



AgEcon SEARCH
RESEARCH IN AGRICULTURAL & APPLIED ECONOMICS

The World's Largest Open Access Agricultural & Applied Economics Digital Library

This document is discoverable and free to researchers across the globe due to the work of AgEcon Search.

Help ensure our sustainability.

Give to AgEcon Search

AgEcon Search

<http://ageconsearch.umn.edu>

aesearch@umn.edu

*Papers downloaded from **AgEcon Search** may be used for non-commercial purposes and personal study only. No other use, including posting to another Internet site, is permitted without permission from the copyright owner (not AgEcon Search), or as allowed under the provisions of Fair Use, U.S. Copyright Act, Title 17 U.S.C.*

No endorsement of AgEcon Search or its fundraising activities by the author(s) of the following work or their employer(s) is intended or implied.

Chapitre 7. Les transformations de la consommation des Français en vingt ans

Jean Dumard

Citer ce document / Cite this document :

Dumard Jean. Chapitre 7. Les transformations de la consommation des Français en vingt ans. In: Économie rurale. N°79-80, 1969. pp. 129-135;

doi : <https://doi.org/10.3406/ecoru.1969.2040>

https://www.persee.fr/doc/ecoru_0013-0559_1969_num_79_1_2040

Fichier pdf généré le 08/05/2018

Les transformations de la consommation des français en vingt ans

par Jean DUMARD *

Indépendance croissante de l'offre et de la demande :

Lorsque l'agriculture française fait le point et prend le temps de considérer son évolution sur une longue période et les modifications de son environnement elle s'interroge bien naturellement sur la consommation : comment celle-ci s'est-elle transformée ? quels sont les indices de son évolution à venir ?

La première réponse que l'on pourrait donner est que cette question a probablement perdu beaucoup de sa signification. Le Français n'est plus cet homme proche de la nature, vivant sur un modeste mais fertile domaine dont tous les produits, savoureux, lui sont utiles et combler tous ses besoins. Non, vraiment, plus rien ne justifie une convention selon laquelle le consommateur français devrait absorber toute la production du sol français, et rien qu'elle.

Caractère particulier de la situation démographique :

D'ailleurs cet équilibre interne de l'offre et de la demande, que signifierait-il si nous comparons la France à ses partenaires du Marché Commun ? Notre densité kilométrique est légèrement inférieure à 100, nos cinq partenaires réalisent une moyenne de 210, certains dépassent 350. Si la densité de population en France s'élevait seulement à cette moyenne de 210 au kilomètre carré, nous serions 115 millions de Français. Notre agriculture, aujourd'hui « excédentaire » avec des rendements dans bien des cas médiocres, se trouverait incapable, avec sa productivité actuelle, de nourrir ces 115 millions de bouches et le problème de savoir comment utiliser nos excédents ne pourrait se poser avant longtemps.

Pour nécessaire qu'il soit de prendre conscience de l'indépendance croissante entre la production agricole en France et la consommation alimentaire française, nous ne devons pas toutefois ignorer les relations encore vives et profondes entre cette offre

et cette demande. L'oublierions-nous que les cycles des viandes viendraient nous le rappeler.

Les modifications du contexte :

Nous devons donc tenter de caractériser les transformations les plus significatives du côté de la demande depuis vingt ans. Nous distinguerons des transformations internes et des transformations externes. Les premières se rapportent à la structure même de la consommation, aux déplacements et changements des goûts et des modes de consommation. Une description aussi synthétique que possible de ces phénomènes occupera l'essentiel de cet exposé, mais auparavant il nous paraît nécessaire de signaler des modifications plus externes et qui caractérisent le cadre dans lequel ces transformations ont eu lieu.

Le renouveau démographique est le premier trait caractéristique des vingt dernières années. Du milieu du XIX^{me} au milieu du XX^{me} siècle, en 100 ans, la population française ne s'était accrue que de 20 % : depuis vingt ans elle a augmenté du quart.

L'économie d'abondance s'installe avec son sans-gêne dont d'autres exemples sont connus, au terme de ces deux décennies commencées sous le signe de la pénurie.

Le pouvoir d'achat réel par tête a plus que doublé en vingt ans malgré l'amenuisement relatif de la population active dans la population totale.

Deux autres aspects importants, qui découlent probablement des constatations précédentes, doivent être signalés.

Le commerce extérieur a changé de signification. L'exportation n'est plus une « issue de secours » mais un marché ; l'importation n'est plus une concurrence déloyale mais tout simplement un moyen de stimuler l'intérêt du consommateur.

Le commerce est de moins en moins « valet de deux maîtres » et devient nettement un service fourni aux entreprises : il a pour rôle primordial de faire acheter afin d'assurer la permanence du processus de production, générateur des revenus des particuliers et de l'Etat. Dans le cadre de cette préoccupation dominante, le « service » fourni par

* Chargé de recherches au CREDOC.

le commerce au consommateur ne diminue pas mais il est un moyen et non une fin.

Telles sont probablement les transformations les plus importantes de l'environnement dans lequel la consommation, en relation avec elles, s'est modifiée.

Difficulté d'appréhender la consommation

Il est assez difficile dans un exposé relativement bref — et même s'il est long, car les commentaires détaillés sont fastidieux — de décrire les principaux changements de la consommation. Il est surtout difficile de saisir la consommation : il existe différentes approches, toutes imparfaites et incomplètes. S'agit-il de quantités ? la mesure perd très vite toute signification : par exemple un kilogramme de « légumes » ou une tonne de « viande ».

Saisit-on des dépenses ? Mais leur évolution d'une année sur l'autre traduit des variations en quantités physiques et des variations de valeur unitaire, de prix.

Allons-nous considérer des dépenses à prix constants ? (en volume, comme on dit habituellement), mais quelle est la signification concrète pour chacun de nous d'une « dépense à prix constants » ?

Autre problème : suivant quel critère allons-nous établir une classification et une nomenclature des consommations alimentaires ? l'I.N.S.E.E. (1) propose diverses optiques :

- consommation finale par les particuliers des produits des diverses branches de l'économie. L'alimentation provient alors des deux premières branches : l'agriculture, les industries agricoles et alimentaires ;
- classification des consommations suivant leur caractère plus ou moins « durable » ou « fongible ». On trouve ici une nomenclature en cinq grands groupes :
 - biens durables importants ;
 - autres biens durables ;
 - alimentation ;
 - autres biens fongibles ;
 - services.
- consommation « par fonction », les fonctions de consommation étant celles qui apparaissent sur le Tableau I. Ces fonctions sont en fait des regroupements de biens ou de services relevant d'une même origine ou d'une même technologie.

(1) Dans les « Comptes de la Nation en 1966 », Etudes et Conjoncture, juin 1967.

Cette dernière présentation a été jusqu'à présent la plus classique et l'intérêt des autres est peut-être tout simplement de nous faire sentir que cette description ne suffit plus pour interpréter les évolutions passées d'une manière qui permette de prendre réellement des décisions qui engagent l'avenir de l'économie.

Quelques traits marquants du consommateur français

Le tableau I montre la structure budgétaire en francs courants et son évolution depuis 1950 jusqu'en 1965 (2). Ce tableau permet une analyse grossière qui ne laisse apparaître que les faits les plus saillants :

* la part de l'alimentation dans le budget moyen des français — et alors que celui-ci quadruplait en francs courants et doublait à prix constants — est passée de 50 à 37 % :

- viandes et fruits sont les seuls produits alimentaires dont la part dans le budget total ne décline pas ;
- les dépenses de santé (incluses dans le poste hygiène et soins) bien qu'en croissance rapide, n'égalant pas encore le « budget viande » ;
- le loyer proprement dit (réel ou fictif) qui représente en gros les 2/5 du coefficient « habitation » est du même ordre de grandeur que le budget consenti pour les boissons consommées au domicile.

Voilà donc le portrait, en perspective cavalière, un peu brutal, du consommateur français moyen et quelques-unes de ses principales options. L'évolution passée s'est effectuée finalement sans heurt et sans rupture et les caractéristiques dégagées ci-dessus sont assez permanentes. Cependant des évolutions se font jour dont les producteurs voudraient être informés pour y répondre en temps utile. Ils voudraient aussi savoir si ces évolutions seront persistantes et jusqu'où elles iront.

Désintérêt progressif pour les produits banalisés

L'analyse de la consommation par « fonction » définie en fait par produit, ne favorise pas la détection de ces changements. Il faut distinguer deux grands types de changements dont les uns sont relativement lents, apparaissent dans le long terme et déterminent la tendance des prix des groupes de produits ; les autres, caractéristiques du court terme, résultent d'une plus grande mobilité des achats par rapport aux articles sous l'effet relatif des prix à court terme.

(2) Ces chiffres appellent des réserves que nous présenterons plus loin.

Consommation intérieure totale des particuliers

Evaluations en francs courants

Coefficients budgétaires

	1950	1951	1952	1953	1954	1955	1956	1957	1958	1959	1960	1961	1962	1963	1964	1965
I. ALIMENTATION ET BOISSONS																
11 - Produits à base de céréales . . .	6,2	6,2	6,3	6,0	5,7	5,4	5,1	4,7	4,6	4,6	4,4	4,4	4,3	4,2	4,1	4,0
12 - Légumes	4,0	3,2	3,4	3,4	3,4	3,2	3,4	3,2	3,5	3,3	3,0	2,8	3,1	2,8	2,4	2,4
13 - Fruits	2,2	2,2	2,2	2,1	2,2	2,2	2,2	2,4	2,3	2,2	2,1	2,2	2,2	2,1	2,1	2,1
14 - Viandes	10,0	10,3	10,6	10,7	10,9	10,8	10,9	10,4	10,7	10,7	10,8	10,9	10,7	10,7	10,8	10,7
15 - Volailles, œufs, poissons	5,3	5,2	5,1	5,0	4,8	4,7	4,5	4,3	4,2	4,0	4,0	3,8	3,7	3,7	3,4	3,4
16 - Lait et fromages	4,5	3,9	3,6	3,6	3,6	3,3	3,4	3,1	3,2	3,2	3,2	3,1	3,1	3,0	3,0	3,0
17 - Corps gras	4,3	4,3	3,6	4,0	3,5	3,3	3,2	2,9	2,9	3,0	2,8	2,7	2,5	2,5	2,4	2,4
18 - Autres produits alimentaires . .	2,8	2,6	2,5	2,5	2,4	2,4	2,3	2,2	2,1	2,1	2,1	2,0	2,0	1,9	1,9	1,8
19 - Boissons	9,7	8,2	8,2	7,9	8,0	7,9	7,6	7,8	8,9	8,5	8,3	8,0	7,8	7,4	7,5	7,4
TOTAL ALIMENTATION ET BOISSONS	49,0	46,1	45,5	45,2	44,5	43,2	42,6	41,0	42,4	41,6	40,7	39,9	39,4	38,3	37,6	37,2
2 - Habillement	14,9	15,8	14,5	14,0	13,5	13,5	13,2	13,4	12,1	11,9	12,1	12,1	12,0	12,3	11,9	11,6
3 - Habitation	13,3	14,3	14,4	14,2	14,9	15,4	16,2	16,8	16,4	16,7	16,6	16,7	17,0	17,3	17,3	17,4
4 - Hygiène et soins	5,9	6,1	6,7	7,1	7,3	7,5	7,6	8,0	8,2	8,4	8,8	9,0	9,2	9,5	10,3	10,6
5 - Transports et communications.	5,4	5,8	6,4	6,6	6,8	7,1	7,1	7,2	7,4	7,5	7,7	8,0	8,2	8,3	8,3	8,4
6 - Culture, loisirs, distractions . .	6,5	6,5	6,8	7,0	7,1	7,3	7,4	7,8	7,7	8,0	8,1	8,2	8,2	8,2	8,3	8,3
7 - Hôtels, cafés, restaurants }	5,0	5,4	5,7	5,9	5,9	6,0	5,9	5,8	5,8	5,9	6,0	6,1	6,0	6,1	6,3	6,5
8 - Consommations diverses }																
TOTAL CONSOMMATIONS NON ALIMENTAIRES . . .	51,0	53,9	54,5	54,8	55,5	56,8	57,4	59,0	57,6	58,4	59,3	60,1	60,6	61,7	62,4	62,8
TOTAL	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Les changements à long terme décrivent en réalité la succession des arrivées au niveau de saturation des divers produits. Lorsqu'un produit est arrivé à ce niveau, il cesse d'intéresser le consommateur, il est déprécié : l'élasticité de la demande par rapport au revenu est, par tête, nulle ou légèrement négative ; l'élasticité par rapport au prix n'est pas significative. Le consommateur est, si l'on peut dire, devenu inerte par rapport à ce produit. C'est le cas du pain courant, des pommes de terre, du lait pasteurisé ordinaire. La consommation est devenue machinale, dénuée de prestige, elle ne permet absolument pas à un individu de se distinguer d'un autre. Si l'on veut ranimer l'intérêt pour le produit, il faut en quelque sorte le substituer à lui-même : le pain de seigle que nos pères ont été heureux de remplacer par le bon pain de froment nous revient, produit de luxe, marqué d'exotisme... (land brot !). Le lait de qualité supérieure commence à trouver sa clientèle et, petit à petit, se substituera à l'infâme breuvage imposé aux citadins depuis trop longtemps sous le nom de lait.

La faute n'en incombe pas aux industriels qui produisaient le lait, mais sans doute à la pusillanimité des réglementations des prix au détail. Le prix de certains produits de première nécessité ne peut augmenter sans que soient lésés les membres les plus défavorisés de la communauté nationale. Ainsi, fallait-il que le prix au détail du lait reste bas, trop bas pour qu'il soit techniquement possible de commercialiser sans perte un lait buvable, alors même que la grande majorité des consommateurs avaient totalement cessé d'être capables de ressentir une hausse du prix du lait.

Incidences d'une certaine notion de prix social

Le problème de contrôle des prix de détail est symétrique de celui du soutien des prix à la production et appelle le même type de solution par des transferts personnels qui n'engagent pas dans des impasses la totalité du marché d'un produit. Car si l'on veut à la fois que le prix à la production assure un revenu décent à tout rural qui produit une quantité, si faible soit-elle, du produit et que le prix au détail soit assez bas pour être accessible aux économiquement faibles, alors on arrive à des absurdités. Absurdité, mieux encore, celle qui consiste à créer artificiellement des excédents de beurre, à les vendre à perte à l'étranger et à imposer par surcroît aux Français de payer le beurre qu'ils consomment plus cher que dans le reste de l'Europe.

La notion de « prix social du beefsteack » introduit des distorsions considérables dans le marché du bœuf, préjudiciables finalement à la grande masse des consommateurs. La persistance d'une telle notion dans un pays où le pouvoir d'achat moyen par tête double en vingt ans est probablement rétro-

grade... à quand le prix social du whisky, du caviar et du vison ?

Il y a là quelque chose qui évoluera nécessairement sous la contrainte de la vie communautaire européenne, mais qui, provisoirement, contribue à cristalliser la désaffection des consommateurs à l'égard de certaines productions.

Le consommateur ne doit pas perdre l'habitude d'une dépense

En tout état de cause il semble bien qu'en fonction d'un niveau donné de ressources les ménages, en moyenne, pré-affectent implicitement des masses approximatives à tel ou tel grand groupe de dépenses. C'est d'ailleurs pourquoi nous avons présenté la série des coefficients budgétaires en francs courants, puisque c'est bel et bien en francs de l'année que ce partage peut être fait (3). Si, en face de ce crédit ouvert, que naturellement les autres produits cherchent à capter, les producteurs concernés ne savent pas apporter le renouvellement nécessaire, ou s'ils sont paralysés par la réglementation des prix, les dépenses ne seront pas réalisées en totalité. C'est ainsi que la machine à laver la vaisselle vient relayer les équipements déjà diffusés pour ne pas laisser de jachère dans le fief de l'électro-ménager.

C'est ainsi que la caméra super huit ou le magnétophone à cassette viennent rendre désuets les équipements précédemment acquis.

Mais c'est ainsi également que la concurrence étrangère peut être une aide pour le produit national dans certains cas. En effet, si le pamplemousse, l'ananas et la mangue ou les fruits européens classiques importés sont capables de donner au consommateur le goût d'avoir en toute saison des fruits frais et le désir de les varier, ce sera probablement bénéfique pour les producteurs nationaux de fruits par rapport à une situation où le « crédit » fruits frais viendrait à être coupé à un moment ou à un autre parce que l'offre est monotone ou défaillante.

Une fois supprimé, il risquerait de n'être pas rétabli. Mais, bien sûr, même s'il est maintenu, le choix quotidien de la ménagère entre les fruits offerts sera en grande partie — dans le cadre de ce crédit implicitement prédéterminé par le revenu — dépendant des prix relatifs au jour le jour. Et, dans ce domaine, le rôle des commerçants qui doivent

(3) Précisons à ce propos que les séries 1959-1966 publiées par les comptes nationaux à l'occasion de la publication des comptes 1966 sont construites sur une base révisée, qui prend en compte une surestimation de la fraude sur les abattages, surestimation qui paraissait de plus en plus évidente. Dans ces conditions, le coefficient budgétaire des viandes passe d'un peu plus de 10 % à 9 % seulement, mais semble avoir conservé sa stabilité.

Structure budgétaire des ménages des différentes catégories socio-professionnelles

Unité : %

	Agricul- teurs exploit- rants	Salariés agricoles	Professions indépendantes		Cadres supé- rieurs	Cadres moyens		Em- ployés	Ouvriers		Inactifs	Toutes caté- gories socio- profes- sion- nelles
			En- semble	dont : indus- triels, gros commer- çants, profes- sions libérales		En semble	dont : contre- maîtres		En- semble	dont : ouvriers qualifiés		
Consommation alimentaire à domicile.	45,3	47,3	33,4	28,2	24,1	28,7	32,9	33,2	30,6	37,8	40,3	36,0
Repas et consommations pris à l'exté- rieur.....	1,9	3,0	4,2	3,0	4,8	4,4	3,5	4,8	3,8	4,2	2,5	3,7
ALIMENTATION.....	47,2	50,3	37,6	31,2	28,9	33,1	36,4	37,9	43,4	42,0	42,8	39,7
Vêtements de dessus.....	4,3	4,7	4,5	6,5	5,8	4,6	4,3	4,9	4,3	4,4	3,4	4,4
Sous-vêtements, lingerie, autres arti- cles.....	4,3	4,1	3,7	3,8	3,4	3,0	3,1	3,6	3,7	3,3	3,7	3,6
Tissus, laine, layette, mercerie.....	0,9	0,6	0,6	0,7	0,7	1,0	0,6	0,9	0,8	0,8	1,1	0,9
Chaussures et articles chaussants....	1,5	1,8	1,4	1,4	1,4	1,4	1,5	1,6	1,7	1,7	1,1	1,5
Réparations, nettoyage, blanchissage.	0,6	0,7	1,0	1,6	1,5	1,0	0,8	1,2	0,7	0,8	1,0	0,9
HABILLEMENT.....	11,6	11,9	11,2	14,0	12,8	11,0	10,3	12,2	11,2	11,0	10,3	11,3
Dépenses réelles de loyers et charges..	4,1	1,4	3,5	2,4	3,8	4,0	3,0	4,4	3,8	4,1	3,4	3,8
Dépenses d'énergie.....	2,2	2,6	4,7	4,9	3,7	3,6	3,7	3,9	3,9	3,9	5,3	4,0
Équipement du logement.....	2,8	3,2	3,9	5,4	5,4	5,0	4,8	4,6	4,8	4,7	2,7	4,2
Produits et articles ménagers, divers services.....	3,1	2,5	2,8	3,1	3,1	3,5	2,9	3,6	3,6	3,5	4,5	3,6
HABITATION.....	12,2	9,7	14,9	15,8	16,0	16,1	14,4	16,5	16,1	16,2	15,9	15,6
Hygiène et soins personnels.....	1,1	1,4	1,8	2,0	2,6	2,2	2,3	2,6	1,8	1,8	1,9	1,9
Dépenses de santé.....	3,9	5,7	4,4	4,2	4,9	5,1	4,8	5,0	4,7	4,9	7,7	5,2
HYGIÈNE ET SANTÉ.....	5,0	7,1	6,2	6,2	7,5	7,3	7,1	7,6	6,5	6,7	9,5	7,1
Achats de véhicules (neufs et d'occa- sion).....	3,8	4,4	8,3	10,4	6,3	6,7	7,2	4,0	3,9	4,7	2,3	4,9
Frais d'utilisation.....	4,6	3,9	4,4	4,8	5,2	6,3	4,7	3,9	4,0	4,1	2,8	4,3
Transports en commun.....	0,5	0,7	1,0	2,0	2,3	1,5	0,8	2,3	1,1	1,1	1,3	1,3
Postes et télécommunications.....	0,3	0,3	0,6	0,5	0,3	0,5	0,3	0,4	0,2	0,2	0,6	0,4
TRANSPORTS ET TÉLÉCOMMU- NICATIONS.....	9,2	9,3	14,3	17,7	14,7	15,0	13,0	10,6	9,2	10,1	7,0	10,9
Culture, loisirs, distractions.....	2,5	2,9	4,4	5,6	6,1	5,2	4,9	5,5	4,3	4,4	4,3	4,5
Frais d'instruction scolaire.....	1,4	0,8	1,4	1,0	1,2	0,9	0,7	0,7	0,5	0,5	0,3	0,8
Tabac, cigarettes et allumettes.....	1,2	2,4	1,2	0,9	1,1	1,3	1,7	1,5	1,9	1,8	1,4	1,5
CULTURE, LOISIRS, DISTRA- CTIONS.....	5,1	6,1	7,0	7,5	8,4	7,4	7,3	7,7	6,7	6,7	6,0	6,8
Biens divers, vacances et services domestiques.....	1,1	1,1	3,8	4,5	6,5	3,4	3,9	2,8	1,7	2,0	2,5	2,8
Assurances, vignettes, taxes O.R.T.F. et autres services.....	8,6	4,5	5,0	3,1	5,2	6,7	7,5	4,7	5,3	5,3	5,9	5,8
DIVERS.....	9,7	5,6	8,8	7,6	11,7	10,1	11,4	7,5	6,9	7,3	8,4	8,6
CONSOMMATION TOTALE.....	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Consommation moyenne annuelle par ménage (en F).....	14.905	11.428	19.715	29.191	31.574	22.839	21.800	16.828	15.553	16.608	9.867	15.776

sur les marchés internationaux, pré-sélectionner d'ordre et pour compte des consommateurs, ce rôle est évidemment primordial.

Nous voyons donc que s'il est possible de prévoir avec une bonne dose de vraisemblance, dans une hypothèse donnée de croissance de revenu, quelles seront les parts relatives des grands postes budgétaires (des fruits par exemple) il est pratiquement impossible de pronostiquer utilement les chances relatives de tel ou tel fruit.

La recherche de produits considérés comme naturels

Toutefois, une tendance, assez caractéristique de la période passée et qui ne pourra que se confirmer, sourd d'un certain nombre de comportements partiels.

La dépense de pain augmente ? oui, mais pour un pain « naturel » boulangé comme autrefois.

Trouve-t-on dans les légumes des tendances positives ? Oui, pour les légumes verts et frais, pour les surgelés.

Recherche de fraîcheur également dans les fruits.

Pour les viandes : primauté accordée aux viandes à griller, à rôtir qui sous une écorce savoureuse recèlent une chair encore vive. Succès des poissons surgelés.

Même sonorité dans les dépenses non alimentaires : résidences secondaires, transports, vacances traduisent cette recherche du naturel qu'est la demande de consommation plus vivifiantes qu'utilitaires.

Un certain manque d'imagination

Les résultats publiés par l'I.N.S.E.E. sur l'enquête budgétaire sont assez révélateurs d'une grande inertie de la structure des budgets. Si nous comparons les dépenses du cadre supérieur à celles du français moyen, avec des dépenses totales de consommation moyennes par ménage dans le rapport de deux à un, on peut penser que le cadre supérieur préfigure le consommateur de 1985. La structure reste pratiquement inchangée ainsi que permet de le constater le tableau II. Avec des ressources doubles, on dépense le double de tout à quelques distorsions près. de plus en plus lentes.

Le plus désolant est peut-être de voir que pour affecter leurs ressources aux diverses dépenses qui leur sont proposées ou imposées, l'Etat et les collectivités publiques se comportent dans leur ensemble comme les ménages. Les ressources, croissantes avec l'ensemble des grandeurs économiques, sont réparties chaque année selon un schéma qui ne se déforme lui aussi que très lentement.

L'annualisation des budgets ne permet pas de voir

loin. Le budget que l'on prépare pour l'année à venir se fonde sur des ressources globales majorées, bon an mal an, de 5 % et ne peut donc favoriser les entreprises de longue haleine ni les innovations de grande portée. Certes, la planification en étayant l'avenir proche sur un futur lointain fait petit à petit accepter l'idée de programmes pluriannuels. Toutefois, ces programmes restent largement conditionnés par une inertie structurelle dont la remise en question est improbable.

Ainsi, qu'il s'agisse de budgets annuels ou de programme pluriannuels, le problème est toujours de rechercher la meilleure affectation — la moins contestable — de ressources données, mais non pas de chercher comment on pourrait modifier le rythme de développement de l'économie pour créer les ressources qui seraient nécessaires pour réaliser un programme défini par des besoins.

Et nous devons bien le constater : le manque d'imagination du français individu est le mélancolique reflet de celui du français citoyen.

L'espace-temps économique

Ne soyons cependant pas trop pessimistes car s'il est possible aujourd'hui de raisonner ainsi, c'est que 20 années d'expérience de la planification ont apporté un changement radical d'attitude et promettent pour les 20 années à venir, une nouvelle étape dans la transformation des conceptions économiques.

En effet, dans cette période le contrôle de la vie économique a intégré consciemment le temps, la vitesse, aux autres éléments de l'équilibre. Ainsi, est-on arrivé à une étape que l'on pourrait qualifier de « précybernétique ». Par la considération des projections de certaines tendances, on sait comment tenter de les infléchir pour que l'équilibre dans la croissance se maintienne. Mais, pour le moment, on ne peut pratiquement pas choisir le programme.

L'étape cybernétique consisterait à pouvoir dire, la machine économique étant capable de s'auto-réguler, que l'on se fixe un cap, un objectif et que grâce à ses régulations propres, grâce à son « pilote automatique » la machine va dans la direction voulue.

Il n'est pas impossible que ce stade soit atteint, probablement d'une manière imparfaite, au terme des vingt prochaines années. A des programmes du type : « que celui qui a deux paires de chaussures en ait quatre et que celui qui a quatre cravates en ait huit », on pourrait substituer des programmes plus généreux et plus excitants pour les individus aussi bien que pour la collectivité (Enseignement dans de bonnes conditions, hôpitaux...).

Mais dans les vingt années qui viennent, les dépenses par grand poste alimentaire peuvent être pronostiquées par les méthodes classiques avec de bonnes chances de se réaliser.

Bibliographie documentaire
relative aux séries de consommation

Revue « Consommation » :

Tableau général de la Consommation paru dans les numéros :

3-4-1961 donnant les statistiques pour les années 1950 à 1960 ;

1-1963 donnant les statistiques pour l'année 1961 ;

4-1963 donnant les statistiques pour l'année 1962 ;

4-1964 donnant les statistiques pour l'année 1963 ;

2-1966 donnant les statistiques pour l'année 1964 ;

1-1967 donnant les statistiques pour l'année 1965 ;

Etudes et conjoncture :

1967 — juin (n° 6) : Comptes de la Nation de l'année 1966. Ce numéro donne les séries détaillées 1959-1966.

Juillet (n° 7) : Premiers résultats d'une enquête permanente sur la consommation alimentaire des Français.

Novembre (n° 11) : Résultats d'une enquête permanente sur les conditions de vie des ménages.