|  |
| --- |
| **1STMG ÉCONOMIE** |
| **THÈME 3 : Comment les ménages décident-ils d’affecter leur revenu ?** |
| **CHAPITRE 7****L’ARBITRAGE ENTRE CONSOMMATION ET ÉPARGNE** |

|  |
| --- |
| **Objectifs** |
| * Identifier les composantes de la consommation et de l’épargne
* Caractériser la notion d’arbitrage
 |

**CONTEXTE**

Votre nom est Tom, vous avez travaillé tout l’été dans cette cafétéria et décidez de vous offrir, grâce à votre rémunération, un iPad flambant neuf.

Votre salaire perçu sur le mois d’été travaillé s’élève à 1350€ net (salaire et pourboires confondus).

Vous avez l’intention de dépenser une partie seulement de votre revenu pour l’achat de votre iPad et d’économiser le reste pour faire face à vos dépenses personnelles (sorties ciné, fastfood,…) pour les mois à venir.

Afin de prévoir vos futurs achats, vous décidez d’élaborer votre plan de consommation.

Après cette étude, vous serez capables d’arbitrer vos choix entre épargne et consommation ainsi que de déterminer votre pouvoir d’achat.

 



1. **LA CONSOMMATION ET L’ÉPARGNE**

**MISSION 1 : Comprendre la consommation**

**Document 1 : À quoi sert la consommation ? http://www.toupie.org/Dictionnaire/Consommation.htm**

La consommation est l'utilisation de [biens](http://www.toupie.org/Dictionnaire/Bien.htm) et de ressources dont on ne peut se servir qu'en les détruisant ou en les transformant :

--pour la satisfaction des [besoins](http://www.toupie.org/Dictionnaire/Besoin.htm) ou des désirs de l'homme. C'est la consommation finale (Ex : la consommation d'eau, de nourriture)

--pour la réalisation d'autres produits ou services dans les entreprises. C'est la consommation intermédiaire (Ex : la consommation de matières premières, l'énergie...).

La consommation se distingue de l'[investissement](http://www.toupie.org/Dictionnaire/Investissement.htm) qui a une pérennité et une finalité de [production](http://www.toupie.org/Dictionnaire/Production.htm). Pour les ménages, la comptabilité [nationale](http://www.toupie.org/Dictionnaire/National.htm) ne compte en investissement que l'achat d'un logement et son entretien ; les biens durables, comme un téléviseur, un meuble ou un vêtement, sont considérés comme consommés.

Devant l'impossibilité de mesurer leur utilisation effective par les particuliers, c'est l'achat des biens et services qui est pris en compte pour mesurer la consommation dans les analyses économiques. Son évolution dans le temps est considérée comme l'un des facteurs majeurs de la [conjoncture économique](http://www.toupie.org/Dictionnaire/Conjoncture.htm).

La comptabilité nationale distingue :

**--la consommation marchande**

**--la consommation non marchande** : autoconsommation, biens collectifs (hôpitaux, écoles, services publics...)

Par extension, la consommation désigne la part des [revenus](http://www.toupie.org/Dictionnaire/Revenu.htm) des ménages qui n'est pas épargnée (la propension à consommer). Pour l'économiste [John Maynard Keynes](http://www.toupie.org/Biographies/Keynes.htm) (1883-1946), la propension à consommer diminue au fur et à mesure que les revenus augmentent (augmentation du taux d'[épargne](http://www.toupie.org/Dictionnaire/Epargne.htm)). Il en déduit la nécessité d'une [redistribution](http://www.toupie.org/Dictionnaire/Redistribution.htm) de ressources en faveur des catégories sociaux-économiques à faible revenu qui ont une forte propension à consommer, seules capables d'engendrer la [relance](http://www.toupie.org/Dictionnaire/Politique_relance.htm) économique par leur consommation.

À partir du document 1, complétez le schéma suivant :

**CONSOMMATION**

……………………………………. : pour la réalisation d’autres produits

…………………………………………….. : pour la satisfaction des besoins

**La comptabilité nationale distingue :**

La consommation…………………

La consommation …………………

|  |  |
| --- | --- |
|  | **2011** |
| **Agriculteurs** | **Artisans, commerçants, chefs d'entreprise** | **Cadres** | **Professions intermédiaires** | **Employés** | **Ouvriers** | **Retraités** | **Autres inactifs** | **Ensemble** |
| **Produits alim. et boissons** | **20,7** | **14,8** | **13,2** | **15,0** | **15,6** | **17,0** | **19,9** | **17,4** | **16,4** |
| Boissons alcoolisées et tabac | 3,2 | 2,9 | 2,2 | 2,7 | 3,3 | 4,0 | 3,0 | 3,6 | 3,0 |
| Habillement et chaussures | 3,9 | 5,7 | 5,7 | 5,7 | 5,7 | 5,5 | 3,4 | 5,3 | 5,0 |
| Logement, eau, gaz, électricité et autres combustibles | 10,2 | 11,8 | 13,3 | 14,7 | 17,6 | 17,4 | 16,6 | 23,1 | 15,7 |
| Meubles, articles de ménage et entretien courant de la maison | 6,4 | 6,8 | 6,7 | 5,3 | 5,0 | 4,9 | 6,7 | 4,5 | 5,9 |
| Santé | 1,6 | 1,5 | 1,7 | 1,6 | 1,8 | 1,6 | 2,3 | 1,8 | 1,8 |
| **Transports** | **19,8** | **20,5** | **17,5** | **19,4** | **17,3** | **18,6** | **15,0** | **12,2** | **17,4** |
| Communications | 3,7 | 3,3 | 2,6 | 3,3 | 4,1 | 3,8 | 2,9 | 4,1 | 3,3 |
| Loisirs et culture | 8,0 | 10,4 | 11,8 | 9,8 | 8,5 | 7,9 | 9,5 | 7,9 | 9,6 |
| Enseignement | 0,7 | 1,2 | 1,1 | 0,5 | 0,7 | 0,4 | 0,1 | 3,1 | 0,7 |
| Restauration et hôtels | 4,3 | 7,2 | 9,8 | 7,5 | 6,4 | 5,2 | 4,3 | 6,2 | 6,6 |
| **Biens et services divers (1)** | **17,5** | **13,7** | **14,4** | **14,3** | **14,0** | **13,8** | **16,5** | **10,8** | **14,7** |
| **Dépense totale (2)** | **100,0** | **100,0** | **100,0** | **100,0** | **100,0** | **100,0** | **100,0** | **100,0** | **100,0** |

**Mission 2 : Découvrir les déterminants économiques et non économiques de la consommation**

D’après vos recherches, vous vous apprêtez à faire de la consommation intermédiaire. Mais comment se déterminent les choix de consommation ?

**Document 2 : Vidéo** - <http://www.francetvinfo.fr/economie/votre-argent/video-consommation-l-evolution-des-prix-depuis-trente-ans_803305.html>



1. Quels sont, selon vous, les facteurs**économiques**, les éléments, qui déterminent, qui influencent, vos choix de consommation ?

Déterminant 1 :

Déterminant 2 :

Déterminant 3 :

1. Pourquoi, Tom pourrait reporter ou annuler certains achats ?
2. Quelle est la signification des lignes grisée ? Que cela signifie-t-il ?

**Document 3 : Publicité iPhone 5 :** https://www.youtube.com/watch?v=6X-Gc4MjuCM

**Document 4 : Quelles sont les marques préférées des Français?**

*MARGOT ZIEGLER* | [CONSOMMATEURS](http://www.lsa-conso.fr/consommateurs/), [MARKETING & CONSO](http://www.lsa-conso.fr/marketing-conso/), [CLASSEMENT](http://www.lsa-conso.fr/classement/)

PUBLIÉ LE 29/01/2015

Une étude sur les marques préférées des Français en 2014 vient d’être publiée, à l’occasion de la sortie du Grand livre des Marques prévue pour octobre 2015. LSA vous dévoile en avant-première les résultats de ce sondage réalisé par Toluna, analyse d'experts à l'appui. Voici le classement complet pour la grande distribution, catégorie par catégorie.

Le "Grand livre des Marques", dont la parution est prévue pour octobre 2015, et Toluna présentent une étude sur les marques préférées des Français en 2014.

Les Français apparaissent fidèles et empathiques envers les marques en 2014, d'après l’étude\* réalisée par Toluna et le Grand livre des Marques. Alors que les marques alimentaires et de [boissons](http://www.lsa-conso.fr/boissons/) séduisent plus de 55% des Français, celles des banques et des assurances emportent moins de 20% des suffrages...

Etonnant ? Pas tant que cela, selon Charles Lepeu, directeur de la publication du *Grand livre des Marques*, et Phlippe Guilbert, directeur général de Toluna ([lire l'interview ci-dessous](http://www.lsa-conso.fr/quelles-sont-les-marques-preferees-des-francais%2C199012#avis-expert)). Dans un contexte morose, les consommateurs cherchent des plaisirs simples, de la convivialité et du réconfort. Des valeurs que les marques alimentaires véhiculent davantage que les banques ou les assurances, plus austères, voire anxiogènes...

Et la marque préférée des Français est…

Lu ! La marque de biscuits garde sa place de Numéro 1 au classement des marques préférées des Français. Arrivent en seconde place [Panzani](http://www.lsa-conso.fr/panzani/), puis Danette. Des marques "refuge" pour les consommateurs. Pour rappel, en 2012, date de la précédente étude, [Yoplait](http://www.lsa-conso.fr/yoplait/) se positionnait en seconde place et [Google](http://www.lsa-conso.fr/google/) en troisième place. Voici le podium 2014 par secteur :

- Alimentation : Lu, Panzani, Danette

- Boissons : Cristalline, Tropicana et Evian

- Entretien :  Mr Propre, Cif et St Marc

- Hygiène-beauté-santé : Nivea, Le petit Marseillais et [Philips](http://www.lsa-conso.fr/philips/)

- Habillement-Mode : Levi's, [Dim](http://www.lsa-conso.fr/dbapparel/dim/), Ray-Ban

- Sport : [Adidas](http://www.lsa-conso.fr/adidas/), [Nike](http://www.lsa-conso.fr/nike/), [Puma](http://www.lsa-conso.fr/puma/)

- Loisirs : [M6](http://www.lsa-conso.fr/m6/), Monopoli, Disney

1. Quels sont, selon vous, les facteurs**nonéconomiques**, les éléments, qui déterminent, qui influencent, vos choix de consommation ?

Déterminant 1 :

Déterminant 2 :

Déterminant 3 :

Déterminant 4 :

1. Grâce à quel(s) facteur(s) Tom a fait des choix non économiques de consommation ?

**Mission 3 : Comprendre l’épargne**

**Document 1 : Vidéo**: Dr CAC https://www.youtube.com/watch?v=4OAtAI1Z3b4

**Document 2**: Évolution du taux d’épargne des ménages en 2015.*Insee*

**Taux d'épargne des ménages en 2015**

|  |
| --- |
| *en %* |
|  | **Taux d'épargne (1)** | **Taux d'épargne financière (2)** | **Taux d'investissement en logement (3)** |
| **2000** | 14,8 | 6,0 | 8,9 |
| **2001** | 15,3 | 6,2 | 8,8 |
| **2002** | 16,3 | 6,9 | 8,9 |
| **2003** | 15,6 | 5,9 | 9,2 |
| **2004** | 15,8 | 5,4 | 9,5 |
| **2005** | 14,5 | 4,1 | 9,9 |
| **2006** | 14,6 | 4,0 | 10,5 |
| **2007** | 15,1 | 4,4 | 10,7 |
| **2008** | 15,0 | 4,2 | 10,6 |
| **2009** | 16,2 | 7,1 | 9,1 |
| **2010** | 15,8 | 6,5 | 9,2 |
| **2011** | 15,6 | 6,1 | 9,3 |
| **2012** | 15,1 | 5,6 | 9,2 |
| **2013 (r)** | 14,3 | 5,0 | 9,1 |
| **2014 (r)** | 14,4 | 5,2 | 8,8 |
| **2015** | 14,5 | 5,5 | 8,6 |

**Document 3 : Les déterminants de l’épargne des ménages***Dictionnaire d’économie et de sciences sociales - HATIER*

1. Définissez l’épargne des ménages
2. Quels sont les différents types d’épargne ? Expliquez

-

-

-

1. Qu’est-ce que, selon vous l’épargne financière ? À quoi sert-elle ?
2. Quelle différence faites-vous entre « taux d’épargne » et « taux d’épargne financière » ? Pourquoi ?
3. Selon le schéma, quels sont les déterminants de l’épargne favorables et défavorables ? Classez-les en deux colonnes.
4. À partir de quel déterminant principal, l’épargne est-elle possible ?
5. **VOTRE PLAN DE CONSOMMATION (à faire en TD)**

**Mission 1/ Caractériser sa consommation**

|  |  |
| --- | --- |
| Caractéristiques de la consommation iPad |  |
| Consommation immédiate ou différée |  |
| Définition de l’argent non utilisé pour l’achat |  |

**Mission 2/ Identifier les déterminants de la consommation**

1. En fonction de quels critères allez-vous choisir l’iPad ?
2. Classez-les dans l’ordre de vos préférences

**Mission 3/ Identifier les déterminants de l’épargne**

1. Qualifiez les éléments qui vont influencer vos choix d’épargne.
2. Classez-les par catégories

**Mission 4/ Appliquer**

Dans le ficher Excel déposé à votre attention, vous trouverez un tableur dans lequel vous devrez élaborer votre budget et expliquer ce que cela représente par rapport au prix de l’iPad (coefficient)