Consommation

"CONJONCTURE"

Sou1960-3406

1960



CENTRE DE RECHERCHES ET DE DOCUMENTATION SUR LA CONSOMMATION 30, RUE D'ASTORG - PARIS (8°) TEL. : ANJ. 79-57 Cette note comprend deux parties consacrées, l'une à la consommation en 1959, l'autre aux tendances de son évolution dans les premiers mois de 1960.

La première partie présente des résultats plus détaillés et plus précis que ceux de la note précédente. Ils proviennent d'un travail fait en commun avec le Service des Etudes Economiques et Financières du Ministère des Finances. Malgré les précisions nouvelles qui ont été obtenues, les conclusions du précédent bulletin sont à très peu de chose près confirmées.

La seconde partie de ce travail tente, comme d'habitude, de dégager les tendances récentes de la consommation à partir de l'ensemble très imparfait des indicateurs statistiques disponibles, interprétés à la lumière des renseignements qualitatifs qu'ont bien voulu nous fournir nos Correspondants.

Ces données proviennent soit du Secteur Public : Service des Etudes Economiques et Financières du Ministère des Finances, Institut National de la Statistique et des Etudes Economiques, Direction des Affaires Commerciales, soit du Secteur Privé : Grands Magasins, Syndicats, Groupements Professionnels et Principaux Responsables de la Distribution.

Que tous ces Correspondants du C.R.E.D.O.C. veuillent trouver ici, l'expression de nos plus vifs remerciements et soient persuadés que ce travail est tout autant leur oeuvre que la nôtre.

---:-:---

Le Centre de Recherches et de Documentation sur la Consommation est un organisme scientifique autonome, créé sur l'initiative du Commissariat Général à la Productivité et fonctionnant dans le cadre de l'Association Française pour l'Accroissement de la Productivité. L'orientation de ses travaux est définie par un Comité Directeur que préside M. F.-L. CLOSON, Directeur Général de l'Institut National de la Statistique et des Etudes Economiques.

Les travaux du C.R.E.D.O.C. se développent dans les quatre lignes suivantes :

- Etude de l'évolution de la consommation globale par produit et par groupe socio-professionnel.
- Analyse du comportement du consommateur et économétrie de la demande.
- Etablissement de perspectives de consommation à moyen terme.
- Méthodologie de l'étude de marché des biens de consommation.

Les résultats de ces travaux sont en général publiés dans la revue trimestrielle "CONSOMMATION", ainsi que dans le bulletin "CONSOMMATION-CONJONCTURE".

Exceptionnellement, ils peuvent paraître sous forme d'articles dans d'autres revues françaises ou étrangères, ou bien faire l'objet de publications séparées, lorsque leur volume dépasse celui d'un article de revue.

-:-:-:-

NB

Les numéros de "CONSOMPATION" et "CONSOMPATION-CONJONCTURE" sont diffusés par la maison DUNOD.

DUNOD - Editeur

92, rue Bonaparte - PARIS (6ème)

Tél : DANton 99.15 C.C.P. PARIS 75.45

Abonnement

"Consommation-Conjoncture " 15 NF

LA CONSOMMATION EN 1959

par Léon DESPLANQUES

"La consommation (1) qui était restée stationnaire en 1958 s'est au contraire accrue en 1959. Son augmentation serait légèrement supérieure à 1%. La progression a été plus forte pour les produits alimentaires que pour les articles non alimentaires".(2)

Ces résultats, avancés en Décembre dernier, peuvent être maintenant précisés. Les dépenses de consommation ont augmenté de 1,2% dont 1,4% pour la consommation alimentaire et 1% pour la consommation non alimentaire.

Cette progression est en réalité inexistante si l'on tient compte de l'évolution démographique. La population s'étant accrue elle aussi de 1,2%, la consommation par tête est restée stationnaire, elle a même été inférieure de 1% à celle de 1957 car en 1958, l'ensemble des dépenses de consommation était resté stable, alors que la population avait augmenté de 1%.

(1) Consommation en volume ou en francs constants. Le volume des ventes, assimilé dans cette étude à l'activité commerciale ou à la demande, est l'indice des ventes en francs constants ou le rapport de l'indice du chiffre d'affaires sur l'indice des prix. Ces indices, pour la période étudiée sont calculés sur la base 100 pour la période correspondante de l'année précédente.

Toutes les variations indiquées pour une période donnée se rapportent, sauf indication contraire, à la période correspondante de l'année précédente.

(2) "Consommation-Conjoncture" - 31/12/1959 - page 8

L'évolution de la consommation en cours d'année, qui ressort de la comparaison des différents mois de 1959 à ceux de 1958, a été assez irrégulière. L'activité commerciale a été supérieure à celle des périodes correspondantes de l'année précédente, les premier et troisième trimestres, mais inférieure les second et quatrième. Les mouvements ont été différents dans les secteurs alimentaires et non alimentaires.

Malgré un premier trimestre faible, en dépit d'une poussée d'achats spéculatifs en Janvier, et un troisième trimestre légèrement au-dessus de la moyenne, l'activité des commerces alimentaires a été à peu près régulière.

Par contre, celle des commerces non alimentaires a été beaucoup plus heurtée; elle a atteint son moint culminant au premier trimestre, grâce aux achats anticipés de Janvier et son niveau le plus bas au deuxième, pour ensuite progresser vivement au troisième trimestre et à un rythme moins rapide au quatrième.

Les prix s'étant accrus de 6,4%, les dépenses de consommation des particuliers se sont élevées l'an dernier, à 16.000 milliards d'anciens francs contre 14.850 milliards en 1958, accusant ainsi une augmentation de 7,6%. La consommation totale (achat + autoconsommation) a atteint 16.500 milliards contre 15.400 l'année précédente.

** ************

LES DEPENSES DE CONSOMMATION EN 1959

Sources S.E.E.F. - C.R.E.D.O.C.

Statistiques provisoires des Comptes de la Nation
Indices Base 100 en 1958

	Valeur	Prix	Volume
ALIMENTATION			
Produits base céréales Légumes et Fruits Viandes, volailles	106 103.2	106.1 102.3	99.9 100.9
oeufs, poissons. Lait, Fromages Corps gras Produits base sucre	104.1 111.1 111.6 105.1	101.2 111.3 110 108.7	102.9 99.8 101.5 96.7
Produits divers BOISSONS	109	106.1 102.6	102.7 101.9
TOTAL CONSOMMATIONS ALIMENTAIRES	105.5	104	101.4
HABILLEMENT	105.3 109	104.7 106.7	100.6 102.2
HYGIE VE ET SOINS TRANSPORTS ET COMMUNICATIONS. CULTURE, LOISIRS.	113.6 108.4	110	103.3
DISTRACTIONS HOTELS, CAFES,	112.3	111.5	100.7
RESTAURANTS CONSOMMATIONS DIVERSES	114.6 101.3	117.6 104.4	97•4 95•2
TOTAL CONSOMMATIONS NON ALIMENTAIRES	109.2	108.1	101
TOTAL GENERAL	107.6	106.4	101.2

.....

CONSOMMATION ALIMENTAIRE

L'augmentation des ventes d'alimentation et boissons (1,4% en volume, 5,5% en valeur) traduit essentiellement une offre relativement élevée de fruits et de viande. En revanche, les ventes des denrées alimentaires non périssables sont restées à peu près stationnaires.

L'augmentation a été moins forte pour l'alimentation proprement dite (1,3%) que pour les boissons (1,9%).

ALIMENTATION

Produits à base de céréales

La consommation de produits à base de céréales s'est établie au même niveau que l'année précédente, voire même légèrement en-deçà. La consommation de pain est restée stationnaire, mais l'accroissement des ventes de pâtisserie (1%) et de riz (3,5%) n'a pu compenser la baisse de celles de biscottes, biscuit et pain d'épice (-0,5%) et surtout de pâtes (-3%).

Pour ce dernier article, le mouvement de reprise qui s'était amorçé en Août et accéléré en fin d'année, par suite de la pénurie de légumes, n'a pu effacer les effets de la baisse très forte du premier semestre ; cette baisse s'explique par une hausse des prix de 20% à la suite de la suppression des subventions.

Fruits et légumes

L'évolution de la consommation des fruits et celle de légumes frais ont été assez divergentes : baisse de 2% sur les légumes, hausse de 4% sur les fruits. Cette distorsion est facilement explicable ; la production de légumes a ressenti plus fortement les effets néfastes de la sécheresse de cet été que celle de fruits. En outre, le marché des légumes dépend plus de la production métropolitaine que celui des fruits dont la moitié des ventes provient d'importations.

Cette situation a eu une répercussion sur l'évolution des prix, ceux des légumes ont augmenté de près de 10% d'une année sur l'autre, alors que ceux des fruits ont fléchi d'environ 7,5%. Les prix des bananes sont restés stationnaires mais ceux des agrumes et des fruits métropolitains ont respectivement baissé de près de 4,5 et 12%.

En dépit d'un recul des ventes d'oranges, la consommation d'agrumes est en augmentation, par suite d'un accroissement des transactions sur les autres espèces. En ce qui concerne les fruits métropolitains, les achats, en tonnage ont été inférieurs à l'an dernier pour les poires, à peu près identiques pour les prunes et les raisins de table, et nettement supérieurs pour les abricots, les cerises et les pêches par suite de très bonnes récoltes ainsi que pour les pommes en raison d'importants apports étrangers, notamment d'Italie.

En raison des effets de la sécheresse sur la production de légumes, la demande sur les conserves de légumes a augmenté de 4% alors qu'elle est restée stationnaire sur celles de fruits.

Viandes, volailles, oeufs, poissons

L'augmentation de la consommation alimentaire est en grande partie imputable à ce poste qui représente plus de 40% des dépenses d'alimentation proprement dite, et s'est accru de près de 3% d'une année sur l'autre, alors qu'il était resté stationnaire en 1958. Cette progression peut s'expliquer par le fait que les prix de ces produits ont augmenté moins fortement (+1,2%) que ceux de l'ensemble des denrées alimentaires (+4,3%).

La demande de boucherie et de porc frais s'est accrue de 2,5% mais a évolué très différemment selon les catégories de viandes. Le volume des ventes des boucheries chevalines a fléchi (-2%), par suite d'une hausse des prix relativement

•••••

importante venue s'ajouter à celles des années antérieures. Les ventes des autres boucheries se sont accrues de 0,5%, les achats ayant augmenté sur le veau (+5%) ainsi que sur le mouton et l'agneau (+6,5%) dont les prix sont restés stables tandis qu'ils ont légèrement fléchi (-0,5%) sur le boeuf.

L'activité s'est au contraire très fortement développée dans les charcuteries. Le volume des ventes de porc frais se serait accru de 7%, les prix ayant diminué de 2,5%.

Malgré une baisse des prix du même ordre (-3%), la demande est restée à peu près stationnaire sur le marché de la volaille, lapins et gibier.

Les ventes d'oeufs, dont les prix ont fléchi de plus de 8% se sont au contraire accrues de 2%.

Lait et fromages

La consommation de lait qui, par suite de l'augmentation de la population était en augmentation depuis plusieurs années et avait continué à progresser au premier semestre, a sensiblement fléchi en raison d'un important déficit de la production à la fin de l'été. Pour l'ensemble de l'année, cette production a été inférieure d'environ 5% à 1958, mais du fait notamment des importations, la baisse au stade de la consommation, n'a été que de 2%. Ce recul a eu pour répercussion, une hausse de plus de 10% du volume des ventes de lait en poudre et lait condensé.

La consommation de fromage se serait établie à un niveau à peu près comparable à celui de l'an dernier.

Corps gras

La consommation de corps gras s'est accrue à un rythme légèrement plus rapide que l'année précédente : +1,5% contre +1%.

L'augmentation de la demande sur le beurre, relativement forte au premier semestre, a été ramenée à environ 1% pour l'ensemble de l'année par suite d'un léger recul au second semestre.

L'évolution sur le marché de l'huile a été l'opposé. L'augmentation relativement faible en début d'année s'est ensuite accrue et ressort à 2% contre 3% en 1958.

Le volume des ventes de margarine s'est accru de 7% contre 5% en 1958. La stabilisation du pouvoir d'achat et le lancement d'un nouvel article auraient favorisé ce marché.

Produits à base de sucre

La consommation de produits à base de sucre a fléchi d'environ 3%. La demande, à peu près stable sur le sucre, a accusé un net recul (-5%) sur la confiserie ainsi que sur le chocolat dont le volume des ventes avait déjà fléchi en 1958.

Produits divers

Le volume des ventes de ces différents articles d'épicerie: potages, tapioca, épices, condiments, s'est accru de près de 3% grâce à une progression de l'ordre de 10% des achats de potages en sachets.

BOISSONS

La consommation de boissons, qui avait fléchi de près de 5% en 1958, a amorçé, en 1959, un léger mouvement de reprise. Toutefois, malgré une progression de 1,9%, elle s'établit encore à un niveau nettement inférieur à celui de 1957.

La consommation de vin a augmenté de 1,2%. Les achats de vins courants, malgré une reprise marquée en fin d'année ont été encore inférieurs de près de 10% à ceux de 1957. Cette consommation representant près des trois-quarts de la consommation totale de vins, sa baisse n'a pu être compensée que par une hausse relativement forte de la demande sur les autres vins : 2% sur le Champagne et les vins de liqueurs, 10% sur les vins d'appellation contrôlée. Il semble utile de rappeler que le recul de la demande sur ces derniers articles avait été de l'ordre de 20% en 1958. De ce fait, le niveau

de 1957 est loin d'être atteint, même pour les vins d'appellation contrôlée.

La consommation d'apéritifs a continué à fléchir (-2%), mais moins rapidement que l'année précédente (-8%). La baisse provient uniquement des apéritifs à base de vins, dont le volume des ventes a fléchi d'environ 10%. Ce recul est d'autant plus important que la consommation, en quantité, des apéritifs à base de vins ne représentait déjà plus, en 1957, que la moitié de celle de 1950.

La demande d'apéritifs à base d'alcools s'est, au contraire, accrue d'environ 5%.

Les ventes de cidre, en raison de l'excellente récolte de pommes pendant la campagne 1957/58 criaugmenté de près de 8%.

Sur le marché de la bière qui a connu d'importants progrès depuis 1954, la demande a encore été très soutenue. Toutefois, son rythme de progression s'est ralenti, la hausse du volume des ventes n'a atteint que 7% contre 15% les deux années précédentes. La reprise de la consommation du vin, au second semestre, permet de supposer que ce ralentissement se poursuivra si les prix de la bière continuent à augmenter plus fortement que ceux du vin.

L'accroissement de la consommation de boissons non alcoolisées, qui n'avait été que de 2% en 1958, a atteint 8% en 1959.

CONSOMMATION NON ALIMENTAIRE

HABILLEMENT

Le marché de l'habillement n'a rattrapé en 1959 qu'une partie du retard qu'il avait pris l'année precédente. Le volume des ventes n'a augmenté que de 0,6%, alors qu'il avait fléchi de 2% en 1958.

Encore faut-il remarquer que cette progression provient de facteurs extérieurs au marché qui ont stimulé artificiellement la demande. Le climat politique et économique du début d'année qui a incité les particuliers à stocker des biens durables, a été très favorable aux commerces de l'habillement. Les vêtements principaux en particulier, de par leur valeur unitaire relativement peu élevée, constituent des articles pouvant être très facilement stockés par la clientèle, notamment celle disposant de revenus movens ou modestes. Co facteur stimulant a été immédiatement remplacé à partir de Mors, par des conditions atmosrhériques exceptionnelles. Le beau temps qui a règné cette année sur la plupart du territoire métropolitain pendant près de neuf mois consécutifs, a favorisé les achats de vêtements légers qui ne pouvaient être remplacés par les articles stockés en début d'année.

L'influence de ces deux facteurs suffit, à elle seule, à expliquer l'évolution de l'activité en cours d'année: premier trimestre excellent avec deux mois remarquables, Janvier et Mars, deuxième trimestre relativement satisfaisant, grâce à une très forte activité en Juin, troisième trimestre moyen, malgré un chiffre d'affaires légèrement gonflé en Septembre par suite de la rentrée des classes en Septembre, dernier trimestre peu satisfaisant, avec un recul marqué en Décembre.

Les ventes d'articles d'Automne et d'Hiver ayant été très satisfaisantes en début d'année, mais fort mé-

diocres à la fin, la progression du marché provient essentiellement de l'augmentation de la demande sur les vêtements légers de Printemps et d'Eté.

Vêtements principaux

Une certaine mévente a affecté ce marché. Le recul, par rapport à l'année précédente, est d'au moins 2%. L'activité, soutenue au premier trimestre, s'est très rapidement ralentie pour se retrouver au troisième trimestre, à un niveau inférieur à celui de l'année précédente. La reprise qui s'était manifestée en Octobre dans certains magasins ne s'est pas poursuivie les mois suivants.

Parmi les articles les plus affectés par la mévente figurent les vêtements de protection · vêtements de fourrure, manteaux, imperméables.

La baisse semble avoir été plus accusée dans la confection féminine que masculine. En revanche, le volume des ventes de vêtements d'enfants aurait été supérieur à celui de l'année précédente.

Bonneterie, Chemiserie, Lingerie

Les ventes de bonneterie, chemiserie, lingerie, favorisées par la température ont progressé, en volume, d'environ 6%, ce qui leur a permis, après la baisse de 1958, de se retrouver à un niveau légèrement supérieur à celui de 1957. La hausse des prix sur ces différents articles n'a été que de 2% contre 4% sur les vêtements principaux.

Peu de modifications se sont produites sur le marché des accessoires d'habillement. Une légère diminution des ventes de tissus au mètre, aurait été compensée par une augmentation du même ordre, des ventes de mercerie. L'activité du commerce de teinturerie aurait été en baisse d'environ 2%.

Chaussures

Sur le marché de la chaussure, le volume des ventes qui avait fléchi de 2% en 1958, s'est accru de près de 3%. Aux facteurs qui ont stimulé les ventes de vêtements s'est

• • • • • • •

ajoutée la crainte d'une hausse des prix. La montée spectaculaire des cours du cuir a incité les consommateurs à stocker différents articles. Ces achats anticipés se sont surtout produits au premier semestre ; depuis, un fléchissement notable s'est manifesté. Ses effets ont été quelque peu masqués, au troisième trimestre, par le succès de l'opération "Etiquette bleue", mais sont apparus très nettement en Novembre et Décembre, où le volume des ventes a été inférieur de 10 à 15% à celui de la même période de 1958. Comme dans le commerce de l'habillement, l'activité a été plus soutenue sur les articles légers que sur les articles d'usage.

HABITATION

Les dépenses d'habitation ont retrouvé et même dépassé le niveau de 1957. Le retard qu'elles avaient pris en 1958 (-1%) a été plus que rattrapé par la hausse de 1959 (+2,2%). Contrairement à l'année précédente, les principales catégories de dépenses ont évolué d'une manière à peu près identique.

Loyers et Charges

Les loyers et charges sont, parmi toutes ces catégories de dépenses, celles qui ont enregistré le plus fort accroissement (+4,2% contre 5% en 1958). Cette progression, constatée depuis plusieurs années, provient de la part croissante de logements neufs à loyer élevé dans le parc immobilier.

Equipement du logement

Les dépenses consacrées à l'équipement du logement se sont accrues d'environ 1%. Cette augmentation est très peu satisfaisante. En effet, les ventes se sont établies très nettement au-dessous du niveau de 1957, en raison de la baisse de 7% enregistrée en 1958. La progression a été assez faible sur chacun des principaux marchés.

L'activité du marché du meuble, a augmenté d'environ 1%. Malgré une pointe fort importante en début d'année

qui s'est plus ou moins prolongée jusqu'en Avril, elle a ensuite fortement fléchi et n'a amorçé qu'une timide reprise au dernier trimestre. Les ventes ont été plus satisfaisantes à PARIS qu'en Province et la demande plus soutenue sur les meubles que sur les accessoires d'ameublement.

Les ventes d'articles de literie ont augmenté un peu plus fortement que celles de neubles (+2%); celles de tapis ont, au contraire, fléchi (-1%).

En ce qui concerne le linge de maison, par suite d'un recul très important des achats, à partir du second trimestre, la hausse de plus de 10% enregistrée pendant la saison de blanc a été ramenée à 2% pour l'ensemble de l'année.

Malgré une progression de l'ordre de 2%, le marché de l'électro-ménager, qui avait accusé un recul marqué l'année précédente, s'est établi à un niveau très nettement en-deçà de celui de 1957.

L'amélioration enregistrée en 1959 provient essentiellement des réfrigérateurs dont les ventes, stimulées par la température ont été chaque mois supérieures à celles des mois correspondants de 1958. Le petit matériel électroménager a, lui aussi, bénéficié d'une demande relativement soutenue. En revanche les ventes de machines à laver auraient encore fléchi.

L'augmentation de l'ensemble de la production (+12%) a été supérieure à celle des ventes sur le marché intérieur, par suite de la reconstitution des stocks et du développement des exportations qui ont plus que doublé en valeur. Toutefois, les progrès de l'industrie, dont la production a à peine dépassé le niveau de 1957, sont insignifiants par rapport à ceux des principaux pays étrangers, notamment l'Allemagne dont la concurrence, ainsi que celle de l'Italie, commencent déjà à se manifester.

Les ventes d'articles de ménage, de quincaillerie et de petit outillage, ont très légèrement fléchi. Une baisse de l'ordre de 0,5% se serait produite sur le marché des articles de ménage.

Energie et produits d'entretien

L'ensemble de ces dépenses s'est accru, comme les deux précédentes années, d'environ 2°. La baisse, de l'ordre de 5% de la consommation de charbon a été compensée par les progrès de la consommation d'électricité (+8,5%) ainsi que de butane et nazout (+14%). La demande de gaz de ville, qui avait vivement progressé en 1958 a encore augmenté (+1%).

Sur le marché des savons et produits d'entretien, l'activité a progressé d'environ 2%. La hausse a été de l'ordre de 1% sur le savon de ménage et de 3% sur les détersifs.

HYGIENE ET SOINS

L'augmentation de l'ensemble de ces dépenses ressort à environ 3,5% contre 3% l'année précédente.

Les dépenses d'hygiène et soins personnels se seraient accruæ de 1%. Cette hausse serait imputable à celle du marché de la parfumerie (parfums et savons de toilette), car les autres marchés ont stagné. La progression des ventes de savons de toilette (+1%) aurait été toutefois moins forte que les années précédentes. Celle de parfums (+2%) proviendrait en grande partie des achats des touristes étrangers, la demande ayant été peu soutenue en fin d'année.

Les dépenses médicales ont progressé à peu près au même rythme que l'année précédente : 3%.

Les modifications intervenues dans le régime des remboursements de la Sécurité Sociale : institution de la franchise pour les produits pharmaceutiques au premier senestre, relèvement des taux effectifs de remboursement des consultations et visites médicales ne semblent pas avoir eu d'importance notable sur le comportement des consommateurs.

Les dépenses de pharmacie, malgré la part plus importante incombant aux particuliers, tout au moins au premier semestre, se sont accrues, comme l'an dernier, d'environ

3%. En revanche, les dépenses de médecins et d'hospitalisation, n'auraient augmenté que de 4% contre 6% en 1958.

TRANSPORTS ET COMMUNICATIONS

Les progrès rapides des dépenses de transports et communications depuis 1950, ont été pratiquement stoppés en 1959. Une stagnation a fait place à la hausse de 5% enregistrée en 1958. Il faut de plus, remarquer que cette stabilisation n'a pu être obtenue que par l'augmentation de la denande concernant l'utilisation et l'entretien du parc des véhicules individuels, car presque toutes les autres catégories de dépenses ont diminué.

Achats de véhicules individuels

Sur le marché de l'automobile, pour la première fois depuis plus de dix ans, la demande intérieure a fléchi. La baisse (-3%) est toutefois moins forte que ne le craignait la plupart des professionnels. Le très fort recul qui s'était produit à partir de Mai, après la pointe anormale du début d'annéé, a été suivi d'une légère reprise dès Septembre.

La comparaison des variations du volume des ventes en 1958 (+12%) et en 1959 (-3%) ne donne pas une idée exacte de l'évolution du marché. En effet il existait encore en 1958 d'importants délais de livraison qui n'ontété progressivement supprimés qu'en cours d'année. Sans ces délais, les immatriculations se seraient établies à un niveau inférieur et le retournement de tendance constaté en 1959 aurait été moins marqué.

Sur le marché des motocycles, le mouvement de recul qui s'était amorçé dès 1957 s'est encore poursuivi. Toute-fois son rythme s'est fortement ralenti. La baisse n'a été que de 5% contre près de 20% en 1958.

En fait, ce marché se scinde en deux secteurs d'inégale importance soumis à des tendances opposées : celui des cyclomoteurs, véhicules non soumis à immatriculation et dotés d'un moteur d'une puissance inférieure à 50cc, dont les ventes représentent 80% de l'ensemble du marché, en valeur,

et près de 95% en quantité, et le secteur des autres véhicules à deux roues : vélomoteurs, scooters, motocycles, sounis à immatriculation. En 1959, les ventes de cyclomoteurs auraient progressé de 2 à 3%, retrouvant leur haut niveau de 1957 ; celles des autres véhicules ont, au contraire, continué à fléchir dans de fortes proportions : la baisse atteint 45% sur les vélomoteurs, 35% sur les motocycles, 25% sur les scooters.

Utilisation des véhicules individuels

L'ensemble de ces dépenses : carburant, lubrifiant, pneumatiques, frais de garage et d'entretien a augmenté de près de 4%.

L'augmentation de la consommation d'essence ressort à environ 5%. La hausse a été plus importante, cette année encore, sur le supercarburant (+7%) que sur l'essence ordinaire (+3,5%). De ce fait, le marché des carburants se décompose ainsi en valeur : essence ordinaire 2/3, supercarburant 1/3.

Transports en commun

L'ensemble de ces dépenses qui était resté à peu près stationnaire l'année précédente a fléchi d'environ l%. La S.N.C.F. subit, de plus en plus, la concurrence de la route. Ses recettes "transports voyageurs" à prix constants, qui avaient diminué de 2,5% l'an dernier, ont encore fléchi: -1%.

Communications

En dépit de deux majorations successives de l'ensemble des tarifs : 17% en 1958, 25% en 1959, le trafic des P.T.T. s'est accru de près de 2% alors qu'il était resté stationnaire en 1958.

CULTURE, LOISIRS, DISTRACTIONS

L'ensemble de ces dépenses n'a augmenté que de 0,7% contre 3% l'année précédente.

Toutefois, comme en 1958, année de stabilité du pouvoir d'achat, les dépenses présentant un caractère d'investissement : enseignement proprenent dit, livres, biens durables d'une certaine valeur, se sont accrues, tandis que les autres dépenses : spectacles, jouets... ont continué à fléchir.

Enseignement

Les dépenses d'enseignement intéressant avant tout l'enseignement privé, se seraient accrues d'environ 4% contre 3% en 1958, par suite de la pression démographique et de l'encombrement des établissements scolaires publics.

Lecture

La demande a été à peine supérieure à 1958. Seul le volume de vente de livres s'est accru dans de sensibles proportions: +3,5%. L'évolution de l'activité des librairies en cours d'année, a été l'opposé de celle de la plupart des autres commerces. Les ventes, très médiocres au premier trimestre, ont accusé, dès le second, un mouvement de reprise qui s'est amplifié pendant le reste de l'année, avec une pointe exceptionnelle en Septembre, probablement par suite de la rentrée avancée des Classes.

Cette progression a été compensée par la baisse (-1%) des ventes de journaux et revues qui ont été freinées par une hausse des prix, supérieure à 20%.

Appareils de radio, télévision, photos

La progression remarquable du marché de la radio et de la télévision est en très grande partie, à l'origine de l'augmentation de l'ensemble des dépenses du poste "Culture, Loisirs, Distractions". L'accroissement du volume des ventes sur ce marché, qui dépasse largement 100 milliards, ressort à 20%, dont 5% pour la radio et 30% pour la télévision. Le marché de la radio qui stagnait ou presque, depuis quelques années, a été totalement rénové par l'apparition des transistors dont l'expansion remarquable des ventes a entraîné une très forte baisse de la demande sur les appareils traditionnels.

Le marché des appareils de photo, malgré une demande relativement soutenue sur les appareils de projection et sur les appareils petit format, aurait accusé une baisse de 4 à 5%, par suite d'un recul marqué des ventes d'appareils de type courant. Les ventes de pellicules ont, au contraire, légèrement progressé. La demande a été stable sur les pellicules noir et blanc, mais en hausse sensible sur les pellicules en couleur.

Jouets, articles de sport et de camping

Les ventes de jouets, en raison d'un recul sensible en fin d'année, ont de nouveau fléchi. Le chiffre d'affaires de l'ensemble du marché est légèrement inférieur à celui de 1958. La hausse des prix ayant été de l'ordre de % la baisse en volume, ressort à environ 4%.

L'activité des commerces de sport et de camping, contrairement à ce qu'on aurait pu supposer, a été elle aussi, inférieure à l'année précédente.

Spectacles

Le marché des spectacles (cinémas, théâtres) défavorisé par une température trop clémente, n'a pu soutenir la concurrence de la télévision. La baisse a été du nême ordre que l'an dernier (-4%) mais, contrairement à 1958, elle aurait été plus accusée pour les théâtres et cabarets que pour les cinémas. En ce qui concerne le cinéma, le nombre des spectateurs qui avait passé de 410 à 370 millions de 1957 à 1958, a été ramené à 350 millions.

Tabacs et Allumettes

Le marché des tabacs et allumettes a fortement ressenti, en cette année de stabilisation du pouvoir d'achat, l'incidence du relèvement de 20% des tarifs, décidé en Janvier dernier. La baisse du volume des ventes est de l'ordre de 5%.

HOTELS, CAFES, RESTAURANTS

L'activité de l'ensemble de l'hôtellerie, en dépit

• • • • • •

de conditions atmosphériques très favorables et de l'afflux des touristes étrangers, se serait établie légèrement au-dessous du niveau de l'an dernier, par suite d'une certaine désaffection de la clientèle intérieure.

Pour les hôtels, l'évolution de l'activité a été très variable, suivant les régions. Les Etablissements de stations de cure ont supporté une diminution de la clientèle par suite des modifications de la règlementation de la Sécurité Sociale; il en a été de même pour les hôtels de la Côte d'Azur en raison de conditions atmosphériques défavorables dans cette région, contrairement au reste de la France.

DEPENSES DIVERSES

L'ensemble de ces dépenses qui se scinde en deux groupes d'importance à peu près identique, concernant, l'un des biens durables : horlogerie, bijouterie, maroquinerie, l'autre, des services : services bancaires et financiers, assurances... a fléchi d'environ 5% par suite d'un recul marque de la demande de l'ordre de 8% sur le premier groupe.

Sur le marché de l'horlogerie-bijouterie, la baisse du volume des ventes serait, malgré quelques achats anticipés en début d'année, d'environ 10%. Elle aurait été nettement plus accusée sur la bijouterie et l'orfèvrerie que sur l'horlogerie.

Le fléchissement de l'activité sur le marché de la maroquinerie a été moins narqué. La baisse ne dépasserait pas 2%. La demande a été soutenue par la crainte d'une hausse des prix qui a incité la clientèle à faire des achats anticipés.

Les dépenses concernant les services n'auraient pas accusé de fortes variations par rapport à 1958. Toutefois, l'assurance obligatoire à partir du ler Avril, pour tous les véhicules, a entraîné une progression des dépenses d'assurances.

LA CONJONCTURE EN MAI 1960

Léger ralentissement de l'expansion industrielle, reprise sensible de l'activité commerciale, sont les deux dominantes apparemment contradictoires de la conjoncture présente.

Quelle va être la résultante de ces deux forces opposées, mais très étroitement liées, sur l'activité économique des prochains mois ?

Con deux mouvements divergents semblent pouvoir se poursuivre concurremment quelque temps. A plus long terme, il est probable que l'évolution de la production industrielle sera de nouveau favorable, grâce aux effets conjugués de la reprise de l'activité commerciale qui paraît solidement établie et de la relance des investissements privés. Le seul risque serait un renversement de la conjoncture présente sur certains marchés d'importance stratégique, comme celui de l'automobile, dont les perspectives sont d'ailleurs actuellement satisfaisantes.

Les mouvements de la production industrielle depuis le début de l'année, qui ont tempéré l'excessif optimisme de certains observateurs, ne doit pas en revanche, soulever d'inquiétude.

Indice général de la production industrielle (sans le								
corrigé des variations saisonnières - Base 100 en 1952								
	1 9	5 9		1	9 6 0			
! !Septemb r e	Octobre	Novembre	Décembre	Janvier	Février	Mars!		
163	165	171	176	175	170	169		
	Source I.N.S.E.E.							

L'activité, stimulée par l'essor remarquable des exportations et la reconstitution des stocks, au stade du

commerce de gros et de détail, marque à l'heure actuelle une pause après l'emballement qui s'est produit à l'Automne. Il n'était pas raisonnable d'espérer que le taux d'augmentation de la production, enregistré au dernier trimestre 1959 (près de 8%, soit plus de 30% par an) puisse se maintenir, alors que la consommation stagnait ou presque depuis deux ans, et n'avait encore amorçé en Février aucun mouvement de reprise, par suite d'un recul sensible des achats de certains biens durables (textiles, chaussures, automobiles et motocycles, appareils ménagers...).

Le marché des biens durables a plus d'importance sur l'économie que ne l'indique la part qu'ils ont dans le budget des consommateurs. Une modification de la demande de ces articles a peu d'influence à court terme sur le volume de la consommation qui, pour une grande partie, correspond à des achats de produits alimentaires ou de services qui ont une forte inertie. Par contre, l'évolution des ventes de ces biens durables a, au même titre que les investissements des entreprises, une influence dominante sur la production industrielle et, à plus long terme, sur les revenus personnels.

Le niveau de la consommation au premier trimestre 1960 n'a pas, en lui-même grande signification par suite des modifications de l'activité commerciale au cours de cette période. La reprise prévue dans la deuxième note s'est effectivement produite en Mars; les chiffres du trimestre correspondent donc à la moyenne de deux mois défavorables et d'un mois favorable. L'élément le plus important est la date à laquelle a été ou sera comblé le retard pris par les ventes de certains bien durables. Ce retard, partiellement rattrapé en fin de trimestre, l'a été complètement en Avril pour certains, notamment l'automobile, mais ne le sera qu'à fin Mai ou plus tard pour d'autres, en particulier les textiles le matériel ménager et la chaussure.

Outre ce renversement de tendance en cours de trimestre, d'autres éléments rendent très difficile l'interprétation de l'activité commerciale récente. D'une part la comparaison avec la période correspondante de l'an dernier n'est pas significative car l'activité avait évolué de façon inverse à cette année : reprise importante au premier trimestre, recul sensible au second, d'autre part les quelques indices dont on peut disposer repèrent l'activité des commerces

intégrés, notamment à PARIS. Or, l'activité de ces commerces a été beaucoup plus favorable que l'activité d'ensemble et les indices ne peuvent être utilisés qu'avec une extrême prudence.

Les consommateurs, sensibilisés aux différences de prix, par suite de la publicité accordée depuis quelque temps aux problèmes de distribution, ont naturellement orienté leurs achats vers le commerce intégré qui affiche des prix plus faibles. Cela contribue notamment à expliquer la progression de l'activité des magasins à prix unique, dont le volume des ventes a augmenté de plus de 10% ou de près de 15% par rapport à l'an dernier, selon que l'on se réfère aux trois ou aux quatre premiers mois de l'année.

Ce déplacement des courants d'achat a été encore accentué par la politique commerciale de la plupart des grands magasins, qui, au moment des soldes ou des ventes publicitaires, ont offert de nombreux articles à un prix nettement inférieur au prix coûtant. Cette politique a porté préjudice aux formes traditionnelles du commerce. Toutefois, là encore, une distinction doit être faite; une certaine sélection s'est produite : les entreprises marginales ont le plus souffert des déplacements d'achats, alors que celles, bien organisées, dont l'activité avait été relativement satisfaisante au cours de ces dernières années continuent à progresser

La seconde caractéristique de la consommation en ce début d'année est que l'activité commerciale a été beaucoup plus soutenue dans les milieux urbains que dans les milieux ruraux. La grève des achats, décidée en Janvier dernier par les agriculteurs semble avoir été suivie dans la plupart des régions agricoles et avoir entraîné un marasme certain dans l'Ouest, le Sud-Ouest et le Centre. Toutefois cette grève ne constitue par une explication suffisante; la diminution des achats provient surtout de la baisse des revenus agricoles, et se serait produite en tout état de cause. La régression de l'activité commerciale apparaît d'autant plus forte dans ces régions, que le mouvement d'achats spéculatifs y avait été plus marqué l'an dernier.

.....

D'autres circonstances sont également venues freiner l'activité commerciale :

- Les évènements d'Algérie, par l'effet de surprise qu'ils ont eu sur l'opinion publique dans la Métropole, ont poussé les consommateurs à différer en Février, leurs achats importants, dans l'attente d'une solution.
- Enfin le climat économique ambiant au premier trimestre de l'année, a eu sur l'activité des effets exactement contraires à celui du premier trimestre 1959. Alors qu'au début de 1959, la hausse des prix, la suppression des subventions, la crainte de l'avenir incitaient les consommateurs à des achats anticipés, les perspectives rassurantes du début 1960: la nouvelle monnaie, la stabilité relative des prix, les ont au contraire poussé à thésauriser.

En résumé, l'évolution de l'activité commerciale : relative stabilité pour l'ensemble au premier trimestre, reprise marquée en Mars et Avril, est relativement satisfaisante.

CONSOMMATION ALIMENTAIRE

La consommation alimentaire, dont les variations au premier trimestre 1959 avaient été peu accusées, semble s'être accrue à un rythme légèrement supérieur à celui de l'an dernier. L'augmentation d'ensemble, de l'ordre de 1,5% serait sensiblement plus forte sur le marché des boissons que sur celui des denrées alimentaires.

ALIMENTATION

Fruits et Légumes

La consommation de fruits et légumes s'est établie nettement en-deçà du niveau de l'an dernier. L'offre ayant été insuffisante, l'indice des prix des fruits et légumes frais a accusé une hausse moyenne d'environ 20%, beaucoup plus forte sur les légumes que sur les fruits. Cela provient en grande partie de la sècheresse qui sévit depuis près d'un an en Europe Occidentale.

La sècheresse a réduit l'été dernier la production des fruits dont une partie est commercialisée en debut d'année, et cet hiver, la production de légumes de plein champs qui a été surtout déficitaire en légumes "lourds" : pommes de terre, carottes, oignons.....

Toutefois, les apports traditionnels d'agrumes et de bananes et les importations massives de pommes de variété moyenne mais de bonne qualité, (160.000 tonnes depuis l'ouverture des frontières le 15 Février) ont permis au volume des ventes de fruits, d'atteindre le niveau très élevé de l'an dernier. La légère diminution des ventes de pommes a été compensée par une augmentation sensible de celles de poires, agrumes, bananes.

L'activité a été plus faible sur le marché des

légumes car, malgré la procédure des prix minima, les importations n'ont pas été suffisantes pour combler le déficit de la récolte métropolitaine, la production des Pays Etrangers étant, elle-aussi, en diminution.

De ce fait, le volume des ventes aurait été inférieur de 5 à 10% à celui de 1959. Le recul a été plus marqué sur les pommes de terre qui, contrairement aux prévisions des professionnels, se sont très mal conservées, par suite de la sècheresse. Celà a entraîné des ventes relativement importantes de pommes de terre nouvelles dès le mois de Mars.

Les perspectives du marché des fruits et légumes sont, par suite des conditions climatiques, moins bonnes que l'an dernier à la même époque ; les fruits rouges (fraises, framboises) ont été touchés par la sècheresse, les cerises et les prunes par les gelées tardives. La récolte de pêches s'annonce bonne, mais inférieure à celle de la campagne précédente, en revanche les perspectives sont excellentes pour les fruits à pépins : pommes et poires.

<u>Viandes</u>

Les difficultés concernant la soudure que l'on pouvait redouter il y a quelques mois, sur le marché de la viande, ont été en grande partie aplanies par l'écoulement de stocks constitués à l'Automne dernier, et par la sècheresse actuelle qui a de nouveau conduit les éleveurs à vendre une partie de leur bétail.

En conséquence, la tension sur les prix a été faible et la hausse n'a pas dépassé 5,5%. Cela a favorisé une notable progression de la consommation. D'après les professionnels, le volume des ventes, qui était resté stationnaire en Janvier, a augmenté de 5% en Février et de 8% en Mars.

La demande aurait été en diminution sur le mouton, en légère hausse sur le boeuf et le veau, et en assez forte augmentation sur le porc dont les prix se sont accrus de 2% malgré les excédents de production.

Le Syndicat de la Boucherie a lancé l'opération "Dix Millions", qui a consisté à publier à dix millions

d'exemplaires, une brochure sur les meilleurs modes de préparation des bas morceaux afin d'en faciliter la vente. D'autre part, pour lutter contre la concurrence des magasins populaires qui offrent de la viande conditionnée, les bouchers ont décidé d'étendre leur activité à la vente de charcuterie, de salaisons et de conserves de viandes. Cette politique est conforme à l'évolution générale des entreprises commerciales qui tendent de plus en plus à la polyvalence.

Autres articles alimentaires

L'activité des épiceries et magasins d'alimentation générale donne très souvent un aperçu des tendances de la consommation des articles alimentaires, autres que la viande. Cependant, cette année, les statistiques des coopératives et des maisons à succursales ne peuvent être interprétées qu'avec précaution, car l'évolution de l'activité semble avoir été assez différente dans ces deux formes de commerce et qu'il est, de plus, toujours très difficile d'avoir une idée des variations de prix de l'ensemble des articles.

Malgré ces imprécisions, il semble que le volume des ventes de ces deux catégories de commerce ait été à peu près identique à celui de l'an dernier. Cette stabilité aurait été provoquée par un ralentissement des achats d'articles non alimentaires et de légumes, car les statistiques sur l'évolution des quantités vendues des principaux articles d'épicerie, laissent apparaître un accroissement. Cette interprétation est confirmée par l'évolution de l'activité des rayons d'alimentation des magasins populaires qui a été en forte augmentation pendant tout le premier trimestre ainsi qu'en Avril.

Le volume des ventes de sucre aurait été à peu près stable. La demande de pâtes, par suite d'une offre déficitaire sur le marché des légumes, se serait accrue de plus de 1%. Celle de café aurait encore plus fortement progressé que les années précédentes, la hausse dépasserait 2%. Enfin, un retournement de la tendance se serait produit sur le marché du chocolat, dont les ventes, après deux années de baisse, se seraient légèrement accrues. Contraire-

ment à l'an passé, la demande aurait été plus soutenue sur le chocolat au lait que sur le chocolat à croquer.

BOISSONS

La reprise de la consommation de vin, amorçée au second semestre 1959 s'est poursuivie. D'après les statistiques des droits de circulation, la consommation a augmenté de 3% au premier trimestre. Une baisse de 15% en Janvier a été plus que compensée par des hausses de 9% en Février et 19% en Mars, par rapport aux mois correspondants de l'année d'avant. Ces chiffres ne donnent pas une idée exacte de l'évolution, car les ventes de Janvier 1959 avaient été artificiellement gonflées. En fait, la tendance à l'augmentation enregistrée à la fin de l'an dernier, s'est poursuivie au même rythme jusqu'en Février, pour s'accélérer ensuite. Cette évolution correspond à une diminution des prix au détail; par rapport au premier trimestre 1959, la baisse des prix dépasse 5%. Il n'y a pas de raison d'envisager un renversement de la tendance actuelle de la consommation.

La consommation de bière a, elle aussi, augmenté mais à un rythme nettement inférieur à celui de l'an dernier: 2% contre 7% en 1959. Par suite de la concurrence du vin, les progrès enregistrés par la consommation de bière depuis plusieurs années, devraient se ralentir au cours des mois à venir ; il est vrai qu'en 1959, la demande avait atteint un niveau très élevé.

Sur le marché des apéritifs, les tendances observées depuis quelque temps : baisse de la consommation des apéritifs à base de vin, légère augmentation de celle des apéritifs à base d'alcool, se sont encore manifestées au premier trimestre. Les perspectives de ce marché sont peu brillantes, surtout pour les apéritifs à base de vin.

La consommation d'alcools, notamment de rhum, défavorisée par la température relativement clémente de l'hiver aurait fortement fléchi.

CONSOLMATION NON ALIMENTAIRE

L'ensemble de la consommation non alimentaire, malgré la progression de la demande sur la plupart des services, semble s'être établie, au premier trimestre, au-dessous du niveau de 1959, par suite d'un recul marqué des ventes de certains biens durables.

Ce fléchissement, si l'on tient compte de l'activité exceptionnelle du premier trimestre 1959, ne doit pas soule-ver d'inquiétudes, d'autant plus qu'il a été suivi d'une reprise qui semble devoir se maintenir.

HABILLEMENT

La demande, pour autant que les bouleversements des circuits commerciaux permettent d'en saisir l'évolution, paraît avoir accusé un recul assez important. Toutefois, comme les ventes avaient été très élevées au premier trimestre 1959, pour fléchir ensuite, il est probable que le retard accumulé au premier trimestre sera rattrapé à la fin du second et peut-être même dès la fin de ce mois.

La progression exceptionnelle du chiffre d'affaires au mois d'Avril (10 à 35% selon les entreprises) atténue la signification des médiocres résultats du premier trimestre.

Pour les quatre premiers mois de l'année, la baisse du volume des ventes de l'ensemble des vêtements serait de l'ordre de 5%.

Le recul est toutefois moins marqué sur les articles de lingerie et bonneterie que sur les vêtements principaux. Sur ce dernier marché, les stocks constitués l'an dernier par les particuliers ont freiné fortement leurs achats. D'autre part, le temps relativement clément en Février et Mars, n'a pas été favorable à la vente des articles d'hiver et de demi-saison.

La baisse a été particulièrement importante sur les vêtements de protection. Le marché des imperméables a subi l'influence de la sècheresse. La mévente dont il a souffert s'est d'autanc plus fortement répercutée sur l'industrie, que les commerçants n'ont passé commande qu'avec prédaution, par suite des modifications de la demande sur la qualité des tissus. Les imperméables en tissus synthétiques et artificiels prennent une part de plus en plus grande du marché. Près de 40% pour la saison actuelle contre 30% environ pour la précédente.

Les ventes de costumes pour hommes ont également fortement fléchi. Au contraire, celles de vestons et pantalons fantaisie qui peuvent porter sur un seul article et entraînnent ainsi de plus faibles dépenses, ont été plus soutenues.

Le marché de la confection féminine se serait mieux comporté que celui de la confection masculine. La baisse aurait été moins forte aux premiers mois de l'année et la reprise plus marquée en Avril. Il est vrai que ce marché a souffert plus que les autres, de la stabilisation des revenus et avait atteint un niveau très bas en 1959, par suite de la concurrence de la bonneterie. La réorganisation de la profession, qui s'amorce actuellement devrait porter ses fruits, car elle intervient à un moment favorable.

Sur le marché de la bonneterie, lingerie et chemiserie, la progression des dernières années a fait place à une stabilité, voire même une légère baisse. La très mauvaise tenue de la saison de blanc a eu une influence déprimante sur l'ensemble de l'activité.

La reprise enregistrée en Avril, sur le marché des vêtements, semble devoir se poursuivre ; les professionnels pensent que, pour la prochaine saison d'été, les importants achats effectués l'été dernier ne pèseront pas trop sur l'activité car ils ont porté sur des articles légers qui demandent à être renouvelés rapidement de par leur tenue et les modifications de la mode.

L'évolution du marché de la chaussure au premier trimestre n'a pas été plus favorable que celle du marché des
vêtements. Le recul est à peu près identique, quelles que
soient les formes de commerce. Malgré une hausse des prix,
de l'ordre de 13%, le chiffre d'affaires des commerçants

.....

est à peine supérieur de 2 à 3% à celui de l'an dernier. De ce fait, la baisse du volume des ventes serait de l'ordre de 10%. Elle n'a fait que s'accroître de mois en mois ; 4 à 5% en Janvier, 10% en Février, 15% en Mars. Le mouvement de reprise générale constaté en Avril, accentué par les fêtes de Pâques, s'est également répercuté sur ce marché ; les ventes auraient augmenté de près de 30% en valeur et de plus de 15% en volume.

Comme dans la confection, le recul de la demande a été moins important sur les articles pour femmes et enfants que sur ceux pour hommes.

HABITATION

L'évolution de l'ensemble des dépenses d'habitation n'est pas en elle-même très significative. Ces dépenses se décomposent en effet en trois parties égales : Equipement du logement - Loyers et Charges - Energie et produits d'entretien dont l'une seulement, la première, est sensible à la conjoncture. Les deux autres, au contraire, n'y sont pas assujetties ; les loyers et charges dépendent des constructions nouvelles et de la législation, l'énergie et produits d'entretien évoluent en fonction des conditions atmosphériques.

En ce qui concerne l'équipement du logement, la mévente a affecté plus ou moins fortement les principaux marchés : linge de maison, meubles, appareils ménagers et électro-ménagers. Il faut toutefois reconnaître que l'activité avait été artificiellement gonflée l'an dernier.

Le marché qui a connu le plus profond marasme paraît être celui du linge de maison. La saison de blanc a été très mauvaise, malgré tous les soins apportés à sa préparation par les entreprises commerciales, notamment les Grands Magasins. La baisse a été telle, que le volume des ventes aurait été inférieur à celui de 1958 pour les draps et le linge de table et à peine égal à celui de 1957 pour le linge de toilette et d'office.

L'activité n'a guère été brillante sur le marché du meuble et a dû probablement s'établir en-deçà du niveau du premier trimestre 1959. Ses variations semblent avoir été

très différentes suivant les régions; la demande aurait très fortement fléchi en Province, notamment dans l'Ouest, tandis qu'elle serait restée à peu près stationnaire à PA-RIS. Certains grands magasins de meubles de la capitale accusent même de notables progressions de leur chiffre d'affaires.

Le marché des appareils de chauffage et de cuisine a été affecté par une forte mévente. D'après certains professionnels, la baisse serait de l'ordre de 30%.

Bien que de nombreux renseignements existent sur le marché de l'électro-ménager, ils ne permettent pas d'avoir une idée très exacte de la situation. La comparaison des ventes du Salon de 1960 avec celles du précédent Salon, en donne un aperçu probablement trop optimiste, car les ventes du Salon de 1959 s'étaient établies à un niveau anormalement bas, par suite des achats spéculatifs du début d'année. Pour la même raison, la comparaison des ventes du premier trimestre 1960 avec celles du premier trimestre 1959 fait apparaître une baisse qui peut être difficilement interprétée.

Le nombre des visiteurs au dernier Salon des Arts Ménagers s'est accru de 8,5% par rapport à l'an dernier et l'augmentation du volume des ventes serait de 9 à 10%. Elle se décomposerait ainsi : hausse de 30 à 35% sur les réfrigérateurs, de 25 à 30% sur l'équipement sanitaire, de 5 à 7% sur le petit matériel, stabilité sur les machines à laver (*)

La comparaison de l'activité commerciale au premier trimestre de cette année avec celle de la période correspondante de 1959 fournit un tout autre aperçu. La baisse du volume des ventes pour l'ensemble du marché dépasserait 10% et atteindrait 7 à 8% pour les réfrigérateurs, 10% pour le petit matériel et plus de 20% pour les machines à laver.

La baisse du premier trimestre 1960 est cependant inférieure à la hausse du premier trimestre 1959. La situa-

• • • • • • •

^(*) renseignements fournis par la Division de la Conjoncture de l'I.N.S.E.E.

tion de l'ensemble du marché est donc malgré tout relativement satisfaisante ; en outre, la reprise qui s'est manifestée en Mars (+15%) semble devoir se poursuivre. Toutefois les perspectives pour les prochains mois doivent être nuancees ; les progrès de la demande pourraient être plus importants sur les réfrigérateurs et le petit matériel électro-ménager, que sur les machines à laver.

Cependant cette augmentation de la demande ne se répercutera pas immédiatement sur l'activité de l'industrie car les stocks chez les détaillants et grossistes seraient en augmentation.

TRANSPORTS ET COMMUNICATIONS

Les dépenses de transports et de communications, au premier trimestre, pour lesquelles on dispose de renseignements relativement précis, se seraient legèrement accrues en volume. Cette augmentation proviendrait essentiellement d'une forte croissance de la consommation d'essence.

Le marché de l'automobile, selon que l'on se réfère aux trois ou quatre premiers mois de l'année, est en baisse ou en hausse de 3%. Le recul très important de la demande des deux premiers mois (-17,5% en Janvier, 13,5% en Février) a été suivi d'une forte reprise en Mars (+20%) qui, d'après les renseignements partiels en notre possession serait du même ordre pour Avril. Comme les immatriculations avaient atteint un niveau très bas en Mai et Juin 1959, de nombreux professionnels s'attendent à ce que ce rythme de progression s'accélère au cours des mois à venir et que la hausse, par rapport à la même période de 1959, soit de l'ordre de 25%. Ces perspectives sont du reste confirmées par la dernière enquête de l'I.N.S.E.E. sur les intentions d'achats des consommateurs. L'ensemble de ces informations acertains spécialistes à penser que l'augmentation du volume des ventes, pour l'année pourrait être de l'ordre de 15%.

Cet optimisme, comme le pessimisme de l'an dernier paraît quelque peu exagéré. Les résultats de Mars et d'Avril traduisent, en grande partie, la reprise saisonnière qui s'est normalement manifestée cette année, contrairement aux années antérieures. D'autre part, la demande a pu être sti-

• • • • • •

mulée par l'annonce de la hausse du prix de l'acier et la crainte de sa répercussion sur le prix des automobiles.

En définitive, il est probable que les immatriculations de voitures neuves s'établiront cette année, à un niveau nettement supérieur à ceux de 1959 et même de 1958, mais l'augmentation par rapport à l'an dernier ne semble pas pouvoir atteindre 15%.

Les tendances opposées qui animent le marché des deux roues depuis plusieurs années, ont continué à se manifester au premier trimestre.

Les ventes de cyclomoteurs ont poursuivi leur progression. La production qui en donne un assez fidèle reflet s'est accrue de 13% au premier trimestre. Quant à la demande sur le marché du cycle, elle est restée soutenue surtout sur les bicyclettes d'enfants.

En revanche, une forte mévente a encore affecté les autres marchés. La baisse des immatriculations au premier trimestre est de l'ordre de 45% pour les scooters, 47% pour les motocycles et 55% pour les vélomoteurs. Une certaine reprise s'est toutefois manifestée au cours du trimestre; la baisse qui, pour les motos et les scooters, était d'environ 2/3 en Janvier et 50% en Février, n'a plus été que d'1/3 en Mars. Ces progrès relatifs s'expliquent par les conditions atmosphériques de la fin du trimestre, particulièrement favorables aux ventes, et par l'évolution démographique qui amène de nouveaux acheteurs. Il semble que ce marché ait dépassé sa plus mauvaise période et que des perspectives relativement satisfaisantes, s'offrent à lui dans un proche avenir.

La progression de la consommation d'essence s'est fortement accélérée en ce début d'année; l'augmentation atteint près de 6% pour le premier trimestre et près de 8% pour les quatre premiers mois. L'évolution mensuelle des ventes apparemment très irrégulières, -0,5% en Janvier, +12% en Février, +6% en Mars et +13% en Avril, s'explique pour les deux premiers mois, par des achats anormaux en Janvier 1959 et pour les deux derniers mois, par la date des Fêtes de Pâques. Les progrès réalisés sur ce marché proviennent essentiellement de l'accroissement des ventes de supercarburant qui atteint près de 20% contre moins de 3% pour l'essence ordinaire.

Le trafic voyateurs de la S.N.C.F. a fléchi d'environ 2% au premier trimestre ; cette baisse n'est cependant pas significative, par suite du décalage des Fêtes de Pâques qui a entraîné, en Mars, un recul de plus de 10%.

AUTRES DEPENSES

Les statistiques sur l'évolution des autres dépenses des particuliers sont trop fragmentaires et imprécises pour permettre de fournir des renseignements détaillés. Toutefois, il semble que l'activité du premier trimestre ait été inférieure à l'an dernier, sauf pour quelques rares marchés, notamment celui de la radio et de la télévision.

D'après les statistiques des redevances de la R.T.F. l'augmentation des ventes des téléviseurs atteint 26% pour le premier trimestre et 32% pour les quatre premiers mois de l'année. Le parc dépasse actuellement 1.600.000 appareils.

Les ventes de recepteurs de radio auraient augmenté presqu'aussi fortement que celles des téléviseurs, tout au moins si l'on en juge par les chiffres de production : la production, par suite d'un progrès remarquable en Mars (+6 4%) s'est accrue de 25% au premier trimestre. Cette hausse provient essentiellement des appareils à transistors dont la fabrication a plus que doublé, passant de 123.000 au premier trimestre 1959 à 310.000 au premier trimestre 1960.

Sur le marché des spectacles, on assiste à une nouvelle régression de l'activité du cinéma. Le nombre de spectateurs est passé de 96,6 millions au premier trimestre 1959 à 92,7 millions au premier trimestre 1960, enregistrant ainsi une baisse de 4%. Ce recul aurait été moins important sans le décalage des Fêtes de Pâques.

Le narché de la bijouterie, qui avait accusé un assez net recul en Janvier et dont l'activité s'était encore maintenue les deux nois suivants au-dessous du niveau de l'an dernier, n'aurait pas bénéficié en Avril de la reprise générale. Le recul de la demande, mal;ré tout assez faible pour l'ensemble de la période, a affecté toutes les branches de

la profession. Les prix, par suite de l'accroissement de la concurrence seraient restés stables.

Une certaine stagnation caractérise aussi l'évolution du marché de la maroquinerie, défavorisé par la hausse des prix du cuir ; les ventes, assez actives en début d'année, sur la petite maroquinerie, et en fin de trimestre sur les articles de voyage, auraient été, en revanche, médiocres, sur les autres articles notamment les sacs de dames.

Les dépenses de tabacs et de cigarettes, qui avaient nettement fléchi au premier trimestre 1959 (-10% en volume) par suite d'un relèvement de 20% des tarifs ont, en revanche, fortement progressé. L'accroissement du volume des ventes est de l'ordre de 15% pour les trois premiers mois, et atteint encore près de 11% en Avril.

Les derniers résultats de l'enquête du Ministère du Travail sur la situation du marché de l'emploi au ler Avril permettent d'établir des perspectives relativement optimistes sur l'évolution de la Consommation.

D'après ces résultats, par suite de la relative stabilité des prix, de l'augmentation des salaires nominaux et de l'indice d'activité, le pouvoir d'achat des salariés s'est accru de 1,6% entre le ler Janvier et le ler Avril et est, à cette dernière date, supérieur de 3,8% à celui d'Avril 1959.

Comme les dépenses des salariés sont beaucoup plus sensibles aux variations de revenus que celle des autres catégories sociales, l'amélioration de leur pouvoir d'achat laisse supposer que la reprise de l'activité commerciale, constatée il y a deux mois, doit se maintenir.

