

Section 3 : Les transformations des modes de vie



" Le domaine du genre de vie va de l'hygiène, aux loisirs et à la durée du travail en passant par toute une série d'éléments non chiffrables. "

Jean Fourastié

La croissance économique s'accompagne de plusieurs transformations au niveau des toutes les structures économiques. Les mutations qui caractérisent la consommation en constituent un exemple. En effet, les pays en croissance se caractérisent non seulement par l'accroissement du niveau de vie et des changements des structures de la consommation mais aussi par des transformations des modes de vie de leur population. Comment la croissance modifie-t-elle les modes de vie ?

A. Définition du mode de vie

B. Croissance et transformation des modes de vie





Mobilisons nos pré-requis

1. Les différents besoins, distinction difficile à faire !

Un besoin est un sentiment de manque accompagné du désir de combler ce manque ; par exemple, la faim est l'indice du besoin de se nourrir. Les besoins sont hiérarchisés. On distingue souvent les besoins primaires (se nourrir, lutter contre le froid, etc.) et les besoins secondaires (se divertir, etc.). Mais, cette approche doit être relativisée. A titre d'exemple, on parle du besoin de se nourrir, mais on peut se nourrir avec une bouillie de céréales ou avec du caviar. La distinction entre besoins primaires correspondant notamment à la satisfaction des besoins biologiques et besoins secondaires qui trouvent leur origine dans la société, entre les biens nécessaires et ceux qui seraient superflus est donc très difficile à établir. Pour satisfaire leurs besoins, les hommes se procurent des biens et services. La plupart des biens et services que nous consommons sont disponibles en quantité limitée par rapport au caractère illimité des besoins. Ces biens sont dits "rares". Pour lutter contre la rareté, il faut produire.

Alain Beitone et Ahmed Silem, La consommation, Editions Hachette Education.

- 1 Identifiez un besoin.
- 2 Quel est le critère de classification des besoins retenu dans le texte ?
- 3 Pourquoi, selon ce critère, la distinction entre les différents besoins est-elle difficile à établir ?

2. L'évolution de la consommation

Consommer consiste à utiliser des biens et services qui seront détruits, immédiatement ou progressivement, au cours de leur usage. L'augmentation des revenus a permis une augmentation considérable de la consommation qui s'est particulièrement accéléré dans plusieurs pays depuis 1950 faisant de la consommation de masse une de leurs caractéristiques essentielles. Lorsque le niveau de vie s'élève, les ménages ne se contentent pas de consommer plus, ils consomment autrement. Ernst Engel, statisticien allemand, a remarqué que lorsque le revenu s'élève, la proportion des dépenses consacrées à l'alimentation baisse. La structure de la consommation qui s'analyse avec les coefficients budgétaires s'est profondément modifiée.

Alain Beitone et Ahmed Silem, La consommation, Editions Hachette Education.

- 1 Rappelez la notion de niveau de vie.
- 2 Quel impact a l'augmentation des revenus sur la consommation ?

3. Les gains de productivité

Les gains de productivité correspondent à un surplus de richesses créées grâce à l'amélioration de l'efficacité productive. Ils sont à la source de l'augmentation des niveaux de vie sur le long terme. Ce sont, en effet, les gains de productivité qui permettent de diminuer le coût de revient des biens. Cette diminution des coûts se diffuse aux salariés sous forme de hausse de salaires nominaux et/ou de baisse des prix de vente des produits qui élèvent leur pouvoir d'achat.

Joëlle Bails, La productivité, Cahiers Français, n° 279.

- 1 Qu'appelle-t-on "gains de productivité" ?
- 2 Pourquoi sont-ils considérés comme un moyen d'augmenter le niveau de vie ?



Construisons nos savoirs

A. Définition du mode de vie



Définir la notion de mode de vie

1 Qu'est-ce qu'on entend par "mode de vie" ?

2 Montrez, à partir d'exemples, qu'en ayant un même niveau de vie, des individus peuvent avoir des modes de vie différents.

1. Qu'est-ce qu'un mode de vie?

Le mode de vie ou genre de vie désigne l'ensemble des manières de vivre d'un individu ou d'un groupe humain, caractérisé par les conditions matérielles et l'organisation de la vie quotidienne : modalités et conditions de travail, nature des ressources, formes d'habitat, façons de consommer, types de loisirs, etc. Le mode de vie est une notion qualitative, à la différence du niveau de vie qui est une notion quantitative. A un même niveau de ressources peuvent correspondre des genres de vie différents (ménage ouvrier en milieu urbain et famille d'agriculteurs en milieu rural par exemple).

La notion de genre de vie évolue dans le temps et l'espace. Dans les sociétés à technique rudimentaire, l'adaptation au milieu physique est centrale. Dans d'autres sociétés, ce sont les contraintes économiques et sociales qui prennent le dessus.

*Dictionnaire d'économie et de sciences sociales,
Sous la direction de Claude-Danièle Echaudemaison,
Editions Nathan.*

2. Les déterminants du mode de vie

Le mode de vie est l'ensemble des éléments qui caractérisent les façons de vivre des ménages. Le mode de vie dépend en partie du niveau de vie mais ne se confond pas avec lui : les habitudes culturelles, les différents conditionnements sociaux (dont celui de la publicité), les rythmes imposés par la société, tous ces facteurs influencent les modes de vie. Lorsqu'on évoque le mode de vie des individus, on pense à quelque chose d'abstrait comme s'il existait un mode de vie standard. Or, en réalité, les caractéristiques du ménage (revenu, âge, lieu d'habitation, etc.) ont une influence très forte sur son mode de vie.

*Christian Branthomme et Michel Rozé,
Niveau de vie et mode de vie,
Editions Hachette éducation.*

1 Dégagez les facteurs qui influent sur le mode de vie.

2 Illustrez par des exemples.

B. Croissance économique et transformations des modes de vie



Montrer que la croissance économique transforme les modes de vie

3. Évolution des modes de consommation

Une fois leurs besoins caloriques satisfaits, les ménages s'attachent à améliorer la qualité de leur alimentation. D'où, à mesure que le revenu s'élève, la consommation de légumes frais augmente au détriment des pommes de terre. Cette croissance qualitative des dépenses est, en principe, illimitée. C'est pourquoi les dépenses alimentaires continuent à croître, même pour les revenus les plus élevés. La démarcation entre les besoins primaires et les besoins secondaires est donc souvent floue : s'alimenter est indispensable, mais dans quelle mesure l'amélioration de la qualité de la nourriture est-elle nécessaire ou superflue ? Par ailleurs, un bien peut passer du statut de bien de luxe à celui de bien indispensable. La voiture est désormais pour bien des ménages un bien de première nécessité, du fait du développement de l'habitat périurbain et de l'accroissement de la distance entre le domicile et le lieu de travail. Il en va de même pour les dépenses de santé : l'accès universel aux soins médicaux fait désormais l'objet d'un consensus généralisé.

Chloé Mirau, Alternatives économiques, n° 164.

Montrez que l'amélioration du niveau de vie, permise par la croissance, modifie le comportement des ménages à l'égard de la consommation.

4. Croissance et changement du genre de vie

Le trait majeur de la croissance qui la fait rechercher par tous les peuples de la planète est l'augmentation du niveau de vie des hommes. Cette augmentation du niveau de vie s'accompagne d'une transformation du genre de vie : l'activité professionnelle se déplace (de l'agriculture vers les services ; du travail physique vers le travail intellectuel) ; l'habitat passe de la dispersion des campagnes à l'agglomération urbaine. Ces effets de la croissance sont dus aux progrès des techniques de production, souvent fantastiques, qui permettent un progrès de la production nationale suffisant pour transformer notablement la condition humaine. Le "gâteau" consommable, naguère presque immuable, augmente rapidement. Tous les facteurs du genre de vie changent plus ou moins radicalement, en principe dans le bon sens : habitat (confort), instruction et culture, etc.

Jean Fourastié, La réalité économique, Editions Pluriel.

Quels sont les facteurs qui contribuent aux transformations du mode de vie ?

1 Comment la croissance économique permet-elle de transformer profondément les modes de vie ?

2 Caractérissez les modes de vie qui se sont transformés.

Montrez que les modes de vie tendent à s'uniformiser.

5. Les progrès spectaculaires des modes de vie

La croissance de l'économie débouche sur une transformation profonde des modes de vie. L'augmentation de la productivité agricole et l'essor de l'industrie, puis des services, ont alimenté un vaste mouvement de bascule des campagnes vers les villes, amorcé au siècle précédent. Dès les années 30, le taux d'urbanisation dépasse 50 %. Ce processus s'accompagne d'une amélioration, lente mais bien réelle, des conditions de vie, permise par l'élévation des revenus des ménages : aussi bien les revenus directs, du fait de la répartition des gains de productivité, que les revenus indirects, à travers la redistribution et les biens collectifs offerts par les pouvoirs publics et les organismes de Sécurité sociale (éducation, santé, etc.). Les progrès vont bien au-delà des seuls biens matériels : progrès spectaculaires de la médecine au cours du siècle, rupture radicale dans la qualité de l'alimentation apportée par la diffusion des réfrigérateurs, de l'eau potable et par l'amélioration des normes sanitaires, etc. Au début du siècle, des milliers d'enfants contractaient chaque année la tuberculose en buvant du lait non pasteurisé. En parallèle, les individus paraissent conquérir une maîtrise plus grande de leur mode de vie. L'automobile, par exemple, assure une immense liberté de déplacement individuel et le téléphone permet d'entretenir des réseaux de sociabilité qui dépassent le seul voisinage immédiat.

Louis Maurin, Alternatives économiques, n° 042.

6. Vers une uniformisation des modes de vie

Le mode de vie est la façon dont les ménages organisent leur existence sur la base d'un certain niveau de vie. Le mode de vie américain (américan way of life) popularisé par les séries américaines a largement inspiré l'imaginaire de tous les pays. Le message véhiculé par ces séries est qu'il faut posséder un logement confortable, un niveau élevé d'équipement du foyer en biens durables, deux automobiles, une multitude d'objets matériels, etc.

Le fait majeur des Trente Glorieuses est la diffusion des biens de consommation durables qui équipent le foyer : réfrigérateurs, téléviseurs, etc. Jean Boissonnat résume clairement le bilan des Trente Glorieuses : "Quand nous avions 20 ans, 20 % des familles avaient une voiture ; 70 % en ont une aujourd'hui. 5 à 6 % avaient une machine à laver le linge, un réfrigérateur et un téléphone ; aujourd'hui, 95 % ont un réfrigérateur, 80 % un lave-linge et 65 % un téléphone. Quant à la télévision, elle équipe neuf foyers sur dix en 1995.

Alain Gélédan, Economie, Editions Belin.

7. Des modes de vie de plus en plus diversifiés

Depuis 1945, le niveau de consommation des ménages s'est considérablement élevé avec l'accroissement des revenus. Les profondes mutations (urbanisation croissante, travail des femmes, etc.) rejaillissent nécessairement sur le mode de vie. La norme de consommation des "Trente glorieuses" centrée autour de l'acquisition de biens durables et identiques pour tous se trouve aujourd'hui grandement remise en cause. L'élévation du niveau de vie entraîne une diversification des modèles de consommation. Chacun construit son mode de vie en fonction de ses ressources, de ses compétences et de ses attentes. L'offre s'est diversifiée afin de répondre à cette demande, elle autorise les acheteurs à se différencier dans leur choix par les marques, les styles, etc. Les comportements de consommation sont de moins en moins codifiés. L'habillement, par exemple, n'est plus uniformément lié à l'âge. Les modes vestimentaires massives ont laissé place à des courants brefs et parcellaires. Les constructeurs automobiles multiplient les séries spéciales, les fabricants de meubles déclinent les versions et les coloris à l'infini. Depuis la décennie 70, le temps libre occupe une place croissante et les individus l'utilisent pour développer des activités domestiques et informelles. La sociabilité extérieure régresse en faveur des activités internes au foyer (la soirée télévision remplace les sorties au cinéma). L'avènement des nouvelles technologies de communication génèrent une diversification des supports (magnétoscopes, télévision par câbles, satellites, fibres optiques, etc.). Elles modifient à la fois l'organisation du travail et la vie quotidienne.

Claude Nava, Frédéric Larchevêque et Chantal Sauviat, Economie, Editions Hachette Technique.

- 1 Caractériser les modes de vie durant les trente glorieuses.
- 2 Comment se sont-ils transformés ?

8. Temps de travail et temps de loisirs

Sur la longue période, les sociétés industrielles ont affecté une partie des gains de productivité à diminuer le temps passé au travail. Les salariés ont obtenu de gagner plus, mais aussi de vivre mieux. En même temps que la journée de travail se réduisait, les actifs ont gagné de plus en plus de jours de congé : c'est le temps des vacances. L'enrichissement de nos sociétés - sur le plan matériel, mais également culturel - se traduit par un développement des loisirs actifs. Il permet à une population toujours plus nombreuse d'accéder à des activités variées, qu'elles soient sportives, culturelles ou sociales. Dans une société marquée par le culte de la performance et de la compétition, les hommes parviennent, cependant, à transformer leur liberté en contrainte. Certains loisirs prennent de plus en plus une allure... de travail. Des activités minutées qui s'enchaînent à un rythme élevé. Chaque individu cherche à " rentabiliser " toutes ses activités.

Louis Maurin, Alternatives économiques. n° 180.

- 1 Qu'est-ce qui a permis de réduire le temps de travail au cours de la croissance ?
- 2 Montrez que cette réduction du temps de travail a permis de transformer les modes de vie des individus.



Retenons l'essentiel

Les transformations des modes de vie

A. Définition du mode de vie

Le mode de vie ou genre de vie est l'ensemble des manières de vivre d'un individu ou d'un groupe social dans un cadre démographique, géographique, technologique, économique et socioculturel donné. Il correspond donc à l'ensemble des façons de se comporter, d'utiliser son temps, d'organiser sa vie, compte tenu des ressources matérielles données et des contraintes sociales existantes. Ainsi, le mode de vie est une notion qualitative contrairement au niveau de vie qui est une notion quantitative.

Les facteurs qui déterminent le mode de vie

Le mode de vie dépend de plusieurs facteurs. On distingue :

- Le niveau de vie : Il est considéré comme un déterminant important du mode de vie. Mais, la notion de mode de vie déborde largement celle du niveau de vie : A niveau de vie égal, les individus peuvent avoir des modes de vie différents.
- Un ensemble d'autres facteurs économiques et sociaux : Le mode de vie inclut aussi la vie du travail, le type d'activité, les habitudes, le milieu social d'origine, l'âge, le lieu d'habitation, les conditionnements sociaux, les rythmes imposés par la société, etc. Tous ces facteurs influent sur les comportements des individus.

B. Croissance économique et transformations des modes de vie

La croissance économique constitue depuis deux siècles un formidable accélérateur du changement des modes de vie. Les manières d'être, d'agir, de se comporter sont remodelées profondément. Cette évolution des modes de vie provient, pour une large part, des transformations économiques. Ainsi par exemple, les comportements des consommateurs dépendent beaucoup du niveau de leurs revenus, du type des produits mis sur le marché, etc.

C'est à travers l'accroissement des revenus, l'évolution des techniques de production, les innovations de produits et l'augmentation de la productivité que la croissance, tout en élevant le niveau de vie de la population, transforme les modes de vie.

En effet, en période de croissance on assiste à :

- **Un progrès spectaculaire des modes de vie** : Au cours de la croissance, on assiste à des changements qualitatifs remarquables au niveau de l'alimentation qui se diversifie, de l'habillement qui devient plus pratique, du logement qui devient plus confortable, du transport qui devient plus rapide et plus sécurisant, des communications qui connaissent une réelle révolution, etc. Ces changements qualitatifs transforment les habitudes et les comportements des consommateurs et modifient par conséquent leurs modes de vie.
- **Une tendance à l'uniformisation des modes de vie** : Les modes de vie tendent de plus en plus à se rapprocher sous l'effet notamment de l'élévation du niveau de vie, de la production de masse, des innovations commerciales (publicité, développement de la grande distribution, vente à crédit). Le mode de vie des cadres moyens se distingue de moins en moins de celui des ouvriers. Le ménage vivant dans une région rurale adopte un mode de vie de plus en plus influencé par le mode de vie urbain. Ce rapprochement des modes de vie se manifeste aussi bien dans l'alimentation, l'habillement, l'éducation, l'équipement des ménages, les télécommunications, les loisirs, etc.
- **Une différenciation des modes de vie** : La tendance à l'uniformisation des modes de vie ne signifie pas qu'ils sont devenus les mêmes. De profondes différences subsistent entre les groupes sociaux et parfois entre les individus appartenant au même groupe social du fait de l'élargissement de la gamme des produits (haut de gamme, bas de gamme par exemple), de la diversification de produits mis à la disposition des consommateurs, etc.
- **L'utilisation du temps** : Le temps était, pour la majorité de la population, consacré au travail. Grâce à la croissance et à l'amélioration de la productivité qui en résulte, on assiste à un abaissement régulier de la durée du travail. Le temps libre s'est donc accru. De nouvelles habitudes de consommation se développent telles que les activités culturelles et de loisirs.



Mots clés : Mode de vie – Genre de vie – Habitudes de consommation – Durée du travail – Temps libre.



Préparons-nous au Bac

■ Dégagez les principales caractéristiques des modes de vie avant et après les années 1970.

1. Evolution des modes de vie

Il est certain que la diffusion des biens durables à l'ensemble des ménages a constitué un puissant facteur d'uniformisation des modes de vie. Mais, cette tendance semble aujourd'hui s'atténuer. Depuis le début des années 1970, les changements des modes de consommation paraissent se diffuser de moins en moins selon des processus hiérarchisés, les catégories sociales défavorisées suivant avec retard les catégories à revenus plus élevés. Ce modèle de comportements homogènes n'est plus valable. Les principaux biens d'équipement ne font plus aujourd'hui l'objet que d'une demande de renouvellement. Les jeunes générations, plus nombreuses et plus urbaines cherchent à se différencier et à exprimer leur propre personnalité. On assiste à une fragmentation de plus en plus poussée des modèles de consommation à l'intérieur même des groupes sociaux. Les pratiques de consommation se résument maintenant à davantage de différences et à moins de hiérarchies.

*Jean-Yves Capul et Daniel Meurs,
Les grandes questions de l'économie,
Editions Nathan.*

2. La consommation entre l'uniformisation et la différenciation

■ Décrivez l'évolution des modes de vie.

Bifidus actif, goût bulgare, fruits rouges, 0 % de matière grasse, à boire, en pots de verre, au lait entier, natures, sucrés, lights, etc. c'est la perplexité au rayon laitage des épiceries. L'imagination des spécialistes du marketing ne connaît plus de limites, la baguette elle-même est en train d'y passer ! Nos grands-parents, comme aujourd'hui encore les trois quarts de l'humanité, se demandaient seulement, en partant faire leurs courses, si leur porte-monnaie était assez plein. Nous avons le privilège d'avoir en plus, au sens propre du terme, l'embarras du choix. Depuis le début du siècle, on assistait à une diffusion progressive de produits standardisés, fabriqués dans des séries de plus en plus grandes pour des marchés de plus en plus vastes. Cette dynamique est manifestement brisée.

*Guillaume Duval,
Alternatives économiques, n° 130.*

3. Vers une plus grande modernité des modes de vie !

Les consommateurs transforment sans cesse leur mode de vie, c'est-à-dire la façon d'utiliser leur revenu en modifiant les qualités des produits et les types de biens et services qui correspondent à leurs goûts. Le genre de vie se transforme avec l'enrichissement ; des biens nouveaux entrent dans le mode de consommation. Les consommateurs modernes, en particulier, sont de plus en plus friands de services et d'outils de communication les plus divers. On parle ainsi de dématérialisation de la consommation pour désigner la modernité des modes de vie contemporains dans des sociétés globalement riches.

*Alain Gélédan,
Sciences économiques et sociales, Editions Belin.*

4. Vers un télé-communicateur

On va entrer, avec l'an 2000, dans l'ère du "consommateur entrepreneur". Celui-ci travaillera indifféremment au bureau et à la maison, mélangera vie professionnelle et vie privée. Résultat : l'invasion au domicile de produits réservés jusque-là au bureau. D'où le boom des téléphones portables, des fax domestiques, des micro-ordinateurs. D'où aussi des logements décorés différemment. Même des vêtements spéciaux pour le travail à la maison pourraient surgir. "Demain, ce sera trois jours au boulot, deux chez soi" prévoit Monsieur Consommation.

L'express, 10 avril 1997.

5. Naissance de nouveaux consommateurs !

Alors, c'est vrai, finies les petites sorties ? Dans les années qui viennent, allons-nous nous dépêcher de rentrer chez nous pour nous terrer ? Problème de sécurité, de repli sur soi ou simplement besoin de confort et envie de profiter des joujoux modernes ? Car, ils sont nombreux, du maxi écran de télé au magnétoscope, en passant par l'ordinateur, la chaîne hifi, le lecteur de vidéo-disque ou de compacts, de téléphone qui mémorise, celui qui répond, celui qui note, le sans-fil, etc. sans oublier la console de jeux. Il faut dire que le terrier, heureux bénéficiaire du développement des télécommunications et de l'informatique, s'est grandement amélioré depuis quelques années ! La maison est connectée au reste du monde. Sans sortir, nous pouvons nous nourrir, décorer notre maison, nous habiller, travailler, nous distraire, nous cultiver, être à la pointe de l'information.

*LSA (Libre Service Actualités) n° 1773
Revue hebdomadaire professionnelle spécialisée dans la grande distribution.*

1 Qu'est-ce qui a poussé les consommateurs à modifier leur mode de vie ?

2 Par quoi sont caractérisés les modes de vie contemporains ?

■ Décrivez le mode de vie d'"un consommateur entrepreneur".

■ Caractérissez le comportement des "nouveaux consommateurs".