

En 2010, la consommation des ménages soutient la reprise

Anne-Juliette Bessone et Margot Perben,
division Synthèses des biens et services, Insee

En 2010, la dépense de consommation des ménages repart (+ 1,3 % en volume, après + 0,1 % en 2009) ; elle soutient la reprise économique. Ce redémarrage s'accompagne d'une baisse du taux d'épargne. En effet, la consommation des ménages progresse plus vite que leur pouvoir d'achat : ce dernier augmente de 0,8 % après + 1,3 % en 2009, sa hausse étant freinée par la remontée des prix (+ 1,2 % après - 0,6 %).

Le regain de la consommation concerne quasiment tous les postes. En particulier, les dépenses d'alimentation et d'habillement repartent à la hausse, de même que celles en hôtels, cafés et restaurants. Les dépenses de chauffage accélèrent sous l'effet d'un hiver puis d'un automne particulièrement froids. *A contrario*, les achats d'automobiles neuves subissent un contre-coup lié à la baisse de la prime à la casse, et les souscriptions en assurance-vie marquent le pas après avoir bondi en 2009.

En 2010, la dépense de consommation des ménages en volume (*définitions*) progresse de 1,3 %, après + 0,1 % en 2009. La consommation effective des ménages (*définitions*), qui inclut des dépenses directement financées par la collectivité, évolue au même

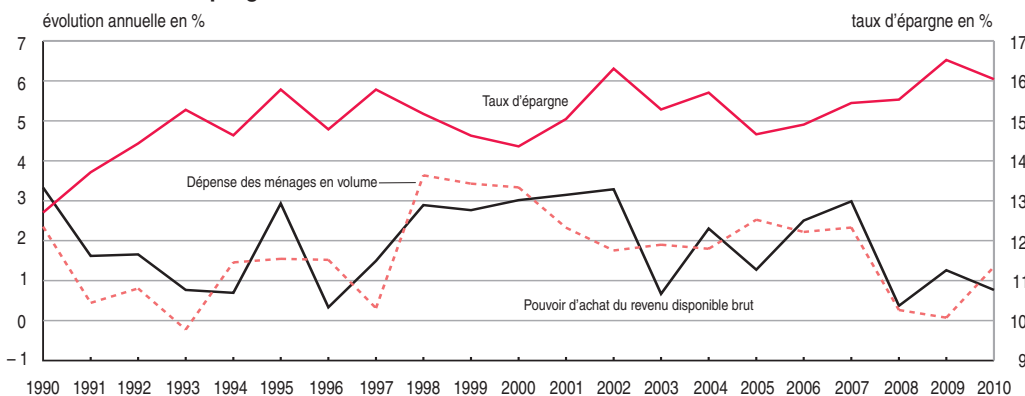
rythme. Elle est légèrement freinée par la dépense de consommation individualisable des administrations publiques, qui progresse de 1,1 % en 2010 ; par contre, elle est dynamisée par celle des institutions sans but lucratif au service des ménages (ISBLSM), en hausse de 1,9 %. En cette année de reprise, la consommation effective des ménages soutient la croissance : elle contribue pour 1,0 point à la progression du produit intérieur brut (+ 1,5 %).

En valeur, le revenu disponible brut des ménages accélère (+ 2,0 %, après + 0,6 % en 2009), mais son pouvoir d'achat ralentit à + 0,8 %, après + 1,3 % en 2009 (*graphique 1*). Le déflateur de la dépense de consommation des ménages (*encadré*) augmente en effet de 1,2 %, après une baisse de 0,6 % en 2009.

Cette décélération du pouvoir d'achat est mesurée à partir de l'ensemble des revenus perçus par les ménages. Mesuré au niveau individuel, c'est-à-dire rapporté au nombre d'unités de consommation, le pouvoir d'achat est quasi stable : + 0,1 % en moyenne en 2010, après + 0,6 % en 2009. Une fois déduites les dépenses « pré-engagées » (*définitions*), le pouvoir d'achat du revenu arbitral (*définitions*) par unité de consommation est même en léger retrait, alors qu'il augmentait l'année précédente (- 0,1 %, après + 0,8 %).

En 2010, le taux d'épargne des ménages baisse de 0,5 point, à 16,0 % (*tableau 1*) : la hausse de la consommation dépasse celle de leur pouvoir d'achat.

① Évolutions de la dépense des ménages, du pouvoir d'achat du revenu disponible brut et du taux d'épargne



Source : Insee, comptes nationaux, base 2005.

Les achats d'automobiles neuves se replient avec la baisse de la prime à la casse

En 2009, les achats d'automobiles neuves avaient fortement progressé (+ 18,0 %) avec l'instauration de la prime à la casse. En 2010, ils diminuent de 4,9 % (tableau 2). En effet, la prime à la casse est modifiée et devient moins attractive. Les promotions consenties par les concessionnaires permettent toutefois d'atténuer l'impact de cette modification.

La part des petites voitures économes se stabilise : les voitures de cinq chevaux fiscaux ou moins représentent 57 % des ventes en 2010 comme en 2009, après 50 % en 2008. Les marques françaises, bien positionnées pour ce type de véhicule, maintiennent leur part de marché à 54,5 %. Les achats en volume de carburants continuent de diminuer, mais moins nettement qu'en 2009 (- 0,9 %, après - 2,1 %). Pourtant, le prix des carburants augmente très fortement (+ 12,8 %, tableau 3) sous l'effet de la hausse des cours du pétrole.

Dans leur ensemble, les dépenses de transport se maintiennent (+ 0,1 % en volume, après - 1,1 % en 2009). Les dépenses accrues en transports collectifs (+ 2,5 % après - 1,7 %), notamment routiers et aériens, compensent en effet la baisse des achats d'automobiles neuves.

Les dépenses de chauffage rebondissent sous l'effet d'un hiver et d'un automne rigoureux

En 2010, les dépenses que les ménages consacrent au logement (*définitions*), à son chauffage et à son éclairage accélèrent (+ 1,5 % après + 0,5 %). Ce poste représente 77,4 % des dépenses « pré-engagées », sur lesquelles les ménages peuvent difficilement influencer à court terme. Celles-ci représentent 27,8 % du revenu disponible brut des ménages en 2010.

Les dépenses de logement au sens strict (location de logement) ralentissent un peu en volume (+ 1,2 % après + 1,4 %). En effet, en valeur, les loyers directement pris en charge par les ménages, *i.e.* hors aides au logement, décélèrent (+ 2,6 % après + 3,2 %). Les aides au logement augmentent toutefois plus vite qu'en 2009 (+ 3,9 % après + 2,3 %). Le ralentissement des prix des loyers se poursuit par ailleurs : l'indice de référence des loyers progresse moins vite et les hausses de prix sont plus faibles lors des changements de locataire. En 2010, le rythme de progression des prix des loyers est le plus bas depuis 1959.

Les dépenses de chauffage et d'éclairage en volume se retournent à la hausse en 2010 (+ 4,8 % après - 1,5 %) : les consommations d'électricité et de gaz sont dynamiques en raison d'un

hiver puis d'un automne rigoureux. Les prix rebondissent également du fait du fioul domestique (+ 18,5 %), qui suit la tendance des cours du pétrole brut.

Consommation accrue dans l'économie de l'information

En 2010, la consommation de biens et services de loisirs et de culture accélère (+ 3,2 %, après + 1,4 % en 2009) ; celle en communication également (+ 2,2 % après + 0,4 %). Cette double impulsion reflète en particulier le dynamisme renouvelé tant des achats de biens (téléphones mobiles, ordinateurs, produits haute technologie de grande consommation...) que de services (télécommunications, médias...) de l'économie de l'information (+ 4,2 % en volume, après + 2,8 % en 2009). Les prix de ces produits continuent de diminuer, à un rythme toutefois un peu moins rapide qu'en 2009 (- 3,1 % après - 3,7 %).

Les achats de téléviseurs décélèrent nettement (+ 17,9 % après + 33,2 %), mais restent le vecteur le plus important de la hausse de la consommation en économie de l'information. Le passage à la télévision numérique terrestre entraîne un décollage des achats de récepteurs satellites (+ 84,2 % en volume). La consommation de jeux électroniques fait un bond de 25,5 %, après - 10,4 % en 2009.

La progression en volume des achats de DVD et supports haute définition (Blu-ray) est identique à celle de 2009 (+ 4,3 %) et reste soutenue par la montée en charge de ces derniers. En revanche, le repli des CD audio est plus accentué (- 12,5 % après - 8,3 %) et la forte progression des téléchargements payants (+ 39,2 %) est loin de le compenser.

Après deux années déjà favorables, la fréquentation des salles de cinéma atteint en 2010 un niveau record depuis 1967, avec 206 millions de spectateurs. L'attractivité des salles obscures bénéficie du déploiement des écrans et projecteurs numériques en 2010, ainsi que de l'exploitation de films en 3D.

Les jeux et jouets traditionnels ont le vent en poupe (+ 5,2 % après + 3,3 % en 2009), ainsi que les équipements de sport, camping et plein air (+ 3,9 % après - 6,3 %). Le redressement des jeux de hasard, amorcé en 2009, se poursuit (+ 2,0 % en 2010 après + 1,2 %).

1 Évolutions de la consommation, des prix, du revenu et du taux d'épargne

	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
	en %						
Consommation effective (en volume)	1,8	2,3	2,1	2,3	0,5	0,6	1,3
Dépense de consommation (en volume)	1,8	2,5	2,2	2,3	0,3	0,1	1,3
Prix de la consommation effective	2,0	2,0	2,0	2,0	2,7	- 0,2	1,3
Prix de la dépense de consommation	2,1	1,8	2,0	2,1	2,9	- 0,6	1,2
Pouvoir d'achat du revenu disponible brut ajusté	2,2	1,3	2,3	2,8	0,6	1,4	0,8
Pouvoir d'achat du revenu disponible brut	2,3	1,3	2,5	3,0	0,4	1,3	0,8
Taux d'épargne (en % du revenu disponible brut)	15,7	14,7	14,9	15,4	15,5	16,5	16,0
Taux d'épargne financière (en % du revenu disponible brut)	6,1	4,9	4,9	5,0	5,0	7,3	6,9

Source : Insee, comptes nationaux, base 2005.

2 Consommation de biens durables

	Évolution en volume					Poids dans la valeur de la consommation en 2010
	2006	2007	2008	2009	2010	
Automobiles, dont :	- 2,1	4,3	- 6,9	8,3	- 0,5	3,4
<i>automobiles neuves</i>	- 4,2	3,3	- 5,7	18,0	- 4,9	2,4
Téléviseurs	50,1	52,4	24,8	33,2	17,9	0,4
Réfrigérateurs, congélateurs	7,3	- 0,6	0,0	- 0,1	3,5	0,2
Lave-linge	7,0	7,7	2,1	- 2,5	6,1	0,1
Meubles	2,1	5,1	- 2,8	- 3,7	2,0	1,4
Autres biens durables*	9,8	10,0	2,2	1,4	2,7	3,3
Ensemble des biens durables	5,2	8,7	- 1,0	4,6	2,2	8,8

* Matériel téléphonique, lecteurs de DVD, lave-vaisselle, appareils de cuisson, caravanes, cycles et motocycles, etc.

Source : Insee, comptes nationaux, base 2005.

Reprise des dépenses dans les hôtels, cafés et restaurants

En 2010, les dépenses de consommation dans les hôtels, cafés et restaurants se redressent de 1,1 % en volume après avoir chuté de 3,5 % en 2009. En particulier, elles reprennent dans les restaurants et cafés (+ 0,6 %, après - 3,0 %). La baisse de la TVA sur la restauration contribue probablement à ce rebond : elle a joué à plein en 2010, alors qu'elle n'avait joué qu'au second semestre en 2009. Les services d'hébergement progressent de 2,6 % après deux années de baisse (- 6,2 % en 2009 et - 0,3 % en 2008), grâce aux touristes français comme étrangers.

Les produits d'assurance marquent le pas

Les dépenses des ménages en produits d'assurance-vie correspondent aux frais prélevés sur ces contrats d'épargne. Elles diminuent en 2010 (- 2,5 % en volume après + 28,7 %) : ces contrats sont moins attractifs qu'en 2009, année où les taux d'intérêt des livrets réglementés ont baissé. La consommation en assurance-dommage se replie elle aussi en volume, pour tous les types de police, dans un contexte de hausses de prix importantes.

Les dépenses de santé des ménages continuent de progresser (+ 3,1 % en volume). Il en est de même pour les soins pris en charge par la collectivité (médicaments, médecine de ville et hôpitaux) : + 2,3 % après + 3,4 % en 2009.

La consommation effective des ménages en service d'éducation, financée pour l'essentiel par les administrations publiques, continue de baisser légèrement en volume.

La consommation alimentaire et les achats de vêtements se redressent

En 2010, la consommation en produits alimentaires, hors boissons alcoolisées et tabac, se redresse (+ 0,8 % après - 0,1 % en 2009), même si les prix repartent à la hausse (+ 1,0 % après - 0,1 %). Ceux des fruits et légumes sont les plus dynamiques (+ 6,2 % après - 2,9 %), si bien que la consommation de fruits chute nettement (- 7,6 % après + 1,7 % en

2009). En revanche, la consommation de légumes se maintient (+ 0,3 % après - 1,7 % en 2009), grâce aux légumes préparés et en conserve. Ce sont les

dépenses en produits laitiers et œufs qui progressent le plus (+ 2,4 % après + 1,1 %), ainsi que le pain et les céréales (+ 2,1 % après + 0,9 %).

3 Évolution de la consommation des ménages par fonction

	Poids dans la valeur de la consommation effective		Évolution en volume			Évolution en prix			Valeur 2010 (en milliards d'euros)
	2000	2010	2008	2009	2010	2008	2009	2010	
Consommation effective des ménages, dont :	100,0	100,0	0,5	0,6	1,3	2,7	-0,2	1,3	1 435,2
Dépense de consommation des ménages, dont :	77,2	75,6	0,3	0,1	1,3	2,9	-0,6	1,2	1 084,8
Alimentation et boissons non alcoolisées	10,9	10,2	-0,3	-0,1	0,8	5,0	-0,1	1,0	145,7
Produits alimentaires, dont :	10,1	9,3	-0,2	-0,3	0,6	5,1	-0,2	1,0	133,3
<i>pain et céréales</i>	1,5	1,4	1,4	0,9	2,1	6,2	0,9	0,1	20,8
<i>viandes</i>	3,0	2,6	-1,8	-1,8	0,8	4,5	1,3	0,4	37,9
<i>poissons et crustacés</i>	0,8	0,7	-3,2	-0,3	0,4	2,4	-0,8	2,3	9,6
<i>lait, fromages et œufs</i>	1,5	1,5	0,6	1,1	2,4	9,7	-1,4	-1,5	20,9
<i>fruits et légumes</i>	1,8	1,7	-0,3	-0,3	-2,8	2,7	-2,9	6,2	24,0
Boissons non alcoolisées	0,8	0,9	-1,0	2,2	3,3	3,6	1,7	0,3	12,4
Boissons alcoolisées et tabac	2,8	2,4	-2,5	1,0	-0,2	3,6	2,2	3,6	34,3
Boissons alcoolisées	1,4	1,1	-2,6	0,2	-0,6	3,4	3,2	1,2	16,2
Tabac	1,4	1,3	-2,4	1,7	0,1	3,8	1,3	5,8	18,1
Articles d'habillement et chaussures	4,2	3,3	-1,7	-4,2	0,4	0,7	1,0	0,5	47,3
Articles d'habillement	3,4	2,7	-2,0	-4,1	0,2	0,6	1,0	0,3	38,5
Chaussures	0,7	0,6	-0,1	-5,0	1,2	1,0	1,3	1,4	8,8
Logement, chauffage, éclairage, dont :	18,1	19,3	1,4	0,5	1,5	3,3	0,9	2,0	277,5
<i>location de logement</i>	13,2	14,0	0,8	1,4	1,2	2,0	1,8	1,3	201,5
<i>chauffage, éclairage</i>	2,8	3,1	4,4	-1,5	4,8	9,2	-5,0	5,2	43,9
Équipement du logement, dont :	4,7	4,4	-0,6	-2,9	2,0	1,6	1,6	0,2	63,3
<i>meubles, tapis</i>	1,3	1,2	-3,0	-4,2	1,3	2,5	1,3	0,8	16,6
<i>appareils ménagers</i>	0,7	0,7	3,2	-0,3	5,0	-2,1	0,0	-2,2	9,4
Santé, dont :	2,6	2,9	5,2	2,4	3,1	0,5	0,1	-0,2	41,8
<i>médicaments</i>	1,2	1,3	7,8	3,5	3,7	-1,0	-1,4	-1,4	18,5
<i>médecine non hospitalière</i>	1,1	1,2	4,0	1,6	2,2	1,5	0,8	0,7	17,1
Transport, dont :	11,5	10,6	-2,0	-1,1	0,1	5,3	-3,1	3,7	152,3
<i>achats de véhicules</i>	3,4	2,8	-6,1	6,7	-0,8	1,0	-1,3	0,2	39,9
<i>carburants, lubrifiants</i>	3,1	2,6	-2,7	-2,1	-0,9	12,6	-16,9	12,8	36,9
<i>services de transports</i>	1,5	1,7	4,1	-1,7	2,5	3,0	2,9	-0,8	24,0
Communications^(e), dont :	1,8	2,1	4,1	0,4	2,2	-0,4	-0,3	-1,0	30,0
<i>services de télécommunications</i>	1,5	1,8	4,3	-0,4	1,6	0,5	0,6	-0,1	26,5
Loisirs et culture, dont :	6,9	6,5	2,3	1,4	3,2	-2,1	-2,3	-1,5	93,4
<i>appareils électroniques et informatiques^(e)</i>	1,7	1,4	8,1	12,1	7,1	-12,7	-13,1	-9,3	19,7
<i>services culturels et récréatifs^(e)</i>	2,2	2,2	0,3	0,0	1,7	1,5	1,0	1,4	32,0
<i>presse, livres et papeterie^(e)</i>	1,2	0,9	-2,4	-3,9	-2,8	2,0	3,8	2,4	13,4
Éducation	0,5	0,6	2,4	-3,5	-1,9	6,2	8,9	3,1	9,3
Hôtels, cafés et restaurants	5,6	5,3	-1,8	-3,5	1,1	3,0	1,6	0,6	76,3
Autres biens et services, dont :	8,8	8,3	-0,9	2,6	-0,5	3,9	-4,9	0,0	118,9
<i>soins personnels</i>	1,7	1,6	-0,2	-2,7	0,4	2,3	1,5	0,8	22,7
<i>action sociale</i>	1,4	1,4	0,1	1,5	1,8	4,3	2,8	2,1	20,2
<i>assurances</i>	2,3	2,7	-2,2	12,9	-2,9	-0,2	-1,0	5,6	38,1
<i>Sifim¹</i>	1,2	0,7	1,8	2,3	1,1	15,3	-37,4	-25,5	9,7
Correction territoriale	-1,1	-0,4	-14,3	-23,8	-33,8	3,0	-0,6	1,4	-5,3
Dépense de consommation des ISBLSM²	2,6	2,7	-0,3	3,4	1,9	1,8	1,7	2,1	39,4
Dépense de consommation des APU³, dont :	20,1	21,7	1,5	2,1	1,1	2,1	1,3	1,6	311,0
<i>santé</i>	8,8	9,6	2,4	3,4	2,3	-0,2	0,3	0,5	138,0
<i>éducation</i>	6,8	6,5	-0,5	-0,2	-0,3	4,9	2,8	3,3	93,7
<i>action sociale</i>	2,8	3,3	0,4	3,1	0,4	3,2	1,3	1,6	47,2
<i>logement</i>	0,9	1,0	7,7	0,1	2,3	2,2	2,1	1,5	14,3

1. Services d'intermédiation financière indirectement mesurés.

2. Dépenses de consommation des institutions sans but lucratif au service des ménages.

3. Dépenses de consommation des administrations publiques en biens et services individualisables.

(e) Principaux postes concernés par l'économie de l'information.

Source : Insee, comptes nationaux, base 2005.

Les achats de tabac se stabilisent en volume (+ 0,1 % après + 1,7 %), sans doute freinés par la nette accélération des prix (+ 5,8 % après + 1,3 %).

Après une baisse très marquée en 2009 (- 4,2 %), les dépenses d'habillement se redressent un peu (+ 0,4 %), grâce notamment au prêt-à-porter masculin et aux chaussures.

Définitions

Dans l'ensemble du texte, les évolutions sont en **volume**, aux prix de l'année précédente, sauf mention contraire.

La **consommation effective des ménages** est la somme de la dépense de consommation des ménages et des consommations individualisables des administrations publiques (APU) et des institutions sans but lucratif au service des ménages (ISBLSM). La **dépense de consommation des ménages** se limite aux dépenses que les ménages supportent directement. Elle comprend la part des dépenses de santé et d'éducation restant à leur charge. Les **consommations individualisables** sont celles qui bénéficient directement aux ménages tout en étant prises en charge par la collectivité. C'est le cas en particulier de dépenses pour l'éducation, la santé, l'action sociale et le logement.

Les **dépenses de consommation des ménages en logement** incluent les loyers versés par les locataires (aides au logement déduites) mais également les **loyers imputés**, que les propriétaires auraient à payer s'ils étaient locataires du logement qu'ils habitent.

Les **dépenses « pré-engagées »** sont celles qui sont supposées réalisées dans le cadre d'un contrat difficilement renégociable à court terme. Suivant les préconisations du rapport de la Commission « Mesure du pouvoir d'achat des ménages » (février 2008), ces dépenses comprennent :

- les dépenses liées au logement, y compris les loyers imputés et les dépenses relatives à l'eau, au gaz, à l'électricité et aux autres combustibles utilisés dans les habitations ;
- les services de télécommunications ;
- les frais de cantine ;
- les services de télévision (redevance télévisuelle, abonnements à des chaînes payantes) ;
- les assurances (hors assurance-vie) ;
- les services financiers.

Le **revenu arbitral** retire du revenu disponible brut les dépenses pré-engagées.

Le **revenu disponible brut ajusté** ajoute au revenu disponible brut les dépenses individualisables des APU et des ISBLSM.

Bibliographie

« Les comptes de la Nation en 2010 - La croissance repart », *Insee Première* n° 1349, mai 2011.

Dossier base 2005 sur www.insee.fr, rubrique Comptes nationaux - Finances publiques.

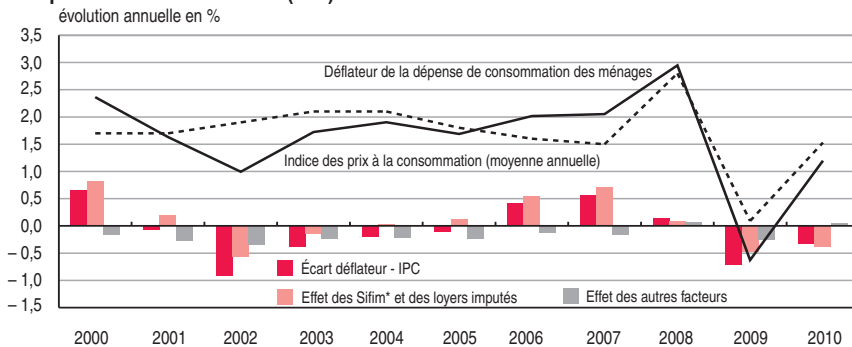
Origines des écarts entre le déflateur de la dépense de consommation et l'indice des prix à la consommation

Les évolutions du déflateur de la dépense de consommation des ménages et de la moyenne annuelle de l'indice des prix à la consommation (IPC) peuvent être différentes. Ainsi, depuis 2000, les écarts entre ces deux indicateurs ont varié entre - 0,9 point et + 0,7 point (*graphique*). Trois raisons principales en sont à l'origine. La première provient du champ des produits suivis, qui est plus large en comptabilité nationale. En particulier, sont intégrés dans le déflateur des dépenses de consommation les services d'intermédiation financière indirectement mesurés (Sifim) et les loyers imputés (*définitions*). La deuxième tient à l'utilisation d'une autre source d'information que l'IPC pour déflater quelques produits, afin de s'approcher davantage des concepts de la comptabilité nationale. Enfin, les effets de pondération jouent : en comptabilité nationale, le déflateur est un indice de Paasche, alors que l'IPC est un indice de Laspeyres. En 2010, le déflateur progresse de 1,2 % contre + 1,5 % pour l'IPC. La baisse des prix des Sifim (- 25,5 %) explique à elle seule l'essentiel de l'écart (contribution de - 0,33 point). Les loyers imputés

jouent également mais dans une bien moindre mesure (- 0,05 point). Hors Sifim et loyers imputés, le déflateur de la dépense de consommation des ménages est supérieur de 0,04 point à l'évolution de la moyenne annuelle de l'IPC.

Cet écart résiduel s'explique en partie par l'intégration, en comptabilité nationale, de la prime à la casse dans la valorisation des voitures neuves (impact de + 0,06 point car la prime à la casse est réduite par rapport à 2009). Il tient également à un traitement différent de l'assurance-dommages. L'IPC est calculé sur les primes brutes, alors que la consommation de services d'assurance porte en comptabilité nationale sur les primes nettes des indemnités : ceci a un impact de + 0,12 point sur le déflateur relativement à l'IPC. Sur le gaz de ville et les services de télécommunications, les indicateurs utilisés en comptabilité nationale tiennent compte de la variabilité infra-annuelle des quantités consommées, ce qui n'est pas le cas de l'IPC. En 2010, ces différences ont un impact uniquement sur le gaz, à hauteur de - 0,07 point. L'écart restant s'explique par des effets de pondération.

Écart entre le déflateur de la dépense de consommation des ménages et l'indice des prix à la consommation (IPC)



* Sifim : services d'intermédiation financière indirectement mesurés.
Source : Insee, comptes nationaux, base 2005.

INSEE PREMIÈRE figure dès sa parution sur le site Internet de l'Insee : www.insee.fr (rubrique Publications)

Pour vous abonner aux avis de parution : <http://www.insee.fr/fr/publications-et-services/default.asp?page=abonnements/liste-abonnements.htm>

BULLETIN D'ABONNEMENT A INSEE PREMIERE

À RETOURNER À : INSEE/CNGP, Service Abonnement - B.P. 402 - 80004 Amiens CEDEX 1
Tél. : 03 22 97 31 70 Fax : 03 22 97 31 73

OUI, je souhaite m'abonner à INSEE PREMIÈRE - Tarif 2011

Abonnement annuel : 81 € (France) 101 € (Étranger)

Nom ou raison sociale : _____ Activité : _____

Adresse : _____ Tél : _____

Ci-joint mon règlement en Euros par chèque à l'ordre de l'INSEE : _____ €.

Date : _____ Signature _____

Direction Générale :
18, Bd Adolphe-Pinard
75675 Paris cedex 14
Directeur de la publication :
Jean-Philippe Cotis
Rédacteur en chef :
Michel Blanc
Rédacteurs :
L. Bellin, A.-C. Morin,
C. Perrel, C. Pfister
Maquette : P. Nguyen
Impression : Jouve
Code Sage IP111354
ISSN 0997 - 3192
© INSEE 2011

