

CREDOC

ANALYSE ECONOMIQUE ET DESCRIPTION
DE LA CONSOMMATION :
de nouvelles perspectives ?

Sou1975-2145

1975

Analyse économique et
description de la consommation :
de nouvelles perspectives? / J.
Carayon-Maffre, L. Lévy-Garboua.
(Mars 1975).

CREDOC•Bibliothèque



DOCUMENTATION SUR LA CONSOMMATION
ARE - 75634 PARIS CEDEX 13 TEL. : 707-97-59

CREDOC
BIBLIOTHÈQUE

R¹ 48

CENTRE DE RECHERCHES ET DE DOCUMENTATION
SUR LA CONSOMMATION

ANALYSE ECONOMIQUE ET DESCRIPTION
DE LA CONSOMMATION :
de nouvelles perspectives ?



J. CARAYON-MAFFRE - L. LEVY-GARBOUA /
B.B. - F.D. - LL. - N° 4 444

Mars 1975

Nous remercions Jean BAUDRILLARD, Jean-François BERNARD-BECHARIES, Luc BOLTANSKI, Jean-Pierre DUPUY, Pierre KENDE, Yannick LEMEL, Bertrand LEMENNICIER, Philippe L'HARDY, Alain MIRABEL, Pascal PETIT, Victor SCARDIGLI, Nicole TABARD qui, au début de cette recherche, ont bien voulu discuter nos propositions, exposer les leurs et nous faire bénéficier de leur expérience et de leurs suggestions.

Toutefois, les opinions exprimées dans cette étude et les erreurs qui pourraient y subsister n'engagent que la responsabilité de leurs auteurs.

ANALYSE ECONOMIQUE ET DESCRIPTION DE LA CONSOMMATION :

DE NOUVELLES PERSPECTIVES ?

Lorsque le CREDOC et l'INSEE mirent en place l'appareil statistique français de la consommation, ils n'eurent pas de mal à choisir d'observer les budgets de famille et la dépense nationale. Il régnait alors quelques-unes de ces naïves certitudes qui aident à entreprendre de grands desseins. La théorie de la demande du consommateur, la fonction de consommation keynésienne, la loi d'Engel et la hiérarchie des besoins n'étaient pas des objets de contestation, mais de vérification. Les économètres imposèrent donc leurs méthodes. Avec compétence et minutie, ils établirent des nomenclatures de produits et de groupes de produits-substituts appelés "fonctions", ils calculèrent de nombreuses élasticités-prix et revenus, et ils s'essayèrent à prédire l'évolution des coefficients budgétaires à partir de données individuelles ou temporelles.

Dix à vingt ans plus tard, vient inéluctablement la fin des certitudes. Les nomenclatures éclatent, les élasticités ne mesurent pas l'intrinsèque, les prévisions ne font même plus sourire. Tout le monde prend peu à peu conscience des profondes limitations de l'ancienne approche, dont la théorie des choix du consommateur est devenue l'expression maudite. Tout le monde veut aller plus loin que la décision d'achat, la dépense, et même la possession, qui fournissaient les variables naturelles de l'investigation empirique lorsque la consommation était envisagée comme une simple appropriation - destruction de marchandises. Les nouvelles approches commencent à se préciser : les économistes appliqués, délaissant Debreu¹, se rallient à Lancaster² et à Becker³, tandis que les

¹ G. Debreu, *Théorie de la valeur*, Wiley, 1959, (trad. franç. : Dunod, 1966).

² K.J. Lancaster, A new approach to consumer behavior, *Journal of Political Economy*, 74, n° 2, Avril 1966, pp. 132-57.

³ G.S. Becker, A theory of the allocation of time, *the Economic Journal*, 75, n° 299, Sept. 1965, pp. 493-517.

sociologues redécouvrent Veblen¹ à travers Baudrillard². Au-delà des spécificités disciplinaires qui tendent à s'estomper, les spécialistes de la consommation se définissent désormais par rapport à deux questions bizarrement inédites : *Comment* consomme-t-on ? *Pourquoi* consomme-t-on ? En d'autres termes, les chercheurs s'intéressent de plus en plus à *l'activité* et à *l'utilité*, à *l'usage* et au *sens* de la consommation. Ce sont là, sûrement, de vraies questions ; mais qui nous éloignent lentement des analyses traditionnelles de produits et qui nous poussent vers une complexité qu'il faudra bien, un jour, resimplifier.

Notre but sera de réfléchir aux concepts et aux méthodes de ces approches théoriques et d'en dégager des éléments opératoires. A l'origine de cette étude, était le malaise que nous ressentions devant les interprétations de l'évolution de la consommation des ménages que l'on pouvait déduire des séries chronologiques établies par l'INSEE et le CREDOC³. Par exemple, on y dit en substance que les dépenses de santé croissent parce que les ménages demandent plus de soins médicaux. En tant que pure information, le fait est intéressant ; en tant qu'explication, il est tautologique. Ni le talent des auteurs, ni l'abondance des enquêtes statistiques⁴ ne sont en cause ; c'est la conception des données de consommation qui est à réviser. Dans leur forme actuelle, les statistiques "fonctionnelles", bien que relativement nombreuses, n'autorisent aucune interprétation qualitative de la demande des ménages. Mais leur remise en cause ne suffit pas. Peut-on faire mieux ?

Des chercheurs du CREDOC se sont attachés depuis quelques années à définir de nouvelles méthodes pour décrire les phénomènes de consommation. Les travaux de N. Tabard à partir de l'enquête CREDOC-UNCAF (1963) ont montré

¹ Th. Veblen, *La théorie de la classe de loisir*, 1899, (trad. franç. : Gallimard, 1969).

² J. Baudrillard, *Pour une critique de l'économie politique du signe*, les Essais, Gallimard, 1972.

³ CREDOC, Tableau général de la consommation des Français de 1950 à 1960, *Consommation*, n° 3 et 4, Juil. - Déc. 1960.

F. Pascaud, La consommation des ménages de 1959 à 1968, *Collections de l'INSEE*, M3, Août 1970.

J. Niaudet, L'évolution de la consommation des ménages de 1959 à 1970, *Consommation*, n° 4, Oct. - Déc. 1972.

⁴ Les enquêtes publiques sur la consommation ne manquent pas en France, comme on peut le voir en consultant l'inventaire fourni par J. Carayon, Liste des enquêtes de consommation effectuées en France, *Consommation*, n° 2-3, Avril - Sept. 1970.

l'intérêt d'une étude structurelle des dépenses appréhendées dans leur ensemble¹, comme l'analyse des données permet désormais de le faire. J. F. Bernard-Bécharies a systématisé une vision de la consommation comme activité des ménages² que les enquêtes de budget-temps consacrent de plus en plus ; mais il n'a pas dédaigné pour autant l'approche du marketing³. La nécessité de dépasser la mesure de la dépense s'est non seulement manifestée par une mesure du temps mais aussi par celle de la consommation élargie, incluant les services collectifs divisibles, que J. Desce et A. Foulon ont mise au point⁴, et par celle de la consommation réelle, évaluant la dépréciation du capital physique et la production domestique, dont P. Kende prône l'extension⁵. Enfin, des recherches pluridisciplinaires conduites par P. Kende⁶ et V. Scardigli⁷ ont tenté de retourner à des analyses plus qualitatives du mode de vie, conçu de manière très large et ouverte "à l'intersection des lignes de force de la société globale et des activités humaines"⁸. Ces efforts autoriseront bientôt une extension des mesures monétaires de la consommation, incluant la valuation des services non marchands, des temps d'activité et de tous les flux réels habituellement non comptabilisés ; mais, en même temps, ils auront bouleversé les cadres classiques de la consommation, bien au-delà de ces produits, composites, abstraits, edulcorés, qui étaient les uniques objets des études anciennes.

¹ N. Tabard, Consommation et statut social, *Consommation*, n° 2, 1972, pp.41-65.

² J.F. Bernard-Bécharies, Budget-temps et choix d'activité, *Consommation*, n° 1, 1971, pp. 73-104.

³ J.F. Bernard-Bécharies, Théorie du consommateur et pratique du marketing, *Revue Française du Marketing*, 42, 1er trimestre 1972, pp. 3-26.

⁴ J. Desce, A. Foulon, La consommation élargie, *Consommation*, n° 3, 1971, pp.3-26.

⁵ P. Kende, Vers une évaluation de la consommation réelle des ménages, *Consommation*, n° 2, 1975.

⁶ P. Kende, *Conclusion des travaux exploratoires sur le concept de mode de vie*, rapport CORDES, ronéoté, 1973.

⁷ V. Scardigli, *Modes de vie 1985*, ronéo, CREDOC, 1973.

⁸ V. Scardigli, *Mode de vie et inégalités : éléments pour une prospective du changement social*, ronéo, CREDOC, 1974, p. 14.

Beaucoup d'autres chercheurs français ont contribué parallèlement à une remise en cause de l'approche de la consommation. Au risque de négliger la mesure, le CEREBE, conduit par Ph. d'Iribarne et J.P. Dupuy, s'est attaché d'emblée à détecter la signification des objets et des actes, suivant une méthode qualifiée de "psycho-socio-économique"¹ mais qui est aussi, à la limite, biologique². La consommation érigée en signe, voilà qui rejoint évidemment les analyses de Veblen³, de Baudrillard⁴ ou de Duesenberry⁵, ainsi que certaines conclusions de Bernard-Becharies et de Tabard. Mais l'apport du CEREBE a été de systématiser l'idée "radicale" que, de par la logique implacable du signe, la croissance n'augmente pas le bien-être⁶, qu'elle asphyxie la vie sociale⁷ et d'oser lever le voile sur l'effroyable complexité des phénomènes de consommation. De son côté, l'équipe de P. Bourdieu, fidèle à sa vision d'une société qui se reproduit, démonte un à un les usages sociaux pour les stratégies de domination qu'ils masquent et révèlent à la fois, et met au premier plan la notion d'habitus⁸. Devant cette débauche de méthodes parallèles, l'INSEE, sans abandonner ses missions d'information générale et d'élaboration des comptes nationaux, a réagi surtout jusqu'à présent en explorant les promesses des enquêtes de budget-temps⁹. Malheureusement, les progrès réalisés par les nouvelles approches - souvent qualitatives - tardent à se propager dans les analyses quantitatives,

¹ Ph. d'Iribarne, La consommation et le bien-être. Approche psycho-socio-économique, *Revue d'Economie Politique*, 82, n° 1, Janv. Fév. 1972, pp. 25-64.

² Voir en particulier, Ph. d'Iribarne, Les mécanismes du bien-être, *Economie Appliquée*, 27, n° 4, 1974, pp. 615-39.

³ *Op. cit.*

⁴ *Op. cit.*

⁵ J. Duesenberry, *Income, saving and the theory of consumer behavior*, Cambridge, Harvard Univ. Press, 1949.

⁶ J.P. Dupuy, Innovation et obsolescence psychologique : essai de formalisation dans le cadre d'une économie de marché, *Cahiers du Séminaire d'Econométrie*, CNRS, 15, 1974.

⁷ J.P. Dupuy, Valeur sociale et encombrement du temps, *Monographies du Séminaire d'Econométrie*, CNRS, 11, 1975.

⁸ P. Bourdieu, *Esquisse d'une théorie de la pratique*, Droz, Genève, 1972 (2ème partie).

⁹ Y. Lemel, Les budgets-temps des citoyens, *Collections de l'INSEE*, M33, mars 1974.

classiques pourrait-on dire, de la consommation. Le souci d'assurer l'homogénéité des séries temporelles n'explique sans doute pas tout. Les blocages résident plutôt dans la difficulté bien connue de percevoir objectivement les dimensions qualitatives d'un phénomène et, bien entendu, de les mesurer ou de les repérer. Or, beaucoup de chercheurs, en quête d'un renouvellement de leurs analyses, semblent fuir le quantifiable et lui préférer un subjectivisme mal assuré. Sur le plan pratique, cette attitude élargit le fossé entre les approches et recule le moment d'une synthèse. Sur le plan théorique, elle laisse penser que la consommation est un domaine entièrement subjectif, qu'il soit lié à des valeurs individuelles ou sociales, alors que l'homogénéisation des modes de vie suggère que les choix sont fréquemment partagés - et, en ce sens, objectifs - dans un environnement social déterminé.

Notre intention, dans cette étude, est de jeter un pont entre les aspects objectifs et les aspects subjectifs des choix individuels et d'établir comment des facteurs jugés qualitatifs peuvent être pris en compte par l'analyse empirique. Pour y parvenir, nous aurons à explorer successivement les trois espaces dans lesquels se situe la consommation des ménages : celui des produits (le "quoi"), celui des activités (le "comment"), celui des caractéristiques utiles, des fonctions (le "pourquoi"). L'inspiration théorique de cette démarche réside dans les propositions de Lancaster¹, de Becker² et d'autres d'envisager la consommation, non plus comme une simple appropriation-destruction de marchandises, mais comme une production de biens finals non marchands à partir d'une combinaison de produits, de temps et de certains facteurs d'environnement (par exemple, le niveau d'instruction des parents ou les conditions de logement). Cette conception n'est que la traduction formelle de l'idée que les produits ne sont pas les arguments directs de l'utilité des ménages, que leur destruction ne constitue pas l'alpha et l'oméga de la consommation. Ce sont les activités qui les intègrent, les transforment, leur communiquent une fonction et un sens, leur transfèrent une utilité.

Ce qui suit est donc une réflexion sur cette nouvelle approche économique de la consommation, qui est bien souvent une rationalisation et une extension d'options empiriques fortement ancrées chez les statisticiens comme chez les

¹ *Op. cit.*

² *Op. cit.*

"subjectivistes". Comme nous l'avons déjà dit, la remise en cause des nomenclatures "fonctionnelles" de produits à la lumière des notions d'activité et de caractéristique a constitué le point de départ de l'étude. Il est apparu un peu illusoire d'illustrer les problèmes pratiques soulevés par d'autres approches en les appliquant à *une activité* spécifiée, tout en gardant pour seule matière des séries chronologiques de *produits*, même détaillées. Nous nous sommes néanmoins livrés à cet exercice pour essayer de dégager la théorisation implicite aux nomenclatures fonctionnelles, leur domaine d'utilisation, les difficultés de leur extension et des pistes de recherches inédites. Le plan de l'étude est donc le suivant : une première partie est consacrée à la réflexion théorique, tandis que la deuxième partie, dite d'application, aborde les problèmes soulevés par l'extension de la nomenclature fonctionnelle employée par l'INSEE. La réflexion théorique elle-même porte sur le cadre général d'analyse (section 1), et sur le niveau de la description (section 2).

Première partie

Réflexion théorique

Le paradigme économique de la consommation - Robinson choisissant entre du blé et des noix de coco en fonction du prix relatif, de son budget et de ses préférences - n'existe pas. En tout cas, il n'existe plus. Ayant su croître, l'économie de Robinson s'est dénaturée d'elle-même. Les produits se sont renouvelés, modifiés, multipliés, différenciés. Dans cet univers qui ressemble aux sociétés industrielles avancées, les objets s'agrègent à la manière d'un continuum. Ils ne se définissent plus d'eux-mêmes, il faut les décrire.

.Ce problème de description a été perçu depuis longtemps à propos des analyses de consommation. Il l'a été d'abord par les statisticiens qui ont cherché à construire des nomenclatures de produits et d'activités ; il peut l'être, depuis quelques années, par des économistes, grâce surtout aux travaux de Lancaster¹; il doit l'être, n'en doutons pas, au cours des années à venir. La discussion porte sur le choix du niveau de la description. Avant de l'aborder de front, il peut être utile de montrer pourquoi la théorie traditionnelle du consommateur est une boîte (presque) vide et dans quel cadre général d'analyse on peut la remplir.

SECTION 1 - LE CADRE GENERAL D'ANALYSE

1.1. *L'univers empirique de la théorie traditionnelle du consommateur*

Il n'existe pas de théorie économique pure. Un corps d'hypothèses n'est jamais ni évident, ni naturel, ni réaliste. La seule qualité qu'il doive posséder, avant toute autre, est d'être cohérent, c'est-à-dire de renvoyer à des catégories empiriques non contradictoires, à un univers empirique non vide.

A cet égard, la théorie traditionnelle du consommateur est à la fois extrêmement "pauvre" et inadaptée à la description des sociétés industrielles avancées. Elle recèle en outre quelques contradictions internes, sur le plan empirique. Pour établir ces conclusions, il suffit de noter que le corps d'hypothèses utilisé par Debreu, par exemple, contient trois limitations essentielles, de notre point de vue :

¹ *Op. cit.*

- (i) aucun "bien" ne peut apparaître ni disparaître au cours du temps
- (ii) les "biens" compatibles avec la théorie sont pratiquement introuvables
- (iii) tous les individus demandeurs de "biens" ont pratiquement les mêmes préférences.

Hypothèse commode, puisqu'elle permet au théoricien de se situer dans un espace fixe de dimension finie, l'énumération d'une liste de n "biens" aboutit à la représentation d'un monde clos et figé, complètement stationnaire. Une société primitive et soustraite aux influences extérieures, semblable à celles que pouvaient constituer Robinson et Vendredi sur leur île tant décrite par les marginalistes, se prête sans doute mieux à une schématisation de ce genre qu'une économie très diversifiée et en pleine croissance. A moins que les "biens" ne soient que des groupes de produits dotés d'une grande permanence ; mais, en ce cas, la théorie ne fournit pas le critère d'agrégation des produits.

En fait, les "biens" compatibles avec la théorie sont pratiquement introuvables parce qu'ils sont soumis à des déterminations contradictoires. L'hypothèse précédente comme celle d'une divisibilité parfaite ou d'une absence de saturation dans la consommation de chaque "bien" impliquent, semble-t-il, des biens composites que les convenances du raisonnement théorique (l'économie à deux biens) et de l'économétrie (l'annulation des élasticités-prix croisées) consacrent tout à fait. Mais cette exigence se heurte à l'exigence contraire induite par l'impossibilité théorique de tout regroupement, par les limitations du calcul marginal (les "biens peu importants" d'Alfred Marshall) et par l'objet même de l'analyse de la consommation (les substitutions entre "biens" dont l'importance se trouve d'autant plus obliérée que l'agrégation des produits les plus substituables entre eux a pour effet de constituer des "biens" composites relativement complémentaires, autonomes).

L'abstraction et l'imprécision de la notion d'utilité ne le cèdent en rien à celles de ces "biens" éternels et introuvables. Faute d'une théorie de la formation des préférences, les déductions de la théorie traditionnelle du consommateur n'ont d'application que si elles ne dépendent pas de l'hétérogénéité des goûts, comme c'est le cas des conditions d'équilibre général et de la pente des courbes de demande, ou bien si elles concernent le ménage représentatif. En particulier, l'on ne peut estimer de fonction de demande que si l'on suppose que tous les individus demandeurs du "bien" considéré ont

pratiquement les mêmes préférences, nonobstant les différences matérielles, culturelles et psychologiques qui les séparent.

1.2. Les approches empiristes de la consommation

La pauvreté, pour ne pas dire la vacuité, de l'univers empirique auquel renvoie la théorie traditionnelle du consommateur explique pourquoi les statisticiens et les économètres se sont affranchis de cette dernière et ont forgé eux-mêmes leurs propres outils. Malheureusement, la pratique des nomenclatures de produits et d'activités s'est inspirée jusqu'ici d'une sociologie spontanée, condamnée par les vrais sociologues¹, plutôt que d'une description systématique des objets de consommation. Il en a résulté, de la part des utilisateurs, une insatisfaction profonde devant toute espèce de nomenclature doublée d'un sentiment d'impuissance devant un problème sans issue. Récemment, Y. Houzel a exprimé cette impasse de la recherche en des termes convaincants². Mais comment en sortir, voilà le problème. A notre avis, cet auteur ne le résoud pas parce qu'elle ne voit d'alternative à la théorie traditionnelle du consommateur. Dans ce cas, l'empirisme est la seule solution possible, mais c'est un pis-aller qui échoue à son tour. En réalité, les approches empiristes ne pourront jamais réussir à constituer des nomenclatures parce qu'il est dans leur nature que les produits soient les produits, et rien d'autre.

Le rôle de toute nomenclature, en effet, est d'organiser la réduction - pratiquement nécessaire - de la diversité du réel par identification des éléments les plus proches. Toute démarche scientifique débute par une classification de ce genre, ce qui exige la définition d'un critère de proximité entre les objets de l'étude. La substituabilité des demandes constitue un critère

¹ Un bon exemple de cette condamnation est donné par l'article de L. Boltanski, *Taxinomies populaires, taxinomies savantes : les objets de consommation et leur classement*, *Revue Française de Sociologie*, 11, 1970, pp. 34-44. Celui-ci critique en effet une nomenclature des produits alimentaires fondée sur la notion de "modernité", mise en oeuvre par Ph. I'Hardy, A. Villeneuve, *Le comportement des consommateurs d'après l'enquête "Budgets des familles" de 1963*, *Etudes et Conjoncture*, n° 10, Oct. 1968, pp. 3-82.

² Y. Houzel, *Niveau et mode d'agrégation des flux : le problème des nomenclatures*, in *Essai critique sur l'analyse des budgets de famille*, Thèse de Doctorat d'Etat, Université de Nice, 1974, pp. 69-95 (chap. 3).

indiscutable pour l'analyse de la consommation. Comme les demandes des biens s'établissent sur la base des représentations qui en sont faites, elles coïncident d'autant mieux que ceux-ci posséderont des caractéristiques, des propriétés plus voisines, et que leur description révélera des parentés plus profondes. La construction d'une nomenclature présuppose donc la connaissance d'une application de l'espace des descripteurs dans celui des objets. Or, la théorie traditionnelle du consommateur se situe *entièrement* dans l'espace des "biens". Pour cette raison, elle est incapable de justifier quelque nomenclature que ce soit : les produits sont les produits, un point c'est tout.

Seule une théorie proposant une description phénoménale des objets de consommation est capable de briser ce cercle vicieux. Ce problème, la nouvelle approche, formulée par Lancaster¹, permet pour la première fois de le poser.

1.3. La description des objets de consommation

Lancaster est le premier économiste qui envisage de décrire les objets de la consommation que sont pour lui les produits et les activités. Il qualifie *les descripteurs*, qu'il note formellement Z , de "propriétés" ou de "caractéristiques" des objets. Certes, il oublie trop volontiers qu'une description totale ne devrait pas se limiter aux attributs matériels et qu'elle devrait englober les relations du consommateur aux choses (activités) et du consommateur aux personnes (signes et symboles). Mais cette omission n'est pas dirimante dans la mesure où les termes utilisés par l'auteur sont aussi abstraits que possible et qu'ils ne préjugent guère des caractéristiques que devraient posséder les dites "caractéristiques".

Sur ces bases, nous pouvons analyser les propriétés formelles d'une description phénoménale des objets, en développant la théorie de Lancaster qui, sur ce point, est confuse et implicite. On pourrait dire, en d'autres termes, que nous explicitons une théorie de la description qui trouve une application importante dans la construction de nomenclatures d'objets. A partir du moment où les descripteurs sont séparés des produits et des activités, il devient possible en effet d'envisager la *complexité* de ceux-ci comme la possession de

¹ K.J. Lancaster, *op. cit.*

K.J. Lancaster, *Consumer demand : a new approach*, Columbia Univ. Press, 1971

plusieurs Z par un même objet, et leur *différenciation* comme la possession d'un même Z par plusieurs objets. A partir de ce moment, il devient aussi possible de définir le critère le plus général de proximité entre objets par la proximité des profils de caractéristiques qu'ils détiennent. Il suffit pour cela que la connaissance des Z soit *objective*, c'est-à-dire que tous les consommateurs reconnaissent les mêmes Z au même objet.

D'après Lancaster, la première application concrète de cette idée consiste à établir rationnellement qu'il existe a priori une proximité plus grande entre le beurre et la margarine qu'entre un navire et une paire de chaussures. Les deux premières denrées, en effet, ont en commun une caractéristique d'usage - certains diraient fonctionnelle -, qui dérive de leurs propriétés nutritives, tandis que les deux autres ne rendent pas, en tant que telles, les mêmes services¹. Plus généralement, on peut représenter *la description* d'un ensemble de produits X (ou d'activités Y) par une relation matricielle :

$$z = D.x \quad (z = D.y) \quad ,$$

dans laquelle z est le vecteur-colonne des r caractéristiques, $x(y)$ celui des p produits (m activités) et D une matrice à r lignes et $p(m)$ colonnes. Nous conviendrons d'appeler D la *matrice de description*². Cette quantification n'est pas exempte de difficultés et de critiques. La mesure d'une quantité de Z , sinon de $X(Y)$, et l'additivité des effets de plusieurs objets sur la quantité totale de Z prêtent particulièrement à discussion. Pourtant, ces problèmes sont mineurs tant que l'on se borne à étudier les "propriétés structurelles" de la description, comme le rang et la décomposabilité de la matrice ou la différence entre le nombre de lignes et le nombre de colonnes, ainsi que ses "propriétés qualitatives"³ comme le signe des coefficients matriciels, en laissant de côté toutes ses propriétés quantitatives, comme la valeur de ces mêmes coefficients. En vérité, la construction de nomenclatures d'objets

¹ Ce qui ne veut pas dire qu'un yacht n'a pas une valeur de signe de même nature que celle d'une paire de mocassins finement travaillés.

² Lancaster n'introduit pas la notion que nous venons de définir, ce qui entraîne beaucoup de confusion dans la littérature récente.

³ Terme défini par K.J. Lancaster dans l'article de 1966, à propos, non de la description, mais de la "technologie de consommation" dont nous parlons plus loin.

(produits, activités) ne requiert pas la connaissance complète de la matrice de description, mais celle d'un tableau qualitatif uniquement composé de 0, quand l'objet ne possède pas une propriété utile, de 1 quand il la possède en bien et de -1 quand il la possède en mal¹.

Nous admettons pour l'instant qu'il est possible de définir et de repérer les caractéristiques utiles des objets de consommation car nous reviendrons en détail sur ce point dans la section 2.2. Cependant, les objets aussi doivent être définis et mesurés, et cela ne peut être fait qu'en passant de la description à l'analyse de la consommation. Nous en explicitons désormais les concepts.

1.4. Les concepts de l'analyse de la consommation

Il est regrettable que la définition des concepts soit la partie la plus fragile de l'analyse de la consommation. Aussi simple qu'elle nous paraisse en définitive, la présentation suivante n'est généralement pas explicitée².

Formellement, de nombreux problèmes s'analysent en distinguant les *éléments* de certains espaces et *les opérateurs* qui s'appliquent à eux. Pour étudier correctement la consommation, trois éléments de départ doivent être définis et, à leur suite, trois opérateurs :

(i) un *objet* est l'élément concret d'une *description*.

Les objets de la consommation sont les produits et les activités (dans le sens de pratiques).

(ii) un stock de *ressources* en début de période est l'élément concret d'une *utilisation* ou d'une *accumulation*.

Les ressources du consommateur sont les produits, les temps personnels et les facteurs d'environnement (niveau d'instruction, conditions de logement, etc...)

(iii) un *bien* est l'élément-concret ou abstrait- d'une *production ou transformation*.

Les biens de l'analyse de la consommation sont les ressources et les biens finaux non marchands produits par les consommateurs.

¹ Certaines denrées procurent en effet des nuisances. Le tabac en est un exemple classique.

² Son inspiration nous paraît cependant très voisine de la méthode utilisée par J.F. Bernard-Bécharies pour définir la relation d'environnement. Voir, de cet auteur : Pour une définition de l'environnement, *Consommation*, 3, 1975 (à paraître).

Les opérateurs transforment les éléments de départ en trois éléments d'arrivée :

(ibis) les *caractéristiques* (ou descripteurs, ou propriétés, ou Z) sont le résultat d'une description.

(iibis) le stock de *ressources* en fin de période est le résultat d'une utilisation ou d'une accumulation.

(iiibis) les *outputs* sont le résultat d'une production.

L'approche traditionnelle était beaucoup plus simple que cela, mais aussi beaucoup moins riche : la consommation y apparaissait comme une simple utilisation de biens produits par les entreprises et les administrations ; l'activité du consommateur consistait en la disposition de ces biens, qui sont les seules ressources dont il a besoin pour ce faire ; les biens n'y étaient pas des objets de description. Par contre, tous ces concepts s'introduisent nécessairement dans la nouvelle approche et il importait de les clarifier une fois pour toutes. En examinant maintenant de plus près les éléments de la consommation, nous apercevrons les problèmes que posent leur articulation, leur définition et leur insertion théorique. Nous verrons ensuite que la description des objets de consommation reste une dimension escamotée de la théorie actuelle.

1.4.1. *Produits, activités, ressources*

Les produits comprennent en fait tout ce qui est offert aux ménages par le secteur productif et administratif et à la production de quoi leur concours personnel est négligeable. On y range les biens et services marchands (auto-production non comprise), ainsi que les services collectifs financés par l'impôt. C'est le domaine le mieux connu de tous jusqu'ici.

Quant aux *activités des consommateurs*, ce sont les pratiques, techniquement et socialement normalisées, dans lesquelles ceux-ci emploient leur temps, éventuellement en combinaison avec d'autres ressources (produits, temps d'autres personnes, facteurs d'environnement), et qui, par l'utilisation de ces ressources, aboutissent à une transformation. Cette définition est une application au domaine qui nous intéresse de la définition générale des activités économiques, telle qu'elle est formulée par exemple par J. Bénard¹. *Les pratiques de*

¹ J. Bénard, *Comptabilité nationale et modèles de politique économique*, col. *Thémis*, PUF, 1972, p. 28.

consommation sont donc justiciables de l'"analyse d'activité", qui introduit la programmation linéaire dans la solution des modèles d'allocation des ressources. Moyennant la divisibilité et l'additivité des activités, on peut définir le niveau y_k de l'activité k et, dans de nombreuses circonstances, exprimer tout vecteur possible de ressources x comme une combinaison linéaire d'un ensemble fini d'"activités de base" (avec des coefficients non négatifs). Quand il existe m activités de base, la technologie, soit l'ensemble des activités possibles, est simplement décrite par une matrice A de coefficients techniques comportant n lignes et m colonnes, telle que :

$$x = Ay \quad , \quad \text{avec} \quad \begin{cases} A = ((a_{ik})) \\ i = (1, \dots, n) \\ k = (1, \dots, m) \end{cases} \quad ,$$

y représentant le vecteur-colonne des m niveaux d'activité. En écrivant ceci, on suppose que la technologie est à facteurs complémentaires, ce qui revient à dire qu'on ne peut pas réaliser *une* unité de l'activité k si l'on n'emploie pas au minimum un flux de a_{ik} unités de la ressource i . Il convient enfin de noter que le vecteur des ressources comporte, parmi ses n composantes, p quantités de produits et $(n-p)$ quantités de temps¹ des consommateurs et des autres personnes.

1.4.2. Les biens et la nouvelle approche du consommateur

Il existe pourtant une différence entre l'analyse de la consommation et l'analyse d'activité. Dans cette dernière, de nombreux biens sont à la fois les inputs de certaines activités, c'est-à-dire des consommations intermédiaires, et les outputs d'autres activités, c'est-à-dire des produits finals. Seuls quelques biens, tels les ressources humaines et naturelles, que l'on qualifie de facteurs primaires, ne sont produits par aucune activité. Et les modèles connus ne distinguent aucun bien qui ne soit jamais consommé par d'autres activités.

¹ Il est a priori paradoxal de parler de quantité de temps alors que le temps des horloges est, par nature, quantifié. Rappelons cependant que l'on mesure ici la participation d'un individu à une activité au cours de l'unité de temps. Aussi la quantité de temps qu'une personne consacre à cette activité est-elle toujours inférieure au temps des horloges qui s'est écoulé.

Dans l'analyse de la consommation, au contraire, les produits sont presque uniquement¹ les inputs des activités du ménage et ils ressemblent donc à des facteurs primaires. Et les biens finals produits par ces activités demeurent souvent indéterminés dans la mesure où ils ne sont échangés sur aucun marché².

Admettons pour l'instant que ces biens finals non marchands soient connus, mesurables, et représentons-en la production par un vecteur-colonne s à l composantes. Il existe évidemment une matrice B , comportant l lignes et m colonnes, telle que :

$$s = By \quad , \quad \text{avec} \quad \begin{cases} B = ((b_{jk})) \\ j = (1, \dots, l) \\ k = (1, \dots, m) \end{cases}$$

S'ajoutant à A , la matrice B achève de décrire la *technologie de consommation*. Celle-ci pourrait même être exprimée au moyen d'une seule matrice, comportant $(n+1)$ lignes et m colonnes, obtenue en empilant A au-dessus de B . En faisant de même pour le vecteur-colonne des biens, obtenu en empilant x au-dessus de s , il viendrait :

$$\begin{pmatrix} x \\ s \end{pmatrix} = \begin{pmatrix} A \\ B \end{pmatrix} \cdot y \quad ,$$

ou :

$$\begin{bmatrix} x_1 \\ \vdots \\ x_m \\ \vdots \\ s_1 \\ \vdots \\ s_l \end{bmatrix} = \begin{bmatrix} a_{11} & \dots & a_{1m} \\ \vdots & & \vdots \\ a_{n1} & \dots & a_{nm} \\ \vdots & & \vdots \\ b_{11} & \dots & b_{1m} \\ \vdots & & \vdots \\ b_{l1} & \dots & b_{lm} \end{bmatrix} \begin{bmatrix} y_1 \\ \vdots \\ y_m \end{bmatrix}$$

¹ Si l'on excepte l'autoproduction des ménages (jardins familiaux, bricolage...).

² Il existe parfois des marchés de substitution : le marché des gens de maison pour l'entretien du logement, le marché des garderies pour la surveillance des bébés, le marché de la restauration pour les repas, et jusqu'au marché de la prostitution pour l'amour physique. Mais les biens échangés sur ces marchés ne sont pas nécessairement des substituts parfaits des biens finals correspondants produits par les ménages.

C'est cette représentation qui serait la transposition fidèle de l'analyse d'activité à l'analyse de la consommation. Les biens y sont rangés en deux classes : les biens intermédiaires ou inputs, que sont ici les produits et les temps personnels, et les biens finals ou outputs. Les premiers sont d'essence concrète : ils appartiennent à la sphère des ressources. Les seconds sont d'essence abstraite : ils appartiennent à la sphère des valeurs.

Lancaster et ses successeurs n'ont pas retenu cette présentation, pour éviter sans doute de superposer deux classes de biens de natures aussi différentes et dont la première seule peut être déterminée et mesurée avec quelque justification. Ils ont préféré la formulation équivalente dans laquelle on distingue les deux équations matricielles :

$$\begin{aligned}x &= A y \\s &= B y\end{aligned}$$

Le programme du consommateur s'énonce ainsi de manière plus élégante, puisque la fonction-objectif porte uniquement sur s et que la contrainte de budget généralisé¹ porte uniquement sur x . Il s'écrit en effet :

$$\begin{aligned}\max \quad & U(s) && (P_1) \\ \text{sous} \quad & p \cdot x \leq k && , \\ \text{avec} \quad & s = B y && , \\ & x = A y && , \\ & x, y, s \geq 0 && ,\end{aligned}$$

où U est la fonction d'utilité du consommateur, p le vecteur-prix des produits et du temps et k le revenu maximal de l'agent²

1.4.3. Technologie de consommation et description des objets

Malheureusement, Lancaster veut brûler les étapes et il confond le problème de la description des objets avec celui de l'analyse de la consommation.

¹ Cette contrainte de ressources inclut les produits et le temps. Elle a été exprimée par G.S. Becker, *op. cit.*

² Le revenu maximal (full income) généralise le revenu pécuniaire de la théorie traditionnelle.

Lui-même privilégie visiblement le premier aspect parce qu'il entrevoit l'application de sa théorie aux études de marché et de produits, tandis que Becker et l'école de Chicago privilégieront le deuxième aspect et appliqueront la théorie à des études de comportement familial. La confusion de Lancaster survient quand il assimile les caractéristiques, descripteurs des objets, aux biens finals des activités de consommation. Si l'on s'intéresse uniquement au marché des voitures de tourisme, exemple retenu par cet auteur¹, ou à celui des magnétophones stéréophoniques, récemment étudié à l'aide d'un modèle "lancastérien" par des spécialistes de marketing², les caractéristiques d'un produit sont une présomption des services qu'il est capable de rendre et elles sont bien les facteurs d'un choix en situation d'incertitude. Il existe alors, sous certaines conditions que nous analyserons dans la section 2.2., un isomorphisme entre l'espace des descripteurs et celui des services rendus³ (biens finals). Dans ce cas, la confusion est légitime car elle ne fausse pas l'interprétation des décisions d'achat des ménages : A devient la matrice-unité à n dimensions, et B s'identifie à la matrice de description D. Si, dans le cas général, l'espace des biens finals cessait d'être isomorphe à celui des descripteurs, la confusion de Lancaster ne serait plus légitime.

En fait, cet auteur et ses successeurs n'ont jamais posé le problème dans des termes aussi généraux que les nôtres. Ils ont assimilé tout simplement s à z, les biens finals aux caractéristiques. C'est une hypothèse qui, bien que nous devions la critiquer pour son empirisme, n'est pas dénuée de tout fondement. Il est certain que l'économie n'aurait aucune base positive si le "pourquoi" de la consommation ne s'inscrivait pas dans son "quoi" et son "comment". Ne pas rechercher cette trace, c'est renoncer à une approche scientifique et lui préférer une connaissance métaphysique. Cette attitude justifie que l'espace des descripteurs et celui des biens finals soient reliés par une application, que l'on supposera linéaire, et que l'on caractérisera par une matrice S comportant l lignes et r colonnes :

$$s = S z$$

¹ K. Lancaster, *Consumer demand*, op. cit., pp. 167-74.

² J.Ph. Faivre, J. Schwoerer, Une nouvelle approche des choix des consommateurs : le modèle Trade-Off - une application au marché des magnétophones stéréophoniques, *Revue Française du Marketing*, 55, mars-avril 1975, pp. 33-53.

³ Il en résulte que : l = r.

Dans ces conditions, le programme complet du consommateur, soit (P_1) , est-il équivalent au programme opérationnel étudié par Lancaster, que nous notons (P_2) ?

$$\begin{array}{ll}
 \max & u(z) \\
 \text{sous} & px \leq k \\
 \text{avec} & z = D y \\
 & x = A y \\
 & x, y, z \geq 0
 \end{array} \quad (P_2)$$

La réponse est oui, si et seulement si : $B \equiv SD$, la linéarité de l'application S conservant la convexité des préférences $s \succcurlyeq s'$ pour $z \succcurlyeq z'$.

Le programme (P_2) est donc suffisant pour toutes les applications positives de la théorie, mais l'identité matricielle que nous venons d'écrire demeure riche d'enseignements. Elle oblige tout d'abord à se demander si le nombre de biens finals doit être inférieur, égal ou supérieur au nombre de caractéristiques qui en sont les traces perceptibles. Comme les résultats du modèle de Lancaster dépendent surtout de l'infériorité de la dimension de l'espace des biens finals (des caractéristiques) par rapport à celui des ressources¹, c'est le plus petit des deux qui importe en théorie. S'il y a plus de biens finals que de descripteurs, c'est que deux biens au moins ne pourront être séparément déterminés ; s'il y a plus de caractéristiques que de biens, c'est que la description est redondante, et que la matrice D peut être réduite en B grâce à la transformation S . En définitive, l'égalité des deux dimensions ($l = r$) est le seul cas qui ait une importance pratique. L'inversibilité de la matrice S est alors logique, si l'on veut éviter que la description ne soit redondante. En pratique, donc, il existe un isomorphisme (S) entre l'espace des descripteurs et celui des biens finals, ce qui rend leur confusion légitime. Par conséquent, $B = D$ (à un isomorphisme près), d'où il ressort un second enseignement, à savoir que la soi-disant "technologie de consommation" définie par Lancaster se réduit bien souvent à une description des objets de la consommation que sont les produits et les activités. De véritables fonctions de production des ménages ne peuvent être établies que dans des cas particuliers où le bien final peut être spécifié,

¹ K.J. Lancaster (1966), *op. cit.*, pp. 138-40.

ce qui est la démarche suivie par l'école de Chicago¹. Ainsi, faute d'en connaître complètement le "pourquoi", toute analyse d'ensemble de la consommation doit s'appuyer sur une description pertinente de ses objets.

1.5. De la description des objets aux nomenclatures

La matrice D offre une description complète de l'ensemble des objets de consommation. Si elle est "solide", c'est-à-dire si elle contient peu de 0, un classement de ces objets ne présente qu'un faible intérêt, parce qu'une variation du prix de l'un quelconque d'entre eux perturbe "à peu près également" l'ensemble des choix des consommateurs, ce qui rend difficile l'analyse *partielle* d'un groupe particulier. L'usage de nomenclatures se justifie en revanche lorsque la matrice de description (ou le tableau qualitatif composé de 0,1,-1²) se décompose en blocs, selon le modèle suivant :

$$D = \begin{bmatrix} D_1 & 0 \\ 0 & D_2 \end{bmatrix}$$

Il existe dans ce cas un groupe d'activités qui possèdent le même groupe de caractéristiques, tandis que ces dernières n'appartiennent à aucune autre activité. Si, en outre, les activités du groupe ainsi formé requièrent les mêmes produits à l'exclusion de toute autre activité, la matrice technique A est aussi décomposable et l'on peut dire que les groupes de produits et d'activités en question sont intrinsèques³. Les objets qui font partie d'une même rubrique de la nomenclature possèdent donc une liaison intrinsèque, tandis que ceux qui font partie de rubriques différentes n'en possèdent pas. Il peut même se produire que la proximité entre produits intrinsèquement liés soit encore plus forte, et que leurs caractéristiques soient identiques (à un scalaire près) ou voisines. C'est ainsi que l'on pourra parler respectivement de substituts intrinsèques

¹ On en trouvera des exemples dans *New economic approaches to fertility*, *Journal of Political Economy*, 81, n° 2, Part. II, Mars, Avril 1975.

² Ou même uniquement de 0 et 1, car il est toujours possible d'introduire, à côté d'une caractéristique bonne, une caractéristique mauvaise qui est son contraire.

³ Selon le vocabulaire de K.J. Lancaster (1966), *op. cit.*, p. 144.

parfaits ou de proches substituts. Le beurre et la margarine en sont un exemple classique. Cependant, tous les produits d'un même groupe n'entretiennent pas nécessairement des relations de substitution intrinsèque entre eux. A l'opposé, même, le couteau et la fourchette sont toujours utilisés ensemble dans les repas alors que, manifestement, ils ne rendent pas le même service (ne possèdent pas les mêmes caractéristiques d'usage) ; comme ils ne trouvent à s'employer dans aucune autre activité, on peut dire qu'ils sont des compléments intrinsèques parfaits.

La nomenclature fonctionnelle des produits, définie par l'INSEE¹, offre une excellente application de ce qui vient d'être dit. Pour illustrer notre propos, représentons-la par un tableau de description composé de 0 et de 1. En lignes, seront les "fonctions" (alimentation, habillement, etc...), qui pourraient éventuellement s'intituler activités ou caractéristiques ; et, en colonnes, seront les produits. Si nous limitons l'exemple à 4 "fonctions" et 10 produits, nous obtiendrons par exemple une matrice indicatrice de type suivant :

$$I = \begin{bmatrix} 1 & 1 & 1 & 0 & 0 & 0 & 0 & 0 & 0 & 0 \\ 1 & 1 & 1 & 0 & 0 & 0 & 0 & 0 & 0 & 0 \\ 0 & 0 & 0 & 1 & 1 & 0 & 0 & 0 & 0 & 0 \\ 0 & 0 & 0 & 0 & 0 & 1 & 1 & 1 & 1 & 1 \end{bmatrix}$$

Si tel était le cas, les deux premières "fonctions" pourraient être confondues en une seule, puisqu'elles sont indiscernables dans la description ; et il resterait en définitive trois "fonctions" indépendantes ou trois groupes de produits, les trois premiers produits constituant la première rubrique, les deux suivants la deuxième et les cinq suivants la troisième.

Supposons maintenant qu'on ait constitué une nomenclature assez agrégée que l'on souhaite rendre plus fine. On réalise par exemple que les produits alimentaires, qui forment le premier groupe, peuvent être consommés, soit au domicile, soit au restaurant ; et l'on décide d'introduire une nouvelle caractéristique ou "fonction" pour préciser le lieu des repas. Dans ce cas, la première ligne sera dédoublée, mais elle engendrera deux lignes "complémentaires", suivant le schéma suivant :

¹ On en trouvera la définition précise dans F. Pascaud, La consommation des ménages de 1959 à 1972, *Collection de l'INSEE*, M, n° 35, juin 1974.

	Produits alimen- taires.	Autres produits		Prod. ali. consommés au domic.	Services de restau- ration	Autres produits	
ALIMENTATION :	1 1 1	0 ... 0	→	ALI. au domicile	1 1	0	0 0
				ALI. au restau- rant	0 0	1	0 0

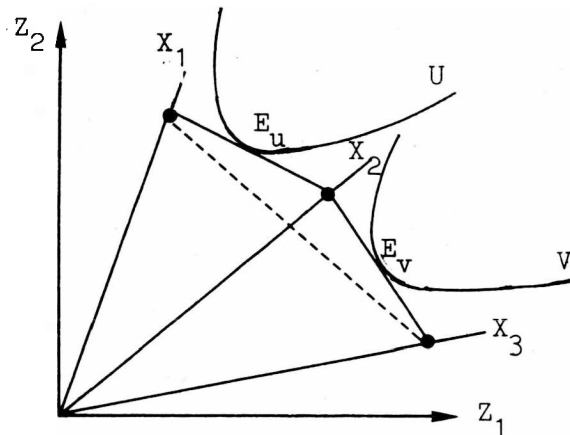
Cet exemple montre simplement que des produits-substituts dans une nomenclature (les produits alimentaires) peuvent devenir complémentaires dans une description plus fine (produits alimentaires consommés au domicile, et services de restauration). Les concepts de substituabilité et de complémentarité intrinsèques sont donc relatifs au niveau, à la finesse de la description obtenue. Comme l'identification des objets substituables est le seul but du classement, il en résulte qu'une nomenclature ne présente vraiment d'intérêt que si elle n'est pas trop fine. Grâce à cela, le nombre de caractéristiques discernées (de "fonctions") sera largement inférieur au nombre d'objets à décrire.

1.6. Nombre de produits et nombre de caractéristiques

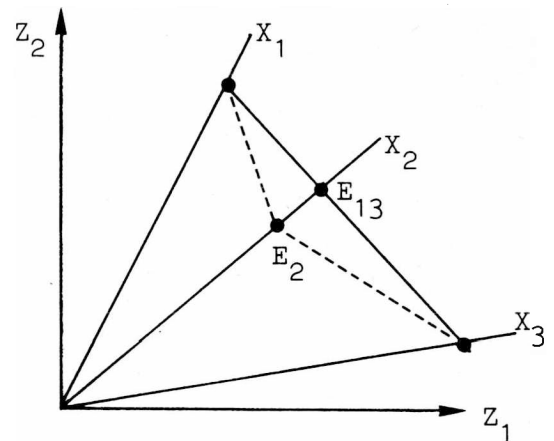
Le fait que toute nomenclature utile se rapporte à une matrice de description "très rectangulaire" a des implications empiriques et théoriques souvent insoupçonnées. Il signifie d'abord, qu'en moyenne, plusieurs objets possèdent une même caractéristique. Cette observation s'accorde avec une économie complexe dans laquelle les produits et les activités sont nombreux ou différenciés. Mais surtout c'est lui qui explique que les substitutions inter-groupes soient beaucoup plus faibles que les substitutions intra-groupes. Or, l'on sait que cette propriété est, pour les économètres, la justification majeure des nomenclatures de produits. La démonstration de ce point découle du modèle de Lancaster¹, lorsque le nombre de produits (ou d'activités) est supérieur au nombre de caractéristiques.

La raison en est que le consommateur possède alors des degrés de liberté puisqu'il y a plusieurs combinaisons de produits qui possèdent le même ensemble de Z . Pour un système de prix donné, l'agent effectuera donc le choix le moins coûteux, se plaçant sur *la frontière d'efficience* dans l'espace des caractéristiques. Celle-ci est concave par rapport à l'origine. Compte tenu de la linéarité du modèle, elle présente l'une des deux configurations suivantes dans une économie comportant 3 produits pour 2 Z :

¹ K.J. Lancaster (1966), *op. cit.*, pp. 140-2.



(a) les trois produits sont
efficacents



(b) le produit X_2 n'est pas
efficacient

Les coins de la frontière d'efficacence correspondent au cas où le consommateur alloue tout son budget à un seul produit (X_1 , X_2 ou X_3). Dans le cas de figure (b), le produit X_2 n'est pas efficace puisqu'une combinaison E_{13} des deux autres produits procure plus d'utilité que le coin E_2 , sans augmentation du budget.

Ceci étant posé, le choix complet du consommateur se décompose en deux :

- (i) *un choix d'efficacence*, commun à tous les individus, consistant à éliminer toutes les combinaisons de produits inefficacences (comme celles de X_1 , X_3 , représentées en pointillés, dans le cas de la figure (a)) ;
- (ii) *un choix privé*, propre à chaque individu, consistant à retenir la combinaison efficace de produits que celui-ci préfère (comme E_u ou E_v , dans le cas de figure (a), selon que la courbe d'indifférence la plus haute dans l'espace des caractéristiques est U ou V).

Il s'ensuit que les effets de substitution, dans ce modèle, se décomposent aussi en deux, à savoir un effet d'efficacence et un effet privé. Le premier est ignoré par la théorie traditionnelle du consommateur. Il s'analyse très simplement à partir de la figure suivante :

des produits (des activités) est de dimension non supérieure à l'espace des caractéristiques¹. Toutefois, il est clair que le domaine d'élection de la nouvelle théorie est celui où le nombre des caractéristiques est inférieur au nombre des produits (des activités). Celle-ci s'accorde parfaitement à la pratique des nomenclatures qu'elle justifie et qu'elle relativise en même temps. Elle nous servira d'ailleurs à porter un jugement sur la nomenclature "fonctionnelle" de l'INSEE dans la deuxième partie.

Il faut noter enfin que l'univers empirique de la nouvelle théorie du consommateur est, par construction pourrait-on dire, le complément de celui auquel renvoie la théorie traditionnelle. Les objets (produits, activités) peuvent apparaître ou disparaître au cours du temps : les choix s'effectuent en effet dans l'espace des caractéristiques dont la définition est constante. Le nombre, la complexité, la différenciation de ces objets n'entravent pas l'application du modèle qui est particulièrement bien adapté à ces conditions. Enfin, le "consommateur représentatif" auquel s'adresse le paradigme classique n'a plus ici de raison d'exister en général, puisque la diversité des produits et des activités (supposés efficients) que l'on observe dans la vie quotidienne s'accommode fort bien de la diversité des goûts personnels². L'univers empirique de la nouvelle approche est une société complexe, évolutive, une société où règne, entre les producteurs et entre les consommateurs, l'ordre de la différence.

¹ Lorsque les dimensions des trois espaces sont confondus, les matrices A et B devenant carrées, il vient : $z = BA^{-1}x$ (on suppose que A est inversible). L'utilité $U(z)$ s'exprime donc en fonction des produits x. Pourtant, la nouvelle théorie est encore plus précise que l'ancienne, puisqu'elle ajoute que les arguments directs de l'utilité ne sont pas les biens eux même (x) mais des biens composites ($BA^{-1}x$), excepté si la matrice BA^{-1} est diagonale.

² La figure (a) de la page 22 montre par exemple qu'il est tout à fait possible que trois produits (et même davantage) pénètrent sur le marché bien qu'il n'y ait que deux caractéristiques recherchées. Dans ce cas, il apparaît au moins deux catégories de consommateurs, les "U" et les "V", sans compter les trois catégories supplémentaires qui ont un optimum en coin.

SECTION 2 - LE NIVEAU DE LA DESCRIPTION

Nous nous proposons dorénavant d'approfondir l'analyse de l'activité et de l'utilité ou du "comment" et du "pourquoi" de la consommation. Ces deux notions occupent une place de choix dans le cadre général posé dans la section 1. Rien de plus normal puisque toute la vision économique est imprégnée de la dialectique de l'effort et du désir. Pourtant leur définition demeure trop formelle et générale, pour nombre d'applications, bien que trop étroite et figée pour rendre compte de tous les comportements de consommation. Un travail d'explicitation du contenu empirique de ces concepts nous paraît donc nécessaire en vue de dégager progressivement le niveau pertinent de la description.

2.1. La description des activités

Les activités des consommateurs, avons-nous écrit dans la section 1, sont "les pratiques, techniquement et socialement normalisées, dans lesquelles ceux-ci emploient leur temps, éventuellement en combinaison avec d'autres ressources (produits, temps d'autres personnes, facteurs d'environnement), et qui, par l'utilisation de ces ressources, aboutissent à une transformation". Plus spécifiquement, le champ de la consommation recouvre toutes les activités qui ne concourent pas, sauf à titre accessoire, à la confection des produits. Ainsi, les activités de consommation apparaissent formellement comme des pratiques combinant du capital et du temps. Mais l'analogie des produits fongibles au capital circulant, des facteurs d'environnement et des biens durables au capital fixe du ménage, tourne court assez rapidement à ce stade de l'analyse. Le plus important, ici, est que la notion d'activité implique une restriction -contraignante- du champ des pratiques possibles.

2.1.1. Pratiques effectives et activités de base

Tout l'intérêt qu'elle présente dans la théorie comme dans l'expérimentation réside en effet dans la faculté d'exhumer une liste suffisante et point trop longue de pratiques "normalisées" à partir desquelles pourraient être ensuite reconstituée l'infinie variété des pratiques effectives. Cette idée se retrouve dans le postulat pratique de l'analyse d'activité qui limite l'espace vectoriel des activités effectives¹ à une dimension finie, ce qui

¹ou plutôt "vectorialisé" par l'adjonction des hypothèses de divisibilité et d'additivité.

permet d'en rapporter tout élément à *une base*. Elle se retrouve aussi, pensons-nous, dans la théorie de l'*habitus*¹ qui lui donne véritablement sens et justification. L'*habitus*, "entendu comme système de dispositions durables et transposables", est l'un des principes qui pourrait fonder une théorie de la pratique, en ce sens qu'il explique "le mode de *génération de pratiques*" dont le propre est d'être objectivement réglées, régulières quoique ponctuellement improvisées, uniques, objectivement efficaces et finalisées quoiqu'inconscientes, objectivement collectives, unanimes, quoiqu'individuellement effectuées². Le coût d'inculcation et de reproduction des *habitus* deviendrait vite insurmontable s'il n'existait un nombre délimité de ces pratiques coutumières, utilisant des ressources matérielles et temporelles, qui constituent en quelque sorte les activités de base dont les activités effectives ne sont que la transposition et l'adaptation conjoncturelle. L'observateur indigène qui les analyse au travers de budgets-temps se sent d'ailleurs tacitement autorisé à en proposer des nomenclatures parce qu'il se sait partager la même expérience de base que les individus de son échantillon.

Toutefois, la notion d'*habitus* évoque trop une société stationnaire dans laquelle les activités de base ne se transformeraient jamais structurellement. Or, ce n'est certainement pas ce qui se produit dans la société française contemporaine, au niveau de l'appréhension statistique. L'évolution s'accompagne d'une formation permanente de *modes polarisés d'exercice des activités de base*, d'une tendance perpétuelle à l'éclatement suivi du regroupement qui marque la progression des modes dominants et le déclin des modes régressifs. Ainsi, peuvent coexister deux ou trois pratiques alternatives qui remplissent la même fonction, tout aussi habituelles l'une que l'autre, mais pour des classes ou en des circonstances différentes. Chacune d'elles est "techniquement et socialement normalisée" de telle sorte qu'elle doit être considérée empiriquement comme une activité de base différente répondant à une technologie et à une description à facteurs complémentaires³.

¹ P. Bourdieu, *Esquisse d'une théorie de la pratique*, *op. cit.*

² Cette phrase emprunte la forme ou le fond de certains passages de P. Bourdieu (*op. cit.*, p.175 et p. 178),

³ C'est ce que traduisent les vecteurs-colonnes, formés de coefficients constants, des matrices A et D du modèle de Lancaster.

2.1.2. La représentation de l'activité : le tout et les parties

La représentation économique de l'activité introduit une restriction, que certains praticiens et analystes jugent contraignante, du champ des pratiques vécues en exigeant que l'objet qu'elle construit puisse être isolé des autres, ou que le tout soit décomposable en parties. Nous dirons qu'elle s'occupe uniquement des *activités séparables*. Ces dernières se définissent par le fait qu'une seule activité de ce genre peut être poursuivie par unité de temps. Comme la période peut être rétrécie ou agrandie à volonté, l'hypothèse de séparabilité est admissible pour de nombreuses applications. Le cycle de vie n'est-il pas lui-même structuré par des intervalles de longueur croissante qui s'emboîtent l'un dans l'autre et se partagent eux-mêmes en deux ? Chaque génération se "spécialise" en effet dans une activité, l'enfant dans sa propre éducation, l'adulte dans la production matérielle et la reproduction, le vieillard dans la maladie, la méditation ou le loisir. Chaque année voit revenir la même alternance des vacances et du labeur. Chaque semaine a ses "weeks-ends" et ses "jours de semaine". Chaque jour a sa journée et sa soirée, son temps d'effort et son temps de repos. Mais la séparation des activités va bien plus loin encore. Elle s'inscrit par exemple dans la disjonction des lieux normalisés qui abritent successivement le consommateur : le lieu de travail, le marché, l'appartement des amis, le logement ... et, pour relier tous ces points, un réseau de déplacements, les transports. Jusque dans l'intimité du foyer, elle s'inscrit dans le cloisonnement des espaces, des éclairages, des chambres, des pièces fonctionnalisées que sont la cuisine, la salle d'eau, la salle à manger... En tous lieux, elle s'inscrit dans les relations interpersonnelles (ou l'absence de toute relation), parmi lesquelles se détachent quelques configurations privilégiées ; et même dans l'attention portée aux actes et à l'environnement, laquelle sélectionne à tout instant les perceptions effectives parmi le flot des potentialités. Le champ des activités séparables est, semble-t-il, considérable, pourvu que l'observateur sache trouver des méthodes appropriées au repérage des éléments séparateurs. Tout cela est effectivement possible et l'énumération précédente est déjà l'ébauche de ces méthodes.

Mais la représentation économique est aussi critiquée sur un plan idéologique. Il s'agit en réalité de savoir si la vie quotidienne, la vie tout court, peut être fractionnée en une succession discrète d'activités habituelles, ou si elle doit s'analyser comme *un continuum d'états de perception ou d'unités de comportement* plus ou moins uniques et, malgré tout, indissociables les uns des autres. C'est un fait que la séparation des activités est une constante de la civilisation productiviste, née de la division du travail, de l'industrialisation, de l'urbanisation, de l'institution de la propriété privée. Le progrès scientifique et technique lui-même a conduit à séparer pour préserver (l'hygiène), pour économiser (le fonctionnalisme). Le procédé est toujours le même : on sépare - c'est-à-dire qu'on met à part - pour mieux spécialiser l'activité, et ainsi la rentabiliser, la rendre plus productive ; mais ce faisant, on isole, on incite à renoncer à une relation immédiate dans l'espoir d'obtenir davantage dans le futur, et l'on repousse enfin l'espoir en rendant perpétuellement possibles de nouvelles activités - encore séparées. La séparation des activités est donc, plus encore peut-être qu'une hypothèse technique, la conséquence d'une croissance qui favorise l'ouverture du champ des possibles au détriment de l'intégration des activités existantes, le signe de l'anti-convivialité des sociétés avancées¹. En réalité cette critique ne concerne pas la séparabilité des activités dans son acception la plus générale, mais seulement en tant qu'expression, dans nos sociétés, d'un fonctionnalisme productiviste et d'une ségrégation inégalitaire. Qu'on remplace la destruction solitaire de notre temps par un ensemble de rites symboliques et de fêtes collectives, la décomposition des activités habituelles en un ensemble discret se pose toujours dans les mêmes termes.

¹ C'est la thèse d'I. Illitch, *La convivialité*, Edition du Seuil, 1973 et de S.B. Linder, *The harried leisure class*, Columbia Un. Press, 1970. En France, J.P. Dupuy s'en est fait l'apôtre éloquent parmi les économistes. Voir *Valeur sociale et encombrement du temps*, *op. cit.*
J. Attali l'a également développée dans : *La parole et l'outil*, Col. Economie en Liberté, PUF, 1975.

Envisager l'activité comme un continuum d'états de perception ou d'unités de comportement aboutirait à des résultats confus, et parfois inextricables, bien que partant d'une idée juste, à savoir que le terme "repas", par exemple, ne suffit pas à décrire l'ensemble des sensations, des mouvements et des relations dont chaque convive fait l'expérience autour de la table. Sans doute, la mobilisation permanente ou intermittente de chacun des sens, de chacun des membres, chaque fois avec une intensité propre, procure-t-elle une succession de plaisirs et de douleurs qu'une équipe de médecins et de psychologues pourrait peut-être analyser. Soit dit en passant, la méthode de mesure reviendrait encore à isoler chacune des perceptions, à la séparer des autres pour reconstituer ensuite la totalité par addition des éléments. Cette tentative devient vite ridicule quand elle est appliquée aux phénomènes sociaux. Elle ressemble pourtant à "l'entreprise - citée par P. Bourdieu¹ - grandiose et désespérée de cet ethnologue qui, armé d'un beau courage positiviste, enregistre 480 unités élémentaires de comportement, en vingt minutes d'observation de l'activité de sa femme dans sa cuisine".

2.1.3. Une reconsidération des budgets-temps

Toutes proportions gardées, la technique assez neuve des budgets-temps pourrait favoriser cette attitude stérile de dissection des activités de base. Pour échapper à ce travers, il convient de distinguer soigneusement les activités répandues et régulières des caractéristiques qui les décrivent et des ressources qu'elles utilisent. Or, ceci ne correspond pas à la pratique actuelle des budgets-temps, laquelle manque d'assise conceptuelle. Illustrons ce propos en prenant l'exemple d'une pratique fréquente comme l'écoute de la radio pendant les repas.

L'étude de l'INSEE effectuée par Y. Lemel², que nous considérons comme pilote en la matière, aurait présenté "l'écoute de la radio" comme une "activité" secondaire se superposant au "repas" qui aurait été l'"activité" primaire. La vérité est que ni l'une ni l'autre ne sont des activités au sens conceptuel du terme ; ce sont deux caractéristiques d'usage qui décrivent ensemble et incomplètement une seule activité de base : "prendre le repas en écoutant la radio".

¹ P. Bourdieu, *Esquisse d'une théorie de la pratique*, op. cit., p. 178.

² Y. Lemel, *Les budgets-temps des citadins*, op. cit.

La confusion des mots et des concepts que réalise cette étude est totalement cohérente avec le parti pris des nomenclatures fonctionnelles de l'INSEE dans lesquelles les "fonctions" sont de simples caractéristiques d'usage : produits et temps sont regroupés suivant les mêmes critères, les niveaux de regroupement étant baptisés tantôt "fonctions", tantôt "activités". Malheureusement, pour revenir à notre exemple, cette démarche institue une hiérarchie arbitraire entre les deux caractéristiques d'usage, l'une étant qualifiée de primaire et l'autre de secondaire. Ce faisant, l'observateur nous renvoie l'image d'une activité "idéale" - prendre le repas *sans* écouter la radio - qui reproduit inconsciemment, en le déformant sans doute, certain mode d'exercice passéiste de la pratique observée.

Beaucoup plus instructive à nos yeux serait une démarche inspirée de la nouvelle théorie du consommateur. A chaque activité de base, seraient associés deux vecteurs-colonnes situés respectivement dans l'espace des ressources et dans l'espace des caractéristiques. Les coefficients du premier indiquent les quantités de chaque ressource que l'unité d'activité (e.g. un repas) utilise en moyenne, ceux du second indiquent ses caractéristiques¹. Si la pratique analysée est la k^{ième} activité de base, les deux vecteurs en question forment la k^{ième} colonne des matrices A et D (ou B) précédemment introduites. Dans le cas présent, ils auraient l'allure suivante :

$$\begin{bmatrix} a_{1k} \\ a_{2k} \\ a_{3k} \\ a_{4k} \\ a_{5k} \\ a_{6k} \\ a_{7k} \end{bmatrix} = \begin{bmatrix} \text{volume de produits alimentaires} \\ \text{temps d'écoute de la radio} \\ \text{autour de la table} \\ \text{volume des autres facteurs} \\ \text{d'environnement} \\ \text{temps du mari autour de la} \\ \text{table} \\ \text{temps de la femme autour} \\ \text{de la table} \\ \text{temps des enfants} \\ \text{(moyenne) autour de la} \\ \text{table} \\ \text{temps des convives occasion-} \\ \text{nels autour de la table} \end{bmatrix} ; \begin{bmatrix} d_{1k} \\ d_{2k} \\ d_{3k} \end{bmatrix} = \begin{bmatrix} \text{valeur nutritive} \\ \text{du repas (menu)} \\ \text{intensité ou qua-} \\ \text{lité sonore (bruit} \\ \text{de fond)} \\ \text{temps de conversa-} \\ \text{tion autour de la} \\ \text{table} \end{bmatrix}$$

¹ A défaut d'une mesure cardinale, la présence ou l'absence d'une caractéristique apporte une description suffisante.

On devine qu'*une étude rigoureuse des activités des ménages appelle à modifier radicalement la conception actuelle des enquêtes de budget-temps en associant la mesure de plusieurs temps à celle des ressources utilisées et en complétant ces indications par une description assez précise des pratiques observées.* Une observation séparée des principales pratiques structurantes (repas, relation avec les enfants, relation du couple, relations sociales, relation avec l'environnement, utilisations des espaces intérieur et extérieur, etc...), alliant méthodes ethnologique et statistique, serait le préalable indispensable à cette nouvelle orientation.

2.1.4. Des nomenclatures de produits à la description des activités

L'imputation à une activité des ressources qu'elle utilise pose néanmoins quelques problèmes pratiques¹ qui proviennent de ce que la technologie de consommation n'est pas représentable en général par une matrice-blocs. Il n'est pas possible, sans arbitraire excessif, de structurer une nomenclature de produits par la notion d'activité en attribuant un même groupe de produits à une seule activité, et réciproquement. L'existence de *biens durables* et de *facteurs d'environnement* complique en effet le tableau.

Si, à cause de la définition de la séparabilité, un bien ne peut participer *simultanément* à plusieurs activités de base, il lui est permis d'y participer *successivement*, à condition qu'il soit durable. La notion de durabilité ainsi introduite est relative à l'aspect matériel du produit et à la durée normale des activités en question, ce qui n'est pas entièrement conforme à l'usage courant de ce terme. Prenons l'exemple d'un fruit qui est considéré comme un bien fongible. Il l'est en ce sens que, sitôt croqué, il perd son aspect matériel, produisant néanmoins des effets biologiques qui lui survivent. Mais il ne l'est pas toujours, dans notre acception du terme, en ce sens, qu'avant de participer au repas comme produit destructible, il peut orner un plateau de fruits et constituer ainsi, pour d'autres activités, une partie du cadre dans lequel elles se situent.

¹ L'examen des problèmes posés par la caractérisation des activités est reporté au paragraphe 2.2.

Sans vouloir le pousser trop loin, cet exemple montre le genre de difficulté auquel peut conduire une analyse d'activité dans le domaine de la consommation. S'il ne se rencontrait pas dans la construction de la nomenclature fonctionnelle des produits, la cause en était, pour partie dans les conventions adoptées, pour partie dans le remplacement de l'usage effectif (activité) par un usage potentiel et finalisé (caractéristique "fonctionnelle"). Ainsi, dans notre exemple, l'usage du fruit aurait été potentiel puisqu'il n'aurait pas été observé ; en outre, il aurait été finalisé par la référence tacite à des besoins hiérarchisés. C'est ainsi que le besoin alimentaire que le fruit peut satisfaire prime celui, "moins urgent", d'esthétique et de cadre de vie. Le poids du second besoin étant infiniment petit par rapport à celui du premier, la consommation du fruit peut être imputée en totalité à sa "fonction" alimentaire. En abandonnant l'hypothèse des besoins hiérarchisés, en situant la description au niveau des pratiques, on renonce évidemment à une simplicité plutôt factice et, sans doute, à l'idée même d'une nomenclature de produits.

L'existence de facteurs d'environnement est encore plus dirimante, en ce sens qu'ils participent nécessairement à un grand nombre, voire à l'ensemble des activités. Ceux-ci comprennent tous les biens qui sont, directement ou non, *incorporés* dans la personne des consommateurs, tels les vêtements (incorporation superficielle), le logement et les équipements (incorporation spatiale), le chauffage, la décoration intérieure (incorporation sensorielle), voire l'habitus l'éducation (incorporation profonde). Imputer leur valeur aux diverses activités de base serait une opération pratiquement insurmontable. Ce serait surtout une erreur théorique. *Aussi devons-nous être prêts à nous affranchir de la référence à des nomenclatures de produits, qui correspondent au cas très particulier où la technologie de consommation est représentable par une matrice-blocs, et nous orienter vers une description, autrement moins esthétique mais tout aussi cohérente, des pratiques habituelles des ménages.*

2.2. Utilité et caractérisation des objets

L'utilité, pour l'économiste, c'est tout ce qu'on veut. Le plaisir, le désir, la jouissance, le bien-être, le bonheur... tout indicateur ordinal des réactions d'un sujet à des objets avec lesquels il est en relation. Nul doute qu'un concept aussi vague, qui fonde pourtant la théorie économique du consommateur, ne permette pas de saisir pourquoi un objet quelconque a priori, infiniment divers, unique, immanent, se transforme en objet de consommation,

relativement standardisé, substituable à d'autres, mobile. C'est ce que devrait réaliser la caractérisation des produits et des activités qui résulte de leur description. Nous en examinons maintenant les fondements et les problèmes.

2.2.1. *Les niveaux de la caractérisation des objets*

Les objets de consommation peuvent être caractérisés de plusieurs manières : par la nature des effets qu'ils produisent sur les sujets, par leurs propriétés intrinsèques, par leur signification. Il ne s'agit pas là de réelles alternatives : les effets de la consommation ressemblent fort aux biens finals non marchands dont nous avons souligné dans la section 1 qu'ils devaient être biunivoquement reliés aux propriétés et dépendent manifestement de la signification des pratiques ; comme le sens d'un acte surgit d'une observation pertinente et parfois prolongée de ses caractéristiques constitutives et des effets qu'il produit. Le choix d'une optique nous paraît surtout guidé par des questions d'efficacité et d'opportunité.

2.2.1.1. Le physique et l'affectif

L'appréhension des *effets* nous semble être la solution la plus problématique dans l'état actuel de nos connaissances. Cette voie a pourtant été suivie par le CEREBE, à la suite des travaux de Ph. d'Iribarne. L'idée-force de cet auteur est que la croissance à l'occidentale n'a pas accru le bien-être de la population parce que celui-ci dépend davantage, dans toutes les sociétés connues, de facteurs affectifs que de facteurs physiques tandis que la croissance de l'après-guerre n'a fait que développer les seconds en réduisant les premiers. Cet argument repose sur une sorte d'intuition ou de postulat que résume bien la phrase suivante¹ : ["...] Cette prépondérance des aspects *affectifs* du bien-être, et notamment de ce qui a trait aux relations avec les autres, sur les aspects *physiques*, paraît être générale et constituer un *invariant psychologique* propre à l'espèce humaine et *indépendant de tout facteur culturel*. Au degré d'approximation où en sont actuellement les recherches, la combinaison d'une telle structure psychologique invariante et des conventions de sens propres à chaque société permet de rendre compte des comportements observés en matière de consommation".

¹ Ph. d'Iribarne, *Les mécanismes du bien-être*, *op. cit.*, p. 628.
C'est nous qui soulignons.

Autrement dit, le bien-être, ou, si l'on préfère, l'utilité de l'individu représentatif, est fonction de deux "variables essentielles", la "dimension" physique et la "dimension" affective de la vie, qui sont des invariants psychologiques dont la valeur est conditionnée toutefois par les traits culturels et institutionnels de la société :

$$\begin{aligned} W &= W(X_a, X_p) \\ X_a &= X_a(\text{tech.}, \text{cult.}) \\ X_p &= X_p(\text{tech.}, \text{cult.}) \\ W'_a &\gg w'_p \end{aligned}$$

Dans cette formulation mathématique, W représente le bien-être, W_a et W_p les deux invariants, affectif et physique, W'_a et W'_p les dérivés partiels de W par rapport à ces deux variables, tech. le vecteur des caractéristiques "techniques" et cult. le vecteur des caractéristiques "culturelles et institutionnelles" de la consommation.

Malheureusement, aucun des concepts ne reçoit une définition précise : le physique, l'affectif, le psychologique, le culturel, le technique ... sont pris comme des données brutes, allant de soi, puisées dans chacune des disciplines de ce qu'on appelle les sciences humaines. La dimension physique, par exemple, renvoie-t-elle à une approche médicale des effets de la consommation, comme les recherches menées par le CEREBE sur les consommations alimentaires et les dépenses de santé portent à le faire croire, ou bien résume-t-elle des caractéristiques d'usage ? La dimension affective ne se réduit-t-elle pas en pratique aux modes de relations interpersonnelles ? Le technique est-il bien dissociable du culturel ? A vrai dire, nous ne voyons pas comment les applications empiriques pourront conserver une ouverture aussi large sans tomber dans un *subjectivisme* mal assuré et dans un *normativisme* contestable. En outre, affirmer d'emblée la prépondérance des effets affectifs de la consommation sur ses effets physiques, c'est réhabiliter la notion de besoin tant critiquée en se bornant à renverser la hiérarchie instituée par la pratique fonctionnelle de l'INSEE.

2.2.1.2. L'usage et le sens

Reste à caractériser les objets de consommation par leurs propriétés intrinsèques et leur signification. K.J. Lancaster semble recommander la première solution lorsqu'il se réfère à des caractéristiques *objectives*, reconnues par tous les consommateurs, mais il ne précise pas davantage ce qu'elles doivent être.

Baudrillard est certainement celui qui présente la vision la plus achevée du problème lorsqu'il énumère les quatre "logiques" des objets¹ :

- " 1. Une logique fonctionnelle de la valeur d'usage ;
- 2. une logique économique de la valeur d'échange ;
- 3. une logique de l'échange symbolique ;
- 4. une logique de la valeur / signe.

La première est une logique des *opérations pratiques*.

La seconde est une logique de l'*équivalence*.

La troisième est une logique de l'*ambivalence*.

La quatrième est une logique de la *différence*.

Ou encore : logique de l'utilité, logique du marché, logique du don, logique du statut. Selon qu'il s'ordonne selon l'une ou l'autre, l'objet prend respectivement statut d'*outil*, de *marchandise*, de *symbole* ou de *signe*."

La synthèse réalisée par cet auteur justifie un schéma général de description des objets du type suivant : prix de la marchandise, caractéristiques d'usage de l'outil, caractéristiques relationnelles du symbole, caractéristiques informationnelles du signe. Les deux derniers éléments peuvent à la rigueur être réunis² et, si l'on met de côté le prix qui, pour l'analyse économique, ne figure pas comme argument de l'utilité, on est ramené à une dichotomie : *usage/sens*. Ce sont là, sans doute, sous une expression plus claire, les deux "dimensions de la vie" que d'Iribarne qualifie de physique et d'affective, ce qui montre bien qu'il existe une liaison étroite entre ces approches.

¹ J. Baudrillard, La genèse idéologique des besoins (1969), in *Pour une critique de l'économie politique du signe*, op.cit., p. 64.

² L'assimilation de la relation à l'information est effectuée par J. Attali, op. cit., p.78.

2.2.1.3. L'objet - signe

Baudrillard s'efforce de dépasser cette synthèse en soutenant que le champ spécifique de la consommation tel qu'il s'oppose à celui de la production, est la logique de la différence, des significations, la logique formelle de la mode¹.

"L'objet devenu signe ne prend plus son sens dans la relation concrète entre deux personnes, il prend son sens dans la relation différentielle à d'autres signes. Un peu comme les mythes chez Lévi-Strauss, les objets-signes s'échangent entre eux. C'est alors seulement, quand les objets s'autonomisent en tant que signes différentiels, et deviennent par là (relativement) systématisables, qu'on peut parler de consommation, et d'objets de consommation."

Le modèle de Baudrillard, lorsqu'on essaie de le schématiser, présente une société dans laquelle les usages et les marchés demeurent tandis que les objets changent fréquemment dans le seul but de permettre à la classe supérieure de se distinguer constamment des autres couches qui prennent sa consommation pour modèle. Le défaut de cette approche extrême est que la seule caractéristique de l'objet "moderne" semble être sa modernité², sans que l'on explique quels sont les signes efficients ni pourquoi tel objet s'impose plutôt que tel autre. Certaines précisions importantes sont justement apportées par la théorie économique du signal (du filtre) proposée par M. Spence³. On verrait en effet, en l'appliquant au domaine de la consommation, que tous les objets coûteux, bien qu'ils soient des signes potentiels de statut, ne le sont pas nécessairement dans la réalité. Seuls peuvent le devenir ceux dont le coût marginal d'acquisition est négativement corrélé à la richesse qu'ils entendent signifier, ce qui exclut que l'objet le moins cher ou le moins chargé de connotations culturelles subtiles puisse jamais servir de signal. Il faut aussi que ce coût de signalement ne soit ni trop élevé ni trop faible par rapport au bénéfice qui en est retiré :

¹ *Op. cit.*, p. 63.

² Position critiquée à juste titre, à propos d'une étude de l'INSEE, par L. Boltanski, *op. cit.*

³ M. Spence, Job market signaling, *Quarterly Journal of Economics*, 3, août 1973, pp. 367-8.

s'il était trop élevé, l'objet ne serait pas efficient comme signe, et, s'il était trop faible, il ne serait pas discriminant. Les résultats qui se déduisent de la théorie de Spence confirment en définitive les intuitions de Baudrillard.

Toutefois, fort de sa définition des objets de consommation indépendante des objets eux-mêmes et uniquement fonction de la logique des significations, ce dernier conclut à l'inutilité de toutes les tentatives empiriques de définition de l'objet¹. On pourrait même croire qu'une étude empirique, effectuée par Tabard, vient à point nommé lui donner raison². Celle-ci, soumettant de nombreux postes de dépenses familiales à des analyses de données conduites sur des observations individuelles, découvre qu'ils s'ordonnent le long d'un axe que l'on peut interpréter comme un facteur de statut social. Elle décèle surtout que les objets de la nomenclature utilisée ne se groupent pas nécessairement suivant les critères habituels que sont la durabilité ou la "fonction", qu'ils s'autonomisent en quelque sorte comme signes de statut. Cette expérience originale nous paraît être en effet un test excellent de ce qu'une discrimination sociale s'opère à tous les niveaux à travers la consommation, en dehors même de ce qui se passe dans la sphère de production. Mais elle ne peut servir à dénier toute utilité à la description des objets, comme le soutient Baudrillard, puisque la méthode employée était biaisée de ce point de vue dans la mesure où elle tendait à opposer des produits qui sont fonctionnellement substituables et dont l'usage est exclusif. Le choix même des postes de dépenses impliquait que l'on ne pourrait découvrir que des associations "trans-fonctionnelles" d'objets et ne saisir que la logique des significations, non celle des opérations pratiques. Pour peu que l'on en ait conscience, cette sélectivité de l'analyse des données est un atout car elle pourrait permettre de révéler, dans une description plus fine, quelles sont les propriétés des objets qui discriminent efficacement entre les consommateurs. En tout cas, ce n'est certainement pas en renonçant à caractériser les produits et les activités des ménages que l'on parviendra à détailler les mécanismes et les logiques de leur consommation³.

¹ J. Baudrillard, *op. cit.*, pp. 65-6.

² N. Tabard, *op. cit.*

³ Baudrillard lui-même ne fait pas autre chose que de caractériser des objets tout au long de ses ouvrages. Seulement, il n'applique pas systématiquement sa méthode à des échantillons de ménages.

2.2.2. Les caractéristiques pertinentes

Pour faire progresser l'analyse de la consommation, nous proposons de décrire les pratiques répandues et régulières ou les objets accumulés par les ménages. Cependant, toute description doit être circonscrite et arrêtée à un certain niveau. Lancaster s'est attaqué à ce problème de façon pragmatique en définissant des *caractéristiques pertinentes*¹. Ce sont celles qui influent de manière significative sur les choix réels des consommateurs. Leur omission conduirait donc à des prédictions non corroborées par les faits sur le choix ou la hiérarchisation des différents produits. Cela dit, telle caractéristique n'est pertinente que vis-à-vis d'une certaine situation et à un certain niveau d'analyse.

Considérons d'abord un groupe de produits assez autonome pour que le choix puisse être circonscrit avec une bonne approximation à l'intérieur de cette catégorie. Il s'agira par exemple d'un ensemble de marques de voitures, comparables ou d'une "fonction" définie par l'INSEE. Est-il nécessaire, pour prédire correctement les comportements des ménages, de retenir une liste impressionnante de Z ? Lancaster répond par la négative en dégageant six cas dans lesquels une caractéristique décelée est non-pertinente :

1) Elle est *universelle*.

Ceci se produit quand un Z est partagé par des produits extérieurs au groupe et que la contribution de celui-ci à la production totale de ce Z est faible.

2) Elle est *invariante* sur le groupe.

Ceci se produit quand un Z est également possédé par tous les produits du groupe.

3) Elle est *techniquement redondante* sur le groupe.

Ceci se produit quand deux Z sont possédés dans une proportion fixe par tous les produits du groupe.

4) Elle *n'entre dans les fonctions de préférence d'aucun consommateur*.

5) Elle est *saturée* pour la population étudiée.

Ceci se produit éventuellement au-delà d'un seuil de revenu quand le consommateur devient indifférent à des quantités supplémentaires de la caractéristique.

¹ K.J. Lancaster (1971), *op. cit.*, pp. 140-56.

6) Elle est *dominante* pour la population étudiée.

Ceci se produit éventuellement à l'intérieur d'une zone de dominance quand le consommateur préfère toujours un complexe de produits contenant davantage de la caractéristique, quelles que soient les quantités des autres caractéristiques. Si la consommation obéit à des besoins hiérarchisés, chaque besoin domine les autres dans la zone où il n'est pas saturé.

Si l'on considère désormais l'ensemble de la consommation des ménages, ces critères de non-pertinence ne sont pas d'un grand secours. Il demeure malgré tout que le niveau d'une caractéristique ne compte pas pour lui-même, puisque celle-ci n'intervient pas dans les décisions il est invariant. Il importe seulement de pouvoir comparer les Z respectifs de plusieurs objets. On respecte ainsi une loi de la perception qui veut que celle-ci s'effectue par comparaison plutôt que par une découverte *ex nihilo*. En suivant cette méthode, chaque objet doit être caractérisé aux deux plans de l'usage et du sens. La liste des Z que l'on pourra dresser *a priori* sera bien entendu plus ou moins longue selon la finesse et la conception des données brutes de produits et d'activités.

A cet égard, il ne faut pas attendre grand chose des statistiques fonctionnelles de produits publiées par l'INSEE et le CREDOC. Elles ne permettent guère de dégager que quelques caractéristiques d'usage, comme la "fonction" (indice de besoin), la durabilité¹ (indice de patrimoine), le contrôle personnel ou l'accessibilité² (indice de vie autarcique), le "temps gagné" ou la productivité de la consommation³ (indice d'attraction de la vie professionnelle). Quant aux caractéristiques de sens, elles se révèlent généralement par les relations de rapprochement et d'exclusion qu'implique toute discrimination, toute ségrégation, comme par les pratiques d'ostentation et d'occultation qui annoncent tout signal ; les statistiques fonctionnelles de produits ne sont manifestement pas conçues pour observer tout cela, sinon dans de rares cas.

¹ Les biens durables vont des légumes secs au logement, en passant par les meubles et l'équipement électro-ménager.

² Ceci comprend par exemple le confort intérieur du logement (e.g. salle d'eau) ou l'appropriation d'équipements rendant des services qui pourraient être loués directement sur le marché (e.g. machine à laver/lave-au-poids ; machine à coudre/confection).

³ Les conserves, les repas à la cantine, la machine à laver, le téléphone ... font *a priori* "gagner du temps" en économisant certaines opérations pratiques : épilucher les légumes, rentrer chez soi, froter le linge, écrire une lettre ou se rendre en visite ...

2.2.3. *Une reconsidération de la notion de pertinence en situation d'ignorance*

La notion de caractéristique pertinente dégagée par Lancaster est essentiellement pragmatique. Elle ne repose pas sur une théorie de la description des objets dont le manque se fait d'autant plus cruellement ressentir que la nouvelle approche du consommateur suppose les caractéristiques connues et en nombre inférieur à celui des objets¹. Or, cette hypothèse est très particulière parce que le nombre d'attributs d'un produit déterminé peut être pratiquement très grand si l'on prend la peine et le temps de le considérer sous tous les angles. Le sage ne peut-il contempler ses murs en y découvrant l'infini, parce qu'au fur et à mesure qu'il s'investit dans sa relation avec la matière, il dépasse les limites formelles et s'enfonce dans la forêt profonde des symboles.

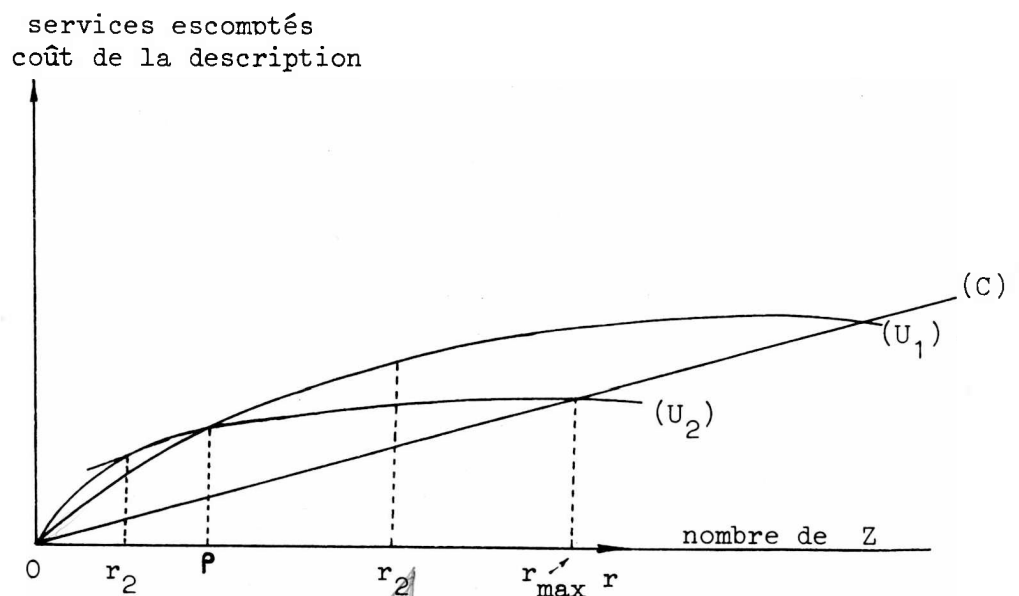
2.2.3.1. Le choix du consommateur en situation de totale ignorance : l'effet d'illusion

L'hypothèse de Lancaster se conçoit le plus parfaitement à notre avis dans une société de consommation où les produits sont très nombreux, complexes, différenciés, en perpétuel renouvellement, si bien que le temps qu'un individu méticuleux peut consacrer en moyenne à la description de chacun d'eux est pratiquement nul et que le consommateur doit exercer la plupart de ses *choix en situation de totale ignorance*. Sitôt que l'on reconnaît ceci, on perd tout critère pour rationaliser les choix et ceux-ci se transforment en une véritable loterie. Une personne prudente essaiera par conséquent de réduire l'incertitude en acquérant de l'information sur les termes de la décision qu'elle doit prendre. La description d'un objet est le processus d'acquisition d'information sur lui à travers la perception graduelle de ses caractéristiques. Nous supposons que cette dernière se fait par comparaison, consciente ou inconsciente, avec un (des) objet (s) de référence et, surtout, seule hypothèse vraisemblable en situation d'ignorance, que le coût (en termes de temps et d'argent), de perception des caractéristiques, ordonnées suivant leur rang de découverte, est croissant. Dans ces conditions, la demande d'un bien-objet est fonction de deux

¹ La théorie de K.J. Lancaster généralise l'approche traditionnelle lorsque le nombre des caractéristiques atteint ou dépasse celui des objets ; mais, dans ce cas, elle perd son intérêt spécifique.

éléments : (i) l'équivalent-certain des services qu'il procure compte tenu des caractéristiques décrites¹ ; (ii) le coût de sa description. A chaque étape de la description, le consommateur détermine l'*utilité nette* du bien (équivalent-certain des services escomptés - coût de la description), qui dépend directement des seules caractéristiques décelées ; mais sa valeur peut changer d'un moment à l'autre. Rien de semblable donc à la notion classique d'utilité, connue une fois pour toutes et invariablement grâce aux douces certitudes de l'introspection.

Etudions alors comment peut agir un consommateur rationnel ayant à choisir entre deux biens dont il découvre graduellement les dotations respectives en caractéristiques. Dressons un graphique sur lequel figurent en abscisses le nombre de caractéristiques décelées, r , et en ordonnées le coût de description et l'utilité brute respectivement. Comme les Z sont révélés par comparaison des deux objets, ceux-ci partagent la même suite de coûts (C). Par contre, les services qui en sont attendus ne sont pas identiques et ils sont représentés par deux suites (U_1) et (U_2). Pour la commodité de la figure, nous remplacerons ces suites de points discrets par des courbes continues, ce qui donne par exemple le graphique suivant :



¹ Que les services (incertains) soient mesurés par leur équivalent-certain plutôt que par un autre estimateur est une hypothèse particulière ; mais celle-ci n'a pas d'importance pour la suite du raisonnement.

Visiblement, si l'individu ne sait rien ni du bien 1 ni du bien 2, son choix sera dicté par le hasard. Quand il découvre la première caractéristique, il incline à préférer 2 dont l'utilité conditionnelle nette est supérieure à celle de 1. Jusqu'à ce qu'il perçoive la ρ ^{ième} caractéristique, il est fidèle à ce choix, mais, à partir de là, il préfère 1 à 2 jusqu'à la fin. Toutefois, il arrêtera sûrement la description avant que l'utilité conditionnelle nette de l'un des biens (ici, 2) ne s'annule, c'est-à-dire avant de connaître r_{\max} caractéristiques. On justifie ainsi d'une première manière qu'un nombre fini de Z suffise à décrire les objets, à la seule condition que l'une au moins des deux courbes d'utilité brute rencontre la courbe (C) en un point à distance finie. Dans les applications, on peut effectivement admettre que U_1 (U_2) tend vers une limite finie quand on poursuit la description. Il existe une deuxième justification du fait que le nombre de Z pertinents est sans doute réduit : le consommateur a intérêt à décider quel bien il préfère quand l'utilité conditionnelle nette associée à l'un ou l'autre est maximum, soit au bout de r_2 ou r_1 attributs¹. On voit sur le graphique ci-dessus que la meilleure décision possible consisterait à déceler r_1 caractéristiques des objets en présence et à choisir le bien 1. L'individu trop pressé qui aurait voulu se décider en ne connaissant que r_2 caractéristiques aurait fait un mauvais choix. Nous dirons qu'il aurait été victime d'un *effet d'illusion* en interprétant l'optimum local où il était placé comme un optimum absolu.

2.2.3.2. Les pièges de la décision

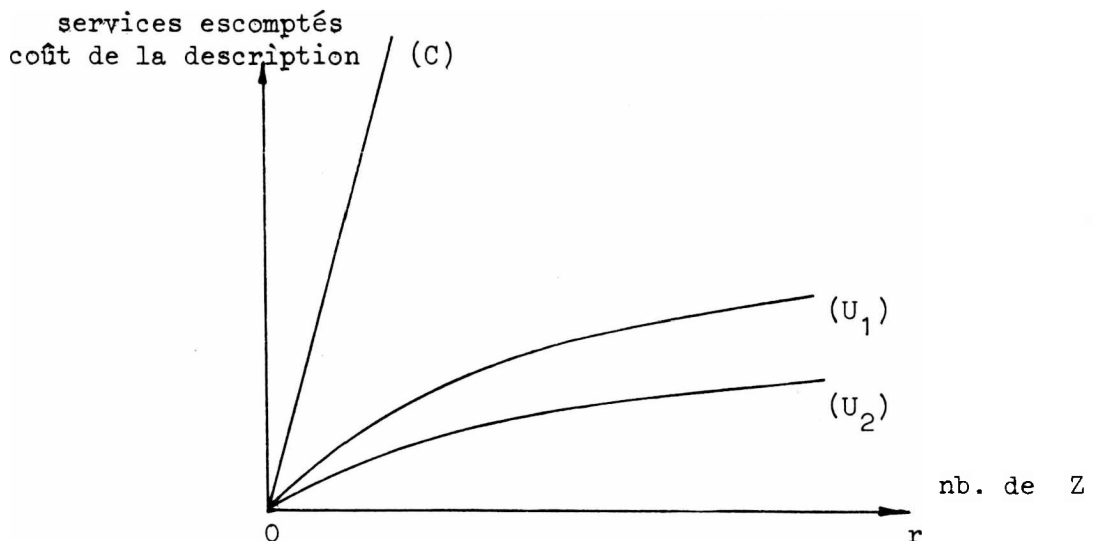
Dans sa souveraineté ignorante, le consommateur est un homme malheureux. Non parce qu'il n'a pas le choix, mais parce qu'il ne sait comment choisir. Son problème, en effet, est qu'il ne dispose d'*aucun* moyen infaillible pour savoir s'il fait le bon choix. A tout moment, il peut être victime d'un effet d'illusion. Condamné à l'incertitude, une conduite rationnelle sera pour lui de définir *une stratégie de décision* plutôt que de chercher quelle est la meilleure décision possible. Supposons alors qu'il ait atteint le niveau de description r_2 dont il pense qu'il est peut-être optimum. Un comportement prudent consiste à essayer de s'en assurer en poursuivant un peu la description. Dans le cas du graphique ci-dessus, le consommateur s'apercevra de son erreur au niveau ρ . Comme la décision qui serait prise alors est la bonne, il est

¹ Ces nombres sont finis à la même condition que celle qui était nécessaire pour que r_{\max} fût fini.

particulièrement intéressant de se décider en ce point d'intersection des courbes (U_1) , et (U_2) , puisque le coût y est minimal. Nous dirons que la ρ ^{ième} caractéristique est *décisive*. Pourtant, le choix effectué au niveau ρ pourrait être remis en cause si les courbes d'utilité (U_1) et (U_2) possédaient plusieurs points d'intersection. Dans ce cas, on verrait se produire des *retours de décision* bien problématiques¹. Toute la difficulté d'effectuer des choix en situation d'ignorance provient de ce que le bon choix entre les deux produits devrait résulter de la comparaison des services qu'ils rendent (comme dans la théorie habituelle) alors que ceux-ci ne sont connus que de manière graduelle, conditionnelle et dans un ordre d'importance a priori quelconque.

La théorie de Lancaster est incomplète. En lui associant une théorie de la description des objets qui permet d'analyser les choix du consommateur en situation de totale ignorance, on est conduit à reconsidérer la notion de caractéristique pertinente en découvrant l'effet d'illusion, l'existence des caractéristiques décisives et le phénomène des retours de décision. Développer toutes les conséquences de cette idée dans le cadre de cette étude liminaire nous entraînerait trop loin. Il nous suffit pour le moment d'en tirer quelques déductions originales.

Ce modèle fournit une interprétation du rôle de la publicité. La publicité de marque est particulièrement rentable dans une économie concurrentielle quand les deux biens en balance sont presque homogènes, comme le montre le graphique ci-dessous :



¹ Ce phénomène fait penser au "retour de technique" (reswitching) analysé dans la théorie cambridgienne du capital.

Dans ce cas, la proximité des deux objets rend très coûteuse la perception des attributs qui les différencient, si bien que le choix est une véritable loterie. En faisant plus de publicité que sa rivale ou en faisant une meilleure publicité qu'elle, l'une des marques pourra s'imposer sans difficulté et sans grand dommage pour le public (puisque les deux biens sont extrêmement voisins). Cet exemple s'applique assez bien aux produits détergents. Plus généralement, le rôle de la publicité est de réduire le coût de perception de certaines caractéristiques réelles (information biaisée) ou à introduire à faible coût des caractéristiques artificielles (manipulation) pour induire le consommateur à faire un certain choix. Il est ainsi possible, dans certains cas, de provoquer des effets d'illusion nuisibles au public.

Le modèle précédent explique encore que *les goûts* des consommateurs puissent être modifiés par *l'apprentissage de techniques ou de codes culturels*, ce qui a pour effet de réduire le coût de perception de certaines caractéristiques et d'augmenter l'estimation des services escomptés. Ou encore, qu'il soit rationnel dans une société de consommation de faire *l'expérience* des produits pour déterminer à la longue le meilleur choix. On consomme pour apprendre et la consommation apparaît comme un investissement en vue d'améliorer les choix futurs (learning by doing).

Tout ceci éclaire enfin certains aspects de la *théorie du signe*. Depuis les travaux de Veblen, celle-ci était plutôt présentée comme *une théorie de l'ostentation statutaire* de la classe supérieure s'inscrivant dans un dessein de reproduction des classes et du pouvoir¹. Dans le cadre de la théorie des choix du consommateur en situation d'ignorance, elle apparaît simultanément comme *une théorie de l'imitation tutélaire*, qui s'applique symétriquement aux couches inférieures de la population.

¹ R. Ruyer (Nutrition psychique, ostentation, prestige, *Economie et Sociétés, Cahiers de l'ISEA*, II, 4, avril 1968, pp. 729-57) en fournirait sans doute une interprétation différente de celle de Veblen (*op. cit.*). Pour lui, l'ostentation apparaîtrait en effet comme un signe de statut parce que c'est traditionnellement la classe dominante qui, dans les sociétés où le surplus social est faible, se verrait chargée d'assumer la fonction de "nutrition psychique" en affichant luxueusement son loisir.

Ayant reconnu les limites de la nomenclature fonctionnelle, il est logique de se demander si la masse, déjà considérable, de données recueillies peut être utilisée, au prix de certains aménagements, en vue d'une analyse interprétative *correcte* de la consommation des ménages. Cet objectif dépasse considérablement l'ambition de la deuxième partie de notre étude qui est de montrer, sur la base de deux cas précis, quelles difficultés d'ordre statistique s'opposent à une extension de la nomenclature fonctionnelle. Dans la section 2, nous examinerons donc les problèmes posés par un facteur d'environnement (le logement) et par une activité (l'occupation du temps de loisir). Auparavant, nous préciserons dans la section 1 la représentation proposée qui généralise quelque peu les nomenclatures actuelles.

SECTION 1 - LA REPRESENTATION PROPOSEE

L'analyse qui suit veut mettre en évidence les caractéristiques qui semblent avoir été déterminantes pour les ménages français ou des catégories de ménages (répertoriés selon leur catégorie socio-professionnelle ou la taille de leur commune de résidence). Si ces caractéristiques, omises dans la nomenclature fonctionnelle, sont discriminantes, elles auront, par la demande qu'en auront fait les consommateurs, justifié des modifications dans la structure de consommation, modifications visibles dans une nomenclature fonctionnelle mais non expliquées.

1.1. Le repérage des caractéristiques

Ceci suppose une lecture de la consommation des ménages selon les activités auxquelles ils se livrent, puisque les caractéristiques sont le résultat de l'activité consommatrice des ménages c'est-à-dire de la combinaison de produits et de temps. A ceci s'ajoute le fait que pour remplir une activité le système d'offre permet des solutions différentes¹, c'est-à-dire que les ménages peuvent choisir entre plusieurs modes d'exercices pour une même activité².

¹ La multiplicité des solutions étant le reflet de la richesse technologique de l'économie.

² Sur les pratiques alternatives de modes d'exercice (voir p.26).

Si les caractéristiques obtenues par la pratique de tel ou tel mode sont semblables pour une part (valeur nutritive d'une alimentation à domicile ou au restaurant) elles ne se reproduisent pas à l'identique (dans l'exemple choisi, l'on peut faire apparaître des différences dans les caractéristiques relationnelles) ; les différences porteront sur l'intensité de production d'une ou de plusieurs caractéristiques, l'intensité d'une caractéristique pouvant être nulle. La comparaison de l'évolution de deux modes alternatifs sera donc l'instrument privilégié de l'explication des déformations de la structure de la consommation, c'est-à-dire des choix nouveaux faits par les ménages au détriment des choix anciens. En effet, si, comparant deux modes alternatifs m_1 et m_2 , l'on observe que le premier se développe dans le temps plus vite que le second, cela pourra être interprété comme le fait que les ménages préfèrent ce que leur offre en plus ou en moins le mode m_1 par rapport au mode m_2 : l'évolution des modes d'exercice s'explique par la possession différentielle de caractéristiques. Le classement et le repérage qualitatif des caractéristiques permettent d'éviter le problème subjectif du dénombrement et de la mesure. Il sera toujours possible de dire en comparant deux modes d'exercice d'une même activité ou deux activités si l'un d'entre eux produit une caractéristique Z_i de plus que l'autre ou, ce qui est plus fréquent, si l'un d'entre eux produit un élément Z_i avec une plus grande intensité que l'autre. On utilisera alors une variable binaire, 0 dans le cas du moins, 1 dans le cas du plus.

Traduire l'intensité d'une caractéristique par une variable binaire permet, lorsqu'une activité a non plus 2 mais plusieurs modes, de réduire le nombre de comparaisons entre modes d'exercices. Si, pour une caractéristique Z_i , la comparaison des modes 1 et 2 se conclut par l'image (0,1) ainsi que dans le cas de l'association (2,3), alors une comparaison des modes 1 et 3 est inutile puisqu'elle n'apportera aucune information supplémentaire, dans le cadre de la méthode utilisée¹. Il suffira donc de comparer deux modes successifs et non toutes les combinaisons de modes pris 2 à 2, (ceci est vrai dans le cas où Z_i apparaît avec une intensité croissante ou décroissante du mode 1 au mode n).

¹ Pour que la comparaison 1-3 apporte une information supplémentaire il faudrait abandonner l'utilisation de la variable binaire, et introduire une mesure de l'intensité, une échelle de valeur et donc une certaine subjectivité.

La description pour une même activité de certains modes de consommation n'implique pas que leur mode alternatif soit toujours facilement appréhendable. Lorsque l'activité doit obligatoirement être réalisée, le choix des individus s'exerce entre différents modes explicites de consommation. Prenons les exemples de l'alimentation qui se fera au domicile ou hors du domicile, du travail d'entretien du logement qui sera le fait du ménage ou de personnel domestique. Dans ces cas, à chaque mode explicite il est possible d'associer des produits, du temps et donc de particulariser leur évolution. Mais, si l'activité n'a aucun aspect indispensable, le ménage pouvant ou non la réaliser, à un ou à plusieurs modes explicites s'opposera toujours un mode implicite puisque l'alternative réelle se situera entre l'activité ou rien, ou le plus souvent entre cette activité et une autre activité. L'on peut illustrer ce cas par l'exemple de la "décoration d'art du logement" qui a lieu ou non, ou bien par l'exemple des activités de loisir, pour lesquelles, s'il existe une alternative entre écouter la télévision ou ne pas l'écouter, les termes du choix seront plutôt entre plusieurs activités : écouter la télévision, lire ...

1.2. Les activités et la mesure de leur évolution

La mesure d'une activité de consommation devrait, par définition, résulter de l'appréciation, d'une part, de chacun de ses facteurs de production, et d'autre part, de sa fonction de production (forme et coefficient).

Une telle méthode étant encore exclue, l'évolution de l'activité se mesurera par le reflet qu'en donne l'évolution de ses facteurs de production. Différentes activités ne seront pas mesurées par la même variable. Il pourra en théorie s'agir de dépenses, de possession, d'utilisation, de temps. Mis à part les problèmes de sources statistiques, il faut noter que, selon l'activité étudiée, l'une ou l'autre de ces variables devrait mieux traduire l'évolution. La possession d'un bien ne signifie pas que ce bien soit utilisé; cependant le temps d'utilisation d'un bien ou le temps consacré à une activité ne sont pas connus. Les enquêtes de budget-temps sont concentrées dans la période 1966-1967 lorsqu'elles dépassent le cadre d'une catégorie sociale ou ont un champ trop limité (ex. : personnel de la Régie Renault) pour être utilisées dans une étude de ce genre. Nous n'introduirons donc en général pas d'indicateurs autres que ceux qui se rattachent aux produits (achats, possession), les statistiques de temps étant insuffisantes ou inexistantes sur longue période.

A chaque activité se rattacheront les produits nécessaires à sa réalisation; et c'est l'évolution de ceux-ci qui donnera une image de l'évolution de l'activité.

Nous utiliserons principalement deux sortes de variables : les dépenses en volume et par ménage, et les taux de possession.

Pour chaque mode, l'évolution se mesurera par un indicateur de vitesse égal à l'accroissement relatif sur la période corrigé par le nombre d'années, puisque les périodes ne sont pas toutes identiquement longues.

Par conséquent l'indicateur de vitesse, pour un mode d'exercice i et une période (t_1, t_2) , sera de la forme :

$$V_{i,t_2/t_1} = \frac{q_{t_2} - q_{t_1}}{(t_2 - t_1) q_{t_1}} = \frac{1}{t_2 - t_1} \left(\frac{q_{t_2}}{q_{t_1}} - 1 \right),$$

si la variable a pris successivement les valeurs q_{t_1} et q_{t_2} au début et à la fin de la période.

Entre deux modes l'évolution différentielle sera mesurée par le rapport qui existe entre leurs vitesses d'évolution respectives :

$$\sigma = \frac{\frac{q_{t_2}'}{q_{t_1}'} - 1}{\frac{q_{t_2}^o}{q_{t_1}^o} - 1}$$

SECTION 2 - UN ESSAI D'EXTENSION DE LA NOMENCLATURE FONCTIONNELLE A PARTIR DE DEUX CAS PRECIS : LE LOGEMENT ET LES LOISIRS

Le modèle précédent demande un grand nombre d'observations, et ceci sur l'ensemble des activités des ménages ; cependant les problèmes déjà soulevés lors de l'analyse théorique poussaient à choisir une application limitée, dans un premier temps, pour mieux cerner les difficultés statistiques proprement dites et déboucher sur une meilleure connaissance du matériau nécessaire.

Nous avons choisi d'étudier successivement *un facteur d'environnement* (le logement) *et une activité* proprement dite (l'occupation du temps de loisir).

Ces applications limitées quant au domaine le sont aussi, et nécessairement, quant aux résultats. Elles comprendront seulement la recherche d'indicateurs d'évolution des modes d'exercice et la mesure des vitesses d'évolution.

Pour que les variations éventuelles dans les caractéristiques puissent être perçues, la période étudiée doit être aussi longue que possible. Les statistiques disponibles nous ont amenés à choisir les dates de 1956, 1965 et 1970. 1956 et 1965 se sont imposées comme les années les plus anciennes au cours desquelles ont été effectuées les premières enquêtes générales sur les budgets de famille. Le choix de 1970 permettait d'associer une période d'étude moyenne (1965-1970) à la disponibilité de sources statistiques spécifiques (enquête logement par exemple). Dans les deux domaines abordés, le logement et l'occupation du temps de loisir, les données de l'enquête sur les budgets de famille de 1956, n'ont pu être utilisées parce que trop agrégées. Ceci n'exclut cependant pas une utilisation éventuelle pour d'autres postes et ne contredit pas le maintien des trois dates.

2.1. La définition des domaines d'application

2.1.1. Le logement

Ne faisant pas dans cette application une analyse de l'ensemble de la consommation des ménages, il est nécessaire de donner les bornes du domaine choisi ; ce problème disparaîtrait ou perdrait de son acuité dans une analyse générale.

Le logement est un bien durable, complexe et polyvalent. Il est polyvalent, c'est-à-dire qu'il est utilisé au cours de plusieurs activités et ces

activités auront des outputs différents selon les propriétés du logement, c'est-à-dire selon sa plus ou moins grande complexité.

Considérant ici le logement comme le cadre à l'intérieur duquel s'inscrivent des activités, comme un facteur d'environnement, nous dépasserons la notion de murs, d'abri, pour regrouper les biens et les produits indifférenciés par rapport aux activités des ménages et qui tendent à la création et à l'amélioration de ce cadre. Une grande partie des biens qui entrent dans "l'équipement du foyer" a une utilisation spécifique : entretien du linge, cuisson des aliments ... et peut donc être rattachée à une autre activité précise. D'autres biens concourent seulement à l'amélioration du cadre de vie et donnent au "produit" des caractéristiques particulières : chauffage, moquette, décoration ... et même entretien du logement ; et c'est sur cet ensemble que nous avons tenté de réunir des indicateurs d'évolution. Pourquoi analyser le logement de cette façon et ne pas l'associer, dans sa complexité, aux différentes activités auxquelles il participe ? Le logement, facteur de production de plusieurs activités, devrait en toute rigueur leur être rattaché, mais ceci supposerait résoudre les difficiles problèmes d'imputation passant eux-mêmes par la résolution des problèmes de localisation des activités dans l'appartement¹.

Sur la base de ces critères, seront rassemblés les éléments nécessaires à l'étude de l'évolution des choix concernant les équipements de base du logement (eau, installations sanitaires), les sources d'énergie, la décoration, l'entretien du logement.

1) Le logement nu

Aux murs proprement dits sont incorporés un certain nombre d'équipements. Ceux-ci, parce qu'ils offrent aux ménages la possibilité d'accomplir des activités avec une moindre perte de temps (économie de coût de déplacement) reflètent bien une évolution des modes de logement. Des murs nus à un logement plus "perfectionné", nous avons constitué empiriquement trois étapes et quatre catégories sur la base de deux équipements : eau et installation sanitaire (W.C. - baignoire ou douche).

- logement sans aucun équipement
- logement avec eau seulement
- logement avec eau et une installation sanitaire
- logement avec eau et deux installations sanitaires (W.C. et baignoire ou douche).

¹ Ceci a déjà été indiqué au paragraphe 2.1.4., première partie, pp. 31-32.

Le loyer payé n'a pu dans ce cas être l'outil de la mesure car il ne reflète pas ces seuls points, et incorpore de multiples éléments (présence d'autres équipements, localisation dans l'agglomération, proximité d'équipements collectifs ... situation du marché et de l'offre). C'est le parc de logements utilisés comme résidences principales et sa répartition selon la possession de ces équipements qui sera ici l'indicateur.

2) La nature de l'énergie

La nomenclature retenue propose quatre grands postes. Elle traduit l'évolution technique qui s'est produite et par conséquent reflète la gamme des choix du mode le plus moderne au mode le plus ancien. Cette classification opposera le chauffage collectif ou urbain à l'électricité, et aux combustibles liquides, puis solides.

3) La décoration d'art

Il n'y a pas ici plusieurs formes. L'activité est ou elle n'est pas. Nous avons retenu l'alternative essentielle qui est de décorer ou de ne pas décorer le logement.

4) L'entretien du logement

Nous avons distingué l'entretien des sols du travail général. L'entretien des sols peut se faire traditionnellement ou grâce à des appareils électro-
niques, c'est cette opposition que nous mesurerons par la possession ou la non possession d'appareils électro-domestiques. Quant au travail lui-même d'entretien, nous avons distingué deux modes selon que le travail est réalisé par le ménage ou par du personnel domestique.

Pour ce domaine la nomenclature sera alors la suivante :

Logement nu. Résidence principale

Logement sans aucun équipement.

Logement avec eau seulement.

Logement avec eau, W.C. ou baignoire ou douche.

Logement avec eau, W.C. et baignoire ou douche.

Energie

Eau et chauffage urbain.

Electricité.

Combustibles liquides.

Combustibles solides.

Décoration

Décoration d'art.

Pas de décoration d'art.

Entretien des sols

Possession d'appareils électro-domestiques.

Pas de possession.

Entretien courant du logement

Travail réalisé par le ménage.

Travail réalisé par du personnel domestique.

2.1.2. *L'occupation du temps de loisir*

Nous avons recensé ici des activités que nous avons appelées :

radio

télévision

activité musicale

lecture

pratique d'un sport

spectacles (cinéma, théâtre, concert)

distractions (foires, casinos et cercles, sons et lumières...)

loisirs photographiques et cinématographiques

loisirs familiaux traditionnels (jeux de société)

animaux domestiques

cafés.

Pour ces différentes activités les modes alternatifs d'exercice relèvent de l'opposition : pratiquer telle activité, ou ne pas la pratiquer. C'est dire que se posera pour toutes ces activités le problème de la mesure du mode implicite, sauf dans le cas où l'indicateur-taux de possession se substituera à l'indicateur-dépense.

A chacune de ces activités, il a été possible d'associer des produits et un volume de dépenses. Ce sont donc des indicateurs agrégeables et qui, par conséquent, peuvent permettre l'étude de groupes d'activités peut-être plus directement significatifs. Une analyse en termes de caractéristiques peut se faire par association de modes ou d'activités qui se différencient par la possession ou la non possession d'une caractéristique, chaque mode ou activité pou-

vant être affecté positivement, négativement à une caractéristique, ou être neutre par rapport à cette dernière. On peut donc associer, en prenant pour critère de partage une caractéristique, d'un côté les modes d'exercice ou activités qui possèdent cette caractéristique et de l'autre ceux qui ne la possèdent pas ; et ensuite, étudier comment évoluent ces regroupements et si la différence dans l'évolution est significative. Une première tentative est faite sur la localisation des activités, localisation extrêmement grossière puisqu'il s'agit seulement d'une partition en deux lieux : au domicile et hors du domicile. Cette localisation pourrait être interprétée en termes de relation si, dans une étape ultérieure, des données plus fines sur les activités passées en compagnie de certaines personnes pouvaient être obtenues. Par le moyen de ces deux caractéristiques "au domicile" et "hors du domicile", la partition des activités obtenue est une partition d'activités exclusives les unes des autres. Les activités au domicile sont toutes celles qui sont affectées positivement par cette caractéristique ; celles qui sont affectées négativement sont rassemblées dans le deuxième groupe "hors domicile", celles qui sont neutres appartenant à ce que nous appelons le "tronc commun".

Les "loisirs au domicile" regroupent : radio, télévision, activité musicale et lecture.

Les "loisirs hors du domicile" : pratique d'un sport, spectacles, distractions et cafés.

2.2. Les résultats

Dans les tableaux ci-dessous apparaissent les vitesses d'évolution pour chacun des modes d'exercice, ou chacune des activités retenues, sur les périodes 1956 - 1965 et 1965 - 1970. Les tableaux intermédiaires et les explications nécessaires à la construction de ces tableaux sont donnés dans les annexes. Nous ne reprenons donc ici que les indicateurs d'évolution.

INDICATEURS D'EVOLUTION

(en %)

ENSEMBLE DES MENAGES	CATEGORIES DE COMMUNES DE RESIDENCE												CATEGORIE SOCIO-PROFESSIONNELLE DU CHEF DE FAMILLE																			
	Communes rurales			Agglomérations urbaines			Agglomération parisienne			Agriculteurs exploitants			Salariés agricoles			Patrons de l'im et du com., prof lib. et Cadres supérieurs			Cadres moyens			Employés			Ouvriers			Inactifs				
	65 56	70 65	70 56	65 56	70 65	70 56	65 56	70 65	70 56	65 56	70 65	70 56	65 56	70 65	70 56	65 56	70 65	70 56	65 56	70 65	70 56	65 56	70 65	70 56	65 56	70 65	70 56	65 56	70 65	70 56		
Résidence principale																																
. Logements n'ayant ni eau, ni WC, ni I.S.																																
-6,4	-12,7	-6,0	-5,2	-11,9	-5,6	-7,2	-12,6	-6,2	-5,9	-13,5	-6,1	-4,7	-12,8	-5,7	-4,5	-12,2	-5,5	-7,6	-17,1	-6,8	-8,2	-16,5	-5,8	-7,1	-14,2	-6,4	-6,8	-13,9	-6,3	-6,0	-10,0	-5,5
. Logements avec eau seulement ...																																
0	-2,2	-0,8	5,4	-1,5	-4,2	-2,1	-3,5	-2,4	-2,2	-5,2	-2,9	7,2	3,0	6,4	9,1	4,7	8,9	-4,6	-6,1	-4,2	-5,8	-8,4	-5,2	-3,3	-3,3	-2,9	-0,8	-3,5	-1,7	2,6	-1,0	1,3
. Logements avec eau, WC, <u>ou</u> I.S. .																																
0,7	-5,2	-1,6	5,9	-0,8	3,3	-1,1	-6,6	-2,8	-1,3	-6,4	-2,9	10,8	3,9	9,7	10,0	11,7	14,4	-0,7	-9,3	-3,6	-2,4	-11,0	-4,6	-1,4	-8,0	-3,4	8,6	-5,7	-1,6	1,0	-2,3	-0,3
. Logements avec eau, WC, <u>et</u> I.S. .																																
16,8	11,3	21,0	25,1	22,2	42,0	15,1	8,4	16,8	9,6	9,9	12,8	30,6	32,7	63,4	48,4	22,7	74,5	8,6	7,3	10,1	12,8	7,4	13,9	18,3	9,0	20,2	28,8	13,4	35,7	14,7	12,5	19,7

	CATEGORIES DE COMMUNES DE RESIDENCE												C.S.P. DU CHEF DE FAMILLE																				
	Communes rurales			Agglomér. urbaines			Agglomér. parisien.			Agricult. exploit.			Salariés agricoles			Patrons Cad. sup.			Cadres moyens			Employés			Ouvriers			Inactifs					
	70 65	70 65	70 65	70 65	70 65	70 65	70 65	70 65	70 65	70 65	70 65	70 65	70 65	70 65	70 65	70 65	70 65	70 65	70 65	70 65	70 65	70 65	70 65	70 65	70 65	70 65	70 65	70 65	70 65	70 65	70 65		
Energie																																	
. Eau et chauffage urbain																																	
4,2	7,6	6,4	-6,3	11,8	8,2	8,9	-	8,3	6,8	12,1	16,2	10,8																					
. Electricité																																	
14,3	10,4	17,7	12,6	7,2	7,0	13,1	17,4	5,5	6,6	8,2	9,9	11,3																					
. Autres sources d'énergie																																	
4,3	3,1	4,3	6,2	2,8	1,4	13,3	19,2	-3,5	1,5	1,0	3,9	4,7																					
. Combustibles liquides																																	
17,2	12,6	22,5	20,9	12,1	7,7	25,6	37,1	9,8	7,2	9,7	15,9	18,8																					
. Combustibles solides																																	
-3,2	-7,5	-3,9	-6,2	-6,5	-7,2	-4,6	-0,1	-1,6	-9,2	-9,0	-6,3	-3,9																					
Décoration																																	
. Décoration d'art																																	
-0,3	n.d	n.d																															
. Pas de décoration d'art																																	
n.d	n.d	n.d																															
Entretien des sols																																	
. Possession d'appareils électro- domestiques																																	
14,2	3,2	11,7	5,8	3,3	1,0	7,3	28,3	2,6	0,5	2,0	4,1	6,9																					
. Pas de possession																																	
-3,7	-2,9	-3,1	-1,9	-2,8	-1,6	-1,4	-3,0	-5,6	-1,5	-2,2	-2,6	-2,5																					
Entretien courant du logement																																	
. Travail réalisé par le ménage ..																																	
10,6	9,2	13,2																															
. Travail réalisé par du person- nel domestique																																	
-0,4	-1,9	-0,9	-5,7	-2,2	-3,2	-9,7	31,9	4,4	-9,0	-9,3	-14,0	-5,9																					

INDICATEURS D'EVOLUTION

(en %)

	ENSEMBLE DES MENAGES			CATEGORIES DE COMMUNES DE RESIDENCE			CATEGORIE SOCIO-PROFESSIONNELLE DU CHEF DE FAMILLE							
				Communes rurales	Agglomérations urbaines	Agglomération parisienne	Agriculteurs exploit.	Salariés agric.	Patrons Cadres supér.	Cadres moyens	Employés	Ouvriers	Inactifs	ENSEMBLE
	65-56	70-65	70-56	70-65	70-65	70-65	70-65	70-65	70-65	70-65	70-65	70-65	70-65	70-65
<u>Loisirs au domicile</u>	7,2	6,2	8,3	0,9	-0,3	-0,6	9,3	-2,4	1,3	-1,2	-2,8	1,6	-1,2	0,3
. Radio	7,1	3,0	6,3	0,3	-0,1	-1,0	10,5	-4,5	2,3	-0,5	-2,8	0,5	-1,9	0,1
. Télévision	71,3	9,1	69,9											
. Activité musicale	15,9	15,9	24,0											
. Lecture	2,6	2,9	3,0	1,8	-0,5	-0,2	7,3	1,7	0,4	-1,8	-2,8	3,6	-0,2	0,5
<u>Loisirs hors du domicile</u>	-0,1	2,8	0,9	-4,5	-7,4	0,6	-3,8	-1,8	-1,9	-4,8	-4,8	-3,5	-8,2	-4,4
. Pratique d'un sport	14,9	11,5	19,2	-5,0	-8,8	1,8	-6,0	-10,8	2,8	-4,9	-6,1	-6,1	-11,3	-5,4
. Spectacles	-3,8	-3,6	-3,3	-4,1	-5,6	-0,4	-2,5	2,8	-5,2	-4,8	-2,6	-0,8	-3,7	-3,4
. Distractions	-1,0	4,5	0,8											
. Café	0,1	2,2	0,8											
<u>Tronc commun</u>	-	12,9	-											
. Loisirs photographiques et cinématographiques	12,5	10,5	16,0	0,2	-3,0	-1,5	210,9	-20,0	0,3	-5,5	11,8	-0,8	-17,1	-1,4
. Loisirs familiaux traditionnels	5,4	16,6	12,3											
. Animaux domestiques	-	3,6	-											

2.3. Critiques et dépassements

Ces résultats n'appellent pas de commentaires en l'état actuel des choses. Leur élaboration, très lourde, a surtout servi à mettre en évidence les obstacles qu'il sera nécessaire de dépasser pour aboutir à une interprétation qualitative de la consommation des ménages.

Nous avons constaté une insuffisance des sources statistiques et la constitution de ces indicateurs a souvent fait appel à des estimations, ainsi qu'une mauvaise adéquation des sources disponibles. Les statistiques telles qu'elles existent ne permettent pas de dissocier utilement les produits, les groupes de produits, et n'autorisent pas une autre compréhension que celle pour laquelle elles ont été faites, c'est-à-dire une connaissance des volumes de dépenses annuelles.

Le passage d'une nomenclature fonctionnelle à une nomenclature d'activités en concevant, de fait, les deux nomenclatures sur le même modèle, c'est-à-dire des nomenclatures où l'on associe des groupes de produits à une même activité ou à une même "fonction", et où chaque produit participe exclusivement (en principe au moins) à une seule activité ou "fonction", ne résoud rien. Une nomenclature trouve la plus grande part de sa maniabilité donc de son utilité dans la correspondance exclusive entre chacun de ses éléments entrant et sortant, c'est-à-dire par la propriété qu'a la matrice de description d'être une matrice-bloc¹. L'impossibilité de soutenir une telle condition pour une connaissance qualitative des activités des ménages devrait conduire, dans ce cadre, à abandonner la référence exclusive à une nomenclature.

La définition et l'analyse théorique de l'activité ont débouché sur l'introduction de produits temporels (temps des agents) et non seulement de biens et de services (les produits deviennent des inputs). Cette addition de produits rend très insuffisante les nomenclatures de dépenses.

¹ Cf. paragraphe 1.5. (Première partie).

C'est donc en fait à la constatation d'une impasse par défaut d'information qu'il faut conclure, mais aussi et surtout à une meilleure définition de l'information adéquate. Il faudra en effet pouvoir associer aux produits, le temps (des agents, de l'utilisation) et la localisation. C'est donc bien une nouvelle forme d'information qui est nécessaire. Elle devrait pouvoir être obtenue par des enquêtes effectuées, le cas échéant, sur des échantillons assez faibles, mais conçues pour recueillir des informations quantitatives et descriptives de nature beaucoup plus ethnologique que ce qui existe aujourd'hui.

Conclusion générale :

De nouvelles perspectives ?

Ce rapport n'a pas l'ambition de conclure, mais d'ouvrir de nouvelles perspectives de recherches sur la consommation des ménages. La voie nous conduit dans un premier temps à écarter l'appareil statistique conçu pour la fabrication des séries chronologiques et à proposer de mener l'analyse approfondie de quelques activités et de quelques produits sur la base d'enquêtes de conception nouvelle. La description de la consommation pourrait être considérablement enrichie si l'on explorait deux directions complémentaires, comportant une description par l'intérieur des ménages et des produits. Ces deux programmes de recherches concerneraient donc :

- 1) Les technologies de consommation.
- 2) La caractérisation des produits.

1) Il s'agirait ici d'étudier certaines activités des ménages en reconstituant leurs fonctions de production, c'est-à-dire en décrivant minutieusement les utilisations de services marchands, de temps des divers participants et de facteurs d'environnement qui définissent ces activités. Il s'agit encore de faire apparaître, très certainement, la diversité des technologies mises en oeuvre par différentes strates de la population et leur évolution temporelle. Suggérons plusieurs exemples d'études : la cuisine et les repas, les utilisations respectives du domicile et de l'extérieur, les activités collectives au niveau du quartier, l'éducation intrafamiliale, les activités de relations privées. Une description fine des technologies employées dans ces activités serait sans doute un pas important pour comprendre ce que les ménages poursuivent et désirent à travers elles.

2) Il s'agirait ici d'expliquer, pour quelques catégories de produits plus ou moins complexes, plus ou moins fonctionnels, etc..., comment se font la perception des caractéristiques pertinentes, l'élimination des caractéristiques non pertinentes, et comment se déterminent les attitudes du consommateur vis-à-vis des biens.

ANNEXE 1

*Les catégories de ménages**1. Les catégories de ménages selon la taille de la commune de résidence*

Nous avons retenu trois catégories :

- Les communes rurales regroupent les communes ayant moins de 2 000 habitants.
- L'agglomération parisienne.
- Les autres agglomérations urbaines.

Il serait peut-être fructueux de faire apparaître ici une distinction entre "grandes villes" et "autres agglomérations urbaines". Le concept de grandes villes pourrait être évolutif représentant dans la période la plus ancienne les villes de 50 000 habitants et plus et dans les années récentes les villes de 100 000 habitants et plus.

2. Les catégories de ménages selon la catégorie socio-professionnelle du chef de ménage

Cette répartition est la conséquence d'une harmonisation des nomenclatures pratiquées au cours du temps dans les différents travaux que nous avons utilisés : recensements de la population, enquêtes sur les conditions de vie ...

Les ménages sont répartis en huit catégories :

- Agriculteurs exploitants.
- Salariés agricoles.
- Industriels, gros commerçants, professions libérales, cadres supérieurs.
- Artisans et petits commerçants (y compris les patrons pêcheurs).
- Cadres moyens.

Cette catégorie comprend en plus des cadres moyens, les membres du clergé, le personnel de l'armée et de la police, les artistes ; mais en sont exclus les contremaîtres qui seront regroupés avec les ouvriers.

- Employés.

Aux employés de bureau, employés de commerce et fonctionnaires, on a rajouté les personnels de service autres que les gens de maison.

- Ouvriers.

Sous cette appellation on regroupe les ouvriers, les contremaîtres, les manoeuvres et les gens de maison.

- Inactifs.

ANNEXE 2

*Estimation des indicateurs rassemblés
pour décrire l'évolution du mode de logement*

1. Résidence principale

Nous avons pris ici comme indicateur l'évolution de la structure du parc de logements.

Le parc de logements est connu par les recensements de la population des années 1954, 1962 et 1968, ainsi que par des enquêtes spécialisées sur le logement, l'emploi. Les différentes sources ne donnent pas des résultats homogènes et nous avons privilégié pour la constitution de la série chronologique les résultats des recensements.

Rassemblant ces données nous avons recherché une répartition des logements selon la possession d'un ou de plusieurs des équipements choisis : eau, W.C., baignoire ou douche installées.

Sur la base de cette répartition pour les années 1954, 1962, 1968 et 1970 nous avons alors procédé à une estimation de la répartition du parc pour les années 1956, 1965, supposant pour cela une progression linéaire. L'indicateur est ensuite ramené à une structure en pourcentage et ceci pour plusieurs raisons :

- 1- L'indicateur est alors un taux de possession, une fréquence.
- 2- L'influence de la dimension du parc est éliminée.
- 3- L'indicateur est homogène aux évaluations de dépenses qui seront prises, pour les mêmes raisons, par ménage.

RESIDENCES PRINCIPALES

- Indicateurs globaux et catégoriels -

(en %)

	Structure du parc			Evolution des taux de possession au cours des périodes :		
	1956	1965	1970	1956-1965	1965-1970	1956-1970
ENSEMBLE DES MENAGES						
. Logements n'ayant ni eau, ni WC, ni IS (1) ..	36,6	15,6	5,7	-6,4	-12,7	-6,0
. Logements avec l'eau seulement	31,2	31,2	27,9	0	-2,2	-0,8
. Logements avec eau, WC, <u>ou</u> IS	19,2	20,4	15,1	0,7	-5,2	-1,6
. Logements avec eau, WC, <u>et</u> IS	13,0	32,8	51,3	16,8	11,3	21,0
Ménages des communes rurales						
. Logements n'ayant ni eau, ni WC, ni IS	60,2	32,2	13,1	-5,2	-11,9	-5,6
. Logements avec l'eau seulement	25,7	38,2	41,0	5,4	-1,5	-4,2
. Logements avec eau, WC, <u>ou</u> IS	9,4	14,4	13,8	5,9	-0,8	3,3
. Logements avec eau, WC, <u>et</u> IS	4,7	15,2	32,1	25,1	22,2	42,0
Ménages des autres agglomérations urbaines						
. Logements n'ayant ni eau, ni WC, ni IS	22,2	7,8	2,9	-7,2	-12,6	-6,2
. Logements avec l'eau seulement	36,1	29,2	24,2	-2,1	-3,5	-2,4
. Logements avec eau, WC, <u>ou</u> IS	24,4	22,1	14,8	-1,1	-6,6	-2,8
. Logements avec eau, WC, <u>et</u> IS	17,3	40,9	58,1	15,1	8,4	16,8
Ménages de l'agglomération parisienne						
. Logements n'ayant ni eau, ni WC, ni IS	17,6	8,2	2,7	-5,9	-13,5	-6,1
. Logements avec l'eau seulement	31,1	24,9	18,4	-2,2	-5,2	-2,9
. Logements avec eau, WC, <u>ou</u> IS	29,3	25,8	17,5	-1,3	-6,4	-2,9
. Logements avec eau, WC, <u>et</u> IS	22,0	41,1	61,4	9,6	9,9	12,8
MENAGE SELON LA C.S.P. DU CHEF DE MENAGE						
Exploitants agricoles						
. Logements n'ayant ni eau, ni WC, ni IS	67,5	39,0	14,1	-4,7	-12,8	-5,7
. Logements avec l'eau seulement	24,6	40,5	46,5	7,2	3,0	6,4
. Logements avec eau, WC, <u>ou</u> IS	5,2	10,2	12,2	10,8	3,9	9,7
. Logements avec eau, WC, <u>et</u> IS	2,7	10,3	27,2	30,6	32,7	63,4
Salariés agricoles						
. Logements n'ayant ni eau, ni WC, ni IS	72,6	43,0	16,7	-4,5	-12,2	-5,5
. Logements avec l'eau seulement	20,3	36,8	45,5	9,1	4,7	8,9
. Logements avec eau, WC, <u>ou</u> IS	5,2	9,8	15,6	10,0	11,7	14,4
. Logements avec eau, WC, <u>et</u> IS	1,9	10,4	22,2	48,4	22,7	74,5
Patrons de l'Ind. et du Com. Professions libér. et Cadres supérieurs						
. Logements n'ayant ni eau, ni WC, ni IS	18,0	5,7	0,8	-7,6	-17,1	-6,8
. Logements avec l'eau seulement	24,8	14,5	10,1	-4,6	-6,1	-4,2
. Logements avec eau, WC, <u>ou</u> IS	25,7	24,1	12,8	-0,7	-9,3	-3,6
. Logements avec eau, WC, <u>et</u> IS	31,5	55,7	76,2	8,6	7,3	10,1
Cadres moyens						
. Logements n'ayant ni eau, ni WC, ni IS	14,8	3,9	0,7	-8,2	-16,5	-6,8
. Logements avec l'eau seulement	27,0	12,9	7,5	-5,8	-8,4	-5,2
. Logements avec eau, WC, <u>ou</u> IS	30,8	24,1	10,8	-2,4	-11,0	-4,6
. Logements avec eau, WC, <u>et</u> IS	27,4	59,1	81,0	12,8	7,4	13,9
Employés						
. Logements n'ayant ni eau, ni WC, ni IS	19,7	7,2	2,1	-7,1	-14,2	-6,4
. Logements avec l'eau seulement	35,4	25,0	20,9	-3,3	-3,3	-2,9
. Logements avec eau, WC, <u>ou</u> IS	28,7	25,0	14,9	-1,4	-8,0	-3,4
. Logements avec eau, WC, <u>et</u> IS	16,2	42,8	62,1	18,3	9,0	20,2
Ouvriers						
. Logements n'ayant ni eau, ni WC, ni IS	35,0	13,6	4,2	-6,8	-13,9	-6,3
. Logements avec l'eau seulement	37,7	34,8	28,8	-0,8	-3,5	-1,7
. Logements avec eau, WC, <u>ou</u> IS	18,5	19,9	14,2	8,6	-5,7	-1,6
. Logements avec eau, WC, <u>et</u> IS	8,8	31,7	52,8	28,8	13,4	35,7
Inactifs						
. Logements n'ayant ni eau, ni WC, ni IS	39,8	18,4	9,2	-6,0	-10,0	-5,5
. Logements avec l'eau seulement	31,7	39,1	37,2	2,6	-1,0	-1,3
. Logements avec eau, WC, <u>ou</u> IS	19,2	20,9	18,5	1,0	-2,3	-0,3
. Logements avec eau, WC, <u>et</u> IS	9,3	21,6	35,1	14,7	12,5	19,7

(1) - IS = Installation Sanitaire, c'est-à-dire une baignoire ou une douche installée.

4- Mais surtout s'atténuent alors les inconvénients des modifications intervenues dans la définition des catégories de ménages, par exemple dans le cas de l'"Agglomération parisienne". Il faut d'ailleurs remarquer que ces évolutions de concepts sont le reflet de modifications intervenues dans les conditions économiques, sociologiques ... qui entourent les ménages, conditions qui influencent leur comportement et donc leurs choix de consommation. L'évolution du concept géographique d'"Agglomération parisienne" signifie l'assimilation de nouveaux groupes de population à la population de la grande ville et représente en quelque sorte l'évolution d'un même type d'environnement.

2. Les autres postes : énergie, décoration et entretien

Les chiffres utilisés sont issus pour l'essentiel des séries chronologiques sur les dépenses de consommation publiées par le CREDOC, et, en ce qui concerne les catégories de ménages, des enquêtes sur les conditions de vie, faites et publiées par l'INSEE.

Les dépenses sont en francs constants par ménage.

- Pour les dépenses concernant l'ensemble des ménages le raccordement des séries de l'ancienne et de la nouvelle base se fait au moyen de l'année 1965 publiée dans les deux séries. Cet indice de volume est ensuite corrigé par l'évolution du nombre de ménages (estimé, d'après les enquêtes sur les intentions d'achat, à 13,6 millions en 1956, 15,3 millions en 1965 et 16,2 millions en 1970) pour obtenir un indice de volume des dépenses par ménage.

- Pour les catégories de ménages nous avons réuni des chiffres sur deux années 1965 et 1970, la nomenclature utilisée pour l'année 1956 dans l'enquête budget de famille n'étant pas suffisamment détaillée. Les enquêtes conditions de vie donnent des dépenses annuelles par ménage. Les résultats ont été utilisés après correction par l'évolution des prix. La seule méthode possible a été d'introduire dans nos calculs l'indice des prix, par produits ou catégories de produits, connu par les séries chronologiques.

Pour l'activité "Entretien courant du ménage" nous avons distingué deux modes selon que l'activité est remplie par le ménage ou par du personnel domestique. L'on reprendra chacun de ces deux modes pour en décrire la méthode d'estimation.

a) Travail réalisé par le ménage

L'enquête sur les budgets-temps de 1967 donne une estimation du temps consacré au ménage par les hommes actifs, les femmes actives et les femmes non actives, ces trois groupes étant composés de personnes de plus de 14 ans. Les hommes actifs passent environ une heure douze minutes, les femmes actives trois heures six minutes et les femmes non actives cinq heures trente minutes.

Nous considérons ces coefficients, dans la première approximation que constitue cette étude, comme stables et représentatifs d'une structure de production du ménage.

Par conséquent, le travail réalisé par le ménage sera estimé par le nombre d'heures consacrées à l'entretien du logement c'est-à-dire par le produit du nombre de personnes appartenant à un groupe l'année t et du temps moyen passé au ménage par ce groupe. Ceci sera pondéré par l'évolution des taux de salaire.

b) Travail réalisé par du personnel domestique

Le montant des salaires versés par les ménages à leur personnel domestique n'est pas donné dans les séries chronologiques de consommation alors qu'il reste un poste recensé dans les enquêtes sur les conditions de vie des ménages. Pour l'ensemble des ménages, et les années 1956, 1965 et 1970, cet indicateur sera estimé par le montant des salaires versés par les ménages tel qu'il apparaît dans les Comptes de la Nation en emploi de leur compte d'affectation. Ce montant, compte tenu du nombre de ménages et de l'évolution de l'indice du **taux** de salaire horaire (toutes activités, France entière), permet d'aboutir à un indicateur global du travail réalisé par du personnel domestique :

	1956	1965	1970
Nombre de ménages (en millions)	13,6	15,3	16,2
Salaires versés (en millions de francs) ¹	2 020	4 500 2 654	3 897
Indice du taux de salaire horaire (toutes activités, France entière)	100,0	205,7	314,5
Travail réalisé par du personnel domestique (par ménage) indice - volume	103,9	100,0	90,7

¹ L'utilisation de deux bases successives dans les Comptes Nationaux oblige à un raccordement sur l'année 1965. On donne donc ici les deux évaluations pour 1965 d'abord en ancienne base, ensuite dans la nouvelle base.

ENTRETIEN COURANT DU MENAGE : TRAVAIL REALISE PAR LE MENAGE

- Estimation de l'indicateur global -

	1956	1965	1970	Temps consacré au ménage (en Heures et 10 ^e d'heures)
. Nombre d'hommes actifs (en milliers) (1)	12 750	12 800	12 950	1,2
. Nombre de femmes actives (en milliers) (1)	6 850	6 900	7 750	3,1
. Nombre de femmes non actives (en milliers) (2)	10 405	12 100	12 150	5,5
<u>Taux de salaire horaire (toutes activités, France entière)(3)</u>				
. des hommes	47,98	100,00	151,20	
. des femmes	50,61	100,00	149,95	
Estimation du volume de salaire correspondant aux heures consacrées à l'entretien du logement par les personnes des ménages (en milliers de F.) (4) par jour	4705,1	10 330,0	15 972,6	
Nombre de ménages	13,6	15,3	16,2	
Estimation par ménage	345,96	675,16	985,96	
Indice (base 100 = 1965)	51,24	100,00	146,03	

- (1) - SOURCES : Enquête-emploi - chiffres de la population active occupée - En 1956, les actifs parmi les hommes représentent 82,1 % des plus de 14 ans et les femmes actives 39,8 % des plus de 14 ans.
- (2) - Chiffre obtenu par différence entre le nombre de femmes de plus de 14 ans et le nombre de femmes actives.
- (3) - L'indice du taux de salaire horaire base 100 au 1/1/1956 est converti en base 100 = 1965.
- (4) - Estimation en millions de Francs si l'on admet comme salaire horaire en 1965, 100 F.
Il n'est pas nécessaire que cette hypothèse soit réaliste, elle n'est qu'un moyen de calcul qui respecte l'évolution et les proportions relatives des masses.

ENERGIE, DECORATION ET ENTRETIEN DU LOGEMENT

- Indicateurs globaux -

ENSEMBLE DES MENAGES	INDICATEUR D'ACTIVITE			INDICATEUR D'EVOLUTION		
	. dépense en Francs constants par ménage (Ind. 100=1965)			au cours des périodes (en %)		
	1956	1965	1970	1956-65	1965-70	1956-70
<u>Energie</u>						
. Eau et chauffage urbain	72,7	100,0	138,0	4,2	7,6	6,4
. Electricité	43,7	100,0	152,1	14,3	10,4	17,7
. Autres sources d'énergie	72,2	100,0	115,2	4,3	3,1	4,3
Combustibles liquides (1)	39,3	100,0	162,9	17,2	12,6	22,5
Combustibles solides (2)	140,5	100,0	62,3	-3,2	-7,5	-3,9
<u>Décoration</u>						
. Décoration d'art	102,3	100,0	n.d (3)	-0,3		
. Pas de décoration d'art	-	-	-	-		
<u>Entretien des sols</u>						
. Possession d'appareils électro- domestiques (4)	20,8	47,4	54,9	14,2	3,2	11,7
. Pas de possession	79,2	52,6	45,1	-3,7	-2,9	-3,1
<u>Entretien courant du logement</u>						
. Travail réalisé par le ménage	51,2	100,0	146,0	10,6	9,2	13,2
. Travail réalisé par du person- nel domestique	103,9	100,0	90,7	-0,4	-1,9	-0,9

(1) - Gaz de ville, fuel, essence spéciale, pétrole lampant et gaz liquéfié

(2) - Bois, charbon de bois, charbon et coke

(3) - non disponible

(4) - Aspirateurs, cireuses.

ENERGIE ET ENTRETIEN DU LOGEMENT

- Dépenses des ménages et évolution suivant la catégorie de commune -

(en Francs)

	COMMUNES RURALES			AGGLOMERATIONS URBAINES			AGGLOMERATION PARISIENNE			ENSEMBLE DES MENAGES		
	1965	1970 (1)	Evolution (en %)	1965	1970 (1)	Evolution (en %)	1965	1970 (1)	Evolution (en %)	1965	1970 (1)	Evolution (en %)
<u>Energie</u>												
. Frais de chauffage collectif ou urbain	4,23	2,90	-6,3	33,53	53,33	11,8	100,50	141,88	8,2	35,39	55,02	11,1
. Electricité	141,25	230,01	12,6	183,06	248,59	7,2	196,48	265,61	7,0	170,99	246,34	8,8
. Autres sources d'énergie ...	329,20	430,36	6,2	488,27	557,53	2,8	474,94	509,22	1,4	430,83	511,83	3,8
Combustibles liquides	149,82	306,57	20,9	245,63	394,11	12,1	275,74	381,20	7,7	217,87	366,39	13,6
Combustibles solides	179,38	123,79	-6,2	242,64	163,42	-6,5	199,20	128,02	-7,2	212,96	145,44	-6,3
<u>Entretien des sols</u>												
. Possession d'appareils électro-domestiques (en %)	25,1	32,4	5,8	45,8	53,2	3,3	61,4	64,4	1,0	41,4	49,3	3,8
. Pas de possession	74,9	67,6	-1,9	54,2	46,8	-2,8	38,6	35,6	-1,6	58,6	50,7	-2,7
<u>Entretien courant du logement</u>												
. Travail réalisé par le ménage	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
. Travail réalisé par du personnel domestique	86,70	62,03	-5,7	116,81	104,15	-2,2	197,13	165,60	-3,2	120,79	103,26	-2,9

(1) - Dépenses corrigées de l'évolution des prix.

ENERGIE ET ENTRETIEN DU LOGEMENT

- Dépenses des ménages et évolution suivant la C.S.P. du chef de ménage -

(en Francs)

	EXPLOITANTS AGRICOLES			SALARIES AGRICOLES			PATRONS DE L'INDUSTRIE ET DU COMMERCE PROFESSIONS LIBER. CADRES SUPERIEURS			CADRES MOYENS			EMPLOYES			OUVRIERS			INACTIFS		
	1965	1970 (1)	Evolut. (en %)	1965	1970 (1)	Evolut. (en %)	1965	1970 (1)	Evolut. (en %)	1965	1970 (1)	Evolut. (en %)	1965	1970 (1)	Evolut. (en %)	1965	1970 (1)	Evolut. (en %)	1965	1970 (1)	Evolut. (en %)
<u>Energie</u>																					
. Frais de chauffage collectif ou urbain	1,2	1,8	8,9	-	6,4	-	77,1	109,3	8,3	83,1	111,4	6,8	44,8	72,0	12,1	28,7	51,9	16,2	18,8	29,0	10,8
. Electricité	143,9	237,9	13,1	87,5	163,4	17,4	287,3	366,2	5,5	221,6	294,4	6,6	170,7	240,8	8,2	160,3	239,4	9,9	126,8	198,8	11,3
. Autres sources d'énergie ...	189,3	315,1	13,3	208,7	408,7	19,2	850,9	703,3	-3,5	526,1	564,4	1,5	446,3	467,9	1,0	439,5	525,3	3,9	382,0	470,9	4,7
Combustibles liquides	111,9	254,9	25,6	108,0	308,4	37,1	405,5	603,8	9,8	342,1	465,2	7,2	237,3	352,8	9,7	202,6	363,5	15,9	143,8	279,1	18,8
Combustibles solides	77,4	59,8	-4,6	100,8	100,3	-0,1	236,6	99,5	-11,6	184,1	99,2	-9,2	209,0	115,2	-9,0	236,9	161,8	-6,3	238,2	191,8	-3,9
<u>Entretien des sols</u>																					
. Possession d'appareils électrodomestiques (en %) (2)	15,9	21,7	7,3	9,7	23,4	28,3	68,7	77,5	2,6	76,1	77,9	0,5	52,4	57,7	2,0	39,4	47,4	4,1	27,0	36,3	6,9
. Pas de possession	84,1	78,3	-1,4	90,3	76,6	-3,0	31,3	22,5	-5,6	23,9	22,1	-1,5	47,6	42,3	-2,2	60,6	52,6	-2,6	73,0	63,7	-2,5
<u>Entretien courant du logement</u>																					
. Travail réalisé par le ménage	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
. Travail réalisé par du personnel domestique	83,5	42,9	-9,7	13,1	33,9	31,9	450,6	549,0	4,4	196,1	107,9	-9,0	71,8	38,5	-9,3	25,2	7,5	-14,0	82,1	58,0	-5,9

(1) - Dépenses corrigées de l'évolution des prix.

(2) - Aspirateurs.

ANNEXE 3

L'occupation du temps de loisir

Les données utilisées sont :

- 1) Des dépenses (d'utilisation ou d'achat) par ménage, connues par le moyen des séries chronologiques publiées par le CREDOC ou par des résultats des enquêtes sur les conditions de vie de l'INSEE.
- 2) Des taux d'équipement.

Ces indications n'ont pas la même utilité. Le premier est un indicateur agrégeable. Il permet de passer sans difficulté d'une activité à un groupe d'activités présentant un ensemble de caractéristiques communes ou se différenciant d'un autre groupe d'activité, par une ou plusieurs caractéristiques. Le second a l'avantage de permettre de mesurer, par complémentarité, l'évolution du mode implicite, puisque si l'évolution de la possession des équipements signifie la réalisation de l'activité, l'évolution de la non-possession (terme complémentaire du premier) mesurera le nombre de non-consommateurs de cette activité.

OCCUPATION DU TEMPS DE LOISIR

- Indicateurs globaux -

ENSEMBLE DES MENAGES	INDICATEUR D'ACTIVITE Indice volume : Base 100 en 1965 - Taux d'équipe- ment			INDICATEUR D'EVOLUTION au cours des périodes (en %)		
	1956	1965	1970	1956-65	1965-70	1956-70
. Radio	61,0	100,0	115,0	7,1	3,0	6,3
. Télévision	13,5	100,0	145,5	71,3	9,1	69,9
. Activité musicale	41,2	100,0	179,7	15,9	15,9	24,0
. Lecture	81,0	100,0	114,5	2,6	2,9	3,0
. Pratique d'un sport	42,7	100,0	157,5	14,9	11,5	19,2
. Spectacles	152,8	100,0	82,0	-3,8	-3,6	-3,3
. Distractions	109,8	100,0	122,7	-1,0	4,5	0,8
. Loisirs photographiques et cinématographiques	47,0	100,0	152,6	12,5	10,5	16,0
. Loisirs familiaux tradition- nels	67,2	100,0	183,2	5,4	16,6	12,3
. Animaux domestiques	-	100,0	118,2	-	3,6	-
. Cafés	99,5	100,0	111,0	0,1	2,2	0,8
<hr/>						
<u>TAUX D'EQUIPEMENT (1)</u>	(1957)			(1957-65)		(1957-70)
. Radio :						
. possession	77,8	83,2	86,7	0,9	0,8	0,9
. pas de possession	22,2	16,8	13,3	-3,0	-4,2	-3,1
. Télévision						
. possession	6,1	40,8	68,9	71,1	13,8	79,2
. pas de possession	93,9	59,2	31,1	-4,6	-9,5	-5,1
. Electrophones, Tourne-disques						
. possession	11,5	30,5	39,6	20,7	6,0	18,8
. pas de possession	88,5	69,5	60,4	-2,7	-2,6	-2,4

(1) - SOURCE : enquête sur les intentions d'achats, ou enquête sur l'équipement des ménages en 1962 et 1969.

OCCUPATION DU TEMPS DE LOISIR

- Dépenses des ménages et taux d'équipement suivant la catégorie de commune -

	COMMUNES RURALES			AUTRES AGGLOMERATIONS URBAINES			AGGLOMERATION PARISIENNE			ENSEMBLE DES MENAGES		
	1965	1970 (6)	Evolution (en %)	1965	1970 (6)	Evolution (en %)	1965	1970 (6)	Evolution (en %)	1965	1970 (6)	Evolution (en %)
. Radio, télévision, activité musicale (1)	180,5	183,2	0,3	249,9	248,3	-0,1	273,3	259,9	-1,0	230,1	231,6	0,1
. Lecture (2)	110,1	120,1	1,8	198,3	193,1	-0,5	282,5	279,1	-0,2	182,9	187,8	0,5
. Pratique d'un sport (3).....	47,0	35,3	-5,0	135,5	75,6	-8,8	129,1	140,9	1,8	103,7	76,0	-5,4
. Spectacles	56,3	44,8	-4,1	104,1	74,8	-5,6	158,0	155,0	-0,4	97,2	80,9	-3,4
. Loisirs photographiques et cinématographiques (4)	3,7	3,7	0,2	11,8	10,0	-3,0	15,0	13,9	-1,5	9,6	8,9	-1,4
Taux d'équipement (5)												
. Télévision												
. possession	28,1	59,2	22,1	46,3	73,1	11,6	50,8	71,6	8,2	40,8	68,9	13,8
. pas de possession	71,9	40,8	-8,7	53,7	26,9	-10,0	49,2	28,4	-8,5	59,2	31,1	-9,5
. Electrophones												
Tourne-disques												
. possession	15,4	23,1	10,0	34,7	42,9	4,7	48,0	55,1	3,0	30,5	39,6	6,0
. pas de possession	84,6	76,9	-1,8	65,3	57,1	-2,5	52,0	44,9	-2,7	69,5	60,4	-2,6

- (1) - L'indicateur de ce groupe d'activité est ici un ensemble de dépenses représentant des achats de radios, télévisions, électrophones, de disques et de bandes magnétiques (y compris aussi, parce qu'il n'a pas été possible de les exclure, les achats de films)
- (2) - mesurée par les achats de livres, journaux, revues et papeterie.
- (3) - recense les achats d'articles de sports et de jouets.
- (4) - mesurés par les achats d'appareils de photo et de caméras.
- (5) - les taux d'équipement pour la radio ne sont plus publiés depuis 1962 ; ils ont très peu varié, le taux de saturation ayant été atteint à peu près à cette époque (SOURCE : "l'équipement des ménages au début de 1971". Collections de l'INSEE, M. N° 12).
- (6) - dépenses corrigées de l'évolution des prix entre 1965 et 1970.

OCCUPATION DU TEMPS DE LOISIR

- Dépenses des ménages et taux d'équipement suivant la C.S.P. du chef de ménage -

(en Francs)

	EXPLOITANTS AGRICOLES			SALARIES AGRICOLES			PATRONS DE L'INDUSTRIE ET DU COMMERCE PROFESSIONS LIBER. CADRES SUPERIEURS			CADRES MOYENS			EMPLOYES			OUVRIERS			INACTIFS		
	1965	1970 (6)	Evolut. (en %)	1965	1970 (6)	Evolut. (en %)	1965	1970 (6)	Evolut. (en %)	1965	1970 (6)	Evolut. (en %)	1965	1970 (6)	Evolut. (en %)	1965	1970 (6)	Evolut. (en %)	1965	1970 (6)	Evolut. (en %)
. Radio, télévision, activité musicale (1)	138,1	210,6	10,5	168,3	130,4	-4,5	311,0	346,4	2,3	301,1	293,1	-0,5	295,8	253,9	-2,8	261,7	268,4	0,5	149,6	135,2	-1,9
. Lecture (2)	83,4	113,9	7,3	84,9	91,9	1,7	352,5	359,8	0,4	375,8	343,0	-1,8	226,4	194,4	-2,8	143,9	169,5	3,6	111,1	109,9	-0,2
. Pratique d'un sport (3).....	43,0	30,1	-6,0	24,6	11,4	-10,8	136,2	155,3	2,8	179,9	136,2	-4,9	189,8	132,1	-6,1	104,2	72,4	-6,1	63,0	27,5	-11,3
. Spectacles	71,1	62,3	-2,5	47,8	54,5	2,8	192,9	142,7	-5,2	143,0	109,0	-4,8	106,2	92,4	-2,6	100,4	96,4	-0,8	43,6	35,4	-3,7
. Loisirs photographiques et cinématographiques (4)	0,7	7,9	210,9	2,7	-	-20,0	31,9	32,4	0,3	31,4	22,8	-5,5	5,7	9,1	11,8	4,7	4,5	-0,8	2,0	0,3	-17,1
<u>Taux d'équipement (5)</u>																					
. Télévision																					
. possession	21,0	58,5	35,7	21,7	57,1	32,6	56,9	83,0	9,2	54,9	79,5	9,0	46,6	73,1	11,4	44,9	72,4	12,2	28,8	58,4	20,6
. pas de possession	79,0	41,5	-9,5	78,3	42,9	-9,0	43,1	17,0	-12,1	45,1	20,5	-10,9	53,4	26,9	-9,9	55,1	27,6	-10,0	71,2	41,6	-8,3
. Electrophones, Tourne-disques																					
. possession	10,2	23,3	25,7	8,0	16,6	21,5	53,5	66,5	5,0	60,4	68,2	2,6	45,0	54,7	4,3	30,0	41,8	7,9	13,1	17,0	6,0
. pas de possession	89,8	76,7	-2,9	92,0	83,4	-1,9	46,5	33,5	-5,6	39,6	31,8	-3,9	55,0	45,3	-3,5	70,0	58,2	-3,4	86,9	83,0	-0,9

- (1) - L'indicateur de ce groupe d'activités est ici un ensemble de dépenses représentant les achats de radios, télévisions, électrophones, disques et bandes magnétiques (y compris aussi, parce qu'il n'a pas été possible de les exclure, les achats de films).
- (2) - mesurée par les achats de livres, journaux, revues et papeterie.
- (3) - recense les achats d'articles de sports et de jouets.
- (4) - mesurés par les achats d'appareils de photo et de caméras.
- (5) - les taux d'équipement pour la radio ne sont plus publiés depuis 1962, parce qu'ils ont très peu varié depuis cette époque, le taux de saturation ayant été approximativement atteint à cette date (SOURCE : "l'équipement des ménages au début de 1971" - Collections de l'INSEE, M. N° 12).
- (6) - Dépenses corrigées de l'évolution des prix entre 1965 et 1970.

REFERENCES

ATTALI (J.).- *La parole et l'outil*. Col. Economie en liberté, PUF, 1975.

BAUDRILLARD (J.).- *Le système des objets*. Col. Les essais, Gallimard, 1968.

BAUDRILLARD (J.).- *Pour une critique de l'économie politique du signe*. Col. Les essais, Gallimard, 1972.

BECKER (G.S.).- A theory of the allocation of time, *the Economic Journal*, 75, n° 299, septembre 1965, pp. 493-517.

BENARD (J.).- *Comptabilité nationale et modèles de politique économique*. Col. Thémis, PUF, 1972.

BERNARD-BECHARIES (J.F.).- Budget-temps et choix d'activité, *Consommation*, n° 1, 1971, pp. 73-104.

BERNARD-BECHARIES (J.F.).- Théorie du consommateur et pratique du marketing, *Revue Française du Marketing*, n° 42, 1er trimestre 1972, pp. 3-26.

BOLTANSKI (L.).- Taxinomies populaires, taxinomies savantes : les objets de consommation et leur classement, *Revue Française de Sociologie*, 11, 1970, pp. 33-44.

- BOURDIEU (P.).- *Esquisse d'une théorie de la pratique*, Droz, Genève, 1972.
- CREDOC.- Tableau général de la consommation des Français de 1950 à 1960, *Consommation*, n° 3-4, juillet-décembre 1961.
- DEBREU (G.).- *Théorie de la valeur*, Wiley, 1959, Traduction française, Dunod, 1966.
- DESCE (J.), & FOULON (A.).- La consommation élargie, *Consommation*, n° 3, 1971, pp. 3-26.
- DUESENBERY (J.S.).- *Income, saving and the theory of consumer behavior*, Cambridge, Harvard Un. Press, 1949.
- DUPUY (J.P.).- Innovation et obsolescence psychologique : essai de formalisation dans le cadre d'une économie de marché, *Cahiers du Séminaire d'Econométrie, CNRS*, n° 15, 1974, pp. 123-142.
- DUPUY (J.P.).- Valeur sociale et encombrement du temps, *Monographies du Séminaire d'Econométrie, CNRS*, n° 11, 1975.
- FAIVRE (J.Ph.) & SCHWOERER (J.).- Une nouvelle approche des choix des consommateurs : le modèle Trade-off. Une application au marché des magnétophones stéréophoniques, *Revue Française du Marketing*, n° 55, mars-avril 1975, pp. 33-53.
- GINTIS (H.).- Consumer behavior and the concept of sovereignty : explanation of social decay, *American economic review*, avril 1972, pp. 267-278.
- GINTIS (H.).- Welfare criteria with endogenous preferences : the economics of education, *International Economic Review*, 15, n° 2, 1974, pp. 415-430.
- HOUZEL (Y.).- *Essai critique sur l'analyse des budgets de famille*, Thèse de Doctorat d'Etat, Université de Nice, 1974.
- ILLICH (I.).- *La convivialité*, Ed. du Seuil, 1973.

IRIBARNE (Ph. d').- La consommation et le bien-être. Approche psycho-socio-économique, *Revue d'Economie Politique*, 82, n° 1, janvier-février 1972, pp. 25-64.

IRIBARNE (Ph. d').- *Le gaspillage et le désir*, Fayard, 1975.

IRIBARNE (Ph. d').- Les mécanismes du bien-être, *Economie appliquée*, 27, n° 4, 1974, pp. 615-639.

IRIBARNE (Ph. d'), HO THAM KCUIE (F.), MACE (Y.) & MIRABEL (A.).- *Les consommations alimentaires. Approche psycho-socio-économique*, ronéo, CEREBE, déc. 1972.

KENDE (P.).- *Conclusion des travaux exploratoires sur le concept de mode de vie*, rapport CORDES, ronéoté, 1973.

KENDE (P.).- Vers une évaluation de la consommation réelle des ménages, *Consommation*, n° 2, 1975.

LAGOUYETE (J.P.).- Préférences multidimensionnelles d'environnement : possibilités et limites des politiques de la puissance publique, *Economies et Sociétés, Cahiers de l'ISEA*, F. 25, septembre 1973, pp. 1 707-63.

LANCASTER (K.J.).- A new approach to consumer behavior, *Journal of Political Economy*, 74, n° 2, avril 1966, pp. 132-157.

LANCASTER (K.J.).- *Consumer Demand : A new approach*, Columbia Un. Press, 1971.

LEMEL (Y.).- Les budgets-temps des citadins, *Collections de l'INSEE*, M. 33, mars 1974, 71 p.

L'HARDY (Ph.) & VILLENEUVE (A.).- Les comportements des consommateurs d'après l'enquête "budgets de famille" de 1963, *Etudes et Conjoncture*, n° 10, octobre 1968, pp. 3-82.

LINDER (S.B.).- *The Harried Leisure class*, Columbia Un. Press, 1970.

NIAUDET (J.).- L'évolution de la consommation des ménages de 1959 à 1970, *Consommation*, n° 4, octobre-décembre 1972, 118 p.

PASCAUD (F.).- La consommation des ménages de 1959 à 1972, *Collections de l'INSEE*, M. 35, juin 1974, 171 p.

RUYER (R.).- Nutrition psychique, ostentation, prestige, *Economies et Sociétés, Cahiers de l'ISEA*, II, 4, avril 1968, pp. 729-757.

SCARDIGLI (V.).- *Modes de vie et inégalités : éléments pour une prospective du changement social*, ronéo, CREDOC, 1974.

SCARDIGLI (V.).- *Modes de vie 1985*, ronéo, CREDOC, 1973.

SPENCE (M.).- Job Market Signaling, *Quarterly Journal of Economics*, n° 3, août 1973, pp. 355-374.

TABARD (N.).- Consommation et statut social, *Consommation*, n° 2, 1972, pp. 41-65.

VEBLEN (T.).- *Théorie de la classe de loisir*, 1899, Traduction française, Gallimard, 1969.

21 NOV. 1975

Tex - n^o 1
2

