

Consommation

ANNALES DU C.R.E.D.O.C.

Cote
P 0000

Crédoc - Consommation. N° 1962-002
Avril - juin 1962.

Sou1962 - 3038 à 3040

Nom

CRÉDOC-Société

4206-1

1962 n° 2

avril
juin

Le Centre de Recherches et de Documentation sur la Consommation, association à but non lucratif régie par la loi de 1901, est un organisme scientifique fonctionnant sous la tutelle du Commissariat Général du Plan d'Équipement et de la Productivité. Son Conseil d'Administration est présidé par M. Claude GRUSON, Directeur Général de l'Institut National de la Statistique et des Études Économiques. Ses travaux sont orientés par un Conseil Scientifique que dirige le président de son Conseil d'Administration.

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

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

Les résultats de ces travaux sont en général publiés dans la revue trimestrielle « Consommation ».

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.

Le Centre de Recherches et de Documentation sur la Consommation peut en outre exécuter des études particulières à la demande d'organismes publics ou privés. Ces études ne font qu'exceptionnellement l'objet de publication et seulement avec l'accord de l'organisme qui en a demandé l'exécution.

MEMBRES DU BUREAU

Président : Claude GRUSON, Directeur Général de l'Institut National de la Statistique et des Études Économiques.

Vice-Présidents :

Francis-Louis CLOSON : Président Directeur-Général de la Société « Information et Publicité ».

Erwin GULDNER, Directeur des Affaires Commerciales au Secrétariat d'État au Commerce Intérieur.

Trésorier : Paul LEMERLE, Inspecteur des Finances, Chargé de Mission au Commissariat Général du Plan d'Équipement et de la Productivité.

Secrétaire : Edgar POESSEL, Inspecteur Central du Trésor, Chef du Service Administratif et Financier du C.R.E.D.O.C.

Directeur : G. ROTTIER

Directeur adjoint : E.-A. LISLE

*Toute reproduction de textes ou graphiques est autorisée
sous réserve de l'indication de la source.*

IX année
N° 2 - avril-juin 1962

Consommation

COMMISSARIAT GÉNÉRAL DU PLAN D'ÉQUIPEMENT ET DE LA PRODUCTIVITÉ
INSTITUT NATIONAL DE LA STATISTIQUE ET DES ÉTUDES ÉCONOMIQUES

CENTRE DE RECHERCHES
ET DE DOCUMENTATION SUR LA CONSOMMATION
30, rue d'Astorg — PARIS 8^e

DUNOD
É D I T E U R

92, rue Bonaparte PARIS-6^e
Téléphone : DANton 99-15 C. C. P. PARIS 75-45

France : 38 NF - Étranger : 42 NF - Le numéro : 12 NF

sommaire

ÉTUDES

Edmond LISLE

Les perspectives de consommation dans le 4^e plan.. 3

Claude QUIN

L'appareil commercial français en 1960..... 15

Jean DUMARD et PHAN THAI LANG

Essai d'analyse régionale de la consommation des
ménages agricoles 57

BIBLIOGRAPHIE

LES PERSPECTIVES DE CONSOMMATION DANS LE 4^e PLAN

par

Edmond LISLE

Le quatrième plan de modernisation et d'équipement définit l'orientation de l'activité du pays dans les quatre années à venir (1962-1965) et détermine ainsi la politique économique du Gouvernement. Le quatrième plan se distingue des trois plans précédents par le rôle qu'y tiennent les perspectives de consommation et la prise de conscience qu'il a suscitée du problème des fins à long terme de l'activité économique de la collectivité.

Le premier plan en effet (1946-1953) avait pour objectif fondamental la reconstitution du potentiel économique de base (énergie, transports, acier, ciment) qui se trouvait, même avant les destructions dues à la guerre, dans un état de très grande débilité.

Le deuxième plan (1954-1957), étendu à l'ensemble des activités de production, recherchait essentiellement l'amélioration de la productivité et l'abaissement des prix de revient.

Le troisième plan (1958-1961) visait surtout une forte expansion de la production dans la stabilité monétaire et l'équilibre des échanges extérieurs, afin de mettre le pays en condition pour soutenir la concurrence plus intense du Marché Commun.

A la différence des trois premiers plans, dominés par le souci d'élever la production comme une fin en soi — but légitime dans l'état de pénurie où se trouvait le pays — le quatrième plan s'est d'**abord** proposé l'objectif de l'expansion la plus rapide possible de la demande finale, compatible avec la stabilité des prix et l'équilibre des échanges extérieurs. Ensuite seulement cet objectif de demande finale a été traduit en programmes de production, d'importations, d'investissements et d'emploi, secteur par secteur.

Le quatrième plan innove ainsi sur les plans précédents en définissant d'abord les besoins, la consommation considérée comme le véritable but de la production. Mais il innove davantage encore en amorçant une réflexion sur les fins à long terme de l'activité économique. La consommation demeure certes la fin dernière de l'activité de production, mais quelle forme doit-elle prendre? Quel doit être le partage entre la consommation publique et la consommation privée : et à l'intérieur de la première, à côté des fonctions traditionnelles de l'État telles que la défense, l'enseigne-

ment, la justice, etc..., quel effort fournir dans les domaines nouveaux qui sollicitent l'intervention des pouvoirs publics : assistance accrue aux catégories sociales les plus défavorisées, aide aux pays en voie de développement, recherche scientifique, conquête de l'espace...

Pour ce qui est de la consommation privée, on s'interroge de même sur la meilleure façon de la satisfaire : est-ce en laissant croître le plus rapidement possible la consommation individuelle de biens et de services tendant vers une civilisation du « gadget » et la société opulente critiquée par Galbraith (1) où se côtoient la richesse individuelle et la pauvreté collective? Ou est-ce en développant davantage au contraire la consommation de services collectifs — villes mieux aménagées, mieux équipées en voirie, en réseaux d'eau et d'assainissement, en moyens de communication, mieux pourvues en hôpitaux, en écoles, en installations sociales, culturelles et sportives?...

Ou est-ce enfin en réduisant la durée du travail et en augmentant les loisirs, sans oublier que pour « meubler » ces derniers il faut aussi des équipements individuels ou collectifs?

Plus exactement, comme ces diverses options ne sont pas exclusives, le quatrième plan vise à définir la structure de la demande finale en 1965 en donnant à ces options une pondération qui n'est généralement pas la même que celle qu'elles ont aujourd'hui ou avaient en 1950.

Ainsi, le quatrième plan comprend d'une part un objectif de croissance de la demande finale, considérée globalement, d'autre part une répartition de cette demande finale en quatre fractions très inégales :

la consommation publique interne (défense et force de frappe, enseignement, justice, assistance aux catégories sociales défavorisées...);

la consommation publique externe (aide aux pays en voie de développement, Plan de Constantine...);

la consommation privée de services collectifs financée sur fonds publics (écoles, hôpitaux, centres culturels et sportifs...);

la consommation privée individuelle, ou consommation des ménages.

Malgré l'option prise dans le quatrième plan en faveur d'une expansion relative de la consommation des services collectifs et de l'aide aux pays en voie de développement, la consommation privée individuelle demeure encore de très loin le principal élément de la demande finale : en 1961 elle représente environ 63 % du total et ce pourcentage ne diminuera pas notablement durant le quatrième plan cependant que le niveau réel de la consommation par tête s'élèvera de 28 % entre 1959 et 1965.

La consommation privée individuelle pèse d'un poids tel dans le total, qu'elle détermine la majeure partie des programmes de production et d'investissements, d'approvisionnements et d'importations, ainsi que la répartition de l'emploi par secteur. Il est donc indispensable de prévoir correctement les tendances de la consommation des ménages : la demande des denrées alimentaires n'évolue pas comme celle des produits industriels, la consommation de lait ou de pain comme celle de viande ou de fromage, les achats d'habillement comme ceux des biens d'équipement du foyer. Or, les facteurs de production employés à mettre sur le marché ces divers produits ne sont pas substituables. Si l'on veut éviter un gaspillage de ressources dans un secteur, du fait de son sur-équipement ou de son sur-emploi (avec

(1) *The Affluent Society*, 1958.

la baisse des revenus et le mécontentement social qu'une telle situation engendre) cependant que dans le secteur voisin une rareté excessive de ressources productives, face à une demande en hausse, assure aux chefs d'entreprise comme aux salariés une véritable rente de situation, il convient secteur par secteur, de tracer des perspectives précises de l'évolution de la demande et d'y ajuster au mieux les programmes de fabrication.

Comment tracer de telles perspectives? Toute prévision de la demande d'un produit comporte trois grandes phases.

Au cours de la première on prend connaissance du passé « qui connaît le passé est maître de l'avenir » dit G. Orwell dans son roman d'anticipation 1984. L'avenir proche et à moyen terme est déjà largement hypothéqué par des décisions prises dans le passé récent.

La deuxième phase consiste à analyser ce passé afin de l'expliquer, en vue d'élaborer des schémas ou « modèles » prévisionnels de la demande.

Ce n'est que dans la dernière phase que l'on se livre à la projection proprement dite : on fait une hypothèse sur l'évolution des facteurs qui ont eu une influence sur la consommation dans le passé, essentiellement les facteurs **démographiques** (nombre, âge et sexe des consommateurs et leur répartition par groupes sociaux et catégories de communes) et les facteurs **économiques** (répartition des revenus par groupes sociaux, éventuellement prix des produits). Puis, en vertu du principe que les mêmes causes engendrent les mêmes effets, on déduit d'une hypothèse d'évolution des facteurs explicatifs l'hypothèse d'évolution de l'effet expliqué — la consommation de tel ou tel produit. On fait alors la synthèse des projections par produit et on s'assure de la **cohérence interne** de l'ensemble, en vérifiant par exemple que la prévision de consommation alimentaire, traduite en calories, ne donne pas un résultat absurde. On vérifie en outre la **cohérence externe** de la prévision en s'assurant par exemple que la consommation totale de biens et de services par les particuliers est compatible, compte tenu de leur revenu, avec leur comportement financier, c'est-à-dire avec leurs placements et investissements (leur épargne).

PREMIÈRE PHASE

LA CONNAISSANCE DU PASSÉ

L'évolution passée de la consommation en France peut être étudiée à l'aide de séries statistiques remontant à 1950 et analysant en 200 groupes de produits l'ensemble des biens et services consommés par les ménages français. Ces séries statistiques sont exprimées en **valeur**, c'est-à-dire en millions de NF aux prix courants ; en **volume**, ou en **prix constants**, c'est-à-dire en millions de NF aux prix d'une année déterminée, 1956 par exemple : enfin pour certains produits en **quantités physiques**.

Le tableau I ci-après donne un regroupement de ces 200 séries en une quinzaine de postes correspondant aux principaux besoins des consommateurs.

Malheureusement, rien de comparable n'existe pour un passé plus lointain. Seules quelques estimations fragiles sur l'entre-deux-guerres suggèrent que le niveau de la consommation globale de 1938, qui a été retrouvé en termes réels vers 1949-1950, était assez peu différent de celui de 1929, point culminant d'une période de forte expansion pendant laquelle le niveau de 1913 avait été rattrapé, puis largement dépassé.

TABLEAU I
CONSOMMATION TERRITORIALE, AUX PRIX DE 1956

Indices de volume (1950 = 100)

| | 1950 | 1951 | 1952 | 1953 | 1954 | 1955 | 1956 | 1957 | 1958 | 1959 | 1960 |
|---------------------------------------------------------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| I. Alimentation et boissons : | | | | | | | | | | | |
| 11. Produits à base de céréales | 100,0 | 106,8 | 106,3 | 111,0 | 113,4 | 113,7 | 120,0 | 121,7 | 123,3 | 123,0 | 124,8 |
| 12. Légumes | 100,0 | 97,0 | 100,2 | 104,4 | 109,3 | 114,0 | 113,8 | 121,7 | 126,9 | 123,5 | 128,6 |
| 13. Fruits | 100,0 | 108,5 | 117,7 | 122,5 | 123,0 | 132,0 | 123,3 | 140,3 | 141,5 | 148,1 | 157,2 |
| 14. Viandes | 100,0 | 99,8 | 110,3 | 121,1 | 129,2 | 134,1 | 143,0 | 145,8 | 143,0 | 151,6 | 158,2 |
| 15. Volailles, œufs, poissons | 100,0 | 105,0 | 106,6 | 110,1 | 110,5 | 115,6 | 119,0 | 120,7 | 125,3 | 130,3 | 134,7 |
| 16. Lait et fromages | 100,0 | 101,6 | 100,3 | 108,4 | 116,3 | 113,8 | 122,4 | 126,9 | 134,1 | 129,7 | 145,8 |
| 17. Corps gras | 100,0 | 106,8 | 99,2 | 115,8 | 117,4 | 117,9 | 125,6 | 128,7 | 135,3 | 135,0 | 148,8 |
| 18. Autres produits alimentaires | 100,0 | 101,2 | 100,9 | 107,8 | 113,7 | 117,3 | 133,4 | 139,4 | 135,1 | 136,1 | 142,9 |
| 19. Boissons | 100,0 | 106,3 | 108,8 | 110,1 | 111,5 | 115,4 | 117,3 | 121,3 | 116,4 | 119,5 | 123,3 |
| Total alimentation et boissons | 100,0 | 103,5 | 106,5 | 113,0 | 116,9 | 120,3 | 125,4 | 129,8 | 130,3 | 133,0 | 139,6 |
| 2. Habillement | | | | | | | | | | | |
| 3. Habitation | | | | | | | | | | | |
| 4. Hygiène et soins | | | | | | | | | | | |
| 5. Transports et communications | | | | | | | | | | | |
| 6. Culture, loisirs, distractions | | | | | | | | | | | |
| 7. Hôtels, cafés, restaurants | | | | | | | | | | | |
| 8. et consommations diverses | | | | | | | | | | | |
| Total consommations non alimentaires | 100,0 | 109,6 | 114,0 | 119,7 | 125,3 | 135,2 | 146,6 | 158,4 | 159,0 | 161,8 | 171,9 |
| TOTAL | 100,0 | 106,7 | 110,5 | 116,6 | 121,4 | 128,3 | 136,7 | 145,1 | 145,6 | 148,4 | 156,9 |
| Source : Consommation , 3-4, 1961. Dunod, Paris. | | | | | | | | | | | |

Un très gros effort de recherche et de calcul a été nécessaire pour établir les 200 séries de consommation qui servent de base à la projection de la demande dans le quatrième plan. Chaque estimation, c'est-à-dire la consommation totale d'un produit pour une année, représente pratiquement la synthèse de toutes les informations disponibles sur ce produit. Il existe 2 catégories d'information sur la consommation d'un bien ou d'un service ; les unes **indirectes**, décrivent avec des degrés de précision divers sa production, ou même seulement le chiffre d'affaires ou le revenu du producteur ou du détaillant ; ce sont les statistiques de production des ministères techniques (**Agriculture, Industries, Commerce, Transports et Travaux publics, Construction**) et les statistiques fiscales du **Ministère des Finances**. Les autres sources d'information, **directes** celles-là, saisissent la dépense du consommateur au moment ou dans la période où il l'effectue ; il s'agit des enquêtes auprès des consommateurs.

On peut distinguer les enquêtes dites **budgets de ménages** qui portent sur toutes les dépenses des particuliers et les **enquêtes spécialisées** qui étudient, dans un très grand détail, un seul poste de dépenses du ménage, habillement, vacances, soins médicaux, automobile, radiotélévision, équipement du logement, chauffage... Le tableau 2 donne la liste des principales **enquêtes budgets de ménages** et des **enquêtes spécialisées** effectuées en France depuis 1950. A l'aide de ces diverses sources d'informations directes et indirectes, et d'informations sur le commerce extérieur et la consommation des administrations, on peut parvenir à une estimation relativement précise de la consommation d'un produit donné, chaque source d'information permettant de contrôler les autres. En effet, pour un produit donné, l'**offre** (ou les ressources) de ce produit au cours d'une année, est composée du stock initial, de la production et des importations. Cette somme est égale à la **demande** (ou les emplois), constituée par la consommation des ménages, la consommation publique, éventuellement la consommation d'entreprises, l'exportation et le stock final, soit :

$$\begin{aligned} \text{Stock initial} + \text{Production} \\ + \text{Importations} \dots\dots\dots = & \text{Consommation privée (ménages)} + \text{Con-} \\ & \text{somption publique (administration)} + \\ & \text{Consommation des entreprises} + \text{Exporta-} \\ & \text{tions} + \text{Stock final.} \end{aligned}$$

Généralement certains termes de cette expression peuvent être mesurés de façon très précise : il s'agit de la **consommation publique**, des **importations** et des **exportations** ; la **production** est bien connue pour la plupart des produits industriels, beaucoup moins bien pour la plupart des produits agricoles et les services ; la **consommation des ménages** est très bien connue pour les produits et les années où il y a eu des enquêtes auprès des consommateurs ; la **consommation des entreprises**, en général assez faible, lorsqu'il s'agit de biens de consommation, est souvent mal saisie et pour les **stocks** l'ignorance de leur mouvement est presque totale. Finalement, si l'on fait abstraction des **variations** de stock (stock final moins stock initial) qui représentent heureusement une faible fraction de la demande totale, on peut estimer la consommation d'un produit avec une précision satisfaisante, puisque un tiers des consommations sont connues à 5 % près, un autre tiers entre 5 et 15 % et un tiers seulement à plus de 15 %. Compte tenu des compensations d'erreurs, la consommation totale est estimée à moins de 5 % près, ce qui constitue une approximation suffisante pour fonder une projection (1).

(1) A noter qu'il est impossible de prévoir l'avenir si l'on ignore ou si l'on connaît trop mal le présent pour dire où l'on va, il faut savoir d'où l'on part.

TABLEAU 2
**PRINCIPALES ENQUÊTES PAR SONDAGE
 AUPRÈS DES CONSOMMATEURS**

| Enquêtes budgets de famille | | |
|-----------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------|
| Année | Nature de l'échantillon | Taille de l'échantillon |
| 1951 | Les dépenses et les consommations des ménages à Paris, Rennes et dans 17 grandes villes de province. | 2 600 ménages |
| 1952 | Enquête sur les dépenses des ménages d'exploitants agricoles. | 650 exploitations |
| 1953-1954 | Enquête sur les dépenses des ménages à Paris et dans 17 grandes villes de province (ouvriers, employés, cadres moyens seulement). | 4 900 ménages |
| 1956 | Enquête sur les dépenses et les niveaux de vie des Français (1). | 20 000 » |
| Enquêtes spécialisées | | |
| 1953 | Enquête sur les dépenses d'habillement (1). | 22 000 » |
| 1954 | Enquête sur l'équipement ménager (1) | 20 000 » |
| 1955 | Enquête sur les conditions de logement des Français non agriculteurs | 10 000 » |
| 1955 | Enquête sur la consommation et les dépenses de viande et des produits laitiers (1). | 12 000 » |
| 1957 | Enquête sur les dépenses de vacances des habitants de la région parisienne et des villes de plus de 50 000 habitants. | 7 000 » |
| 1958-1959 | Une enquête par sondage sur l'utilisation des voitures particulières et commerciales (1) | 12 000 propriétaires |
| 1960 | Enquête sur les dépenses et les soins médicaux (1). | 3 000 ménages |
| 1961 | Enquête sur les conditions de logement des Français non agriculteurs | 10 000 » |

(1) Enquête portant sur toute la population.

DEUXIÈME PHASE

DE LA CONNAISSANCE DU PASSÉ A LA PRÉVISION

Les séries statistiques de la consommation au cours des années passées, ou **séries chronologiques de la demande**, décrivent l'évolution de la consommation d'un produit donné, en **valeur**, en **volume**, éventuellement en **quantités physiques**, ainsi que l'évolution correspondante du **prix** de ce produit. Mais il s'agit de la consommation du produit par l'ensemble de la population. Certes l'on sait comment cette population a elle-même évolué au cours de la période, en effectifs totaux par sexe, classes d'âge, groupes sociaux, et l'on sait aussi comment ses revenus se sont développés. Mais on ignore comment la consommation totale du produit s'est répartie dans la population : combien de personnes ont réellement consommé le produit en question, en quelles quantités ; qui sont ces consommateurs : quel est leur âge, leur sexe, leur groupe social, leur revenu ?

Les séries chronologiques de la demande ne permettent pas de répondre à ces questions.

Les enquêtes auprès des consommateurs apportent, en revanche, la réponse, car elles enregistrent aussi bien la dépense effectuée pour un produit donné — et éventuellement le prix, la quantité, le lieu d'achat, la

fréquence d'achat — que les caractéristiques socio-économiques du consommateur : son âge, son sexe, la taille et la composition de sa famille, son groupe socio-professionnel, sa commune de résidence. Il est donc possible en analysant les résultats des enquêtes auprès des ménages, non seulement d'**extrapoler** ces résultats et de parvenir ainsi à une estimation de la consommation totale par toute la population, mais encore et **surtout de rechercher** des corrélations entre la dépense d'un produit et les caractéristiques socio-économiques du consommateur — revenu, âge, groupe social, etc. — susceptibles d'**expliquer** sa dépense.

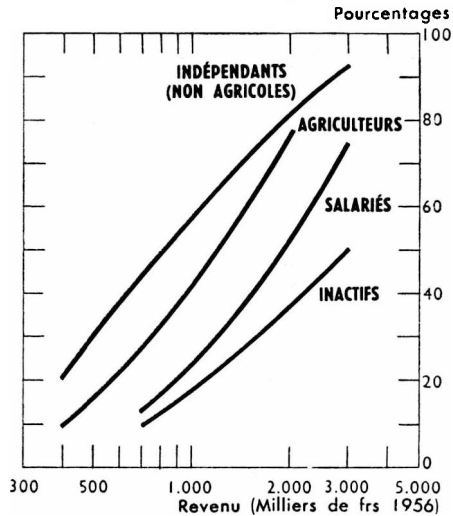
Ensemble, les séries chronologiques et les enquêtes auprès des ménages permettent une analyse poussée du comportement des consommateurs.

Les premières décrivent la **vie des produits**, leur substitution les uns par rapport aux autres, l'apparition et la diffusion des biens nouveaux, compte tenu des mouvements de prix, de l'accroissement de la population et de son pouvoir d'achat, d'autres facteurs tels que la conjoncture économique ou la situation intérieure ou internationale. Les secondes observent à un instant donné le **comportement effectif de consommateurs** individuels (et représentatifs) en fonction des critères socio-économiques qui les caractérisent.

L'exemple de la demande de voitures et de la consommation d'essence illustrera le recours aux séries chronologiques et aux enquêtes pour expliquer et prévoir le comportement des ménages.

Deux enquêtes auprès des ménages analysent l'automobiliste français (1). Ces enquêtes montrent que, si bas que l'on descende dans l'échelle des revenus, on trouve toujours un pourcentage non nul de propriétaires de voitures : à mesure que le revenu s'élève, le taux de possession croît. Cependant, à **revenu égal**, les taux de possession diffèrent entre catégories socio-professionnelles : au même niveau de revenu les indépendants comprennent une plus grande proportion d'automobilistes que les agriculteurs, lesquels l'emportent sur les salariés ; les inactifs ont le taux de possession le plus faible dans chaque tranche de revenus (voir graphique I).

Le niveau et la distribution des revenus, combinés avec la répartition socio-professionnelle de la population ne suffisent cependant pas à « expliquer » le phénomène « motorisation ». En effet les séries chronologiques mettent en évidence, de 1949 à 1960, un accroissement du nombre de voitures possédées par les familles notablement supérieur à celui qu'on obtient quand on tient compte seulement de la modification du niveau et de la

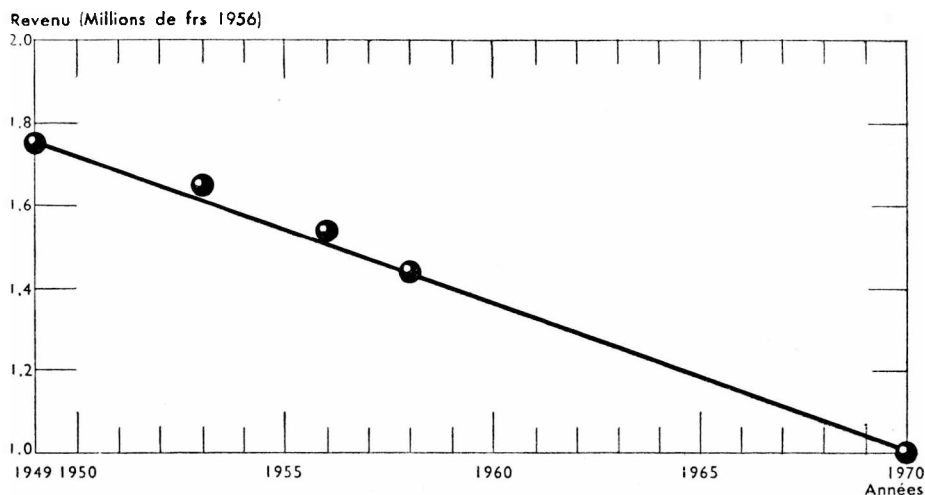


GRAPHIQUE I

Taux de possession en 1956 pour 4 catégories sociales

(1) Enquête « Budgets des Français en 1956 », *Consommation*, nos 2-3- 1960, Dunod, Paris.
Enquête « cartes grises » de 1959, *Consommation*, n° 4, 1960, Dunod, Paris.

distribution des revenus par catégorie socio-professionnelle : tout se passe comme si, à revenu constant, le taux de possession d'automobiles s'élevait année après année dans chaque tranche de revenus. Le graphique 2 illustre ce phénomène en indiquant comment s'est abaissé le niveau de revenu auquel un ménage sur deux a une voiture. L'explication de cette forte **diffusion spontanée** de l'automobile, se surajoutant à l'accroissement de la demande due à l'élévation des revenus, se trouve dans plusieurs facteurs, les uns d'ordre économique, les autres d'ordre psychosociologique : l'abaissement du prix relatif des voitures comparé aux autres prix de détail ; le développement d'un marché de l'occasion à des prix encore plus faibles favorisant une première accession à l'automobile et aussi son remplacement ; le crédit à la consommation ; l'effet d'imitation international (les États-Unis étant le modèle) et interclasses ; l'évolution du style de vie avec l'éloignement croissant domicile-travail d'une part, l'extension des loisirs et de l'équipement familial de loisirs d'autre part...



GRAPHIQUE 2
Revenu en millions de francs 1956
pour lequel le taux de possession de 50% est atteint

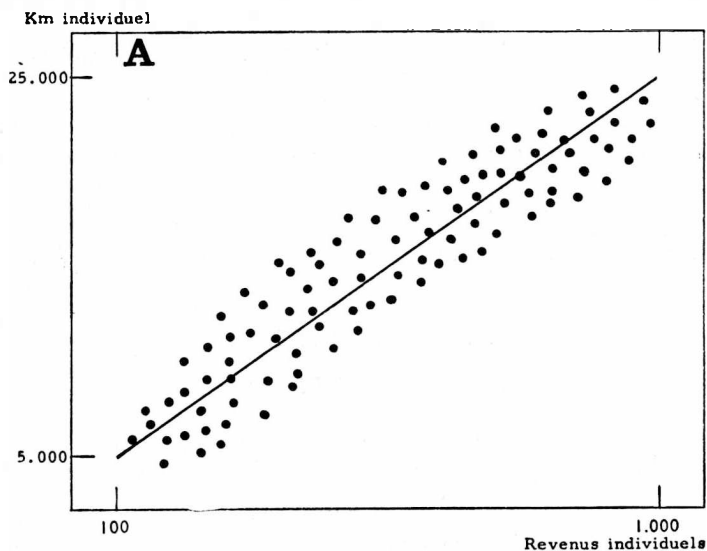
A l'aide de ces divers facteurs — l'accroissement des revenus, l'accroissement démographique et sa répartition socio-professionnelle, la diffusion spontanée — on peut rendre compte de l'évolution du parc automobile français au cours des années 1950 à 1960.

A partir des séries chronologiques et des enquêtes on peut en outre expliquer la demande d'essence.

Les enquêtes montrent en effet qu'il y a une corrélation entre le niveau du revenu et le kilométrage annuel parcouru par les automobilistes d'une catégorie sociale déterminée. Pour l'ensemble de la population, lorsque le revenu s'élève de 10%, le kilométrage s'accroît d'environ 6%. Le rapport de ces deux accroissements relatifs, qui donne 0,6, est appelé un **coefficient d'élasticité** du kilométrage en fonction du revenu. Ce coefficient a cependant une particularité : il résulte d'une comparaison faite entre des individus observés au cours d'une enquête, c'est-à-dire en **même temps**. Chaque individu a roulé un certain nombre de kilomètres et dispose d'un certain revenu ; quand on passe d'un individu au suivant, le kilométrage et le revenu varient, l'élasticité mesurant le rapport des

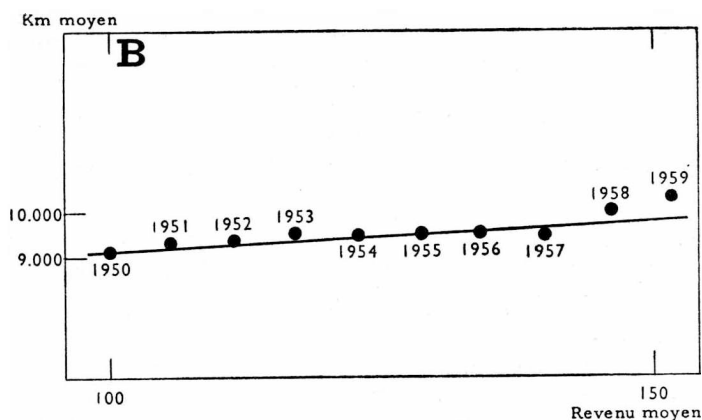
deux variations relatives. Cette élasticité est dite **instantanée** parce que le numérateur et le dénominateur se rapportent à la même **date**.

Mais on dispose aussi de séries temporelles du kilométrage annuel moyen par véhicule, estimées d'après le parc en circulation, la consom-



GRAPHIQUE 3-A

Enquête (données individuelles) : forte dispersion du kilométrage (1 à 5) et des revenus (1 à 10)



GRAPHIQUE 3-B

Série temporelle (données moyennes) : très faible variation du kilométrage (1 à 1,1) ; variation faible du revenu (1 à 1,5)

mation unitaire d'essence par véhicule-kilomètre et la consommation totale de carburant auto. Si l'on compare l'évolution relative du kilométrage moyen dans le temps à l'accroissement relatif du revenu au cours de la même période on peut aussi déduire un coefficient d'élasticité appelé cette fois **élasticité temporelle** parce que le numérateur et le dénominateur

se réfèrent non plus à la même **date** mais à la même **période**. Cependant le coefficient d'élasticité temporelle, qui résulte des séries chronologiques, est plus faible que le coefficient d'élasticité instantané qui se calcule d'après les enquêtes. La raison fondamentale de cette divergence entre l'élasticité temporelle et l'élasticité instantanée (qui se retrouve, positive ou négative, pour un grand nombre d'autres produits) est qu'au cours de la période le nombre d'automobilistes s'est élevé sous l'effet de la diffusion mais les nouveaux venus à l'automobile, catégories à faible revenu, roulent peu. Le kilométrage annuel moyen de l'ensemble de la population motorisée a ainsi été constamment déprimé du fait même de la démocratisation de l'automobile. Dans une enquête en revanche, qui représente une coupe dans la population d'automobilistes à un instant donné, on raisonne sur une distribution de kilomètres dont la dispersion est nécessairement beaucoup plus grande que celle qu'on observe entre le kilométrage moyen déterminé, à deux dates séparées, pour toute la population (graphiques 3).

TROISIÈME PHASE

LA PROJECTION

L'analyse du passé au moyen des séries chronologiques et des enquêtes a révélé que la possession d'une voiture était liée au niveau et à la distribution des revenus par catégorie socio-professionnelle et à un phénomène de diffusion spontanée et qu'en outre le kilométrage annuel parcouru était fonction du revenu et de la catégorie socio-professionnelle (celle-ci détermine, de plus, la part du kilométrage effectuée à des fins professionnelles, assez peu sensible au revenu, et celle effectuée pour les loisirs, beaucoup plus sensible au revenu).

Il s'ensuit que si l'on fait une projection de 1960 à 1965 des effectifs et de la distribution des revenus par catégorie sociale on pourra en déduire le parc automobile de 1965 par simple application des taux de possession observés en 1960 par catégorie sociale et tranche de revenus, corrigés de l'effet de la diffusion spontanée (le graphique 2 indique comment celui-ci peut être extrapolé). On passera ensuite de l'accroissement net du parc au cours de la période à la demande totale de voitures neuves en ajoutant à l'accroissement net du parc le renouvellement de celui-ci. Cette grandeur est donnée par la mortalité probable, parmi les voitures en circulation d'ici à 1965. Or, le taux de mortalité et donc de renouvellement d'un parc automobile, se calcule comme le taux de mortalité d'une population humaine en comparant les survivants d'une classe d'âge aux effectifs initiaux de la même classe : le taux de survie est le rapport de ces deux chiffres, le taux de mortalité, le rapport du nombre de décès aux effectifs initiaux. La vie moyenne des voitures en circulation dans divers pays dotés de parcs importants (États-Unis, Royaume-Uni, France, Allemagne) est de l'ordre de 12 à 20 ans. Le renouvellement prévisible de 1960 à 1965 tient compte d'une part des taux de mortalité par classe d'âge du parc automobile français, d'autre part du fait que la mortalité d'une classe déterminée peut être accélérée ou retardée suivant la conjoncture économique : en période de prospérité, l'utilisation est plus forte, l'usure plus rapide et le remplacement plus actif, l'obsolescence économique s'ajoutant au vieillissement technique. En période de dépression le phénomène inverse se produit.

Si la prévision de la demande totale de voitures neuves comporte un aléa en raison des incertitudes concernant le volume ou la date du renouvellement, la prévision du parc total est en revanche assez sûre et sert de base à une perspective de la demande d'essence : on connaît en effet, pour

les voitures appartenant à chaque catégorie sociale, la distribution des kilométrages annuels au début de la période de projection ainsi que l'élasticité de la « demande » de kilomètres en fonction du revenu, en distinguant les kilométrages « affaires » et « loisirs ». L'évolution du parc et des revenus par catégorie sociale, combinée avec les élasticités correspondantes, donne le kilométrage parcouru par l'ensemble du parc en 1965. On corrige cette projection initiale pour tenir compte du fait que les nouveaux venus à l'automobile, appartenant à des catégories de faible revenu, roulent peu en moyenne. Au moyen de consommations unitaires par véhicule-kilomètre, qui tiennent compte du rendement amélioré des nouveaux moteurs et de la tendance vers des cylindrées plus puissantes, on passe du kilométrage parcouru à la consommation globale d'essence. Des variantes peuvent être apportées à cette projection à l'aide d'hypothèses sur une variation du prix relatif de l'essence.

* * *

Les prévisions de consommation faites pour la préparation du quatrième plan ont procédé d'une méthode analogue pour tous les produits : un effort important de recherches statistiques a été fait en vue de décrire le passé : un effort non moins important a été entrepris pour analyser le passé à partir des séries chronologiques et des enquêtes auprès des ménages, à partir aussi des données comparables disponibles pour des pays étrangers. Cet effort de recherche d'informations et d'analyse statistique et économique de ces dernières a finalement permis de construire des « modèles » prévisionnels de la demande plus ou moins élaborés selon les produits et dont le modèle automobile est un exemple (1).

Le tableau 3 donne la synthèse des prévisions de la demande par produit.

Il met en évidence un accroissement du **niveau de vie** de près de 35 % au total (soit 28 % par tête) entre 1959 et 1965 mais aussi une variation non négligeable du **style de vie** : les dépenses alimentaires croissent moins vite que le total ; les dépenses d'équipement familial de confort, de loisirs ou de transport augmentent beaucoup plus rapidement que l'ensemble, ainsi que les dépenses de soins médicaux ; enfin les autres dépenses de caractère plus individuel — habillement, soins personnels — s'élèvent à peu près comme la moyenne d'ensemble.

L'image du consommateur moyen 1965 donnée par ces travaux est celle d'un personnage qui accentuera son effort déjà notable d'équipement familial, stimulant de ce fait l'activité des industries mécaniques et électriques. Et s'il consacrerait une part moins importante de l'accroissement de son pouvoir d'achat aux denrées alimentaires, il exigerait par contre des produits de meilleure qualité qu'aujourd'hui, imposant à l'agriculture et au commerce et notamment celui des denrées périssables (fruits et légumes, poisson, viande) un effort d'amélioration dans le conditionnement, le transport, la conservation et la présentation des produits distribués. Les tendances de la demande fixent ainsi au pays non seulement un objectif de croissance globale destiné à relever notablement le niveau de vie, mais indiquent en outre aux divers secteurs de l'activité sur quels produits et dans quel sens ils doivent orienter leur effort pour s'adapter aux besoins et aux goûts des consommateurs.

(1) Voir par exemple dans **Consommation** :

3, 1959 : G. ROTTIER. Niveau de vie et consommation de la population non agricole.

4, 1959 : H. FAURE. Un modèle prospectif du marché de l'automobile.

*** La consommation de fruits et légumes.

2, 1961 : H. FAURE. Les perspectives à long terme de la demande de textile.

Voir aussi : Commissariat Général au Tourisme : **Le tourisme en France (1959)**. H. FAURE. Perspectives sur les vacances des Français en 1970.

TABLEAU 3

ÉVOLUTION DE LA CONSOMMATION DE 1959 A 1965

| | 1959 (millions de NF) | 1965 (en indices base 100 en 1959) | Coefficients budgétaires (en %) | |
|--------------------------------------------------|-----------------------------|---------------------------------------------|------------------------------------|-------------|
| | | | 1959 | 1965 |
| 1. Alimentation | 59 990 | 121 | 37,2 | 33,2 |
| 11. Produits à base de céréales | 7 350 | 117 | 4,6 | 3,9 |
| 12. Légumes et fruits | 8 160 | 125 | 5,1 | 4,7 |
| 13. Viandes, volailles, œufs, poissons | 20 810 | 122 | 12,9 | 11,6 |
| 14. Produits laitiers et corps gras | 10 010 | 116 | 6,2 | 5,3 |
| 15. Produits divers et sucre | 3 550 | 139 | 2,2 | 2,3 |
| 16. Boissons | 10 110 | 117 | 6,2 | 5,4 |
| 2. Habillement | 20 080 | 136 | 12,4 | 12,5 |
| 21. Vêtements | 17 090 | 138 | 10,6 | 10,8 |
| 22. Chaussures | 2 990 | 126 | 1,8 | 1,7 |
| 3. Habitation | 25 270 | 144 | 15,6 | 16,7 |
| 31. Logement | 8 340 | 137 | 5,2 | 5,2 |
| 32. Équipement du logement | 8 790 | 154 | 5,4 | 6,3 |
| 33. Énergie et produits d'entretien | 8 140 | 140 | 5,0 | 5,2 |
| 4. Hygiène et santé | 15 310 | 153 | 9,5 | 10,7 |
| 41. Hygiène et soins personnels | 2 620 | 141 | 1,6 | 1,7 |
| 42. Consommation médicale | 12 690 | 155 | 7,9 | 9,0 |
| 5. Transports et télécommunications | 12 500 | 154 | 7,7 | 8,8 |
| 51. Transports individuels | 7 890 | 169 | 4,9 | 6,1 |
| dont : 511. Achats | (3 340) | (161) | (2,1) | (2,5) |
| 512. Utilisations | (4 550) | (175) | (2,8) | (3,6) |
| 52 + 53. Transports collectifs et P. et T. | 4 610 | 127 | 2,8 | 2,7 |
| 6. Culture et loisirs | 12 350 | 142 | 7,7 | 8,0 |
| Non ventilé et divers | 15 920 | 139 | 9,9 | 10,1 |
| CONSOMMATION TOTALE | 61 420 | 135 | 100 | 100 |