

REGARDS | 19

sur les dépenses culturelles des ménages

Auteur: Guillaume Osier
Publication périodique | **Septembre 2011**

STATEC

Institut national de la statistique
et des études économiques

Les dépenses culturelles des ménages

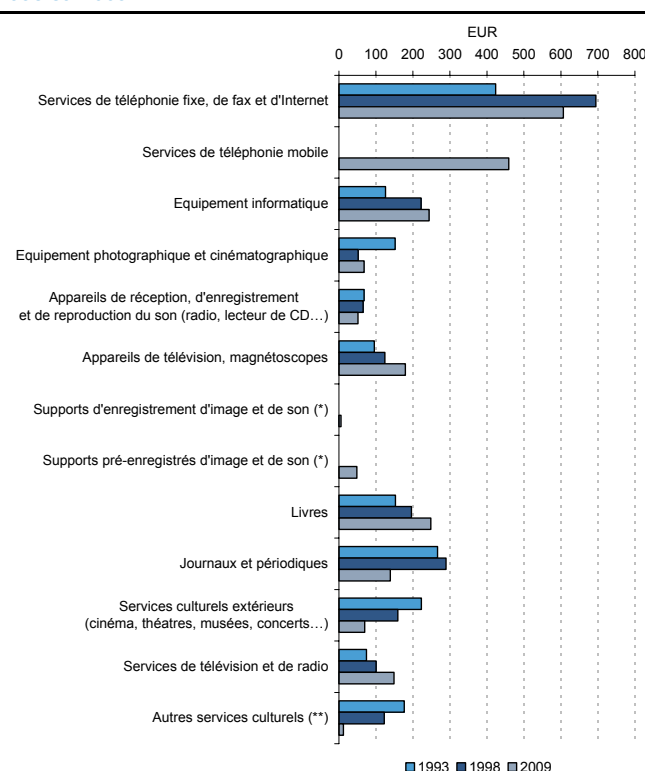
A l'occasion de la rentrée 2011/2012, le Statec s'est intéressé aux dépenses que les ménages consacrent aux activités culturelles. Les résultats sont tirés de l'enquête sur le budget des ménages (EBM), qui est réalisée de façon permanente par le Statec depuis 2003 auprès d'un échantillon représentatif des ménages résidant au Luxembourg. La présente étude ne tient compte que des dépenses qui ont fait l'objet d'une transaction monétaire. En particulier, les emprunts de livre dans une bibliothèque, à l'école ou à l'université, les ressources culturelles que l'on peut, légalement ou non, accéder gratuitement sur Internet et les journaux gratuits ne sont pas comptabilisés comme dépenses culturelles.

Les dépenses culturelles en augmentation par rapport à il y a quinze ans, mais leur part dans le budget des ménages diminue

En 2009 les ménages résidant au Luxembourg ont dépensé 2280 EUR pour les activités culturelles. Par rapport au chiffre de 1993, cela représente une augmentation de 22%. Dans le même temps, les dépenses de consommation des ménages ont augmenté de 48% en moyenne entre 1993 et 2009. Ceci implique que la part des dépenses culturelles dans le budget des ménages a diminué, passant de 4.9% en 1993 à 4.1% en 2009.

Parmi les dépenses en forte augmentation, on peut citer les services payants de télévision et de radio (+99% en moyenne entre 1993 et 2009), l'équipement informatique (+93%), les appareils de télévision (+88%), les livres (+63%) et les services de téléphonie fixe et d'Internet (+43%). Par ailleurs, la téléphonie mobile, quasi-inexistante en 1993, représentait 20% du budget culture des ménages en 2009. A l'inverse, les dépenses de presse (journaux, périodiques et imprimés divers) sont en forte baisse (-48% en moyenne en 1993 et 2009), de même que les dépenses pour les services culturels extérieurs comme le cinéma, le théâtre ou l'opéra, qui ont chuté de 69% pendant la même période.

Graphique 1: Dépenses culturelles des ménages (EUR), 1993, 1998 et 2009



(*) Montant non disponible pour les années 1993 et 1998

(**) Par ex., les services de photographes (développements de photos, portraits, photos de mariage...)

Source: STATEC, Enquête sur le Budget des Ménages (EBM)

L'émergence de ce que l'on pourrait appeler la culture multimédia (télévision, téléphone, ordinateur, Internet...) a donc profondément bouleversé le paysage culturel, surtout par rapport aux formes culturelles plus « traditionnelles » comme les livres, la presse, les cinémas, les musées... Les services pour la télévision, la téléphonie et l'Internet comptent aujourd'hui pour plus de la moitié des dépenses culturelles des ménages. Les activités traditionnelles, qui comptaient pour plus de 40% des dépenses en 1993, ne comptent plus aujourd'hui que pour 20%. La forte progression des achats de livres fait cependant exception à la règle. Alors qu'ils représentaient 8% des dépenses culturelles en 1993, ils ont vu leur part grimper à 11% en 2009.

Au cours des dernières années on constate une légère baisse du niveau des dépenses culturelles. Des postes comme les services de téléphonie fixe et d'Internet, ou l'équipement informatique sont touchés. Malgré ça, les services de téléphonie fixe et d'Internet restent encore le premier poste de dépenses des ménages, suivis des

services de téléphonie mobile. Cette baisse peut résulter de changements dans les habitudes de consommation des ménages, en lien avec les difficultés économiques de ces dernières années, mais aussi de la baisse du prix de certains de ces produits. Par exemple, le prix des télévisions a chuté en moyenne de 29% par rapport à 2005, celui des micro-ordinateurs de 22% et celui des services de téléphonie mobile de 1.5%. Au passage, on peut noter que les prix de la presse et des services culturels extérieurs ont augmenté pendant la même période: +28% pour les journaux par rapport à 2005, +13% pour les revues et les périodiques, +9% pour les cinémas et +7% pour les autres services culturels extérieurs.

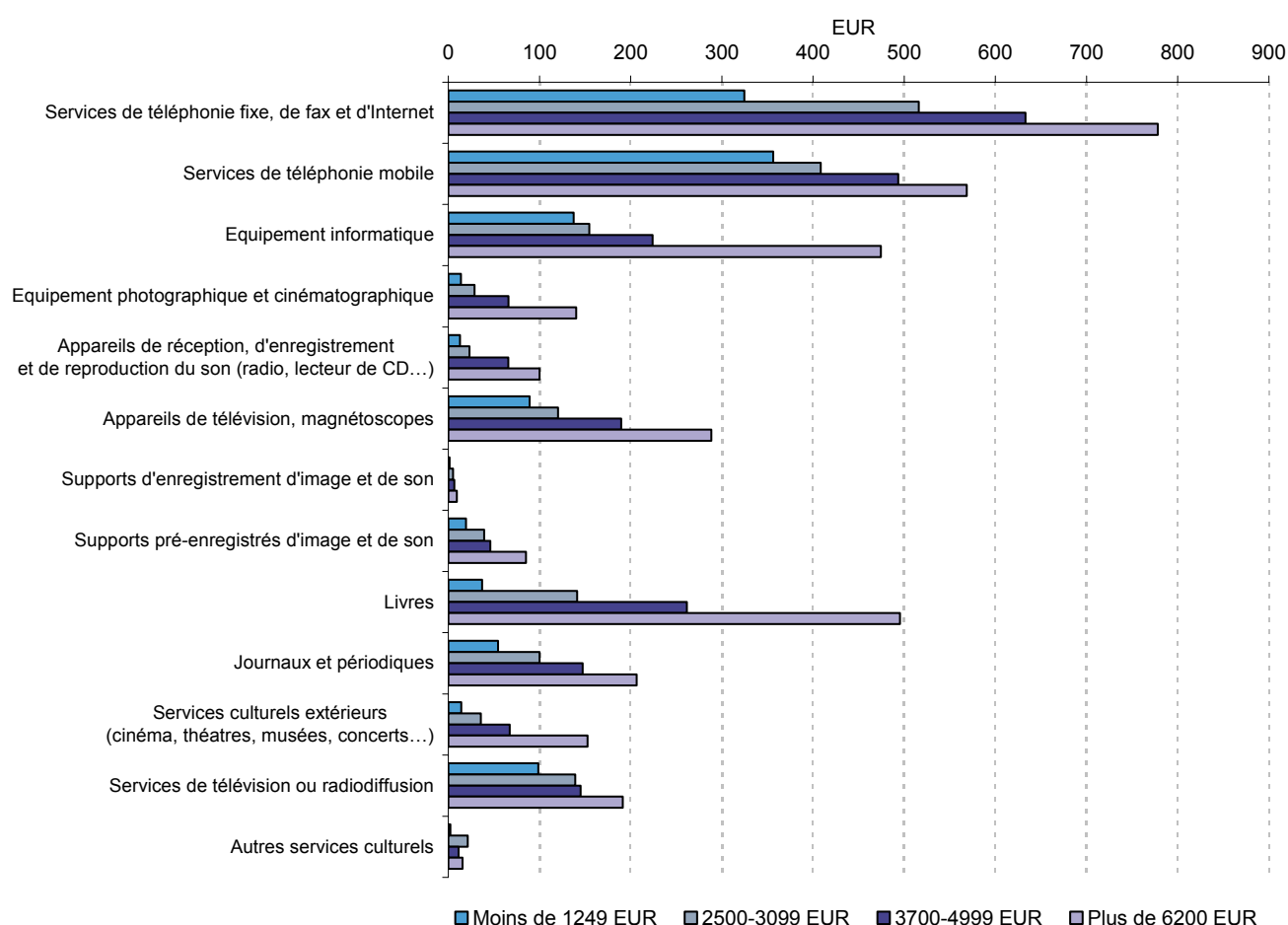
Le niveau des dépenses culturelles augmente avec le revenu disponible, mais le poids du budget culture tend à diminuer

Il est un fait certain que le niveau des dépenses culturelles augmente avec le revenu disponible du ménage. Les ménages disposant d'un revenu mensuel inférieur à 1250 EUR par mois ont dépensé 1162 EUR pour la culture en 2009, alors que ce montant était de 3506 EUR chez les ménages avec un revenu supérieur à 6200 EUR. Pour les ménages du premier groupe, les

dépenses culturelles représentaient 5.3% de l'ensemble des dépenses de consommation, tandis que le pourcentage descendait à 4.1% chez les ménages du dernier groupe. Le poids des dépenses culturelles dans le budget des ménages diminue donc quand le revenu disponible augmente.

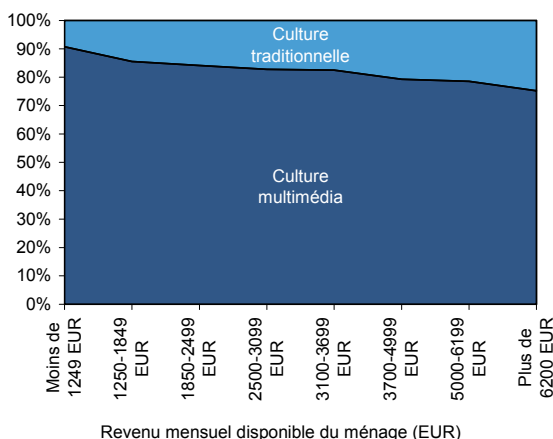
L'examen des postes de dépense met en évidence le poids relativement élevé dans le budget des ménages modestes des services de téléphonie fixe et d'Internet, des services de téléphonie mobile, de l'équipement informatique et des services de télévision et de radiodiffusion. Pris ensemble, ces postes comptent pour plus de trois-quarts du budget culture de ces ménages, contre 58% pour les ménages avec un revenu supérieur à 6200 EUR par mois. Les ménages gagnant moins de 1250 EUR de revenus mensuels dépensent même davantage en services de téléphonie mobile et en équipement informatique que les ménages dont le revenu est compris entre 1250 et 2499 EUR. Il faut dire que les services de télévision, de téléphonie et d'Internet sont souvent fournis sous la forme d'abonnements forfaitaires dont le montant est fixé à l'avance, ce qui laisse peu de marge de manœuvre aux ménages pour faire baisser leurs dépenses.

Graphique 2: Dépenses culturelles des ménages (EUR), selon le revenu mensuel disponible du ménage, 2009



Avec le revenu, la part de la culture traditionnelle (livres, presse, cinéma...) augmente : alors que celle-ci représente moins de 10% de la dépense culturelle totale des ménages avec un revenu inférieur à 1250 EUR, sa part atteint presque 25% chez les ménages avec un revenu supérieur à 6200 EUR par mois. Par rapport aux premiers, ces ménages vont en fait dépenser 13 fois plus pour les livres (495 EUR par an contre 37 EUR), 11 fois plus pour les services culturels extérieurs (153 EUR contre 14 EUR) et 4 fois plus pour les journaux et les périodiques (206 EUR contre 55 EUR)

Graphique 3: Répartition (%) des dépenses culturelles des ménages, selon le revenu mensuel disponible du ménage, 2009



Source: STATEC, EBM vague 2008-2010

Des différences de comportement culturel entre les générations

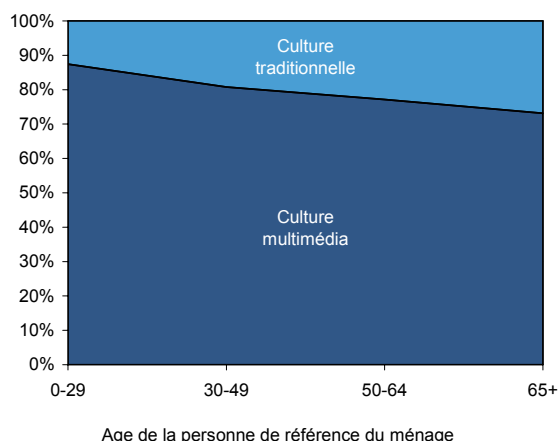
Ce sont les ménages dont la personne de référence est âgée entre 30 et 49 ans et ceux dont la personne de référence est âgée entre 50 et 64 ans qui dépensent le plus pour la culture, avec respectivement 2569 EUR et 2463 EUR par an et par ménage. Viennent ensuite les ménages dont la personne de référence est âgée de moins de 30 ans (2122 EUR) et ceux dont la personne de référence a plus de 65 ans, ces derniers ne consacrant que 1510 EUR par an aux dépenses culturelles. Si l'on exprime ces chiffres en pourcentage de la dépense totale des ménages, on trouve 5.6% pour les ménages dont la personne de référence a entre 50 et 64 ans, 4.8% si elle a moins de 30 ans, 4.3% si elle a entre 30 et 49 ans et 2.5% si elle a plus de 65 ans.

Des différences de comportement culturel existent entre les générations : les ménages « jeunes », c'est-

à-dire ceux dont la personne de référence a moins de 30 ans, consacrent 27% de leurs dépenses culturelles (580 EUR par an) aux services de téléphonie mobile ; contre seulement 12% (175 EUR) chez les ménages « âgés » dont la personne de référence a plus de 65 ans. De même, 13% de leurs dépenses (272 EUR) vont à l'équipement informatique et 4% (94 EUR) à l'équipement photographique et cinématographique, tandis que les ménages âgés n'y consacrent que respectivement 5% (79 EUR) et 1% (19 EUR). A l'inverse, les ménages âgés vont consacrer plus d'un tiers de leur budget (518 EUR par an) aux services de téléphonie fixe et d'Internet, contre 22% pour les ménages jeunes (467 EUR). Pour ce qui est des services de télévision ou de radiodiffusion, les ménages âgés vont dépenser 143 EUR par an, contre 131 EUR pour les ménages jeunes, soit respectivement 9% et 6% de leurs budgets.

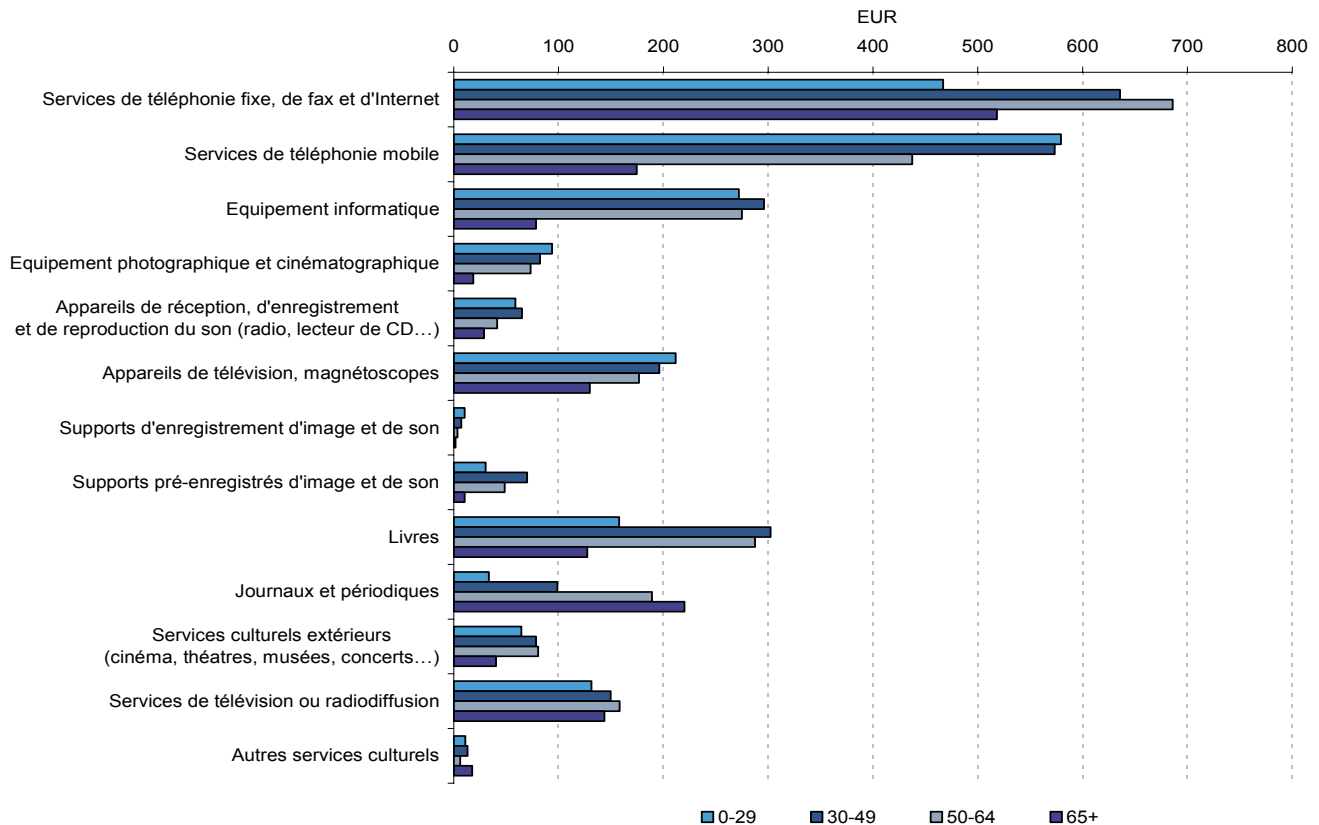
Un clivage important entre les générations est que les ménages jeunes consacrent 13% de leurs dépenses culturelles à la culture traditionnelle (livres, presse, cinéma...), alors que ce pourcentage monte à 27% chez les ménages « âgés ». Cette différence s'explique principalement par les achats de journaux et de périodiques : ceux-ci s'élèvent à 220 EUR par an pour les ménages âgés, soit près de 15% de leur budget culturel, contre seulement 33 EUR pour les ménages jeunes. Pour ce qui est des dépenses en livres et en services culturels extérieurs, leur niveau est plus élevé chez les ménages « intermédiaires », c'est-à-dire les ménages dont la personne de référence est âgée entre 30 et 64 ans. Les ménages jeunes vont dépenser davantage sur ces deux postes que les ménages âgés mais, exprimées en pourcentage de l'ensemble des dépenses culturelles, les dépenses deviennent assez proches.

Graphique 4: Répartition (%) des dépenses culturelles des ménages, selon l'âge de la personne de référence du ménage, 2009



Source: STATEC, EBM vague 2008-2010

Graphique 5: Dépenses culturelles des ménages (EUR), selon l'âge de la personne de référence du ménage, 2009

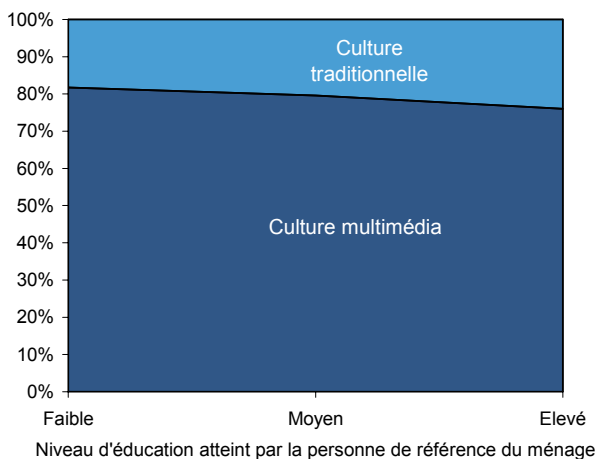


Source: STATEC, EBM vague 2008-2010

L'influence du niveau d'éducation des personnes

Les ménages éduqués, c'est-à-dire ceux dont la personne de référence a atteint un niveau universitaire, ont consacré plus de 3000 EUR à la culture en 2009, ce qui représente 6.3% de l'ensemble des dépenses de consommation de ces ménages.

Graphique 6: Répartition (%) des dépenses culturelles des ménages, selon le niveau d'éducation atteint par la personne de référence du ménage, 2009



Source: STATEC, EBM vague 2008-2010

Les ménages moyennement éduqués, dont la personne de référence a atteint au maximum un niveau secondaire supérieur, et les ménages faiblement éduqués, dont la personne de référence a au mieux un niveau secondaire inférieur, ont consacré respectivement 2450 EUR et 1896 EUR, soit 3.9% et 3.8% de leurs budgets.

On voit donc que la culture occupe une part plus importante dans le budget des ménages fortement éduqués. Ceux-ci vont consacrer près d'un quart de leurs dépenses aux formes culturelles traditionnelles, contre respectivement 18% et 20% pour les ménages faiblement et moyennement éduqués. La différence se fait sur les achats de livre et sur les services culturels extérieurs, qui représentent 14% et 5% du budget culturel des ménages fortement éduqués, contre respectivement 9% et 2% pour les ménages faiblement éduqués et 11% et 3% pour les ménages moyennement éduqués.

A l'inverse, bien que les ménages fortement éduqués vont dépenser davantage en services de téléphonie et d'Internet, la part de ce poste dans leur budget culturel sera inférieure à celle des autres ménages.

Institut national de la statistique et des études économiques

Tél.: 247-84219
 info@statec.etat.lu
www.statistiques.lu