

La propension à consommer au Canada, 1947-1960

Vély Leroy

Volume 37, Number 4, January–March 1962

Aspects de l'économie canadienne

URI: <https://id.erudit.org/iderudit/1001701ar>

DOI: <https://doi.org/10.7202/1001701ar>

[See table of contents](#)

Publisher(s)

HEC Montréal

ISSN

0001-771X (print)

1710-3991 (digital)

[Explore this journal](#)

Cite this article

Leroy, V. (1962). La propension à consommer au Canada, 1947-1960. *L'Actualité économique*, 37(4), 628–634. <https://doi.org/10.7202/1001701ar>

La propension à consommer au Canada, 1947-1960

Les dépenses de consommation alimentent le flux des revenus de trois façons principales:

- a) elles s'ajoutent aux dépenses d'investissement pour créer le revenu total;
- b) elles induisent de nouveaux investissements dans des biens de production ou dans des inventaires;
- c) le rapport de leurs variations sur celles du revenu (disponible) indique, par sa valeur numérique, l'étendue des effets, favorables ou défavorables selon le cas, des nouvelles dépenses d'investissement sur le niveau du revenu global, et partant sur l'emploi, *caeteris paribus*.

Trois équations fondamentales rappellent ces faits. Désignant les dépenses de consommation par C , les dépenses d'investissement par I , et le revenu total par Y , nous écrivons:

(1) $Y = C + I$ ou la création des revenus;

(2) $I_t = b(C_t - C_{t-1})$ illustrant le principe de l'accélérateur dont le coefficient numérique est b ; la différence $C_t - C_{t-1}$ dénote la variation des dépenses de consommation d'une période à l'autre;

(3) $\frac{\Delta Y}{\Delta I} = \frac{1}{1 - \frac{\Delta C}{\Delta Y}}$ ou le multiplicateur d'investissement, c'est-à-dire le rapport de la variation du revenu sur la variation des dépenses d'investissement¹. Ce rapport est d'autant plus élevé que $\frac{\Delta C}{\Delta Y}$ a une forte valeur.

1. Nous faisons abstraction ici du commerce extérieur.

Pour l'instant, nous retiendrons seulement la première équation. Divisant chacun des termes par Y , nous écrivons plutôt :

$$(1a) \quad 1 = \frac{C}{Y} + \frac{I}{Y}$$

$\frac{C}{Y}$ mesure la propension (moyenne) à consommer. Nous allons en analyser l'évolution au cours de ces dernières années.

* * *

Le principe fondamental de J. M. Keynes, relativement à la propension à consommer, est que celle-ci décroît à mesure que croît le revenu. Car selon Keynes, un changement dans le revenu n'entraîne point, généralement, une variation proportionnelle dans les dépenses de consommation¹. Or, plusieurs études empiriques ont démontré qu'il n'en était point ainsi à long terme². À court terme, cependant, il semblerait que Keynes a raison, la propension moyenne à épargner $\frac{S}{Y}$ évoluant dans le même sens que le cycle³. Ce contraste, entre le comportement à court terme et l'évolution à long terme de la propension à consommer a donné lieu à l'élaboration de théories diverses⁴. L'une d'elles a déjà été appliquée au Canada pour la période d'avant-guerre. Nous en ferons de nouveau l'essai pour la période d'après-guerre, c'est-à-dire celle qui s'étend de 1947 à 1960. Nous voulons parler du modèle de F. Modigliani⁵.

Essentiellement, Modigliani fait dépendre les dépenses de consommation à la fois du revenu actuel et du revenu antérieur

1. Voir J. M. Keynes, *The General Theory of Employment, Interest and Money*, New-York 1936, p. 96.

2. Voir S. Kuznets, «Proportion of Capital Formation to National Product», *American Economic Review*, Papers and Proceedings, XLII (1952), pp. 507-526, particulièrement la page 525; L.-R. Klein et R.-F. Kosobud, «Some Econometrics of Growth: Great Ratios of Economics», *Quarterly Journal of Economics*, LXXV, mai 1961, pp. 175-178.

3. Voir à ce sujet M. Friedman, *A Theory of the Consumption Function* (publié par le National Bureau of Economic Research), Princeton, Princeton University Press, 1957, pp. 3-5. On y trouvera, en plus, une abondante bibliographie sur les travaux concernant la propension à consommer; J. M. Farrell, «The New Theories of the Consumption Function», *Economic Journal*, LXIX (1959), pp. 681-695; et R. Ferber, «Research on Household Behavior», *American Economic Review*, LII, mars 1962, pp. 19-63.

4. Voir M. Friedman, *op. cit.*, pp. 3-5.

5. F. Modigliani, «Fluctuations in the Saving-Income Ratio: A Problem in Economic Forecasting», publié dans *Conference on Research in Income and Wealth*, Vol. II, National Bureau of Economic Research, New-York 1949, pp. 392-396.

le plus élevé, d'où une propension à consommer qui variera selon le taux de croissance du revenu disponible des particuliers :

$$\frac{C_t}{Y_t} = a - b \frac{Y_t - Y_t^o}{Y_t}$$

Dans cette équation, a et b sont des constantes, tandis que Y_t désigne le revenu actuel, Y_t^o le revenu antérieur le plus élevé et $\frac{Y_t - Y_t^o}{Y_t}$ l'indice cyclique du revenu (*Cyclical income index*)¹.

Les fondements psychologiques d'une telle approche ont été clairement exposés par James S. Duesenberry².

Ils se ramènent à la proposition fondamentale suivante: le consommateur n'ajuste pas ses dépenses de consommation indépendamment de ses revenus antérieurs, lesquels sont un indice du niveau de vie auquel il est déjà parvenu³. Par conséquent, nous obtiendrons un rapport inverse entre le revenu Y et la propension

à consommer $\frac{C}{Y}$: ce dernier tend à augmenter toutes les fois que le revenu baisse, et vice versa. En d'autres termes, les dépenses de consommation fluctuent moins que le revenu courant Y_t . Peut-on le vérifier pour le Canada au cours de la période 1947-1960? Expriment chacune des variables C et Y sur la base *per capita*, après les avoir divisées par l'indice du coût de la vie (1949 = 100), nous allons calculer les valeurs de a et de b dans l'équation:

$$\frac{C_t}{Y_t} = a - b \frac{Y_t - Y_t^o}{Y_t}$$

Nous obtenons:

$$\frac{C_t}{Y_t} = .9339 - .076 \frac{Y_t - Y_t^o}{Y_t}$$

et $\sigma_u = .014$, $R^2 = .2108$, $R = -.46$.

Les variables $\frac{C_t}{Y_t}$ et $\frac{Y_t - Y_t^o}{Y_t}$ sont reproduites au graphique I.

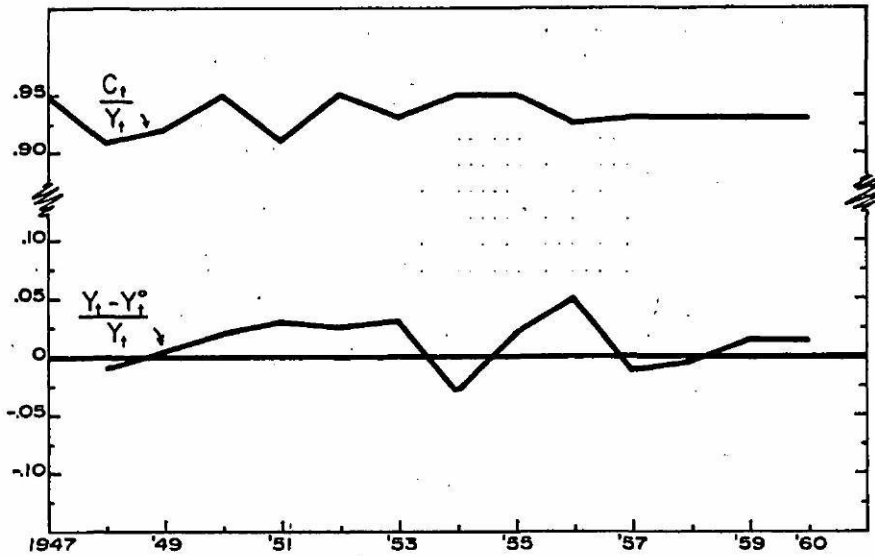
1. F. Modigliani, *ibid.*, p. 379. James S. Duesenberry énonça une théorie semblable à celle de Modigliani, dans *Income, Saving and the Theory of Consumer Behavior*, Harvard Economic Studies, (Harvard University Press, 1952). Il exprima la propension à épargner $\frac{S_t}{Y_t}$ comme une fonction de $\frac{Y_t}{Y_t^o}$, soit le rapport du revenu actuel au revenu antérieur le plus élevé. *Ibid.*, Chapitre V.

2. Voir J. S. Duesenberry, *ibid.*, chapitres II et III, particulièrement les pages 19-32.

3. Ceci revient à dire que le consommateur réagit aux variations non pas de son revenu actuel, mais d'un revenu qu'il considère comme permanent. Voir M. Friedman, *op. cit.*, chap. III, et les pages 137-152 où Friedman établit un rapport entre sa théorie et celles de Duesenberry et de Modigliani. Voir aussi F. Modigliani, *op. cit.*, p. 386 et J. S. Duesenberry, *op. cit.*, p. 90.

LA PROPENSION À CONSOMMER AU CANADA

Graphique I



L'absence de fluctuations cycliques est évidente, ce qui explique la faible valeur du coefficient de corrélation ($R = -.46$). Mais cela est tout à fait conforme à la théorie qu'ont énoncée Modigliani et Duesenberry¹. En l'absence de fluctuations cycliques, il n'existe entre la consommation et le revenu qu'un rapport de «proportionnalité», c'est-à-dire toute augmentation de revenu amènera généralement un accroissement proportionnel des dépenses de consommation². En effet, dès que nous introduisons des variations cycliques, nous observons un coefficient de corrélation beaucoup plus élevé³.

La propension à consommer au Canada a certes baissé depuis 1957: considérant que l'indice cyclique du revenu disponible eut, en 1958, 1959 et 1960, une valeur inférieure à celle de 1955, et encore davantage à celle de 1956, il est vrai de dire que la fonction

1. Voir F. Modigliani, *op. cit.*, p. 386 et J.-S. Duesenberry, *op. cit.*, p. 90.

2. Voir J.-S. Duesenberry, *op. cit.*, p. 90 et F. Modigliani, *op. cit.*, p. 388.

3. Les études de Modigliani, *op. cit.*, et de Duesenberry, *op. cit.*, le démontrent.

Ainsi, l'application du modèle de Modigliani sur la base de données trimestrielles, du 3^e trimestre de 1953 au 1^{er} trimestre de 1961, produit les résultats suivants:

$$\frac{C_t}{Y_t} = .9314 - .350 \frac{Y_t - Y_t^0}{Y_t}$$

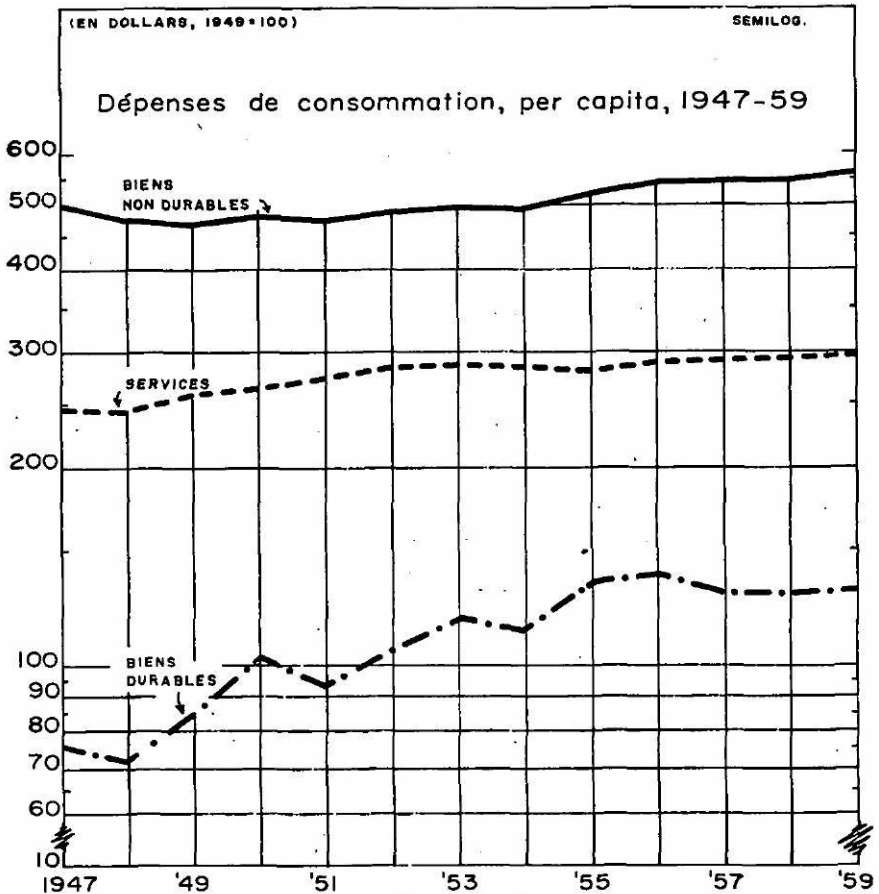
$$\text{et } \sigma_u = .0077, R^2 = .625, R = -.791$$

de consommation a baissé au cours de ces années, étant donné les valeurs du rapport $\frac{C_t}{Y_t}$:

	$\frac{C_t}{Y_t}$	$\frac{Y_t - Y_t^?}{Y_t}$
1955.....	.952	+ .0169
1956.....	.925	+ .0582
1957.....	.931	- .0143
1958.....	.929	- .0047
1959.....	.933	+ .0148
1960.....	.933	+ .0173

Il est facile de s'en apercevoir d'après le graphique I. Demandons-nous alors, des biens et des services, lesquels ont été les plus durement touchés?

Graphique II



LA PROPENSION À CONSOMMER AU CANADA

La baisse s'est fait sentir surtout dans l'achat de biens durables de consommation (cf. graphique II).

Tableau I
Dépenses de consommation *per capita*
 (en dollars constants, 1949=100)

	Bien durables	Biens non durables	Services
1947.....	76	504	247
1948.....	72	475	246
1949.....	85	468	259
1950.....	104	479	265
1951.....	93	476	275
1952.....	105	485	283
1953.....	117	495	286
1954.....	113	493	287
1955.....	132	521	281
1956.....	137	541	292
1957.....	128	544	291
1958.....	127	544	293
1959.....	129	558	297

Néanmoins, l'on remarque une certaine tendance au plafonnement dans les dépenses de consommation de biens non durables. Seules les dépenses en services poursuivent, d'une façon non équivoque, leur marche ascendante.

* * *

La propension à consommer est très élevée au Canada. Nous y voyons l'expression des forces créatrices de revenus et d'emploi, en rapport avec le multiplicateur d'investissement. Mais, dès que nous nous rappelons les transactions commerciales du Canada avec l'extérieur, et surtout les éléments dont elles se composent, nous devenons vite moins optimiste quant aux effets multiplicateurs des dépenses d'investissement sur le revenu et l'emploi au Canada. En effet, la composition des importations, différente de celle des exportations, en plus de nombreux autres facteurs relatifs au contrôle étranger sur l'industrie canadienne, constituent

autant de raisons de ne point accorder beaucoup d'importance à la valeur élevée de la propension à consommer au Canada, dans ses implications quant aux effets générateurs de revenus et d'emploi de nouvelles dépenses d'investissement.

Vély LEROY,
*professeur à l'École des Hautes Études
commerciales (Montréal).*

