

Economie – Chapitre 6 -

Comment les ménages choisissent-ils entre consommer et épargner ?

- Découvrir -



QR code : Google drive classe

JE DOIS CONNAITRE :

- Les déterminants de la consommation et de l'épargne.



Carole et Philippe Martinet sont mariés depuis 18 ans ; ils ont 3 enfants, âgés de 8 ans, 10 ans et 16 ans. Philippe est mécanicien dans le garage d'un concessionnaire automobile. Carole est assistante maternelle à domicile.

Le revenu disponible du ménage est de 2 600 € par mois, dont une grande partie est consacrée à la consommation de biens et services. Chaque mois, le ménage épargne une petite somme d'argent.

I. LA RESOLUTION DU PROBLEME ECONOMIQUE DES MENAGES



La famille Martinet dépense une grande partie de son revenu disponible ; le reste est placé. Cependant, parents et enfants ont une approche complètement opposée vis-à-vis de la consommation : les parents planifient leurs dépenses sur le long terme et épargnent une partie de leur revenu en prévision d'achats importants ou pour faire face aux périodes difficiles ; les enfants vivent au jour le jour, ils consomment tout l'argent dont ils disposent.

Rappelez ce qu'est le revenu disponible d'un ménage.

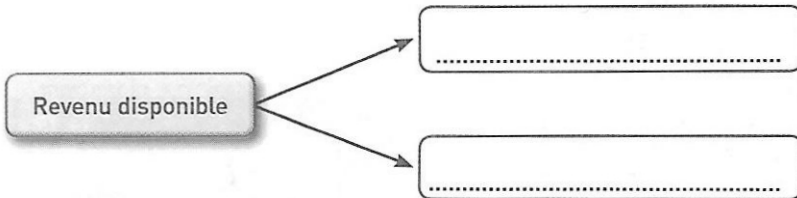
.....
.....
.....

Document 1

Le revenu disponible est le revenu qui sert à consommer et épargner. La consommation finale est l'opération économique qui consiste en l'acquisition de biens et de services pour satisfaire les besoins des ménages. À côté de cette consommation finale

financée intégralement par les ménages s'ajoutent les biens et les services non marchands, qui sont fournis gratuitement ou quasi gratuitement (à un prix inférieur à 50 % du coût de production) par les collectivités et financés par les prélèvements obligatoires.

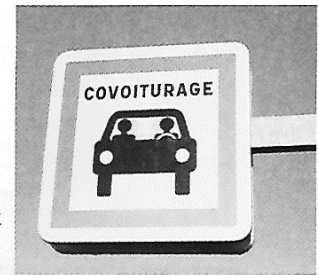
1. Quelles sont les 2 utilisations possibles du revenu disponible ?



Document 2

Les ménages ont un nombre potentiellement infini de besoins qu'ils pourraient satisfaire à travers la consommation, mais leurs ressources sont limitées. Le problème économique des ménages est donc d'arbitrer entre leurs différents besoins, afin de tirer de leur consommation la plus grande satisfaction possible. Ils peuvent choisir de consommer immédiatement ou bien épargner pour être en mesure de consommer plus tard.

Deux paramètres déterminent la contrainte de ressource des ménages : le prix des biens, et le revenu disponible. Cette contrainte les oblige à faire des choix. Ainsi, la hausse des prix des carburants a poussé un nombre important de Français à réduire leurs déplacements ou à envisager des solutions de covoiturage.



2. Quel est le problème économique des ménages ? Comment arrivent-ils à le résoudre ?

.....

3. En quoi les revenus et les prix sont-ils des éléments déterminants du comportement des consommateurs ?

.....

4. Montrez comment le prix de l'essence a modifié les habitudes de consommation.

.....

II. LES DETERMINANTS SOCIOCULTURELS DE LA CONSOMMATION



Une fois par semaine, Carole fait les courses à l'hypermarché ; elle s'intéresse aux produits en promotion et aux formats familiaux. Philippe, qui partage avec ses collègues mécaniciens la passion des courses automobiles, s'est offert une place pour le Grand Prix de formule 1 en Belgique. Le fils aîné des Martinet, quant à lui, aimerait avoir un smartphone, comme certains de ses camarades de lycée.

Document 3

Dis-moi ce que tu consommes, ce que tu écoutes ou ce que tu portes et je te dirai de quel milieu social tu viens. Si la consommation est dictée par des impératifs économiques, elle est aussi influencée par des facteurs sociaux et culturels. Les goûts et les préférences des individus sont largement modelés par leur milieu d'origine et les valeurs qu'il véhicule.

La consommation alimentaire est, sur ce point, assez révélatrice : les ouvriers considèrent le corps comme un simple outil de travail, que la nourriture doit rendre suffisamment

fort. Les cadres, au contraire, voient le corps comme une fin en soi. D'où l'idéal de minceur, que la nourriture saine et les pratiques sportives doivent contribuer à atteindre.

Mais la consommation ne tend pas uniquement à la satisfaction privée des besoins. Consommer, notamment des biens de luxe, est un acte social. Cela permet de montrer ou de faire croire qu'on a les moyens. Un nouveau produit est d'abord consommé par les membres d'un groupe dit de référence, pour montrer leur position sociale. Cette consommation est qualifiée d'ostentatoire.

5. Retrouvez les facteurs socioculturels qui ont une influence sur la consommation.

.....

.....

.....

6. Donnez des exemples de consommation ostentatoire.

.....

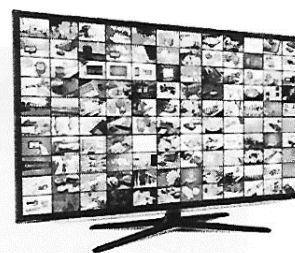
.....

.....

Document 4

Au-delà des seules inégalités de revenus, le capital culturel, sanctionné par le diplôme, joue toujours un rôle central. L'homogénéisation de certaines consommations s'accompagne néanmoins de pratiques différentes. Ainsi, la télévision est devenue, et de loin, le principal loisir de tous les Français (22 heures en moyenne par semaine), quelle que soit leur appartenance sociale. Mais les durées d'écoute (24 heures pour les ouvriers non qualifiés et 14 heures pour les cadres) et les types d'émissions regardées diffèrent. Même chose pour la lecture. Les

pratiques culturelles, au sens étroit du mot culture (théâtre, opéra, musées), restent en revanche très distinctives. Les inégalités d'accès à la culture entre catégories sociales résident moins dans des éléments matériels comme le niveau de vie que culturels tels le diplôme, la maîtrise de la langue et de l'écrit ou le milieu familial.



www.inegalites.fr

7. Identifiez les facteurs qui conditionnent les pratiques culturelles.

.....

.....

.....

8. La démocratisation des biens de consommation entraîne-t-elle nécessairement une homogénéisation des pratiques chez les consommateurs ?

Document 5


Un objet connecté est un objet électronique communicant sans fil et partageant des informations avec un ordinateur, une tablette électronique ou tout autre appareil. Le marché français des objets connectés est estimé à 500 millions d'euros pour 2016. D'ici 2018, ce sont 445 millions d'objets connectés qui devraient être utilisés en France.





Les objets connectés proposés à l'heure actuelle sont étudiés pour simplifier le quotidien. Ils sont essentiellement orientés santé et bien-être. De fait, les objets les plus courants sont des bracelets qui évaluent les performances physiques et sportives ou qui surveillent la tension, des brosses à dents connectées, des balances intelligentes ou des fourchettes étudiées pour contrer l'obésité. De plus en plus d'objets permettent de nous faire gagner du temps, nous éviter d'oublier certaines tâches ou de perdre des objets, nous divertir, surveiller notre maison et nous prévenir en cas d'intrusion.

Document 6

Les objets connectés, on en parle beaucoup, ils sont partout... Mais qui les achète ? Si la popularité de ces objets est en partie due au fait que le phénomène touche toutes les générations et toutes les catégories socioprofessionnelles, on peut néanmoins dégager un profil type de l'utilisateur d'un objet connecté :

 Personnes percevant des revenus sup. à 1 500 € (27 %)

 Les hommes (26 %)

 Région parisienne (26 %)

 Les CSP+* (26 %)

* catégories socio-professionnelles favorisées

Ce profil correspond à celui des *early adopters*. Ce sont des personnes qui ont pour habitude d'acheter presque systématiquement les nouveaux produits d'une catégorie de produits donnés, et qui sont surtout présents dans les produits high-tech et dans l'informatique.

L'utilisateur d'objets connectés a une approche assez conventionnelle : il privilégie l'aspect pratique, et attend de l'objet qu'il lui « simplifie la vie ». Les objets connectés ne sont pas considérés comme des gadgets.

9. Dressez le profil type d'un utilisateur d'objets connectés.

.....

.....

.....

10. En prenant exemple sur les objets connectés, montrez que la consommation d'un bien ou d'un service ne dépend pas seulement de critères économiques.

III. LES CHOIX D'ÉPARGNE



Carole et Philippe envisagent d'acheter une maison l'année prochaine grâce à l'épargne qu'ils ont accumulée depuis leur mariage. Cet apport personnel leur permettra de limiter le montant de leur endettement.

Document 7

Les Français sont depuis longtemps des épargnants importants et ils ont toujours figuré dans le trio de tête en Europe, avec les Allemands et les Belges. Mais ils sont en train de se hisser peu à peu à la première place.

Cette tendance s'explique par plusieurs facteurs, que l'on peut résumer en trois mots : anxiété, fiscalité, immobilier. Le taux de chômage demeure important dans notre pays et surtout ne baisse pas. Les perspectives d'augmentation des salaires sont également très faibles, ce qui incite à épargner. C'est un phénomène classique : dès que survient une crise économique, il y a mécaniquement une hausse du taux de l'épargne.

Mais en France, un peu plus qu'ailleurs sans doute, les gens sont inquiets face à l'avenir. Ils mettent donc plus d'argent de côté, notamment pour aider leurs enfants. Rien que dans l'assurance-vie, la collecte est positive d'environ 10 milliards d'euros depuis le début de l'année.

Recueilli par Jean-Claude Bourbon, *La Croix*, 28/08/14.



11. Quelles sont les raisons qui poussent les ménages à épargner ?

12. Dans chaque situation ci-dessous, retrouvez les déterminants de l'épargne.

Situation	Déterminants de l'épargne
Grâce à l'argent que leurs parents avaient mis de côté à leur attention, Yoann et Paola ont pu acheter un appartement lorsqu'ils ont hérité.	
La famille Ayoun souhaite acheter un logement. Chaque mois, les Ayoun effectuent un virement de 200 € sur un Plan épargne logement (PEL).	
Michel a 45 ans. L'entreprise dans laquelle il est salarié est en difficulté. Il craint de se retrouver au chômage.	
Yves et Martine ont bientôt 60 ans et sont conscients que leur revenu va fortement diminuer lorsqu'ils cesseront de travailler.	
Leila économise pour acheter une voiture neuve.	

Point-cours

