

EPREUVE ECRITE : CONCOURS D'ADMISSION 2014

MONITEUR EDUCATEUR

21 Janvier 2014

CONSOMMER EN TEMPS DE CRISE

Baisse du pouvoir d'achat, crainte du chômage, incertitudes quant à l'avenir... Les Français n'ont d'autre choix que de s'adapter. Différentes « solutions » s'offrent – ou s'imposent – à eux : consommer moins, moins cher, « mettre la main à la pâte » ou encore partager.

En temps de crise, dépenser moins se révèle un impératif pour beaucoup ; l'augmentation des dépenses dites « contraintes » ou « préengagées » limite les marges de manœuvre. Pour faire face à la baisse de leur pouvoir d'achat, les Français se voient dans l'obligation de faire des arbitrages ; certains achats s'en trouvent différés, voire supprimés. Victimes de ces choix, les ventes de voitures neuves ont chuté de 14 % en 2012. Pour tenter d'inverser la tendance, les constructeurs multiplient les rabais sur les voitures neuves, de façon à dégonfler leurs stocks. Mais les particuliers recherchent avant tout des prix serrés et c'est l'occasion qui leur apporte actuellement la meilleure réponse. [...] Autre poste de dépense directement menacé par la baisse du pouvoir d'achat : les vacances. Les Français continuent à partir, mais la crise impose de nouvelles contraintes ; ils partent moins loin, moins longtemps et pour moins cher. [...] A côté de cela, 80 % des Français envisageraient de réduire leurs dépenses de loisirs ; ils étaient déjà 29 %, l'an dernier, à dépenser moins pour leurs sorties. Il ne s'agit pas tant de supprimer ce poste de dépenses, mais plutôt de le réorienter vers des sorties de proximité, [...] ou, mieux encore, des loisirs gratuits. [...] Peut-être encore plus alarmant : la santé est elle aussi victime des restrictions budgétaires des Français. [...] En France, les achats de lunettes sont le premier poste différé pour des raisons économiques (19 %), devant les soins dentaires (10 %) et les achats de médicaments (5 %). La faute à la crise, aux déremboursements de la Sécu, aux dépassements d'honoraires des médecins, mais aussi à la hausse du prix de mutuelles : l'accès aux services de santé est de plus en plus mis à mal.

Quand ils ne les suppriment pas, les Français cherchent à réduire au maximum le coût de leurs achats. Différentes options s'offrent alors à eux, celles-ci variant, notamment, selon les biens et services concernés.

Réserver son vol sur une compagnie *low cost*¹ est aujourd'hui, pour beaucoup, une pratique courante. [...] Bien d'autres domaines sont également concernés : la distribution alimentaire avec des enseignes de *hard discount*, le jardinage avec Garden Price, le bricolage avec Bricodépôt, l'hôtellerie avec Formule 1, l'automobile avec la Logan de Renault, et même la coiffure avec les salons Tchipp coiffure. Contrairement à ce qu'il pourrait être facile de penser, le *low cost* ne s'adresse pas qu'à un « marché de pauvres », les consommateurs font des choix et privilégient certains biens ou services, ramenant le reste de leur consommation au registre de la simple fonctionnalité. [...]

Pour consommer moins cher, les Français sont en revanche de plus en plus adeptes des achats d'occasion et de la location. Après tout, pourquoi payer le prix fort un bien qu'il est possible de dénicher d'occasion, parfois deux ou trois mois après sa sortie et jusqu'à 50 % moins cher ? Pourquoi ne pas louer un outil dont on ne compte faire qu'un usage occasionnel ? A la faveur de la crise, le principe que l'usage prime sur la possession rencontre un engouement croissant auprès des consommateurs. Internet et les réseaux sociaux jouent – ont joué et joueront – un grand rôle dans le développement des nouvelles pratiques de consommation ; ils en sont aussi les témoins. Il n'y a qu'à observer la croissance des sites Internet de location (aujourd'hui, tout se loue !); celle des sites de troc et de don également ou encore l'essor de sites comme Le bon coin, PriceMinister ou eBay. Des sites qui proposent d'acheter d'occasion, mais également de vendre. Et si le prix reste le principal moteur du marché de l'occasion, les consommateurs sont aussi de plus en plus sensibles au fait de donner une seconde vie aux objets plutôt que d'être dans une course perpétuelle à la nouveauté. [...]

Dans cette dynamique, le fait-main rencontre un regain d'intérêt assez exceptionnel. Pourquoi laisser faire par un autre – et en le payant ! -, ce que l'on peut faire soi-même ? Et en prenant du plaisir !

La cuisine « maison » connaît ainsi un réel *boom*. Emissions de télévision culinaires, salons, livres, (titres de presse et autres rubriques gourmandes, cours de cuisine, blogs et sites Internet) consacrés à la gastronomie ne cessent de se développer. Ainsi, quelque 84 % des Français pratiqueraient régulièrement ou occasionnellement la cuisine maison pour des raisons d'abord de santé et de plaisir, mais aussi pour des raisons économiques. Le « fait maison » coûte moins cher que les petits plats industrialisés et permet d'être maître de la quantité. [...]

Autre tendance côté cuisine : récolter soi-même ses fruits et légumes. L'idée est de pouvoir ramasser et choisir soi-même ses fruits et légumes dans des exploitations agricoles spécifiques. [...]

[...] Autre domaine où le faire soi-même rencontre un franc succès : le bricolage. Les Français sont plus de 80 % à déclarer préférer réaliser leurs travaux eux-mêmes plutôt que de les confier à des professionnels. Malgré la baisse du pouvoir d'achat, l'aménagement de l'habitat reste ainsi une dépense prioritaire.

« Faire soi-même » s'envisage – et se développe – dans bien des domaines. « Selfgarage », ateliers de décoration, de fabrication de bijoux, de tricot... Le phénomène se nourrit des nouvelles pratiques de consommation nées avec Internet : chacun peut aujourd'hui ouvrir un blog, une boutique en ligne, et contourner ainsi les circuits classiques fondés sur la publicité et les grandes enseignes commerciales. Le phénomène dépasse largement le cadre de la « simple » débrouille ; les gens inventent un nouvel artisanat.

Le partage est au cœur des nouveaux modes de la consommation ; les particuliers tendent de plus en plus à se débrouiller entre eux.

Le covoiturage est ainsi une marque évidente du développement du « consommer ensemble ». Cet état d'esprit qui, au tout début, semblait réservé aux autostoppeurs, aux jeunes et aux étudiants, gagne désormais bien d'autres catégories ; année après année, ce mode de transport prend de l'ampleur, les

cadres et les seniors s'y mettent, et si le facteur économique reste la première motivation pour y recourir, la convivialité et les préoccupations écologiques contribuent également à son développement. [...]

La colocation, elle non plus, ne se trouve pas réservée aux étudiants. Les actifs sont en effet nombreux à ne plus avoir d'autres choix que ce type de logement ou à vouloir profiter de leur vie de jeune actif autrement qu'en mettant la moitié de leur salaire dans un loyer. Emerge aussi, avec la crise, une génération dite « boomerang ». En France, près de 700 000 adultes seraient ainsi retournés vivre chez leurs parents, rejetés au bercaïl par la flambée de l'immobilier, un divorce, le chômage ou une difficulté passagère.

De plus en plus, les Français se déplacent ensemble, vivent ensemble... achètent également ensemble. [...]

La crise a des effets économiques et sociaux importants en terme de dégradation de niveau de vie, de précarisation² des franges³ de la population les plus fragiles, mais également d'interrogation sur notre modèle de production et de consommation. Nos comportements s'en trouvent modifiés, davantage marqués par des valeurs de responsabilité environnementale, de convivialité, de lien social et de solidarité. Certes, la crise n'est pas à proprement parler à l'origine de ces changements, elle en est cependant clairement révélatrice et amplificatrice. Et ça semble bien parti pour durer.

Sonia Deschamps

Science humaines n°245 – février 2013

¹bas prix

²instabilité

³ce qui est au bord

QUESTIONS

1^{ère} QUESTION : notée sur 8 points

- Citez les différentes solutions qui se présentent dans le texte pour : [« Consommer moins, moins cher, mettre la main à la pâte, ou encore partager ».]

2^{ème} QUESTION : notée sur 10 points

En 15 lignes minimum, donnez votre point de vue sur les avantages et les inconvénients de la colocation.

3^{ème} QUESTION : notée sur 2 points

Quel est le contraire du verbe « dépenser » ?