

4 Consommation des ménages

En 2016, la dépense de consommation des ménages accélère nettement : + 2,3 % en volume après + 1,4 % en 2015. Dans un contexte de stabilisation des prix (- 0,1 % en 2016 après + 0,3 %), la dépense de consommation des ménages en valeur progresse également à un rythme supérieur à celui de 2015 : + 2,2 % après + 1,7 %.

La reprise des achats de voitures initiée en 2015 se confirme en 2016 : + 7,2 % en volume après + 5,5 %. Ce mouvement concerne aussi bien le marché des voitures neuves que celui de l'occasion (respectivement + 6,5 % et + 8,2 % en volume en 2016). Comme en 2015, les ménages se sont orientés davantage vers les voitures à essence : le recul du nombre d'immatriculations des voitures diesel, minoritaires depuis 2015, reste prononcé (- 8,2 % après - 14,8 % en 2015) alors que celui des voitures à essence progresse vivement (+ 4,1 % après + 21,8 % en 2015). Les ménages privilégient toujours les petites cylindrées (5 chevaux et moins), mais leur part diminue en 2016 (- 3,1 points).

En 2016, la dépense de consommation en biens et services de l'économie de l'information retrouve le chemin de la croissance, après s'être repliée chaque année depuis 2009 : + 0,9 % en volume après un recul de 0,2 % en 2015. Ce retour à la croissance est imputable en premier lieu aux services de télécommunications (+ 1,1 % en volume après + 0,6 % en 2015) dans un contexte de stabilité des prix (+ 0,1 %). Les communications et les SMS ont augmenté en quantité (respectivement + 5,0 % et + 2,3 %), alors que la croissance de l'internet mobile reste très forte (+ 76,2 % après + 83,5 % en 2015). À l'inverse, l'édition poursuit son repli au même rythme qu'en 2015 (- 1,6 % en volume). De même, la distribution de films est, cette année encore, en retrait, mais dans une moindre ampleur qu'en 2015 (- 0,5 % après - 3,6 % en 2015) en raison notamment de la forte fréquentation des salles de cinémas en 2016 (+ 4,0 %, 50 films ont dépassé le million d'entrées en 2016) et de la très forte croissance du marché numérique portée par l'essor du *streaming* (+ 37 % en valeur).

Les loyers freinent conjointement en volume et en prix. En volume, les loyers évoluent ainsi de + 1,1 % après + 1,2 % en 2015, et les prix évoluent de + 0,2 % après + 0,5 % en 2015. En valeur, les loyers ralentissent : ils progressent de + 1,3 % en 2016 après + 1,7 % en 2015.

En 2016, les dépenses des ménages en produits énergétiques poursuivent leur hausse :

+ 2,8 % en volume après + 2,0 % en 2015, et après le repli de 9,5 % en 2014. La consommation en électricité progresse de 2,8 % après + 3,4 % en 2015, celle de gaz de 3,8 % après + 1,3 % en 2015 en raison notamment d'un mois de décembre 2016 particulièrement froid qui a vu une hausse des quantités livrées de 36 %. Malgré la poursuite de l'augmentation des volumes (+ 1,1 % après + 1,3 % en 2015), la consommation en carburants et lubrifiants chute en valeur en 2016, comme en 2015, en raison de la baisse des prix du pétrole (- 5,2 %) directement liée aux évolutions des prix du baril de pétrole qui sont en net repli en 2016, comme en 2015, malgré la remontée des prix au quatrième trimestre. Ce recul s'est diffusé à l'ensemble des produits pétroliers.

À l'exception des achats de viandes, de poissons et d'huiles et graisses animales qui se replient en 2016 (- 2,5 % en volume après - 1,9 % en 2015), toutes les autres consommations de produits alimentaires progressent en volume, notamment les conserves de fruits et légumes (+ 2,3 % après + 2,5 % en 2015) et les autres produits alimentaires soutenus par les compléments alimentaires et les plats préparés (+ 3,1 % après + 3,3 % en 2015). Les prix des produits alimentaires (hors boissons alcoolisées et tabac) accélèrent (+ 1,0 % après + 0,4 %), en lien avec le mouvement sur les prix des fruits frais (+ 5,8 % après + 4,8 %) et malgré la forte décélération du prix des légumes frais (+ 0,9 % après + 4,3 % en 2015). En valeur, la consommation de produits alimentaires (hors boissons alcoolisées et tabac) accélère en 2016 : + 2,4 % après + 1,3 %.

La baisse de la consommation de tabac, marquée entre 2012 et 2014, est enrayerée depuis 2015 : la consommation poursuit sa hausse (+ 1,1 % en volume après + 1,3 % en 2015) dans un contexte de stabilisation des prix (+ 0,1 % après + 0,3 %).

La consommation en services financiers recule massivement en 2016 en raison d'une chute des prix (- 2,9 % après une croissance dynamique de + 6,3 % en 2015). Les volumes croissent au même rythme que l'an passé (+ 1,4 % en volume après + 1,3 % en 2015 et + 2,0 % en 2014). Ce sont les prix des services d'assurance-vie (- 9,3 % après + 9,4 %) et des services d'intermédiation financière (Sifim) (- 13,4 % après + 24,5 %) qui sont à l'origine de cette baisse des prix. ■

Consommation des ménages 4

1. Consommation des ménages par fonction

	évolution en volume au prix de l'année précédente, en %					Coefficients budgétaires ¹
	2012	2013	2014	2015	2016	
Alimentation et boissons non alcoolisées	0,5	1,2	1,1	1,0	1,2	10,1
Boissons alcoolisées et tabac	-2,1	-2,9	-2,7	1,4	0,7	2,6
Articles d'habillement et chaussures	-2,2	-0,8	1,1	1,1	-0,7	2,9
Logement, chauffage, éclairage	1,9	0,9	-1,2	1,1	1,3	19,7
<i>dont : loyers réels et imputés</i>	1,2	1,0	1,2	1,2	1,1	14,3
<i>chauffage, éclairage</i>	7,1	1,8	-11,7	2,2	2,5	3,1
Équipement du logement	-1,6	-1,6	0,3	1,2	1,2	3,7
Santé	2,2	1,7	1,7	2,0	2,6	3,1
Transports	-4,0	-2,0	-0,5	2,5	4,1	9,9
<i>dont : achats de voitures neuves et d'occasion</i>	-10,5	-8,1	-2,1	5,4	7,3	2,4
<i>carburants, lubrifiants</i>	-1,6	-1,4	0,2	1,6	2,0	2,1
Communication ²	10,9	14,5	4,8	4,2	4,1	1,9
Loisirs et culture ²	-1,3	-1,6	1,5	1,2	2,8	6,4
Éducation	2,9	4,3	1,4	2,6	2,1	0,7
Hôtels, cafés et restaurants	-0,8	-1,2	1,6	0,4	3,0	5,2
Autres biens et services	0,2	1,8	1,7	1,0	0,7	9,1
<i>dont assurances</i>	0,3	4,1	0,9	1,3	2,5	3,2
Correction territoriale ³	45,5	-4,9	-38,5	-2,0	-78,6	-0,1
Dépense de consommation des ménages	-0,3	0,5	0,7	1,4	2,3	75,2
Dépense de consommation des ISBLSM⁴	0,7	1,0	2,6	2,2	1,0	3,0
Dépense de consommation individualisable des APU	1,7	1,4	2,1	1,5	1,6	21,8
<i>dont : logement</i>	0,7	2,1	0,8	0,9	2,3	1,0
<i>santé</i>	2,7	2,5	3,7	2,8	2,8	10,0
<i>éducation</i>	0,4	0,4	0,9	0,5	0,6	6,1
Consommation effective des ménages	0,2	0,7	1,1	1,4	2,1	100,0

1. Part de la consommation en valeur relative à un produit ou groupe de produits particulier dans la consommation effective totale.

2. Ces postes comprennent les principaux produits concernés par l'économie de l'information (ei).

3. La correction territoriale représente les dépenses des résidents à l'étranger moins les dépenses des non-résidents en France.

4. Les institutions sans but lucratif au service des ménages (ISBLSM) regroupent l'ensemble des unités privées dotées de la personnalité juridique qui produisent des biens et services non marchands au profit des ménages.

Champ : France.

Source : Insee, comptes nationaux, base 2010.

2. Consommation effective des ménages par catégorie de produits classés selon leur durabilité

	évolution en volume au prix de l'année précédente, en %					Coefficients budgétaires ¹
	2012	2013	2014	2015	2016	
Biens durables ²	-3,8	-2,2	1,5	4,4	5,8	6,5
Biens semi-durables ³	-2,2	-0,7	1,3	1,7	0,0	5,8
Biens non durables	0,9	0,5	-0,8	1,4	1,4	24,0
Services	0,6	1,3	1,8	1,1	2,1	63,7
Ensemble	0,2	0,7	1,1	1,4	2,1	100,0

1. Part de la consommation en valeur relative à un produit ou groupe de produits particulier dans la consommation totale.

2. Véhicules, meubles, équipement ménager ou de loisir.

3. Textile, habillement, autres biens semi-durables.

Champ : France.

Source : Insee, comptes nationaux, base 2010.