

**I. L'ÉVOLUTION DE LA STRUCTURE DE LA CONSOMMATION DES MÉNAGES****1. Ce que les ménages consomment.****Activité 1 : comprendre et analyser un reportage issu du journal TV****Vidéo Journal TF1 : radioscopie de la consommation des ménages depuis 50 ans. 2minutes****Qu'est-ce qu'un ménage ? (apprendre à se servir du manuel ⇒ voir les définitions à la fin)**

Au sens économique et sociologique : ensemble des personnes vivant sous le même toit.

Alimentation

La part de l'alimentation dans le budget a chuté : de 30% en 1960 à 17% en 2007

Les plus pauvres consacrent une part de leur budget plus importante à l'alimentation que les plus riches

On appelle ces phénomènes **la loi d'Engel**, du nom d'un économiste.**Comment l'expliquer ? Proposez des explications à cette loi.**Les aliments sont considérés comme des **biens inférieurs** ou de base. Une fois qu'un individu satisfait ses besoins en biens inférieurs, il n'en consomme pas plus mais va utiliser son budget pour acheter des **biens supérieurs**, un peu moins nécessaires mais qui lui donneront d'autres satisfactions.

Les prix ont baissé

Le budget a augmenté mais les français ne mangent pas plus

Les riches dépensent plus que les pauvres en nourriture car ils achètent des produits plus chers et de meilleure

qualité mais le budget des pauvres est plus petit donc la part que représente l'alimentation est plus grande

**ELASTICITE-REVENU**

Quand le revenu augmente et que la consommation d'un bien augmente, on dit que la consommation de ce bien a une élasticité-revenu positive. C'est le cas des biens supérieurs : plus je suis riche, plus j'en consomme.

Exemple : des billets d'avion, plus je suis riche, plus je voyage loin et souvent

A l'inverse, quand le revenu augmente, je n'augmente pas la consommation des biens inférieurs et le poids dans mon budget diminue. On dit que l'élasticité-revenu des biens inférieurs est négative : plus je suis riche moins la part

que je consacre à ces biens est grande.

Exemple : des pâtes, plus je suis riche, plus je vais manger des aliments variés.Logement

La part du logement dans le budget a augmenté

Le **niveau de vie** des locataires a chuté : la quantité de biens et de services qu'ils peuvent s'acheter avec leurs revenus est plus faible.**Comment l'expliquer ? Donnez des explications à ce phénomène**

Les logements sont plus grands

Les logements ne sont pas assez nombreux et les prix des locations augmentent

Les intérêts à payer pour les crédits immobiliers sont plus élevés.

De nouvelles dépenses

Les forfaits internet et téléphone : ce sont des dépenses pré-engagées comme le loyer, le chauffage, l'eau et l'électricité.

**Quelles autres dépenses se sont-elles développées depuis 1960 ?****Activité 2 : analyser un document statistique**

MANUEL Doc 3 p. 13 L'ÉVOLUTION DU BUDGET DES MÉNAGES DEPUIS 50 ANS

**Lecture** de la donnée entourée : Les ménages français consacraient en moyenne 38% de leur budget à l'alimentation en 1960 selon l'INSEE**Analyse1** : La part de l'alimentation et de l'habillement a diminué dans le budget des ménages français entre 1960 et 2007.**Interprétation** : Les ménages n'ont pas moins mangé et ne se baladent pas tout nu. L'alimentation et les habits sont des biens inférieurs et leur prix peut avoir baissé mais aussi les ménages se sont enrichis et ont consacré une plus grosse part de budget à des biens normaux ou supérieurs.**Analyse 2** Les parts qui ont augmenté. Les dépenses de loisirs ont augmenté: vacances, sorties, sport, bien-être.**Interprétation** : plus de temps libre. Les dépenses de santé : soins, médicaments et chirurgie. **Interprétation** : le progrès techniques. Les dépenses de transport : le prix du carburant a augmenté, les individus vont travailler loin de chez eux.

## 2. le budget des ménages

### Activité 3 : lire et comprendre un schéma

MANUEL Comprendre autrement Schéma p. 28

- Les ménages perçoivent des revenus

Les revenus d'activité :

Les revenus du travail : salaire, honoraires et traitements

Les revenus du capital ou du patrimoine : loyers, dividendes, intérêts

Les revenus mixtes pour les auto-entrepreneurs et artisans

Les revenus secondaires ou de transfert : les aides sociales distribuées par l'Etat ou les prestations distribuées par la Sécurité sociale.

- Une partie des revenus est rendue à l'Etat et la sécurité sociale pour la protection sociale.

Seule une partie des revenus peut être utilisée : cette partie s'appelle le revenu disponible

Le revenu disponible que vous pouvez dépenser : revenu – prélèvements obligatoires + revenus de transfert

Les revenus peuvent être utilisés soit pour **consommer** soit pour **épargner**.

#### **Devoir à la maison :**

- Apprendre La synthèse du manuel p.28 le paragraphe 1 de la ligne 1 à 6, tout le paragraphe 2 et le schéma
- Lire les définitions des mots en rose (à la fin du manuel)
- réaliser une enquête auprès des parents et grands-parents. Pensez-ils avoir vu leur pouvoir d'achat augmenter ou diminuer ?

## Chapitre 1 ; SEANCE 2 : 1h30

## 3. Le pouvoir d'achat des ménages français

**Activité 1 : Retour sur les enquêtes individuelles** auprès des parents et des grands parents : création d'une statistique

Nos résultats sont-ils scientifiques ? Critique de la démarche.

### **Activité 2 : Comprendre et analyser une vidéo sur le pouvoir d'achat**

**Vidéo INSEE : le pouvoir d'achat 5 minutes**

Les français se sont-ils appauvris ou enrichis depuis 10 ans ? Peuvent-ils consommer autant de biens et services ?

Le pouvoir d'achat c'est la quantité de revenu que l'on peut épargner ou consommer.

IL dépend des prix et des revenus

#### **Pourquoi la hausse des prix n'a pas le même effet sur tous les français ?**

Les français ont des modes de vie différents selon leur âge, leur lieu d'habitation etc., ils consomment des produits différents.

**Comment est calculé l'IPC ?** Explications

**A quoi sert-il ?**

IL faut comparer l'évolution des prix et l'évolution des revenus.

#### **Pourquoi l'INSEE dit que le PA augmente et les ménages ne le pensent pas ainsi ?**

- L'INSEE calcule les revenus de l'ensemble des ménages or la population augmente, les riches s'enrichissent aussi au détriment des plus pauvres, des besoins nouveaux apparaissent.
- **L'élasticité-prix** est différente selon les biens et services : Face à une hausse des prix la réaction est différente selon les produits

### Activité 3 : Analyse de documents pour comprendre l'élasticité-prix

MANUEL doc 3 p. 22 le prix des cigarettes

**A quel type de bien correspond la cigarette ? Comment la consommation devrait-elle réagir à une hausse des prix ? Pourquoi cela ne marche-t-il pas ?**

La cigarette est un bien supérieur : ce n'est pas un bien de base utile pour survivre. Normalement, son élasticité devrait être forte : une hausse des prix devrait entraîner une forte baisse de la consommation. Mais cela ne fonctionne pas car les fumeurs ont développé une addiction qui rend nulle voire positive l'élasticité prix

MANUEL Doc 2,3 et 6 p.26-27 le prix des carburants.

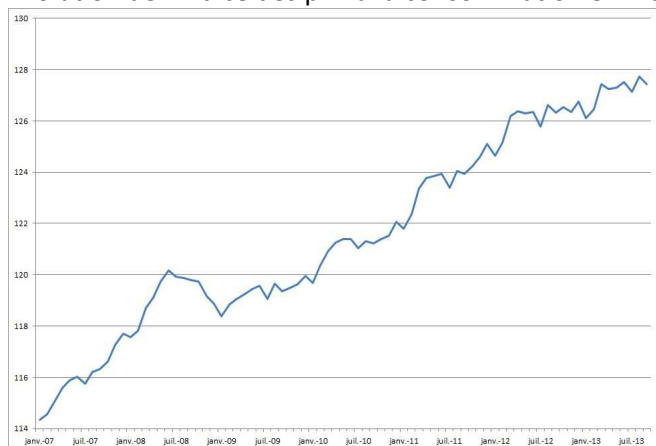
La consommation de carburant s'adapte à la baisse mais lentement. L'élasticité est négative mais pas immédiatement car les individus ne peuvent pas s'adapter rapidement à la hausse des prix du carburant.

Regardons l'évolution des chiffres. En économie, on étudie toujours les chiffres et leur représentation graphique. IL faut être capable de lire, comprendre et analyser des données statistiques pour pouvoir donner des explications aux phénomènes économiques.

### Activité 4 : Lire et interpréter des graphiques vidéo-projetés

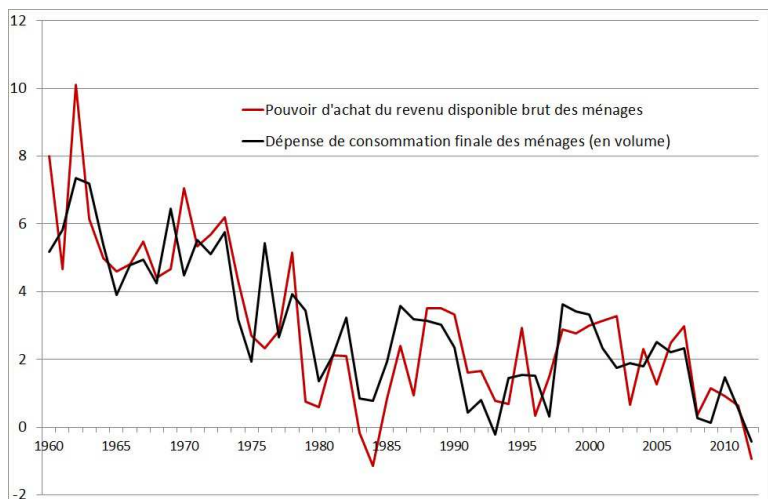
**Comment ont évolué les prix en France en 6 ans ?**

Evolution de l'indice des prix à la consommation en France entre 2007 et 2013 (INSEE)



L'IPC a augmenté de 14% entre 2007 et 2013. Les prix ont donc augmenté en général de 14% selon l'INSEE. Ils ont cependant baissé en 2008

Comment ont évolué le pouvoir d'achat et la consommation des ménages français ?



Si du temps : l'épargne des ménages

MANUEL doc 1 A chaque âge son épargne

MANUEL 2 p. 16 Pourquoi les français épargnent-ils autant ?

**Devoir à la maison :**

- Apprendre l'essentiel p.28 en totalité
- Lire le cours reçu par mail
- lire et apprendre les définitions

**Activité 1 Comprendre une vidéo**

Vidéo Dessine-moi l'éco : comment calcule-t-on le revenu sur l'impôt. 3minutes

**Activité 2 Observer une déclaration d'impôts**

Déclarer ses impôts c'est compliqué : [http://www3.finances.gouv.fr/calcul\\_impot/2014/simplifie/index.htm](http://www3.finances.gouv.fr/calcul_impot/2014/simplifie/index.htm)

**Activité 3 Calculer les impôts.**

Barème de l'impôt sur le revenu 2014 :

TRANCHE DU REVENU 2013 (Quotient familial)	TAUX D'IMPOSITION 2014 (Barème 2014 : TMI)
Jusqu'à 6 011 euros	0 %
de 6 011 à 11 991 euros	5,5 %
de 11 991 à 26 631 euros	14 %
de 26 631 à 71 397 euros	30 %
de 71 397 à 151 200 euros	41 %
Supérieur à 151 200 euros	45 %

le quotient familial : Revenu net imposable / Nombre de parts fiscales du foyer fiscal. Le but du quotient familial est de réduire l'impôt d'un foyer fiscal ayant des enfants à charge.

2 personnes mariées = 2. 1 enfant ajoutera 0,5 parts au nombre total de parts fiscales des adultes. 2 enfants ajouteront 1 part. 3 enfants ajouteront 2 parts.

**Exercice : Calculez le montant de l'imposition d'un couple marié avec 3 enfants dont les revenus totaux annuels s'élèvent à 300 000 euros.**

$300000/4 = 75000$

$(11991-6011) \times 5.5\% + (26631-11991) \times 14\% + (71397-26631) \times 30\% + (75000-71397) \times 41\% =$

$\text{Total} \times 4 = \text{€}$

**Activité 4 Discussion** : A quoi servent les impôts ?

Devoir maison : réviser l'essentiel p. 28, lire le cours, s'entraîner à calculer des impôts.

**DEVOIR SURVEILLE 20 minutes**

**A quoi servent les impôts et les cotisations sociales ?**

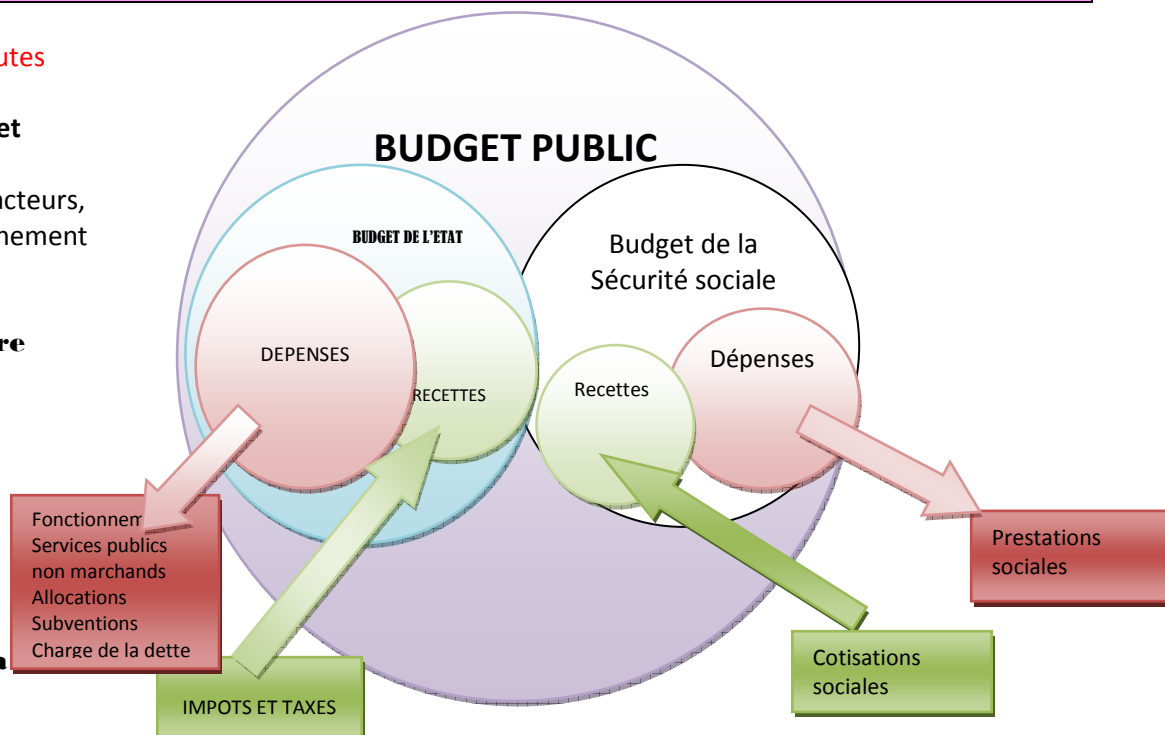
Objectif : comprendre les acteurs, les objectifs et le fonctionnement de la redistribution

**Activité 1. Comprendre et analyser une vidéo**

C'est pas sorcier :

Budget de l'Etat, les sorciers demandent des comptes (de 3'40 à 7'10)

**Activité 3. Construire un schéma de synthèse**



Devoir maison : Qu'est ce qui détermine vos choix quand vous achetez vos vêtements ? Est-ce que seul le budget et le prix ne comptent ? Ecrivez un paragraphe de 10 lignes expliquant ce qui motive vos achats vestimentaires.

## II. LA CONSOMMATION, UN MARQUEUR SOCIAL ?

### **Activité 1 : Lecture des paragraphes écrits en DM et réflexion collective autour de l'acte d'achat et son sens.**

Quand on choisit ses vêtements, on imagine ce qu'en penseront les personnes dont l'opinion compte pour nous. On cherche à être original mais pas ridicule. On est également contraint par le choix que proposent les magasins et influencés par les publicités ainsi que la manière dont les personnes qu'on apprécie ou admire s'habille.

### **Activité 2 : Analyse de deux bandes dessinées**

MANUEL doc 3 p. 34

Etre influencé par l'entourage et chercher à s'intégrer dans son groupe social pousse les individus à la conformité. En étant trop originaux, les individus risquent d'être exclus de leur groupe social.

MANUEL doc 4 p.35 La boucle est bouclée

Les individus consomment selon les normes (règles) de leur groupe social pour s'intégrer

Ils essaient **d'imiter** le groupe social supérieur en accédant aux mêmes biens.

Ils essaient de se **distinguer** du groupe social inférieur en achetant des produits chers ou originaux

MANUEL doc 1 p.36 Comment devient-on accro aux marques ?

Les jeunes veulent acheter des marques mais ils refusent de penser qu'ils sont manipulés par la publicité. Les jeunes veulent penser qu'ils sont indépendants et qu'ils choisissent librement leurs vêtements. Pourtant ils sont la cible des stratégies marketing qui cherchent à leur donner envie d'acheter. Ainsi, les marques réussissent à vendre des produits plus chers aux parents.

### **Activité 3 : Analyse vidéo**

Vidéo les uns, les autres la consommation en France : Le sappeur 5 minutes

Un sappeur est une personne qui dépense beaucoup pour s'acheter des vêtements très chers. Son apparence physique compte plus que tout le reste. Ces individus pratiquent une **consommation ostentatoire** : ils veulent montrer à tout prix qu'ils ont de l'argent et du goût à travers sa consommation. Ils veulent donner envie aux autres.

### **Activité 4 : Lire et analyser un texte**

MANUEL doc 4 p.41 Les consommateurs sous hypnose

Les supermarchés présentent les marchandises de façon à donner envie d'acheter.

Discussion autour des stratégies marketing des marques et des magasins.

### **Activité 5 : Analyse vidéo**

Vidéo : Le marketing olfactif France 5 ; 3 minutes

Des magasins essaient d'inciter les consommateurs à acheter en diffusant des odeurs dans les magasins.

### **Activité 5 : Analyser une vidéo**

Vidéo Google lit les mails pour faire de la publicité ciblée 1'20

La publicité sur internet se développe. Elle est plus ciblée que les autres formes de publicités. Des sites ou des moteurs de recherche analysent le contenu des recherches et des messages pour proposer aux individus des produits qui devraient leur correspondre.

Devoir à la maison :

- Apprendre La synthèse du manuel : l'essentiel p. 44