



## **Il a vraiment augmenté le pouvoir d'achat ?**

**« Non, peut-être »<sup>1 2</sup>**

*par Philippe DEFEYT - janvier 2019*

*“Toute femme portait jadis une robe bleue ou noire qu'elle gardait dix ans sans la laver, de peur qu'elle ne s'en allât en lambeaux. Aujourd'hui, son mari, pauvre ouvrier, au prix d'une journée de travail, la couvre d'un vêtement de fleurs. Tout ce peuple de femmes, qui présente sur nos promenades une éblouissante iris de mille couleurs, naguère était en deuil.”*  
Jules Michelet, 1846<sup>3</sup>

*“Les habitudes de bien-être se sont introduites chez l'ouvrier mineur et certaines dépenses, considérées comme superflues il y a vingt ans, sont actuellement considérées par lui comme indispensables à la vie. Ces dépenses se sont portées sur la viande, le lait, les oeufs, le café (...), la toilette, le cabaret. Il n'est pas rare de voir des mineurs possesseurs de bicyclettes, et les jours de fête ils n'hésitent pas à se payer des bons morceaux.”*  
Raymond Delcourt, 1906<sup>4</sup>

*“Au lieu de partir en Turquie ou en Espagne, on doit se résoudre à la Côte belge.”*  
Gary Ducran, gilet jaune, 2018<sup>5</sup>

Comme au cours des deux derniers siècles<sup>6</sup>, les vingt dernières années ont vu de nombreuses évolutions dans les modes de consommation :

1. de nouveaux produits (biens & services), de nouvelles habitudes et la diffusion de ces produits et habitudes à un nombre croissant de ménages/personnes :
  - de nouveaux produits (dont certains avaient commencé à émerger dans les années 1990) : GPS, téléphone portable puis smartphone, machine à café à dosettes/pads, ordinateur portable, tablette, raccordement à internet (puis internet à large bande et Wifi à domicile), vidéo à la demande, telebanking, ampoule LED, TV à grand écran, liseuse, diverses innovations en alimentation (ex : salades lavées et emballées, la multiplication de types de pains...), les vols low-cost<sup>7</sup>, le vélo électrique, les consommations dites collaboratives, etc.

1 Pour ceux qui ne connaîtraient pas cette expression typiquement bruxelloise, cela signifie tout le contraire : « Oui, évidemment, sûrement. », dit avec sarcasme ou ironie. Voir : [https://fr.wiktionary.org/wiki/non\\_peut-%C3%AAtre](https://fr.wiktionary.org/wiki/non_peut-%C3%AAtre)

2 Merci aux relecteurs anonymes de cette note ; son contenu final est de ma seule responsabilité bien sûr.

3 In Jules Michelet, « Le Peuple », Flammarion, Paris, 1974 (1846), p.97, cité in Jean-Claude Daumas p.7 (voir note 6 ci-après).

4 In Raymond Delcourt, « De la condition des ouvriers dans les mines du Nord et du Pas-de-Calais, Giard et Brière, Paris, 1906, p. 207 cité in Jean-Claude Daumas p.162 (voir note 6 ci-après).

5 « [Quantre gilets jaunes témoignent](#) », La Libre, 26.11.18

6 Voir, à cet égard, le passionnant ouvrage de Jean-Claude Daumas, « La révolution matérielle – Une histoire de la consommation – France XIX<sup>e</sup>-XXI<sup>e</sup> siècle », Flammarion, 2018

7 Par exemple, l'arrivée de Ryanair à Charleroi date de 1997 mais le développement de l'offre de destinations démarre vraiment au début des années 2000 ([https://fr.wikipedia.org/wiki/A%C3%A9roport\\_de\\_Charleroi-Bruxelles-Sud](https://fr.wikipedia.org/wiki/A%C3%A9roport_de_Charleroi-Bruxelles-Sud))

- de nouvelles habitudes liées à l'apparition de ces nouveaux produits (illustrations : d'autres formes d'écoute de musiques, réservations d'hôtels, le *binge watching*<sup>8</sup> de séries par internet, l'e-commerce...), le développement des city-trips, etc.

2. la diffusion de produits et comportements déjà existants à l'orée de l'an 2000 à un nombre croissant de consommateurs : augmentation de la proportion des ménages possédant un lave-vaisselle, un GSM, recours croissant aux voyages aériens pour les vacances, plus d'ordinateurs domestiques, plus de repas pris à l'extérieur, plus de voitures dont tout ou partie des dépenses ne sont pas couvertes par le travailleur, etc., etc.

*NB : Cette diffusion plus large peut bien sûr s'accompagner de changements/améliorations de certains produits, par exemple la diminution des consommations d'eau et d'électricité des lave-vaisselle.*

Le lecteur trouvera ci-après quelques illustrations de ces évolutions. En voici quelques points forts, mais j'invite le lecteur à parcourir ces graphiques et tableaux avant de reprendre le fil du texte p.6 :

*NB : La plupart des évolutions commentées ci-après reposent sur des résultats d'enquêtes. Prudence donc...*

- entre 2000 et 2016 le parc automobile total a augmenté de 20% et le nombre moyen de véhicules par ménage propriétaire de 15%
- entre 2000 et 2017 la mobilité routière (voitures) a progressé de 16%, alors que la distance moyenne parcourue par habitant est revenue quasiment à son niveau de 2000
- entre 2000 et 2016 le pourcentage de ménages propriétaires d'au moins un GSM est passé de 45% à 98%
- entre 2000 et 2018, la proportion des ménages avec un accès à internet est passé de 23% à 87%
- entre 2011 et 2018 le pourcentage de particuliers utilisant un téléphone mobile (ou smartphone) pour accéder à l'internet est passé de 17% à 69%
- entre 2016 et 2018, le pourcentage d'adultes de 18 à 75 ans possesseurs d'un smartphone est passé de 74% à 84%
- entre 2000 et 2017, le nombre de séjours touristiques de 1 à 3 nuits a augmenté de 67% (+142% pour les séjours hors Belgique) tandis que le nombre de séjours de 4 nuits et plus augmentait lui de 30% (+ 47% hors Belgique)
- entre 2000 et 2017, le nombre de voyages de 4 jours et plus effectués en avion a été multiplié par 2 (+100%)

*NB : Le taux de participation net à des vacances (calculé en tenant compte des personnes/ménages qui partent plus d'une fois sur l'année) semble orienté à la hausse et peut être estimé aujourd'hui à environ 65%. En 2015, en moyenne chaque vacancier a effectué sur l'année 2,3 séjours, court(s) et/ou long(s).*

- entre 2000 et 2016 la proportion de ménages équipés d'un lave-vaisselle a progressé de 41% à 62%
- entre 2003 et 2016 on est passé de 0% à 29% de ménages propriétaires d'une machine à café à dosettes/pads.

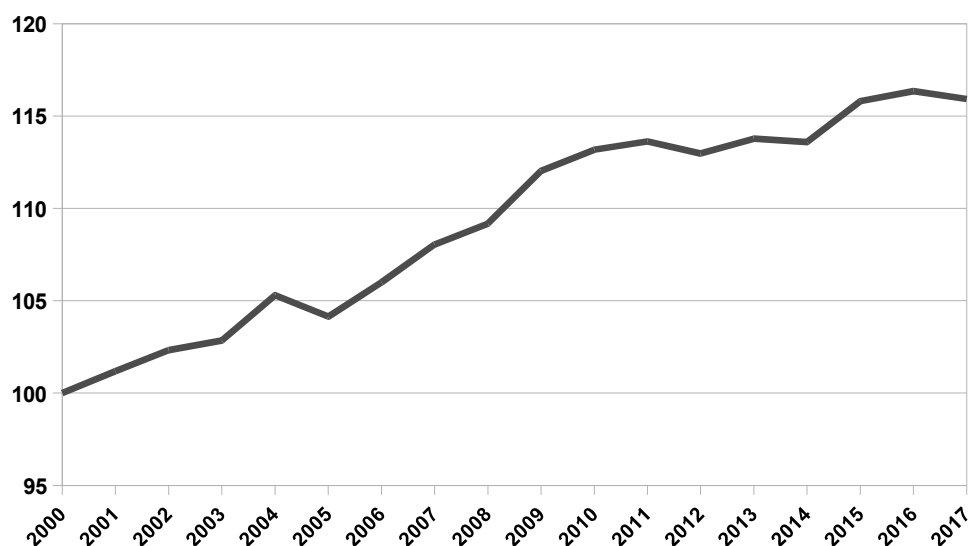
#### *Le parc automobile (sur base de l'Enquête sur le budget des ménages)*

	2000	2016	2016/2000
Parc automobile (X 1.000)	4.485	5.398	20,4%
Nombre moyen de voitures par ménage : tous ménages	1,05	1,11	5,6%
Nombre moyen de voitures par ménage propriétaire	1,17	1,35	15,1%

**Sources : BfP et StatBel – Calculs et estimations : IDD**

8 Voir : <https://fr.wikipedia.org/wiki/Binge-watching>

La mobilité automobile – milliards de km/véhicules – indice 2000=100



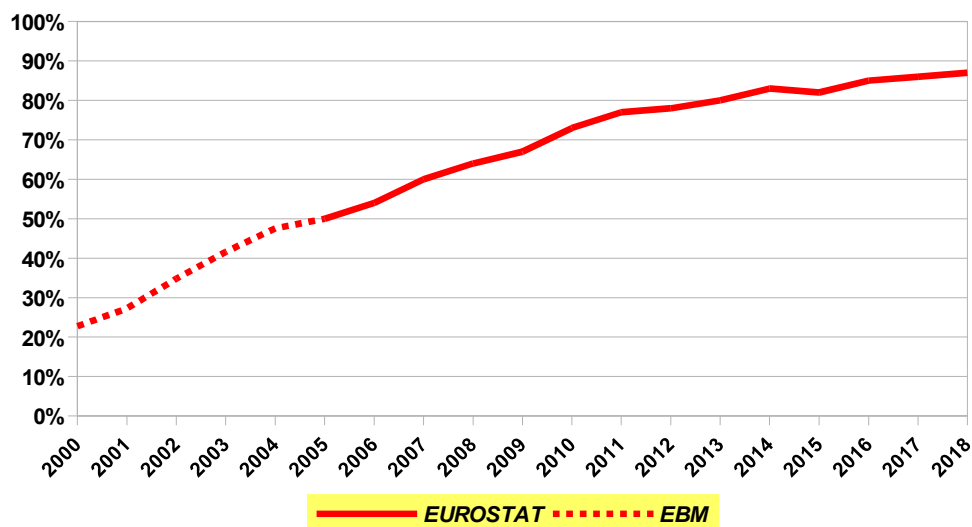
Sources : BfP et SPF Mobilité – Calculs et estimations : IDD

Quelques indicateurs de taux de possession des ménages

			2000	2005	2010	2012	2014	2016
Ordinateur personnel	Nombre moyen de biens possédés	par les ménages propriétaires	1,22	1,39	1,70			
		par tous les ménages	0,58	0,91	1,37			
	<b>Taux d'équipement</b>		<b>47,6%</b>	<b>65,8%</b>	<b>80,9%</b>			
Ordinateur fixe	Nombre moyen de biens possédés	par les ménages propriétaires				1,20	1,17	1,13
		par tous les ménages				0,68	0,55	0,46
	<b>Taux d'équipement</b>				<b>56,3%</b>	<b>47,0%</b>	<b>41,0%</b>	<b>39,0%</b>
Ordinateur portable	Nombre moyen de biens possédés	par les ménages propriétaires				1,34	1,40	1,39
		par tous les ménages				0,70	0,91	0,97
	<b>Taux d'équipement</b>				<b>52,0%</b>	<b>65,0%</b>	<b>70,0%</b>	<b>73,0%</b>
Tablette	Nombre moyen de biens possédés	par les ménages propriétaires					1,24	1,31
		par tous les ménages					0,46	0,65
	<b>Taux d'équipement</b>					<b>37,0%</b>	<b>50,0%</b>	
Raccordement internet	Nombre moyen de biens possédés	par les ménages propriétaires	1,04	1,03	1,06			
		par tous les ménages	0,25	0,55	0,82			
	<b>Taux d'équipement</b>		<b>24,4%</b>	<b>53,6%</b>	<b>76,7%</b>			
GSM/Smartphone	Nombre moyen de biens possédés	par les ménages propriétaires	1,33	1,80	1,95	1,94	1,88	1,87
		par tous les ménages	0,60	1,59	1,84	1,84	1,83	1,84
	<b>Taux d'équipement</b>		<b>45,2%</b>	<b>88,0%</b>	<b>94,2%</b>	<b>95,0%</b>	<b>97,0%</b>	<b>98,0%</b>
Lave-vaisselle	Nombre moyen de biens possédés	par les ménages propriétaires	1,01	1,01	1,01	1,01	1,02	1,01
		par tous les ménages	0,41	0,49	0,55	0,57	0,62	0,63
	<b>Taux d'équipement</b>		<b>40,8%</b>	<b>48,1%</b>	<b>54,6%</b>	<b>56,0%</b>	<b>61,0%</b>	<b>62,0%</b>

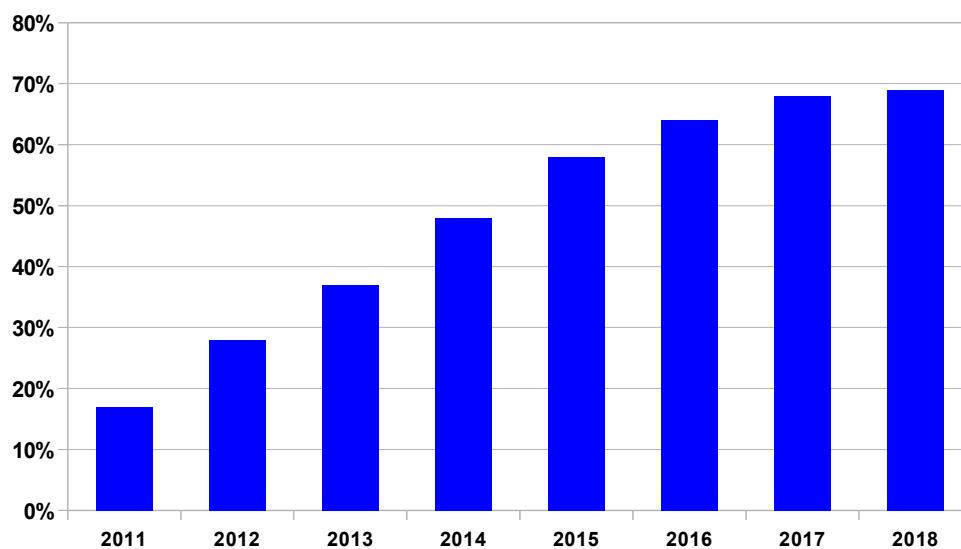
Source : StatBel

*Pourcentage de ménages raccordés à internet*



**Sources : EUROSTAT et StatBel – Calculs et estimations : IDD**

*Pourcentage de particuliers utilisant un téléphone mobile/smartphone pour accéder à l'internet – 16-74 ans*



**Sources : EUROSTAT**

*"Ecrans" - Pourcentage de personnes de 18-75 ans propriétaires*

	2016	2017	2018
Ordinateur portable	78%	81%	82%
Smartphone	74%	80%	84%
Tablette large (>9 pouces)	35%	37%	38%
Petite tablette (entre 7 et 9 pouces)	23%	26%	24%
Liseuse	10%	11%	11%

**Source : Deloitte**

*Nombre de voyages touristiques – en milliers*

	2000	2008	2015	2016	2017
<b>Toutes destinations</b>					
Voyages de 1 à 3 nuits	4.081	4.353	6.184	6.602	6.831
Voyages de 4 nuits et +	8.081	9.054	9.381	11.553	10.493
<b>Belgique</b>					
Voyages de 1 à 3 nuits	2.397	2.190	2.780	2.209	2.753
Voyages de 4 nuits et plus	1.690	1.681	1.280	1.511	1.115
<b>hors Belgique</b>					
Voyages de 1 à 3 nuits	1.684	2.163	3.404	4.393	4.077
Voyages de 4 nuits et plus	6.391	7.373	8.100	10.041	9.378
<b>dont UE (hors Belgique)</b>					
Voyages de 1 à 3 nuits	-	2.146	3.351	4.336	3.957
Voyages de 4 nuits et plus	-	5.691	6.660	8.600	7.650
<b>dont hors UE</b>					
Voyages de 1 à 3 nuits	-	17	53	56	121
Voyages de 4 nuits et plus	-	1.682	1.441	1.441	1.728

**Source : StatBel – Calculs : IDD**

*Principaux moyens de déplacement pour les vacances de 4 jours et plus*

	2000	2008	2015	2016	2017
<b>Toutes destinations</b>					
Voiture, moto, mobilhome	4.986	5.137	5.112	6.218	5.363
Avion	2.128	2.829	3.447	4.262	4.251
Autre moyen de transport	967	1.088	822	1.072	878
Total	8.081	9.054	9.381	11.553	10.493
<b>UE</b>					
Voiture, moto, mobilhome	-	4.840	4.920	6.029	5.052
Avion	-	1.526	2.252	3.045	2.902
Autre moyen de transport	-	1.006	768	1.038	810
Total	-	7.372	7.940	10.111	8.765
<b>hors UE</b>					
Voiture, moto, mobilhome	-	297	192	189	311
Avion	-	1.303	1.195	1.217	1.349
Autre moyen de transport	-	82	54	34	68
Total	-	1.682	1.441	1.441	1.728

**Source : StatBel – Calculs : IDD**

## Taux net de participation à des vacances

	2006	2007	2008	2013	2014	2015
<b>Le taux net de participation aux vacances</b>						
Région de Bruxelles-Capitale	56 %	59 %	61 %	61%	69%	68%
Région flamande	52 %	54 %	56 %	65%	62%	63%
Région wallonne	43 %	48 %	46 %	60%	54%	54%
<b>Belgique</b>	<b>49 %</b>	<b>52 %</b>	<b>53 %</b>	<b>63%</b>	<b>60%</b>	<b>60%</b>

Nombre de vacanciers par 100 habitants. Les vacances de courte et/ou de longue durée (4 nuits et +)

<b>Le taux net de participation aux vacances de longue durée</b>						
Région de Bruxelles-Capitale	53 %	52 %	59 %	57%	65%	65%
Région flamande	45 %	49 %	51 %	57%	53%	54%
Région wallonne	39 %	42 %	40 %	53%	47%	46%
<b>Belgique</b>	<b>44 %</b>	<b>47 %</b>	<b>48 %</b>	<b>56%</b>	<b>52%</b>	<b>52%</b>

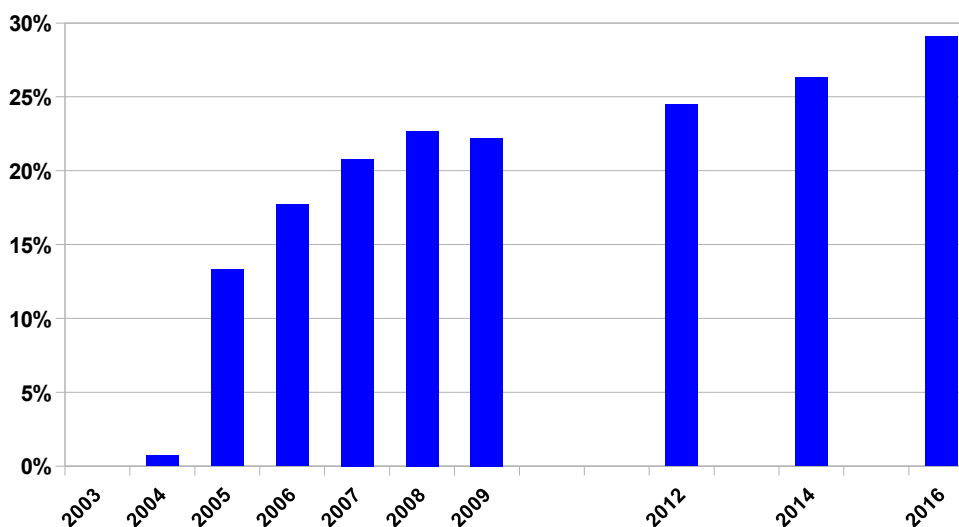
Nombre de vacanciers par 100 habitants. Les vacances sont exclusivement de longue durée (4 nuits et +)

<b>Le taux net de participation aux vacances de longue durée à l'étranger</b>						
Région de Bruxelles-Capitale	50 %	49 %	54 %	54%	62%	63%
Région flamande	38 %	42 %	44 %	52%	49%	50%
Région wallonne	34 %	39 %	36 %	50%	45%	42%
<b>Belgique</b>	<b>38 %</b>	<b>41 %</b>	<b>42 %</b>	<b>52%</b>	<b>49%</b>	<b>49%</b>

Nombre de vacanciers par 100 habitants. Les vacances sont exclusivement de longue durée à l'étranger.

Source : StatBel

## Pourcentage de ménages propriétaires d'une machine à café à dosettes/pads



Source : StatBel

J'aurais aimé pouvoir proposer des informations pour plus d'évolutions des modes de consommation mais les données manquent.

D'abord parce que beaucoup de données intéressantes sont privées et appartiennent, par exemple, aux propriétaires de réseaux sociaux ou des firmes plus traditionnelles comme Nielsen ou les distributeurs eux-mêmes. L'accès à ces données est impossible ou impayable. J'estime que ces données devraient pouvoir, à certaines conditions bien sûr, être accessibles pour la recherche et la décision publique<sup>9</sup>.

<sup>9</sup> Voir : Philippe Defeyt, « Révolution numérique : des données au service de l'intérêt général », Institut pour un Développement Durable, avril 2018(voir: <http://www.iddweb.eu/docs/DataC.pdf>)

Le secteur public des statistiques n'est lui pas à la hauteur. Les Enquêtes sur le budget des ménages ou l'Enquête sur les vacances et les voyages ne sont pas, ou pas assez en tout cas, conçues pour "traquer" les changements de tendances, de comportements, outre que StatBel semble parfois quelque peu désinvolte dans le traitement et la communication d'informations (potentiellement pertinentes (voir encadré ci-après)).

***Traquer les changements des comportements des consommateurs  
Limites et manquements de la statistique publique***

Voici quelques observations à cet égard :

L'enquête sur le budget des ménages

- les dépenses moyennes par groupe de revenus standardisés selon les quartiles ne sont plus disponibles depuis 2012
- les nomenclatures évoluent beaucoup ; StatBel ne publie pas des tableaux « raccords » ;
- sur les trois dernières enquêtes la nomenclature de la possession de biens durables est chaque fois différente et les nomenclatures sont considérablement moins détaillées que pour les enquêtes 1999-2010
- dans les tableaux relatifs aux taux de possession d'équipements, les nouveaux produits apparaissent avec retard (il faut attendre un taux de possession de tablettes de 50% pour voir apparaître ce bien dans la liste des équipements des ménages), apparaissent fugitivement (une fois pour le GPS entre 1999 et 2016) ou pas encore (comment expliquer que les panneaux photovoltaïques ne sont jamais mentionnés depuis qu'ils sont apparus ou que le vélo électrique n'apparaisse toujours pas dans l'enquête 2016 alors qu'il y a manifestement une forte tendance haussière sur ce marché qui était déjà perceptible au moment de l'enquête).

L'enquête sur les vacances et les voyages

- les données publiées ne permettent pas d'assurer/reconstituer une continuité géographique dans les destinations
- les taux de participation nets (c'est-à-dire le taux de personnes partant en vacances, indépendamment du nombre de fois où ils partent au cours d'une année) ne sont pas publiés de manière systématique (la dernière fois c'était en 2015)
- on ne peut faire la différence entre les personnes qui, structurellement, ne prennent pas de vacances et celles qui n'en n'ont pas pris l'année de l'enquête
- la présentation de certains tableaux change d'une année à l'autre ; la liste des tableaux change également
- aucune information n'est disponible sur les raisons de non prise de vacances
- la fréquence d'utilisation de l'avion pour les séjours de 3 nuits maximum n'est pas disponible alors qu'il s'agit probablement d'un segment à forte croissance.

L'apparition de nouveaux produits/comportements et/ou une diffusion plus large de produits/comportements existants doivent être mises en perspective. Voici quelques clés de lecture :

1. Certaines consommations se substituent partiellement ou totalement à d'autres, au moins auprès d'une frange plus ou moins grande des consommateurs. C'est certainement le cas, par exemple, d'une messagerie électronique qui se substitue à l'achat d'enveloppes et de timbres ou du GPS qui peut remplacer des cartes routières et des guides touristiques. Des panneaux photovoltaïques permettent des économies sur la facture d'électricité. Il y a donc ici un financement, au moins partiel, de ces nouvelles consommations par des économies sur d'autres dépenses. Mais qu'il s'agisse d'une substitution complète ou partielle, les potentialités apportées par ces nouvelles manières de répondre à un besoin (par exemple, envoyer des informations à d'autres) vont plus loin que la manière traditionnelle (la messagerie électronique permet de réagir rapidement, de contacter de nombreux interlocuteurs en une fois...)
2. Mais dans de nombreuses configurations de comportements, il s'agit de consommations additionnelles. Typiquement une TV avec un abonnement classique type Proximus ou Voo combiné avec un abonnement de vidéo à la demande type Netflix. Une ligne téléphonique fixe avec un portable/smartphone. Une voiture et un vélo électrique. Des guides touristiques papier avec un GPS. Des livres papier et des livres électroniques. Un percolateur avec une machine à café avec dosettes/pads. Une machine à laver avec un séchoir. Un ordinateur avec

un ordinateur portable et/ou une tablette et/ou un smartphone. Une étude de décembre 2018 de Deloitte explique comment les ménages en nombre croissant possesseurs de plusieurs écrans répartissent les usages possibles entre eux-ci<sup>10</sup>. On sait aussi que les outils qui permettent d'envoyer des informations à d'autres se diversifient vers des usages différents.

3. L'addition de consommations peut répondre à des logiques et dynamiques différentes : la force de l'habitude peut-être dans certains cas (pour le téléphone fixe ou le percolateur?), les ventes "forcées" (par exemple le GPS ou le conditionnement d'air livrés avec la voiture), le confort et la facilité (c'est en tout cas des avantages qu'y voient les consommateurs concernés ; typiquement le telebanking ou l'e-commerce), des besoins différenciés ou qui se différencient (regarder des films, lire ou écouter des musiques en fonction des lieux ou moments, utiliser différents modes de transport en fonction des distances ou des conditions climatiques), des baisses de prix (vols aériens par exemple) qui permettent l'accès de produits à de nouveaux consommateurs ou l'intensification de leur consommation pour ceux qui les consommaient déjà, et l'addition de "nouvelles expériences", à savoir des consommations qui ajoutent quelque chose de (vraiment?) neuf, comme par exemple la recherche d'informations sur le web. Le tout carbure aussi à la pression sociale. Enfin, possession ne vaut pas usage(s), tant les différences/inégalités sociales, économiques, culturelles, conduisent à des pratiques très diversifiées d'un ménage à l'autre, d'un consommateur à l'autre.

Ceci dit, l'"additionnalité" des consommations est contournable : par exemple, un smartphone configuré pour ce faire permet, par exemple, de remplacer le GPS dans la voiture ou des systèmes d'écoute de musiques plus traditionnels en le complétant avec une simple enceinte.

Encore quelques mots sur deux caractéristiques de certaines nouvelles consommations :

1° un coût marginal nul (vidéos à la demande, envois de sms, etc.) pour les consommations qui passent par certains types d'abonnements, ce qui modifie probablement les comportements (le *surf* intensif ne serait pas possible pour beaucoup d'utilisateurs internet en cas de paiement à la minute) ;

2° la gratuité pour certains services sur le web (je pense par exemple aux logiciels libres, aux dictionnaires, à l'accès à tout ou partie de sites d'informations ou encore les interfaces de traduction est d'un apport significatif pour satisfaire, au moins partiellement, de nombreux besoins (par exemple des travaux d'étudiants) ; a contrario la facturation de services autrefois gratuits (ou en tout cas moins visibles) comme les frais bancaires, quoique objectivement minimes, peuvent contribuer à ce sentiment d'être contraint.e.

S'ajoutant, au moins partiellement, à des dépenses plus traditionnelles (logement, chauffage, alimentation, consommations culturelles "classiques"...), même si ces consommations se transforment elles aussi, les nouvelles consommations amplifient le pouvoir d'achat (comme on parle d'une réalité amplifiée ou augmentée), donnent en quelque sorte plus de "pouvoir" (pour comparer, pour choisir, pour comprendre, pour mener à bien diverses activités, pour occuper son temps) ; on est amené à penser que ces nouvelles consommations donnent l'impression, partiellement fondée, d'abolir le temps (plus de files et livraison rapide via l'e-commerce, totale liberté dans les horaires grâce aux services en ligne comme le telebanking, dépaysement total en quelques heures d'avion), l'espace<sup>11</sup> (échanges visuels via skype, accès facilité à des destinations lointaines grâce à la démocratisation de l'avion) et les limites liées à l'âge (le plaisir de pouvoir à nouveau enfourcher un

---

10 « The Convergence of Three Screens » in « The smartphone takes the crown – Consumer usage patterns of the smartphone », Global Mobile Consumer Survey 2018, The Belgian Cut (voir : [https://mobile-consumer-survey.deloitte.be/2018\\_the-smartphone-takes-the-crown?v=1545269713000](https://mobile-consumer-survey.deloitte.be/2018_the-smartphone-takes-the-crown?v=1545269713000))

11 « La réalité amplifiée peut s'affranchir des distances pour résoudre les problèmes de façon inédite. » lit-on sur la page <https://www.accenture.com/fr-fr/insight-xr-extended-reality>. « La réalité amplifiée s'affranchit des distances pour relier l'information, les personnes et les expériences. Les plus grandes entreprises utilisent la réalité amplifiée pour résoudre certains de leurs problèmes clés. Qu'il s'agisse de la formation de leurs collaborateurs, de l'activité quotidienne ou d'expériences client immersives, la réalité amplifiée permet de réinventer l'entreprise sans être soumis aux limites de distances. »



vélo à 80 ans grâce à l'électrification ou lire un journal grâce à des caractères agrandis).

Que ceux et celles qui ne seraient toujours pas convaincu.e.s de l'augmentation au cours des vingt dernières années du pouvoir d'achat, au sens large tel que défini ci-dessus (y compris dans sa dimension « plus de facilité »), se demandent s'ils/elles sont prêt.e.s à abandonner (en fonction de leurs habitudes actuelles) leur GPS (ou des outils équivalents), leur TV à grand écran, leur tablette, leur smartphone, leur liseuse, leur connexion internet (mobile ou fixe) avec tout ce qui va avec (messagerie, telebanking, e-commerce, recherche d'informations, etc., etc.), leur vol low-cost, leur city-trip annuel, leur machine à café à dosettes/pads, leur modèle de machine à laver le linge par une machine plus énergivore, leur lave-vaisselle, leur ampoule LED par une ampoule à incandescence, leur vélo électrique, etc. Qui accepterait, par exemple, d'acheter aujourd'hui une Renault Kangoo de 2008 qui coûtait proportionnellement plus cher qu'aujourd'hui et qui consommait plus que le modèle équivalent vendu en ce début 2019<sup>12</sup> ?

Ceci posé, un malaise est souvent exprimé à propos de l'évolution du pouvoir d'achat, malaise qu'on peut résumer par le quasi universel « j'ai de moins en moins dans mon caddie » (qu'avant, pour 100 euros, etc.).

Ce malaise peut s'expliquer par les raisons suivantes :

- les parcours individuels (perte d'un emploi par exemple ou séparation d'un couple) génèrent des situations de perte de niveau de vie très marquée ; les diminutions de niveau de vie marquent plus que les augmentations ; les fluctuations individuelles du pouvoir d'achat peuvent donc s'éloigner de la tendance moyenne ;
- une part croissante des dépenses est contrainte ou vécue comme telle ; on pense en particulier aux dépenses qui tombent tous les mois, le plus souvent via des ordres permanents (loyer ou remboursement hypothécaire, mensualités diverses, dépenses scolaires, abonnements...) ;
- un effet d'habitude : une fois intégrés (et cela va très vite) un nouveau produit et les nouveaux comportements qui vont avec sont considérés comme une consommation « allant de soi » ; il en va de même pour l'intensification de certaines consommations (partir deux fois en vacances plutôt qu'une fois) ; les couches de consommations s'accumulent, faisant en permanence pression sur le budget disponible ;
- l'envie d'accéder à des consommations auxquelles on n'a pas encore accès, voire auxquelles il est peu probable d'avoir accès un jour, est stimulée par la diffusion de ces consommations, qui au départ en tout cas sont des consommations positionnelles<sup>13</sup>, et l'exposition permanente à des médias qui les évoquent, directement ou indirectement ; pouvoir d'achat et vouloir d'achat(s) ce n'est pas la même chose ; on peut avoir besoin de se changer l'esprit et de vivre une nouvelle expérience mais envie de le rencontrer par un voyage lointain ; on peut éprouver un sentiment de déprivation parce que les réalités sont en-deçà des attentes, des espoirs ; les réseaux sociaux peuvent avoir accentué la pression qui naît de la comparaison avec d'autres ;
- ce sont les dépenses régulières (loyers, alimentation, carburants routiers...) qui ont vu leur prix augmenter le plus depuis une vingtaine d'années ; le consommateur n'a pas une longue mémoire ; il se souvient peu de l'avant et donc de la faible augmentation, voire de la diminution, des prix de l'habillement, de l'électroménager, des communications téléphoniques<sup>14</sup>;
- dans la foulée de cette observation, on peut aussi émettre l'hypothèse que l'augmentation de

---

12 Très concrètement j'ai choisi de comparer deux modèles semblables (la Kangoo Expression 1.5 dCi 85 de janvier 2008, au début de commercialisation de la Kangoo II, avec la Kangoo Corporate Edition Bleu dCi 80 de janvier 2019). Le prix est passé de 16.300 à 19.200 €, soit une augmentation de 17,8% (l'indice des prix a lui augmenté de 21,6% sur la même période) ; la consommation normalisée (cycle complet NEDC) est passée elle de 5,3 l/100 km à 4,6 l/100 km.

13 Voir, par exemple : <https://www.cairn.info/revue-economique-2008-4-page-701.htm>

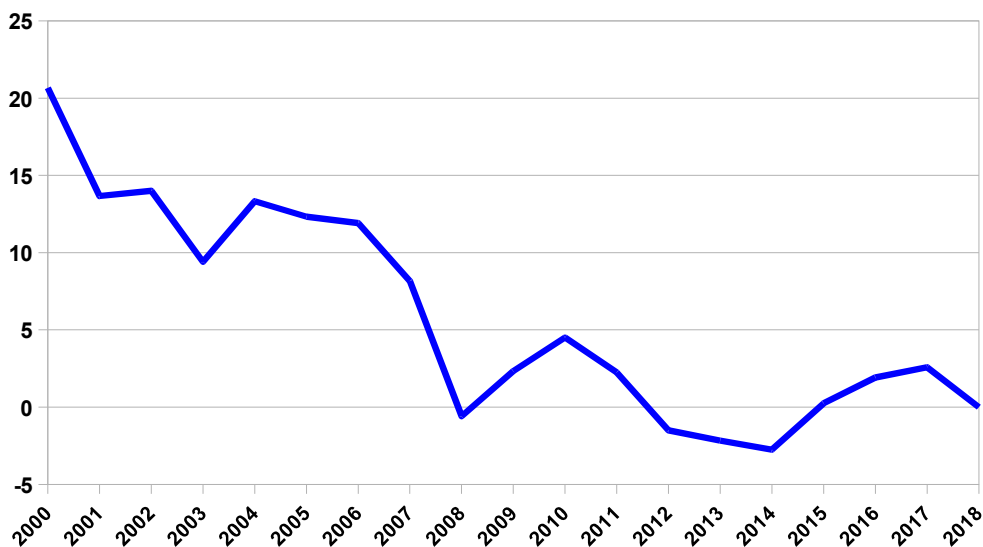
14 Voir Philippe Defeyt, « Comment ont évolué les prix entre 1998 et 2018 ? », Institut pour un Développement Durable, décembre 2018

l'offre dans des consommations non essentielles ou moins essentielles que le logement, la nourriture de base... conduite à estimer que ces dépenses sont encore trop lourdes et pèsent sur l'accessibilité financière à ces nouvelles possibilités ;

- le maintien d'un niveau de vie ou la volonté d'étendre son périmètre de consommation peut conduire à diminuer ou à réduire à rien l'épargne ; cette dimension est trop souvent négligée dans les débats ; ceci peut générer du stress quand survient un accident ou générer un fond d'inquiétude permanent ;
- surtout dans les classes moyennes, et par percolation dans une partie des ménages moins nantis, prennent une place croissante des dépenses liées à la préparation des enfants pour leur assurer succès et réussite, ou en tout cas l'envie de telles dépenses, le tout dans un contexte où l'éducation est plus compétitive et où les activités que l'on fait faire à ses enfants peuvent aussi être des biens positionnels<sup>15</sup> ;
- enfin, il est évident que de nombreux ménages se débattent avec des budgets à ce point étriés qu'ils conduisent à des choix impossibles, à des frustrations compréhensibles certainement, légitimes pour beaucoup, et à une participation sociétale insuffisante.

L'évolution de la prévision d'épargne pour les 12 prochains mois exprimée par les ménages eux-mêmes (Enquête Consommateurs de la BNB) indique une capacité d'épargne globalement en retrait (les données macroéconomiques vont dans le même sens), comme le montre le graphique suivant. Cette évolution implique une perte de bien-être.

*Prévision d'épargne pour les 12 prochains mois*



Source : NBB.Stat – Calculs : IDD

Les indicateurs de précarité (pauvreté, difficultés économiques et déprivation) dont on dispose confirment évidemment qu'il y a une partie des ménages en (grandes) difficultés. J'estime sur base des statistiques disponibles et des travaux que j'ai menés sur cette problématique qu'environ 20 à 25% des belges vivent dans un tel ménage. Ce sont souvent des ménages de personnes seules ou des familles monoparentales, plus souvent locataires. Ce sont des ménages qui ont du mal à terminer le mois, qui ne sont pas en capacité de partir en vacances, dont la charge du logement dans les dépenses mensuelles est souvent fort lourde. Le lecteur trouvera ci-après certains indicateurs extraits de l'enquête SILC<sup>16</sup> (celle qui permet, notamment, de calculer le taux de pauvreté) qui portent cette analyse.

***NB** : Les données SILC reproduites ci-après sont des moyennes mobiles sur trois ans centrées.*

15 Voir « Parenting : A never ending task » in Special Report : The generation game , The Economist, January 5<sup>th</sup>-11<sup>th</sup> 2019

16 Voir <https://statbel.fgov.be/fr/themes/menages/pauvrete-et-conditions-de-vie> pour plus d'explications.

Que tirer de ces indicateurs (et d'autres semblables), en gardant en tête que plus ou moins grande partie des fluctuations se situent probablement à l'intérieur des marges de confiance<sup>17</sup> ? Il y a certes des indicateurs qui se dégradent (par exemple une augmentation de la part des ménages qui déclarent avoir très difficile à joindre les deux bouts ou des ménages pauvres être en incapacité à se payer une semaine de vacances annuelles loin du domicile) mais d'autres indicateurs évoluent plus positivement (par exemple la baisse récente de la proportion de ménages pauvres dont les charges de logement représentent plus de 40% du revenu disponible) ou indiquent une stabilisation (exemple : part des dépenses de logement dans le budget disponible pour la moyenne des ménages). Les reculs semblent concerner plus ou plus souvent les ménages pauvres. D'une manière générale il n'y a certainement pas d'amélioration des indicateurs mais il n'y a pas non plus de dégradation systématique ni moins encore d'évolutions aussi dramatiques que celles évoquées parfois. Enfin, il est difficile de départager les effets de la crise d'évolutions plus structurelles dans les glissements des indicateurs.

### Proportion des ménages en (in)capacité à joindre les deux bouts

Tous les ménages												
	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Avec beaucoup de difficultés	6,2%	5,8%	6,3%	7,1%	7,8%	8,3%	8,3%	8,6%	8,3%	8,4%	8,6%	8,8%
Avec difficulté	11,0%	10,5%	11,5%	12,1%	13,3%	12,7%	13,0%	12,7%	12,8%	12,1%	12,1%	12,2%
Avec quelques difficultés	21,6%	20,6%	20,9%	20,9%	22,0%	21,0%	20,4%	19,4%	19,3%	18,9%	18,4%	17,3%
Assez facilement	29,5%	28,8%	27,9%	26,6%	26,8%	26,5%	26,5%	26,5%	26,2%	26,6%	26,2%	26,5%
Facilement	26,4%	28,5%	27,6%	27,7%	25,3%	26,5%	26,6%	27,1%	27,5%	27,9%	28,4%	28,6%
Très facilement	5,3%	5,9%	5,9%	5,7%	4,8%	5,1%	5,2%	5,7%	6,0%	6,1%	6,2%	6,6%
Difficilement (intensité variable)	38,8%	36,9%	38,6%	40,1%	43,1%	41,9%	41,7%	40,8%	40,4%	39,5%	39,1%	38,3%
Facilement (intensité variable)	61,1%	63,2%	61,4%	59,9%	56,9%	58,1%	58,3%	59,3%	59,7%	60,5%	60,8%	61,7%
Adultes seuls de moins de 65 ans												
	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Avec beaucoup de difficultés	12,5%	12,1%	11,9%	12,4%	12,5%	13,1%	13,4%	14,5%	14,8%	15,4%	14,9%	15,1%
Avec difficulté	15,5%	14,7%	15,0%	15,1%	16,5%	16,3%	16,2%	15,1%	16,0%	15,5%	16,1%	14,8%
Avec quelques difficultés	24,5%	25,1%	24,7%	24,2%	23,3%	22,8%	23,0%	22,9%	21,5%	19,7%	19,2%	19,1%
Assez facilement	23,0%	22,3%	23,1%	23,2%	25,1%	23,7%	22,2%	20,3%	21,0%	23,3%	23,6%	24,5%
Facilement	20,1%	21,4%	20,8%	20,6%	18,3%	18,6%	19,6%	20,9%	21,2%	20,0%	20,5%	21,0%
Très facilement	4,3%	4,4%	4,4%	4,6%	4,2%	5,6%	5,8%	6,3%	5,6%	6,0%	5,6%	5,5%
Difficilement (intensité variable)	52,5%	51,8%	51,7%	51,6%	52,4%	52,2%	52,5%	52,6%	52,2%	50,7%	50,3%	49,0%
Facilement (intensité variable)	47,5%	48,2%	48,3%	48,4%	47,6%	47,9%	47,6%	47,5%	47,8%	49,3%	49,7%	51,0%
Personnes seules avec enfant(s) dépendant(s)												
	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Avec beaucoup de difficultés	20,1%	18,7%	19,2%	19,1%	19,1%	20,5%	20,7%	23,1%	22,2%	23,5%	23,4%	24,7%
Avec difficulté	21,7%	21,0%	23,8%	24,1%	27,1%	26,3%	27,9%	24,6%	23,7%	20,5%	20,2%	18,4%
Avec quelques difficultés	32,3%	30,9%	29,2%	30,0%	29,5%	28,1%	24,9%	24,0%	24,5%	26,4%	25,3%	24,8%
Assez facilement	17,1%	17,6%	16,4%	16,3%	16,6%	16,8%	17,0%	17,6%	18,4%	17,8%	17,7%	17,6%
Facilement	7,4%	10,4%	10,1%	9,8%	7,2%	8,0%	8,7%	9,7%	9,6%	10,2%	11,5%	12,6%
Très facilement	1,4%	1,4%	1,2%	0,7%	0,6%	0,3%	0,7%	0,9%	1,6%	1,7%	1,9%	1,9%
Difficilement (intensité variable)	74,1%	70,6%	72,3%	73,2%	75,7%	74,9%	73,6%	71,8%	70,4%	70,3%	68,9%	67,9%
Facilement (intensité variable)	25,9%	29,4%	27,7%	26,8%	24,3%	25,1%	26,4%	28,2%	29,6%	29,7%	31,1%	32,1%

Source : EUROSTAT (SILC) – Calculs : IDD

<sup>17</sup> Pour avoir une idée des intervalles de confiance voir l'onglet « SILC\_Methodo\_1 » dans le fichier [Résultats SILC 2004-2017](#)

*Part du coût du logement dans le revenu disponible du ménage*

Tous les ménages												
	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Tous les ménages	21,1%	20,6%	21,7%	21,2%	21,1%	20,5%	21,3%	21,4%	21,2%	20,6%	20,2%	19,7%
Personnes seules < 65 ans	34,8%	34,5%	34,8%	33,7%	32,5%	32,1%	33,0%	34,1%	34,5%	34,3%	34,3%	33,8%
Familles monoparentales*	32,3%	31,9%	33,1%	32,4%	31,8%	31,6%	32,6%	32,6%	31,5%	30,3%	30,0%	30,3%
Ménages pauvres												
	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Tous les ménages	40,3%	38,5%	41,0%	39,9%	40,0%	39,2%	40,6%	40,7%	40,5%	39,4%	39,1%	38,1%
Personnes seules < 65 ans	57,2%	55,0%	54,4%	52,2%	50,3%	50,6%	53,0%	54,8%	55,8%	55,3%	55,5%	54,2%
Familles monoparentales*	43,0%	42,1%	44,2%	43,2%	43,0%	42,8%	44,3%	43,7%	42,7%	40,2%	39,8%	40,3%

\* avec enfant(s) dépendant(s)

**Source : EUROSTAT (SILC) – Calculs : IDD**

*Part du coût du loyer dans le revenu disponible du ménage*

Tous les ménages												
	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Tous les ménages	24,7%	24,7%	25,3%	25,4%	25,6%	25,9%	26,4%	26,7%	27,1%	27,2%	27,3%	27,0%
Personnes seules < 65 ans	32,6%	33,1%	33,3%	32,7%	31,6%	31,7%	32,8%	34,4%	35,3%	35,3%	35,8%	35,9%
Familles monoparentales*	26,2%	26,8%	27,5%	27,7%	27,4%	27,5%	27,5%	27,5%	27,7%	27,8%	28,4%	29,4%
Ménages pauvres												
	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Tous les ménages	34,2%	33,7%	35,1%	35,1%	35,2%	35,5%	35,1%	35,1%	35,2%	34,9%	34,8%	34,2%
Personnes seules < 65 ans	46,2%	45,8%	45,9%	44,7%	44,0%	44,5%	46,3%	47,4%	48,5%	47,9%	48,5%	48,1%
Familles monoparentales*	30,2%	30,6%	32,1%	31,9%	31,5%	31,5%	31,4%	31,2%	31,6%	31,1%	31,6%	32,8%

\* avec enfant(s) dépendant(s)

**Source : EUROSTAT (SILC) – Calculs : IDD**

*Proportion des ménages dont les charges de logement représentent plus de 40% du revenu disponible*

	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Ménages pauvres	41,2%	37,5%	41,7%	40,0%	39,7%	39,2%	41,5%	41,9%	41,9%	39,7%	39,3%	36,5%
Ménages non pauvres	5,3%	4,7%	5,5%	5,3%	5,0%	4,2%	4,6%	4,8%	4,7%	4,5%	4,4%	4,4%
Tous les ménages	10,3%	9,5%	10,8%	10,4%	10,0%	9,4%	10,2%	10,4%	10,3%	9,8%	9,8%	9,3%

**Source : EUROSTAT (SILC) – Calculs : IDD**

*Proportion des ménages en incapacité à faire face à des dépenses financières imprévues*

Tous les ménages												
	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Tous les ménages	24,2%	21,7%	22,0%	22,9%	24,4%	25,1%	25,6%	25,2%	24,5%	24,6%	25,2%	25,6%
Personnes seules < 65 ans	39,7%	36,5%	36,9%	37,1%	38,3%	38,6%	39,1%	39,9%	40,5%	40,3%	39,4%	39,0%
Familles monoparentales*	60,7%	56,2%	56,6%	56,8%	59,0%	61,6%	62,9%	61,3%	58,6%	58,1%	58,9%	58,0%
Ménages pauvres												
	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Tous les ménages	56,9%	56,5%	56,6%	57,8%	59,9%	62,4%	62,7%	63,3%	62,3%	63,5%	64,5%	65,5%
Personnes seules < 65 ans	70,9%	68,3%	69,2%	70,8%	73,7%	77,7%	77,9%	77,5%	75,7%	75,3%	74,5%	75,1%
Familles monoparentales*	82,1%	83,2%	83,5%	81,4%	82,2%	84,7%	86,1%	86,7%	84,3%	86,3%	85,9%	86,1%

\* avec enfant(s) dépendant(s)

**Source : EUROSTAT (SILC) – Calculs : IDD**

*Proportion des ménages en incapacité à se payer une semaine de vacances annuelles loin du domicile*

Tous les ménages												
	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Tous les ménages	26,7%	24,9%	24,7%	25,2%	26,4%	27,0%	27,3%	27,5%	27,1%	26,8%	26,4%	26,0%
Personnes seules < 65 ans	35,9%	35,8%	35,4%	36,6%	37,8%	38,7%	38,4%	38,9%	38,4%	38,1%	36,9%	36,0%
Familles monoparentales*	59,2%	55,6%	55,9%	55,9%	56,8%	57,6%	60,1%	59,8%	58,7%	54,6%	53,4%	51,3%
Ménages pauvres												
	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Tous les ménages	59,4%	59,7%	59,8%	61,0%	63,2%	65,5%	65,4%	66,2%	64,8%	65,2%	66,0%	66,4%
Personnes seules < 65 ans	66,2%	67,0%	66,8%	68,2%	70,6%	74,7%	75,0%	75,1%	72,8%	71,6%	71,0%	71,3%
Familles monoparentales*	80,3%	79,8%	81,8%	81,5%	81,7%	82,9%	83,3%	84,9%	82,7%	80,0%	77,0%	75,5%

\* avec enfant(s) dépendant(s)

**Source : EUROSTAT (SILC) – Calculs : IDD**

D'une manière générale la clé de lecture sociale (inégalités, injustices...) doit être utilisée avec discernement pour analyser les comportements des consommateurs. Pour quatre raisons :

1. Les différences/inégalités d'accès sont le reflet d'une diffusion plus lente de certaines consommations dans les ménages à plus petits revenus ; c'est ce qu'indique, par exemple, le tableau ci-après.

*Pourcentage de particuliers utilisant un téléphone mobile/smartphone pour accéder à l'internet en fonction des revenus de leur ménage – 16-74 ans*

	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Quartile 1	10%	14%	24%	30%	42%	45%	50%	50%
Quartile 2	11%	22%	26%	36%	47%	49%	55%	54%
Quartile 3	17%	27%	36%	45%	56%	63%	68%	67%
Quartile 4	25%	38%	51%	63%	74%	80%	81%	83%
<b>Total</b>	<b>17%</b>	<b>28%</b>	<b>37%</b>	<b>48%</b>	<b>58%</b>	<b>64%</b>	<b>68%</b>	<b>69%</b>

**Source : EUROSTAT**

2. Les revenus se combinent dans un système explicatif des comportements de consommation les revenus avec d'autres variables comme l'âge, le niveau d'éducation, le type de ménage... sans qu'il soit toujours évident de démêler l'écheveau. En moyenne les personnes âgées ont des revenus moindres que les plus jeunes mais aussi ils ont en moyenne fait moins d'études, ont plus difficile à changer d'habitudes, etc. Illustration avec le tableau ci-après.

*Pourcentage de particuliers utilisant un téléphone mobile/smartphone pour accéder à l'internet en fonction de l'âge et du niveau d'études – 16-74 ans*

		2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Education scolaire formelle	16-24 ans	33%	48%	69%	71%	81%	86%	83%	85%
	25-54 ans	12%	19%	26%	36%	48%	59%	61%	59%
	55-74 ans	2%	5%	9%	11%	19%	24%	27%	25%
<b>limitée</b>	<b>16-74 ans</b>	<b>12%</b>	<b>19%</b>	<b>27%</b>	<b>32%</b>	<b>41%</b>	<b>49%</b>	<b>51%</b>	<b>48%</b>
Education scolaire formelle	16-24 ans	32%	43%	73%	77%	86%	88%	94%	93%
	25-54 ans	18%	32%	37%	52%	69%	71%	78%	80%
	55-74 ans	6%	12%	13%	24%	34%	38%	45%	41%
<b>moyenne</b>	<b>16-74 ans</b>	<b>18%</b>	<b>29%</b>	<b>38%</b>	<b>49%</b>	<b>64%</b>	<b>65%</b>	<b>72%</b>	<b>72%</b>
Education scolaire formelle	16-24 ans	34%	44%	62%	76%	83%	89%	92%	98%
	25-54 ans	25%	39%	52%	66%	76%	83%	87%	88%
	55-74 ans	11%	20%	25%	35%	44%	51%	58%	62%
<b>élevée</b>	<b>16-74 ans</b>	<b>23%</b>	<b>36%</b>	<b>47%</b>	<b>60%</b>	<b>70%</b>	<b>76%</b>	<b>80%</b>	<b>82%</b>

**Source : EUROSTAT**

3. Il faut également tenir compte des circonstances et des choix des consommateurs. Par exemple, ne pas partir en vacances ou en réduire l'ampleur peut être la conséquence d'une grave maladie, des contraintes financières liées à un investissement important (typiquement les choix que l'on doit faire l'année où on achète/construit son logement), des limites de mobilité liées au grand âge... D'autres modes de consommation sont, de plus en plus, même si le mouvement est encore limité, guidés par des choix idéologiques (consommation de viande, voyages en avion, possession d'une voiture...). Le taux de possession d'une voiture est d'évidence influencé par les personnes âgées qui abandonnent la conduite et les jeunes urbains qui, en nombre croissant, n'y recourent pas, volontairement et non pour des raisons financières.
4. Enfin, les données présentées par année cachent des comportements ou réalités qu'il faut pouvoir appréhender sur des durées plus longues. Deux illustrations : la proportion de personnes voyageant à l'étranger est certainement plus importante si elle est calculée sur deux ou trois ans (pour diverses raisons des personnes peuvent décider – par exemple partir un an sur deux mais faire un voyage plus long et/ou plus lointain – ou être contraintes – financièrement – de ne pas partir tous les ans) et les personnes pauvres ne le sont pas nécessairement de manière permanente.

*Distribution de la population par nombre d'années passées en situation de pauvreté sur une période de 4 ans*

	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
1 an	9,4%	10,3%	9,9%	10,1%	9,8%	10,2%	9,5%	8,6%	8,6%
2 ans	4,8%	4,8%	4,4%	4,5%	5,0%	5,4%	5,5%	5,6%	5,3%
3 ans	4,6%	5,5%	5,9%	5,4%	4,7%	4,4%	4,2%	4,3%	4,6%
4 ans	5,7%	6,2%	5,6%	6,0%	5,8%	6,5%	6,4%	6,8%	7,3%
<b>Jamais</b>	<b>75,4%</b>	<b>73,3%</b>	<b>74,1%</b>	<b>74,0%</b>	<b>74,6%</b>	<b>73,5%</b>	<b>74,4%</b>	<b>74,7%</b>	<b>74,3%</b>

**Source : EUROSTAT**

Enfin, profitons de cette mise en perspective pour confirmer que – sur base des quartiles (un découpage plus fin des revenus et des consommations n'est pas disponible sur la période considérée) – on n'assiste pas un creusement des inégalités des consommations en tout cas. Mais cette observation est à mettre en lien avec celle sur les taux d'épargne.

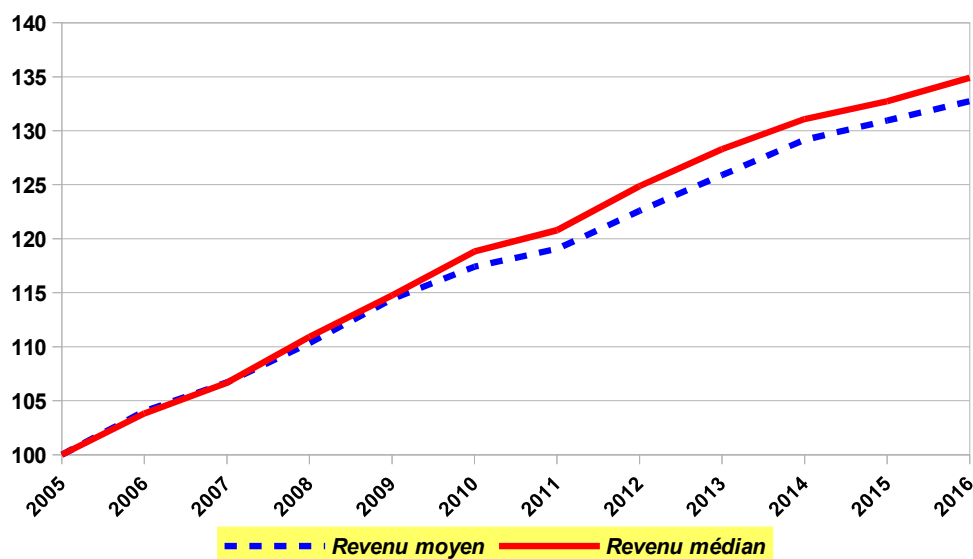
*Budgets par quartile de revenus – Moyennes 1999-2000 et 2014-2016*

		Moyenne	Q1	Q2	Q3	Q4
<b>Structure des dépenses de consommation des ménages</b>						
Part de l'alimentaire dans le budget total	1999-2000	12,0%	12,7%	12,6%	12,4%	11,2%
	<b>2014-2016</b>	<b>11,9%</b>	<b>11,7%</b>	<b>11,7%</b>	<b>11,8%</b>	<b>12,2%</b>
Part du logement dans le budget total	1999-2000	26,1%	36,1%	31,2%	24,6%	21,0%
	<b>2014-2016</b>	<b>29,7%</b>	<b>41,0%</b>	<b>33,5%</b>	<b>28,2%</b>	<b>24,5%</b>
Part des autres dépenses dans le budget total	1999-2000	61,9%	51,2%	56,2%	62,9%	67,8%
	<b>2014-2016</b>	<b>58,4%</b>	<b>47,3%</b>	<b>54,7%</b>	<b>60,0%</b>	<b>63,3%</b>
<b>Dépenses moyennes des ménages par rapport au 4ème quartile = 100</b>						
Budget total	1999-2000	64	36	50	69	100
	<b>2014-2016</b>	<b>67</b>	<b>37</b>	<b>55</b>	<b>75</b>	<b>100</b>
Dépenses alimentaires	1999-2000	68	40	56	77	100
	<b>2014-2016</b>	<b>65</b>	<b>36</b>	<b>53</b>	<b>72</b>	<b>100</b>
Dépenses de logement	1999-2000	79	62	74	82	100
	<b>2014-2016</b>	<b>81</b>	<b>63</b>	<b>76</b>	<b>86</b>	<b>100</b>
Dépenses autres	1999-2000	58	27	41	64	100
	<b>2014-2016</b>	<b>62</b>	<b>28</b>	<b>48</b>	<b>71</b>	<b>100</b>

**Source : StatBel – Calculs : IDD**

D'autre part, utiliser le revenu disponible médian pour analyser l'évolution du pouvoir d'achat serait en effet plus intéressant que recourir au seul revenu moyen. Plusieurs réactions à mes publications récentes sur le pouvoir d'achat<sup>18</sup> disent cela, sous-entendant que la croissance plus élevée des revenus en haut de l'échelle condui(rai)t à une évolution moins favorable du pouvoir d'achat. Ceci dit, il se fait qu'en Belgique l'enquête SILC donne sur le moyen terme une augmentation quelque peu plus rapide du revenu médian que celle du revenu moyen. Difficile, cependant, de déterminer dans quelle mesure cette évolution résulte de la baisse des revenus de la propriété (dividendes, intérêts et revenus assimilés) et/ou des limites et faiblesses méthodologiques de l'enquête SILC relevées en 2015 par l'Institut pour un Développement Durable<sup>19</sup>.

*Évolutions à prix courants du revenu disponible moyen et du revenu disponible médian  
Revenus standardisés (en fonction de la taille du ménage) – indices 2005=100*



Source : StatBel (SILC) – Calculs : IDD

Quelques conclusions me sont inspirées par l'analyse ci-dessus :

1. Restons modestes. « Le sentiment concernant le pouvoir d'achat est la résultante d'un écheveau incroyablement complexe de facteurs objectifs et subjectifs, absolus et relatifs, et je crois qu'en rendre compte totalement est une tâche impossible, à moins de disposer de temps, de moyens et de données, trois ressources dont on manque. » estime un des relecteurs de cette note. En tout état de cause les données concernant les équipements sont déjà insuffisantes ; que dire des données concernant les représentations sociales des consommateurs, les liens avec d'autres dimensions (la satisfaction dans l'emploi par exemple), etc.
2. L'évolution des technologies et des consommations obligent à revisiter le concept de "pouvoir d'achat" et la mesure de son évolution. Certes des changements technologiques modifiant plus ou moins profondément les choix et modes de consommation ont été observés dans le passé. Mais celles des dernières années sont pour partie nouvelles dans leur conséquences et articulations avec d'autres dimensions de la consommation. Elles posent un nouveau défi méthodologique de mesure des évolutions des prix et des "quantités". Quantifier l'évolution du prix des automobiles en tenant compte des améliorations qualitatives est déjà un fameux défi ; mais comment introduire dans l'équation l'utilisation de la fonction un GPS d'un smartphone "indépendant" du véhicule ? Comment intégrer dans l'épure les gains de temps (gains supposés en tout cas) liés à l'e-commerce ? On est très loin des méthodes relativement simples, voire frustrées, utilisées pour mesurer l'évolution du pouvoir d'achat dans un système de

18 Voir, notamment : Philippe Defeyt, [« Pouvoir d'achat et revenus des belges – Évolutions 1995-2020 »](#), août 2018

19 Philippe Defeyt, [« Le seuil de pauvreté et le taux de pauvreté sont sous-estimés en Belgique »](#), Institut pour un Développement Durable, août 2015

consommations limitées, largement indépendantes les unes des autres et aux caractéristiques relativement stables sur le moyen terme. Une de mes intuitions est qu'il faut articuler indices des prix et consommations sur base de fonctions ; illustrations : quel est le coût d'un déplacement en fonction des modes de transports utilisés ?, quel est le coût pour s'informer en fonction des sources auxquelles les consommateurs recourent ?, etc. Comment aussi tenir compte des consommations gratuites ? Intégrer les achats de biens durables tels quels dans l'estimation de la consommation macroéconomique – en supposant que le taux de remplacement moyen donne une bonne idée de la partie amortissement de la consommation – est peut-être moins pertinent si certains achats sont influencés par diverses formes d'obsolescence et/ou une même durée de possession d'un objet peut co-exister avec des taux d'utilisation fort différents. Un effort massif doit être consenti pour améliorer notre connaissance des évolutions des systèmes de consommations, des différenciations socio-culturelles qui les traversent, des inégalités socio-économiques qui les distinguent. Notre production statistique dans les questions abordées ici est ancrée dans des contextes sociétaux largement dépassés.

3. Ceci posé, il est évident qu'une partie de la population (entre 60% et 75% ?) a indubitablement bénéficié d'une extension quantitative et qualitative de sa consommation de biens et services. L'augmentation du taux de vacanciers ou la diffusion à un très grand nombre de tout ou partie des nouvelles consommations liées à la communication et l'information en sont des illustrations éclairantes. Nier cela, même si la mesure exacte de cette extension est difficile, est une attitude incompréhensible.
4. Des réalités différentes ne se "compensent" pas ni ne s'effacent mutuellement. Des gains – évidents – de "pouvoir d'achat" (au sens large) pour une grande partie de la population peuvent malheureusement coexister avec une aggravation, sur certains plans en tout cas, des conditions de vie des personnes en (grandes) difficultés, en particulier pour des dépenses de base, essentielles, incontournables. Même si le prix relatif des vols aériens a diminué, cela ne les rend pas accessibles à des personnes qui n'ont aucune marge budgétaire, pas de "surplus" à allouer. Parler et articuler des réalités différentes est un exercice compliqué dans un contexte où il faut simplifier le message mais il est indispensable.
5. Pour rester dans un registre plus classique d'évolutions des prix versus l'évolution du revenu disponible il faut mentionner de grandes inégalités (socio-économiques et socio-culturelles) dans la capacité d'absorber tout ou partie de certaines hausses de prix. Un ménage à l'aise pourra atténuer l'impact des hausses des prix de l'énergie par divers investissements (travaux d'isolation, panneaux solaires, thermiques et photovoltaïques, chaudières plus économes ou encore ampoules LED), ce que ne pourra pas faire un ménage pauvre. Les travailleurs qui bénéficient d'une carte carburant n'ont pas vu la différence dans leur budget des hausses du prix de l'essence et du diesel en 2018.
6. Même si cette facette n'a pas été abordée dans cette note, je rappelle qu'un quart environ de nos dépenses de consommation est apporté par ce qu'il est convenu d'appeler les dépenses collectives individuelles, principalement la partie des dépenses d'enseignement et de santé qui est socialisée. Et certaines de ces dépenses bénéficient aussi d'améliorations notables (par exemple le recours croissant à des techniques médicales peu ou pas invasives).
7. J'ai jusqu'ici essayé de me livrer à une analyse froide, distante. Mais j'il faut aller plus loin. Outre la question philosophique bien connue et bien travaillée – tout ceci nous rend-t-il heureux ? - il y a évidemment des liens entre les évolutions des consommations décrites ci-dessus et le défi de la grande transition énergétique qui devrait nous mobiliser plus et se traduire par un effort sociétal plus massif que celui consenti à ce jour. Ma conviction est aujourd'hui qu'une partie de cet effort passera par des moindres consommations, au moins transitoirement. A cet égard, la nature de certaines consommations nouvelles – qui stimulent un peu plus encore un sentiment de (toute) puissance : toujours plus, plus loin, plus vite – et l'empreinte écologique d'autres comportements – notamment l'explosion des voyages aériens auxquels personne n'ose toucher – ne me rendent pas particulièrement optimiste.