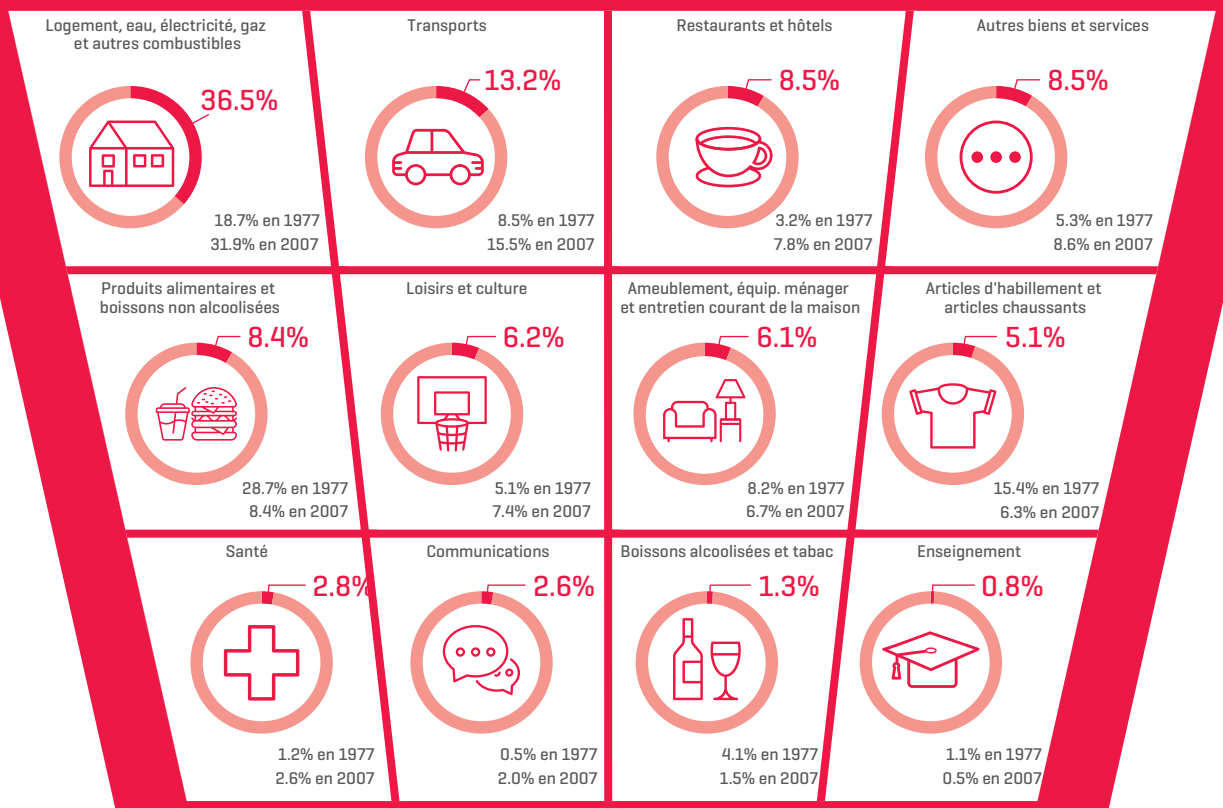
REGARDS

N° 12
08/2020

Les ménages octroient 12% de leurs dépenses alimentaires aux produits bio

Depuis 2011, la part des dépenses alimentaires privées consacrée aux produits biologiques varie entre 10% et 14% selon les années. On n'observe donc pas vraiment de boom selon les résultats de l''enquête sur le budget des ménages (EBM) réalisée par le STATEC.

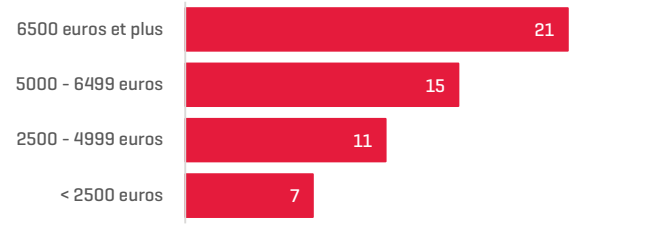
Part des dépenses des ménages par catégorie de biens et services (2017)



STATEC

Il n'y a pas de différence significative dans l'achat d'aliments biologiques selon l'âge mais le revenu du ménage joue sans surprise. Les ménages disposant d'un revenu inférieur à 2 500 euros consacrent 7% de leurs dépenses alimentaires au produits biologiques ; cette part atteint 21% chez ceux disposant de 6 500 euros et plus.

GRAPHIQUE 1 : POURCENTAGE DES DÉPENSES EN PRODUITS BIO DANS LES DÉPENSES ALIMENTAIRES DES MÉNAGES SELON LE REVENU*, 2018



Source : STATEC, Enquête sur le budget des ménages

* Revenu équivalent adulte

81% des produits alimentaires biologiques sont achetés en grandes surfaces, 9% dans des magasins discount et 8% dans des épiceries. Cette répartition diffère légèrement de celle des produits non biologiques où 70% sont achetés en grandes surfaces et 21% dans des magasins discount.

Les produits biologiques préférés des consommateurs sont l'alimentation pour bébés (38%), le miel (22%), les œufs (20%), les farines et céréales (15%), le lait 12% et les fruits et légumes (10%).

Les dépenses de consommation augmentent de 1.4% en moyenne annuelle depuis 2012

Ceci équivaut à une baisse par rapport aux années 60 à 90, où les dépenses de consommation moyennes des ménages augmentaient encore en termes réels (c'est-à-dire déflatés par l'indice des prix à la consommation) entre 2 et 4% par an. Entre 2007 et 2012 les ménages avaient même réduit leurs dépenses suite à la crise financière amorcée en 2008.

Les dépenses de consommation mensuelles moyennes se sont élevées à 4 190 euros en 2017 pour l'ensemble des ménages contre 3 821 euros en 2012. Elles ont augmenté de quelques 10% sur la période : de 15% pour les ménages avec enfants, de 16% pour les ménages sans enfants, mais seulement de 6% pour les ménages monoparentaux. En termes réels, donc sans tenir compte de l'inflation, les dépenses de consommation des ménages monoparentaux ont donc quasiment stagné depuis 2007.

En 1977, les ménages allouaient 29% de leur bugdet de consommation à l'alimentation, 19% à leur logement et 15% à l'habillement. Les frais liés aux transports (voiture particulière et services de transports) représentaient alors 8% de leurs dépenses, la restauration et l'hôtellerie 3% et la communication 0.5%.

40 ans plus tard, la structure de leurs dépenses de consommation a fortement changé. L'alimentation ne représente plus que 8% du budget de leur ménage, l'habillement 5% mais le logement absorbe désormais 37% de leurs moyens. 13% du budget sont désormais alloués aux transports, 9% à la restauration et 3% à la communication. La part du budget attribuée à la santé a doublé, passant de 1.2% en 1977 à 2.8% en 2017 (il s'agit des frais non remboursés par le système de sécurité sociale) .

Les mutations sur le marché du travail et des structures familiales font qu'en termes de poids dans le budget des ménages, l'alimentation à l'extérieur pèse désormais autant que celle à domicile.

Sur la période 2007 - 2017, les ménages consacrent une part moins importante de leur budget aux deux postes « transports » et « loisirs et culture ». Au niveau des transports, la part des montants dédiés à l'achat de voitures neuves a diminué de 7.2% en 2007 à 4.9% en 2017, alors que celle allouée à l'achat de voitures d'occasion est passée de 1.3% à 2.1% sur cette période.

Côté culture et loisirs, les ménages allouent une part un peu moins importante aux équipements audiovisuels, photographiques et informatiques et au jardinage et plantes, ce qui peut être dû à une baisse des prix pour ces produits.

Les personnes seules consacrent une part moins importante à l'alimentation mais le logement affecte leur budget plus lourdement que celui des autres types de ménage (42% contre 34% pour les couples avec enfant(s) par exemple).

Les ménages d'une personne et les couples sans enfants âgés de moins de 65 ans accordent une part plus importante aux restaurants et hôtels (9% respectivement 10%) que les ménages avec enfants (7%) ou les ménages monoparentaux (6%).

La part du budget consacrée aux produits alimentaires diminue avec la hausse du revenu. En 2017, les ménages les plus aisés y ont certes consacré 50% de plus en valeur absolue que les plus défavorisés mais, en termes de poids de leur budget, cela ne que 7% contre 11% pour les ménages défavorisés.

D'autres dépenses de consommation qui varient fortement avec le niveau de revenu sont celles liées aux postes 'Ameublement, équipement ménager et entretien courant de la maison', 'Loisirs et culture' et 'Restaurants et hôtels'. Les ménages disposant d'un revenu équivalent adulte de plus de 6 500 euros dépensent en moyenne près de 4 fois plus (quelques 618 EUR/mois) pour l'ameublement, l'équipement et l'entretien de leur domicile que ceux qui gagnent moins de 2 500 euros (157 EUR/mois). Les parts budgétaires respectives sont de 7% et 4%. Les différences sont également très marquées pour les postes 'Loisirs et culture' et 'Restaurants et hôtels' où les ménages aisés dépensent également près de 4 fois plus que les défavorisés. Les mieux lotis financièrement consacrent 11% de leurs moyens à l'hébergement et à la restauration et 8% aux loisirs et à la culture. Dans le budget des moins aisés, ces postes représentent respectivement 7% et 5%.

10% des dépenses de consommation effectuées à l'étranger

Cette part des dépenses reste quasi stable sur la période 2007 – 2017.

En 2017, 30% des dépenses en vêtements et chaussures, 24% des dépenses en mobilier et équipements ménagers et 18% des dépenses pour les loisirs et la culture étaient réalisées à l'étranger. Cette proportion est restée quasiment stable sur 10 ans. Les habits pour hommes (34%) sont un peu plus souvent achetés à l'étranger que ceux pour femmes (29%) et enfants (25%). Le même constat vaut pour les chaussures. 37% des tissus d'habillement sont également acquis à l'étranger.

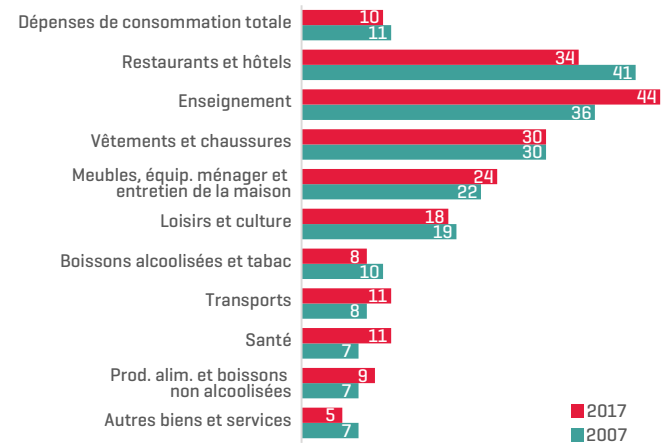
Au sein du poste « Ameublement, équipement ménager et entretien courant de la maison », ce sont surtout le mobilier (35%) et la verrerie, la vaisselle et les ustensiles de ménage (37%) qui sont achetés à l'étranger.

Au niveau des loisirs et de la culture, ce sont les dépenses pour des loisirs effectués pendant des vacances mais également les livres qui dominent. En effet, 46% sont achetés à l'étranger principalement sur internet.

Les « transports » comprennent l'achat de véhicules, leur entretien et les services de transports. Globalement, 11% des dépenses y relatives ont été effectuées à l'étranger en 2017 contre 8% dix ans plus tôt. Ici, ce sont les automobiles d'occasion qui priment ; 19% des paiements pour voitures d'occasion sont réalisés à l'étranger (14% pour des véhicules rachetés à un autre ménage et 26% à un garage à l'étranger).

En 2017, globalement 11% des dépenses de santé ont été effectuées à l'étranger contre 7% en 2007 ; 12% des dépenses pour produits et appareils médicaux et thérapeutiques ; 7% des dépenses pour services médicaux et 18% des dépenses pour services hospitaliers.

GRAPHIQUE 2 : DÉPENSES DE CONSOMMATION À L'ÉTRANGER (EN %)



Source : STATEC, Enquête sur le budget des ménages

Les ménages les plus démunis consomment en moyenne 8% de leur budget à l'étranger, contre 10% pour la moyenne de la population. Ils dépensent un peu plus à l'étranger pour l'alimentation et les boissons, 11% contre 9% en moyenne. Les ménages plus aisés quant à eux déboursent une part plus importante de leur budget à l'étranger (12%) que la population résidente en moyenne. Ils dépensent nettement plus à l'étranger pour les postes « Restaurants et hôtels » et « Loisirs et culture ».

MÉTHODOLOGIE

Les enquêtes sur le budget des ménages (EBM) sont un outil important pour suivre les habitudes de consommation de la population. Chaque année, environ un millier de ménages participe à l'enquête.

Depuis 2005, l'enquête annuelle est mise au point avec des échantillons cumulés sur 3 ans. Chaque année, 5 000 ménages sont choisis au hasard dans le Registre national des personnes physiques pour représenter l'ensemble des ménages privés qui résident au Grand-Duché. Chaque année, une nouvelle vague est ajoutée alors que la plus ancienne est retirée.

Sur le terrain, les ménages participants inscrivent durant 15 jours, toutes leurs dépenses dans un carnet prévu à cet effet et complètent le questionnaire sur les charges relatives au logement et celui sur les dépenses diverses. Un enquêteur du STATEC quant à lui recueille dans un entretien face-à-face des renseignements sur la composition du ménage, sur le logement et l'équipement ainsi que sur ses ressources.

Les chiffres de la présente publication ne sont pas comparables avec les comptes nationaux qui appliquent des méthodologies différentes.

Le STATEC remercie tous les ménages participants sans lesquels ce type de publication ne serait pas possible.

Cette publication n'engage que le STATEC.

Contact:

Guillaume Osier

(+352) 247-88497

guillaume.osier@statec.etat.lu

info@statec.etat.lu

www.statistiques.lu

ISSN 2304-7135