Il suffit pour que les deux choses se vérifient simultanément qu'au fur et à mesure que le revenu croît, une moins grande part de la valeur de chaque bien ait été couverte par le crédit lors de l'achat ou que le crédit ait été moins étalé dans le temps (dans ce cas les versements déjà effectués sont plus importants, cela diminuant d'autant le montant des encours pour ces ménages).

GRAPHIQUE 2, 4

Proportion du nombre d'achats à tempérament par rapport au nombre total d'achats, selon la classe des revenus



de financement, un accès nul ou très faible à ce marché ; c'est le cas des ouvriers agricoles, des manœuvres, des inactifs. Mais parce qu'en l'état actuel du coût du crédit et de sa réglementation, il est plus aisé pour un ménage de recourir aux achats à tempérament quand ses ressources sont plus élevées, le crédit à la consommation — au moins sous la forme des achats à tempérament — bénéficie surtout aux acheteurs de biens durables à revenu supérieur à la moyenne. Cette situation a des conséquences sur l'accès des ménages des différentes classes de revenu au marché des biens durables. En effet, le crédit multiplie d'un certain coefficient la capacité d'achat de biens durables due aux seules ressources du ménage ; la valeur de ce coefficient croissant avec le revenu, le crédit ne tend pas — bien au contraire — à rapprocher la distribution des acheteurs de biens durables de celle de l'ensemble de la population (1).

(1) Cette situation peut se modifier dans un avenir assez proche, même en l'absence d'un changement de la réglementation des ventes à tempérament. Il est possible en effet que jusqu'à présent les ménages à revenu relativement élevé aient contracté plus vite que les autres l'habitude des achats à tempérament. Or, la diffusion de cette habitude explique, en grande partie à elle seule, l'expansion du crédit à la consommation.

3. L'ENDETTEMENT DES MÉNAGES.

Les achats de biens durables, en raison du recours au crédit qui leur correspond pour le quart des acheteurs environ, ont une influence sur l'endettement des particuliers. Il n'est donc pas sans intérêt d'étudier le rapport existant entre les crédits en cours à la consommation et les revenus des ménages. Jusqu'à présent la valeur de ce rapport n'était connue avec une précision suffisante que pour l'ensemble des ménages. L'enquête de 1956 permet de donner au moins une première estimation de ce rapport pour douze catégories socio-professionnelles, pour la moyenne des années 1955-1956. Ce rapport n'a pu être calculé que pour l'ensemble des ménages d'une catégorie socio-professionnelle, qu'ils aient fait appel au crédit ou non. Il mesure donc l'endettement de l'ensemble d'une catégorie ; cet endettement est évidemment très inférieur à celui du groupe des ménages qui dans cette catégorie ont fait appel au crédit.

ESTIMATION DE LA PROPORTION DES CRÉDITS EN COURS PAR RAPPORT AU REVENU
SELON LES CATÉGORIES SOCIO-PROFESSIONNELLES
(Moyenne des années 1955-1956)

Numéro de la nomenclature des catégories socio- professionnelles	00	21	22	27	30	40	50	60	61	68	70-2	90	En- sem- ble
$\frac{\text{En cours}}{\text{Revenu des ménages}} \times 100$	0,17	1,00	0,97	0,41	0,33	0,61	0,80	0,93	0,71	0,72	0,45	0,47	0,50

La valeur très faible de ce rapport s'explique par le fait que les ventes à tempérament constituent un phénomène dont le développement en France est récent, très lié à l'expansion du marché de l'automobile et de l'équipement ménager. Dans l'ensemble des ménages, les crédits en cours à la consommation représentent seulement un demi pour cent de leurs revenus (1). Mais la dispersion de ce rapport est importante ; il varie de 0,17 % pour les exploitants agricoles — comme on devait s'y attendre, leurs dettes sur biens durables sont minimales — à 1 % pour les industriels et les gros commerçants.

III. — LES AUTRES FACTEURS

D'autres facteurs interviennent pour expliquer le comportement des ménages à l'égard du crédit à la consommation. Parmi eux, nous retiendrons seulement le type de ménage et la catégorie de commune. Ces deux facteurs ne sont pas indépendants du revenu et de la catégorie socio-professionnelle. On observe par exemple que le niveau des revenus augmente généralement avec la population des communes. Il n'est donc pas possible, en les étudiant séparément, de mesurer leurs effets mais seulement de souligner qu'ils ne sont pas négligeables.

(1) La mesure des revenus utilisée ici est l'évaluation que fournit le tableau II en Annexe. Si on retient les chiffres des encours publiés par le Conseil National du Crédit, la valeur du rapport des encours aux revenus, pour l'ensemble des ménages, ressortit à 0,56 %. En raison de l'incertitude des évaluations du revenu et des encours, la valeur de leur rapport pour les différentes catégories sociales est susceptible d'une erreur relative qui peut atteindre 30 %.

1. LE TYPE DE MÉNAGE.

La différence d'activité sur le marché des biens durables et sur le marché à tempérament est grande entre les ménages avec enfants et les ménages sans enfant (1). Les premiers effectuent près des trois quarts des achats de biens durables et plus de quatre vingts pour cent des achats à tempérament, alors qu'ils ne représentent qu'un peu plus de la moitié de la population.

	Ménages des types I et II	Ménages des types III, IV et V
Pourcentage dans l'ensemble de la population	46,5	53,5
Pourcentage dans la population des acheteurs de biens durables . . .	28,5	71,5
Pourcentage dans la population des acheteurs à tempérament	18,2	81,8

2. LA CATÉGORIE DE COMMUNE.

Les communes se rangent en trois catégories : les communes rurales où le nombre d'achats de biens durables par ménage est inférieur à celui de l'ensemble de la France, les communes de moins de 10 000 habitants où il lui est égal, les autres communes et Paris où il lui est supérieur (2). Ces inégalités sont encore plus accusées sur le marché à tempérament. Les ménages ont en effet tendance à recourir beaucoup plus facilement à cette forme d'achat s'ils habitent la ville que la campagne; la proportion du nombre d'achats à tempérament par rapport au nombre total d'achats croît avec la taille des communes (cf. Graphique 3). Ce phénomène est lié à la présence des exploitants agricoles et des inactifs dans les communes de plus faible importance. Peut-être provient-il aussi d'une attitude de l'ensemble des ménages habitant ces communes et de l'organisation du marché à tempérament à la campagne et dans les petites villes.

- (1) Les ménages ont été classés en cinq catégories selon leur taille et leur composition :
- Type I : un adulte, avec ou sans enfant ;
 - Type II : deux adultes, sans enfant ;
 - Type III : deux adultes, avec un enfant et plus ;
 - Type IV : trois adultes, avec ou sans enfant ;
 - Type V : quatre adultes, avec ou sans enfant.

Les données en nombre d'achats classés selon le type du ménage acheteur sont publiées dans le tableau IV en Annexe.

- (2) Les communes ont été classées de la façon suivante :
- I : Communes rurales ;
 - II : Communes de moins de 10 000 habitants ;
 - III : Communes de moins de 100 000 habitants ;
 - IV : Communes de plus de 100 000 habitants ;
 - V : Paris et sa banlieue.

Le tableau V, publié en Annexe, fournit les données sur les nombres d'achats, au comptant et à tempérament, des ménages classés selon la catégorie de commune. On remarquera sur ce tableau que les communes rurales absorbent plus de la moitié des véhicules à deux roues et 40 % des automobiles d'occasion.

GRAPHIQUE 3

Proportion du nombre d'achats à tempérament par rapport au nombre total d'achats de biens durables, selon la catégorie de communes

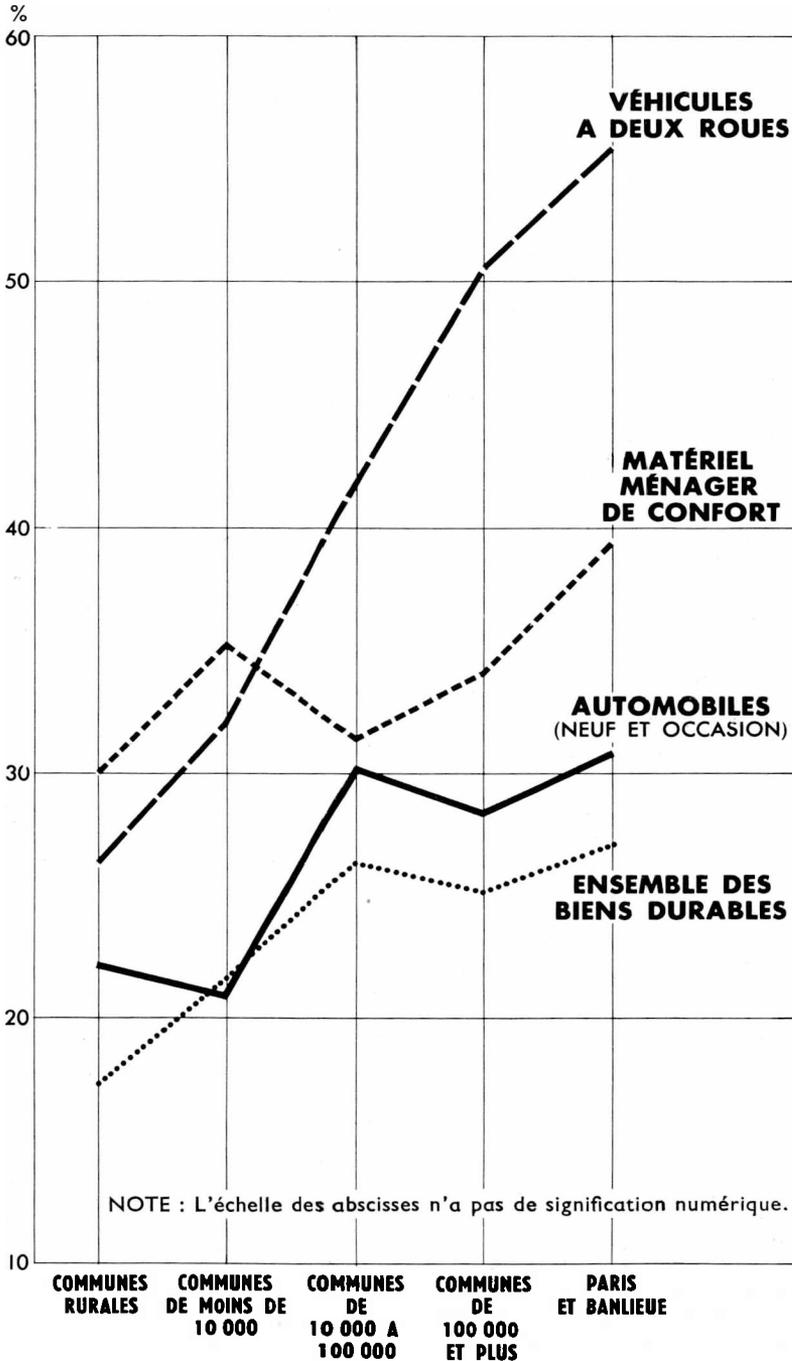


TABLEAU I. - NOMBRE D'ACHATS DE BIENS DURABLES, AU COMPT
ÉCHANTILLON DE 21 495 MÉNA-

Numéro nomenclature des biens	Catégories socio-pro- fessionnelles		00	10	21	22	23
			Exploitants agricoles	Ouvriers agricoles	Industriels et gros commerçants	Artisans	Petits artisans
	Nombre de ménages dans l'échantillon		2 831	723	243	894	1 121
1	Autos neuves	Comptant	34	2	18	20	44
		Tempérament	11	-	7	9	27
2	Autos d'occasion	Comptant	80	7	5	25	117
		Tempérament	8	2	2	10	22
	Autos (total neuves et occasion	Comptant	113	9	23	45	166
		Tempérament	19	2	9	19	49
3 et 4	Véhicules à deux roues neufs	Comptant	141	41	2	28	212
		Tempérament	8	24	-	9	31
5, 6, 7, 8	Matériel ménager de confort neuf	Comptant	81	10	32	49	172
		Tempérament	10	9	9	27	55
9, 10	Radios, électrophones et T. V. neufs	Comptant	30	11	11	14	66
		Tempérament	2	8	-	11	21
11	Cuisinières, réchauds chauffe-eau neufs	Comptant	179	47	11	67	264
		Tempérament	5	18	1	7	26
12	Appareils de chauffage neufs	Comptant	54	10	6	19	89
		Tempérament	-	1	-	3	4
13	Meubles neufs	Comptant	252	82	22	85	441
		Tempérament	7	14	-	5	26

(1) Les nombres figurant dans ce tableau sont ceux directement observés dans l'échantillon des ménages enquêtés. Ils portent sur une année (approximativement la moyenne des années 1955 et 1956). Il suffit de les multiplier par 625 (inverse du taux de sondage de cette enquête) pour obtenir une estimation des grandeurs relatives à l'ensemble des ménages français. Cependant cette estimation est sujette à

A TEMPÉRAMENT, PAR CATEGORIES SOCIO-PROFESSIONNELLES ;
 -ENNE DES ANNÉES 1955-1956 (1).

	40	50	60	61	68	70	72	80	90	Ensemble
supérieurs	Cadres moyens	Employés	Contre-maitres	Ouvriers	Mancœuvres	Gens de maison et femmes de ménage	Autres personnels de service	Autres ménages actifs	Inactifs	
	1 177	1 590	300	4 813	753	283	308	412	5 351	21 495
	67	19	3	36	1	-	5	5	24	372
	20	10	5	22	-	-	1	2	4	134
	44	32	9	89	4	-	1	19	29	387
	19	10	-	38	2	1	1	6	8	135
	111	51	12	125	5	-	6	24	52	759
	39	20	5	60	2	1	2	8	12	269
	23	58	11	183	26	5	6	19	47	621
	19	40	7	150	30	2	5	6	21	326
	150	134	36	237	15	3	4	43	101	1 084
	78	64	12	216	28	-	6	24	38	568
	54	48	15	156	41	6	8	8	76	557
	27	27	7	102	14	6	4	8	12	246
	145	123	42	379	30	9	15	35	225	1 430
	19	33	12	143	13	4	6	15	21	310
	72	75	16	142	20	3	8	16	100	611
	5	12	1	30	7	1	2	1	2	73
	276	215	63	924	94	22	30	112	306	2 731
	25	48	3	270	38	7	7	22	50	516

des erreurs importantes si le nombre observé dans l'échantillon est inférieur à une cinquantaine. Pour réduire ces erreurs, on devra donc procéder à des regroupements afin d'obtenir un tableau final où, compte tenu des regroupements les plus adaptés au problème qu'on se propose d'étudier, le nombre des chiffres inférieurs à la cinquantaine soit minimum.

TABLEAU II. - ÉVALUATION DES REVENUS ET DES C
PAR CATÉGORIES SOCIO-PROF

Catégories socio-pro- fessionnelles	00	10	21	22	27
	Exploitants agricoles	Ouvriers agricoles	Industriels et gros commerçants	Artisans	Petits
Revenu moyen annuel par ménage (en milliers de francs) (1)	1 044	*	2 404	1 115	1 24
Total des crédits en cours, moyenne 1955-1956 (en millions de francs) (2)	3 173	2 478	3 699	4 676	3 53-
Crédits en cours sur automobiles (en millions de francs) (3)	1 530	144	14 365		
Crédits en cours sur véhicules à deux roues (en millions de francs)	842	537	353		
Crédits en cours sur biens d'équipement ménager (en millions de francs) (4)	801	1 797	690		

(1) Cette évaluation du revenu annuel (moyenne des années 1955 et 1956) repose d'une part sur les données de l'enquête de 1956, cf. G. Rottier "La distribution des revenus non agricoles" consommation n° 1, janvier-mars 1958, tableau III-1, p, 15, d'autre part sur les données émanant du Service des Etudes Economiques et Financieres. L'erreur affectant ces évaluations peut atteindre 10 à 20 %. L'auto-consommation et le produit des activités annexes des ménages sont compris dans ces chiffres.

(2) Les crédits en cours à un moment donné sont constitués par la somme des crédits accordés au ménage lors de l'achat, diminués des versements effectués à

A LA CONSOMMATION EN COURS, EN 1955-1956,
NELLES - FRANCE ENTIÈRE (1)

0 et cadres supérieurs	40 Cadres moyens	50 Employés	60 Contre- maîtres	61 Ouvriers	68 Manœuvres	70 - 72 Personnels de service	80 Autres ménages actifs	90 Inactifs	Ensemble
72	1 266	895	1 160	865	733	600	*	549	
71	5 639	6 950	2 041	18 979	2 525	991	2 760	8 801	69 717
	15 148							2 404	33 591
	6 470							763	8 945
	18 399							5 634	27 261

ce jour. L'évaluation des encours, publiée ici, est incertaine surtout dans les distributions détaillées; elle est obtenue comme solde entre la valeur au comptant des biens et la dépense effectuée par les ménages relative à ces biens.

(3) Neuves et d'occasion, moyenne des années 1955-1956.

(4) Biens n° 5 à 13 de la nomenclature; moyenne 1955-1956.

(*) Aucun chiffre ne peut être publié actuellement.

TABLEAU III

NOMBRE DES ACHATS DE BIENS DURABLES, AU COMPTANT ET A TEMPÉRAMENT, SELON LES CATÉGORIES DE REVENUS DES MÉNAGES.
ÉCHANTILLON DE 20 749 MÉNAGES - MOYENNE DES ANNÉES 1955-1956 (1)

N° No- mencla- ture des biens	Catégories de revenu annuel par ménage (en milliers de francs)	Moins	360-	480-	600-	720-	840-	960-	1200-	Plus de	Ensem- ble (2)	
		de 360	480	600	720	840	960	1200	1800	1800		
	Nombre de ménages dans l'enquête 1956 (3)	4 735	2 409	2 483	2 129	2 036	1 477	2 274	2 119	1 087	20 749	
	Répartition du total des ménages entre les catégories de revenu	22,8	11,6	12,0	10,3	9,8	7,1	11,0	10,2	5,2	100	
1, 2	Automobiles neuves et d'occasion	} Nombre total d'achats dont : nombre d'achats à tempérament	17	44	65	65	103	88	179	253	187	1 001
			1	9	20	18	30	24	52	78	33	265
3, 4	Véhicules à deux roues neufs	} Nombre total d'achats dont : nombre d'achats à tempérament	48	103	113	120	129	79	152	139	36	919
			17	23	31	44	47	29	64	62	8	325
5, 6, 7, 8	Matériel ménager de confort neuf	} Nombre total d'achats dont : nombre d'achats à tempérament	31	53	76	137	181	178	343	407	224	1 630
			6	20	29	53	74	69	141	126	48	566
9, 10	Radios, électrophones télévisions neufs	} Nombre total d'achats dont : nombre d'achats à tempérament	31	51	86	93	84	68	150	143	91	797
			7	6	29	40	27	30	47	52	7	245
11, 12	Cuisinières et appa- reils de chauff. neufs	} Nombre total d'achats dont : nombre d'achats à tempérament	163	206	268	268	308	238	393	367	176	2 387
			10	31	51	51	54	42	68	49	19	375
13	Meubles neufs	} Nombre total d'achats dont : nombre d'achats à tempérament	149	222	368	375	421	353	506	575	225	3 194
			8	32	49	73	93	72	82	80	22	511

(1) Ces nombres sont relatifs à l'échantillon de l'enquête de 1956 et portent sur une année (approximativement la moyenne des années 1955 et 1956). Sur leur emploi pour estimer les grandeurs relatives à l'ensemble de la population, se reporter à la note (1) du tableau I.

(2) Les chiffres de la colonne "Ensemble" représentent le nombre des ménages acheteurs de ces biens qui ont déclaré leur revenu. Ils ne sont donc pas égaux à ceux des colonnes "Ensemble" des autres tableaux.

(3) Source : G. Rottier. La distribution des revenus non-agricoles "Consommation n° 1 et "Les revenus des exploitants agricoles" Consommation n° 3. Conformément aux remarques de ces articles, la limite supérieure des tranches de revenu a été multipliée par 1,20 pour corriger la sous-estimation des déclarations. Dans cette évaluation des revenus sont compris l'autoconsommation des agriculteurs et le produit des activités annexes des ménages.

(4) Ce nombre est celui des ménages ayant déclaré leur revenu, qu'ils soient acheteurs de biens durables ou non. C'est à partir de lui qu'est calculée la distribution des ménages selon les catégories de revenus. On fait ainsi l'hypothèse que les non-déclarants ne sont pas systématiquement groupés dans certaines zones de la distribution.

TABLEAU IV

NOMBRE DES ACHATS DE BIENS DURABLES, AU COMPTANT ET A TEMPÉRAMENT, SELON LES TYPES DE MÉNAGES
ÉCHANTILLON DE 21 495 MÉNAGES - MOYENNE DES ANNÉES 1955-1956 (1)

N° de la nomenclature des biens	Catégories de types de ménages	Un adulte avec ou sans enfant	Deux adultes sans enfant	Deux adultes avec un enfant ou plus	Trois adultes avec ou sans enfant	Quatre adultes avec ou sans enfant	Ensemble	
	Nombre de ménages dans l'enquête 1956	4 161	5 814	4 564	4 070	2 886	21 495	
	Répartition du total des ménages entre les catégories de types de ménage	19,4	27,1	21,2	18,9	13,4	100	
1,2	Automobiles neuves et d'occasion	Nombre total d'achats	27	222	344	237	198	1 028
		dont : nombre d'achats à tempérament	7	64	101	56	41	269
3,4	Véhicules à deux roues neufs	Nombre total d'achats	57	139	256	222	273	947
		dont : nombre d'achats à tempérament	17	29	100	72	108	326
5,6,7,8	Matériel ménager de confort neuf	Nombre total d'achats	67	330	625	344	286	1 652
		dont : nombre d'achats à tempérament	17	65	285	107	94	568
9,10	Radios, électrophones télévisions neufs	Nombre total d'achats	86	220	237	153	107	803
		dont : nombre d'achats à tempérament	17	42	102	43	42	246
11,12	Cuisinières et appareils de chauffage neufs	Nombre total d'achats	235	627	673	545	344	2 424
		dont : nombre d'achats à tempérament	16	59	159	86	63	383
13	Meubles neufs	Nombre total d'achats	225	668	1 229	609	516	3 247
		dont : nombre d'achats à tempérament	27	57	219	110	103	516
(1) Ces nombres sont relatifs à l'échantillon de l'enquête de 1956 et portent sur une année (approximativement la moyenne des années 1955 et 1956). Sur leur emploi pour estimer les grandeurs relatives à l'ensemble de la population, se reporter à la note (1) du tableau I.								

TABLEAU V

NOMBRE DES ACHATS DE BIENS DURABLES, AU COMPTANT ET A TEMPÉRAMENT, SELON LES CATÉGORIES DE COMMUNES
ÉCHANTILLON DE 21 495 MÉNAGES - MOYENNE DES ANNÉES 1955-1956 (1)

N° de la nomenclature des biens	Catégories de communes	Communes rurales	Communes de moins de 10 000 habitants	Communes de moins de 100 000 habitants	Communes de 100 000 habitants et plus	Paris et sa banlieue	Ensemble	
	Nombre de ménages dans l'enquête 1956	8 756	2 439	3 528	2 952	3 820	21 495	
	Répartition du total des ménages entre les catégories de communes	40,7	11,3	16,4	13,8	17,8	100	
1	Automobiles neuves	Nombre d'achats total	146	46	87	97	130	506
		dont : nombre d'achats à tempérament	36	9	23	27	39	134
2	Automobiles d'occasion	Nombre d'achats total	223	57	76	72	94	522
		dont : nombre d'achats à tempérament	46	13	26	21	29	135
3,4	Véhicules à deux roues neufs	Nombre d'achats total	514	94	158	105	76	947
		dont : nombre d'achats à tempérament	135	30	66	53	42	326
5,6,7,8	Matériel ménager de confort neuf	Nombre d'achats total	369	201	298	329	455	1 652
		dont : nombre d'achats à tempérament	111	71	94	112	180	568
9,10	Radios, électrophones télévisions, neufs	Nombre d'achats total	162	75	146	178	242	803
		dont : nombre d'achats à tempérament	32	31	49	55	79	246
11,12	Cuisinières et appareils de chauffage neufs	Nombre d'achats total	797	317	435	405	470	2 424
		dont : nombre d'achats à tempérament	89	41	78	83	92	383
13	Meubles neufs	Nombre d'achats total	1 030	423	585	528	681	3 247
		dont : nombre d'achats à tempérament	112	68	136	81	119	516

(1) Ces nombres sont relatifs à l'échantillon de l'enquête de 1956 ; il portent sur une année (approximativement la moyenne des années 1955 et 1956). Sur leur emploi pour estimer les grandeurs relatives à l'ensemble de la population, se reporter à la note (1) du tableau I.