

Le recul du livre et de la presse dans le budget des ménages

Thibaut de Saint Pol, division conditions de vie des ménages et François Marical, division études sociales, Insee

Depuis le début des années 1990, la presse et le livre reculent dans le budget des ménages. Le recul de la presse est lié aux comportements des nouvelles générations qui y consacrent une part de leur budget de plus en plus faible. Quant au livre, sa part diminue dans le budget des ménages, quelle que soit la génération.

Ces évolutions n'ont pas modifié les écarts entre catégories socioprofessionnelles. La part du budget consacrée à la presse est la même dans toutes les catégories sociales alors que celle consacrée au livre est très variable. Ainsi, un ménage cadre dépense 70 % de plus que la moyenne en livres et un ménage ouvrier 30 % de moins.

La région, le sexe ou le diplôme influencent les dépenses en livres ou en presse; l'origine sociale également.

En 2006, les ménages vivant en France ont dépensé 6,9 milliards d'euros en journaux et revues et 3,5 milliards d'euros en livres. Ces deux secteurs évoluent de la même manière : progression jusqu'au début des années 1990

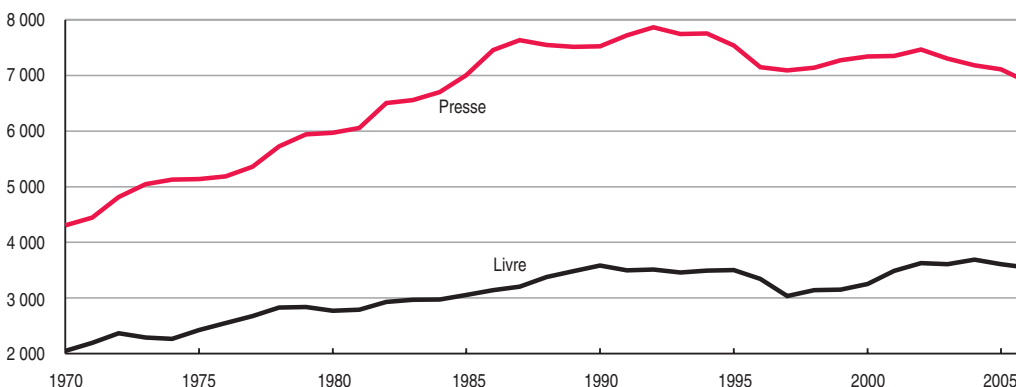
et stagnation depuis (*graphique 1*). Mais lorsqu'on considère la part de ces achats dans l'ensemble de la consommation des ménages, il en va tout autrement.

En termes budgétaires, les ménages consacrent, en 2006, moins de 1 % de leur budget (*définitions*) à l'achat de journaux et de magazines et moins de 0,5 % au livre. Ces parts ont nettement diminué au cours des dernières décennies. Le recul a été particulièrement net au début des années 1990 après deux décennies de stabilité : la part budgétaire (*définitions*) consacrée au livre et à la presse a diminué d'un tiers depuis 1970 (*graphique 2*).

Cette évolution pourrait provenir aussi bien d'une baisse des quantités achetées que d'une évolution des prix. Le prix de la presse a très fortement augmenté dans la première moitié des années 1970, et encore plus dans les années 1980. Depuis lors, les prix de la presse suivent ceux de l'ensemble de la consommation. Le prix du livre a suivi une progression plus régulière sur la même période, proche de celle des prix à la consommation, sauf durant les années 1980 où la croissance a été un peu plus forte. La diminution de la part de la presse et du livre dans le budget des ménages depuis le début des années 1990 ne peut donc être imputée à une augmentation marquée des prix dans ces deux secteurs.

① Dépenses des ménages en livres et presse

en millions d'euros de 2006



Lecture : en 1970, les ménages ont consacré 2 milliards d'euros 2006 au livre et 4,3 milliards d'euros 2006 à la presse.

Champ : France.

Source : Insee, comptes nationaux et indice des prix à la consommation.

INSEE
PREMIERE



INSEE

Recul de la presse : une question de générations

Pour une génération donnée, la part de la presse dans le budget du ménage est à peu près constante au fil des années (*graphique 3*) : les habitudes d'achat des journaux et magazines se prennent jeunes et restent stables.

En revanche, plus la génération est récente, plus la part de la presse dans le budget est basse. Elle se situe, selon l'année retenue, entre 0,9 % et 1,3 % pour les ménages dont la personne de référence est née entre 1920 et 1939, mais tombe entre 0,35 % et 0,55 % pour les ménages dont la personne de référence (*définitions*) est née entre 1960 et 1979 et passe en dessous de 0,3 % pour les ménages les plus jeunes. Le recul du poids de la presse dans le budget moyen ne correspond donc pas à un recul général mais plutôt à l'arrivée de nouvelles

générations moins consommatrices de presse écrite que leurs aînées.

Baisse du livre : toutes générations confondues

Contrairement à ce qui se passe pour la presse, le recul du livre n'est pas dû à l'arrivée de nouvelles générations qui en achèteraient moins. Les générations les plus jeunes y consacraient même, du moins jusqu'en 2001, une part de leur budget plus élevée que les générations précédentes. Le recul du livre est marqué par une baisse qui touche toutes les générations.

Ainsi, en 1985, la part des achats de livres dans le budget des ménages était de 0,5 % si la personne de référence était née entre 1940 et 1959 contre 0,25 % si elle était née entre 1900 et 1919 (*graphique 3*). Et cette valeur est restée stable pour chaque génération jusqu'en 1995. Mais depuis cette date, le livre recule : d'abord pour

toutes les générations (entre 1995 et 2001) puis pour les générations les plus jeunes.

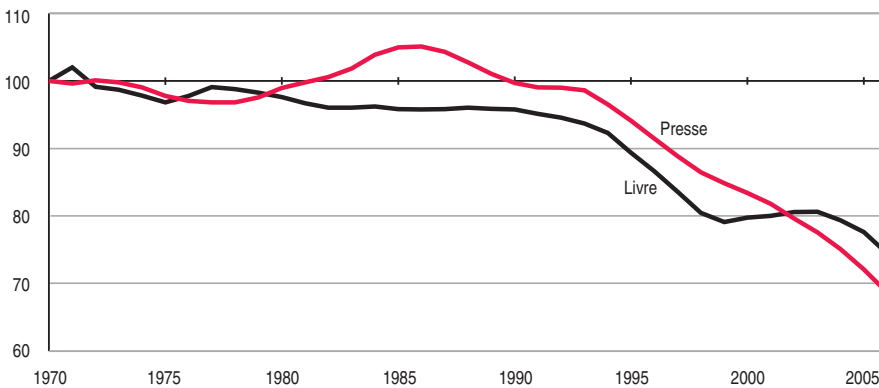
Des différences sociales qui restent stables

La part budgétaire dévolue à la presse est quasiment identique à toutes les dates observées et pour tous les groupes sociaux, à l'exception des agriculteurs qui consacrent à la presse une part de leur budget nettement supérieure à la moyenne (+ 38 % en 2006 - *graphique 4*).

En ce qui concerne le livre, le profil selon la catégorie socioprofessionnelle de la personne de référence du ménage est aussi resté globalement inchangé au cours du temps et les différences entre catégories de ménages sont beaucoup plus prononcées que pour la presse. Ainsi, les ménages dont la personne de référence est cadre consacrent aux livres une part de leur budget supérieure de 70 % à la moyenne, tandis que les professions intermédiaires se situent 10 % au-dessous de la moyenne. Les artisans et commerçants et les employés ont une situation qui change quelque peu selon la date d'observation mais se situent dans l'ensemble en dessous de la moyenne (- 20 % en 2001 et 2006). La part budgétaire du livre chez les ouvriers reste de l'ordre de 30 % à 40 % en dessous de la moyenne quelle que soit la date d'observation. Elle se situe à des niveaux encore plus faibles chez les agriculteurs. Mais la catégorie socioprofessionnelle n'est pas la seule caractéristique à influencer sur ces dépenses : les niveaux de vie et d'études entrent également en ligne de compte.

② Part de la presse et du livre dans le budget des ménages

indice 100 en 1970

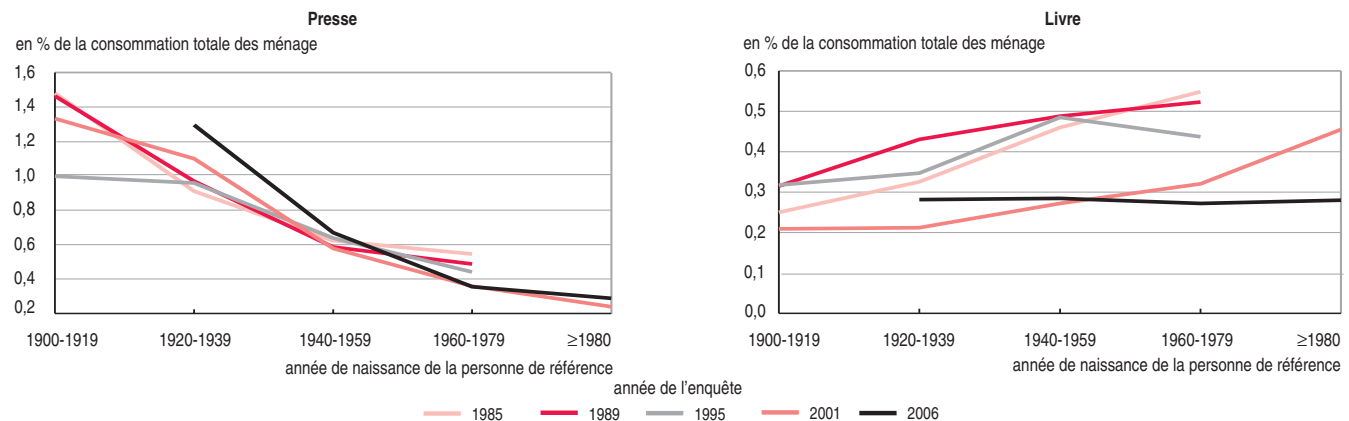


Lecture : en prenant comme référence un indice 100 en 1970, la part du livre se situait, en 1995, à un indice de 89 et celle de la presse à un niveau de 94.

Champ : France.

Source : Insee, comptes nationaux.

③ Part budgétaire de la presse et du livre, selon l'année de naissance de la personne de référence du ménage



Lecture : en 1995, la part budgétaire consacrée à la presse par les ménages dont la personne de référence est née entre 1960 et 1979, était de 0,44 % contre 0,64 % pour la génération précédente.

Champ : France métropolitaine.

Source : Insee, enquêtes Budget de famille 1985, 1989, 1995, 2001 et 2006.

L'augmentation générale du niveau d'études ne comble pas les écarts entre les générations

Les ménages dont la personne de référence est diplômée du 2^e ou 3^e cycle universitaire ont une part budgétaire consacrée aux livres de 85 % supérieure à la moyenne (*tableau*). Les moins diplômés y consacrent une part plus faible et l'écart est de 130 € par an en moyenne entre les personnes diplômées des 2^e et 3^e cycles universitaires et les personnes qui ont au plus un brevet des collèges, à sexe, niveau de vie, zone géographique (ZEAT) et type de ménage semblables. À l'inverse, les moins diplômés consacrent à la presse une part de leur budget qui est de 23 % supérieure à la moyenne. Compte tenu du niveau d'études croissant des nouvelles générations, on aurait donc pu s'attendre à une augmentation du poids des achats de livres dans le budget des ménages et de ce fait, la baisse observée est d'autant plus frappante.

Le niveau de vie augmente à la fois la consommation de presse et celle du livre. En 2006, le quart des ménages au niveau de vie le plus faible consacrent aux livres une part de leur budget inférieure de 29 % à la moyenne et ceux appartenant au quart le plus fortuné de 35 % supérieure. Ces derniers dépensent en moyenne 73 € de plus par an pour les livres et 131 € de plus pour la presse que les personnes du premier quartile de niveau de vie, à sexe, niveau de diplôme, type de ménage et zone géographique identiques.

Hommes et femmes consacrent une part équivalente de leur budget à la presse. En revanche, pour les livres, la part consacrée par les femmes est de 15 % supérieure à la moyenne. Effet que l'on retrouve dans le budget des familles monoparentales, dont la part des dépenses consacrées aux livres est encore plus élevée (24 %). Les célibataires achètent également proportionnellement plus de livres, mais aussi de presse, alors que les couples avec enfants en achètent moins (respectivement 10 % et 34 % de moins que la moyenne). Les couples sans enfant dépensent par contre plus pour la presse, 98 € de plus par an en moyenne qu'une personne seule, lorsqu'on contrôle les effets du sexe, du niveau de vie, du niveau de diplôme et de la zone géographique.

Ouest et Sud-Ouest : la presse plus prisée

Il existe par ailleurs des différences géographiques qui, même lorsqu'on prend en compte l'effet des autres variables, se maintiennent et reflètent notamment des effets d'offre (nombre de librairies, presse régionale...). Les habitants de la région parisienne dépensent 30 € de plus en moyenne par an dans l'achat de livres que ceux de la région Sud-Ouest mais 70 € de moins dans la presse. Les personnes vivant dans les régions Ouest et Sud-Ouest consacrent en effet une part plus importante de leur budget à la presse (respectivement 19 % et 18 %). Dans le Nord-Pas-de-Calais et la zone méditerranéenne, les parts budgétaires sont plus faibles, aussi bien pour les livres que la presse. Dans les régions méditerranéennes, on dépense en moyenne

54 € de moins par an pour la presse que dans le Sud-Ouest, à sexe, niveau de diplôme, niveau de vie et type de ménage identiques.

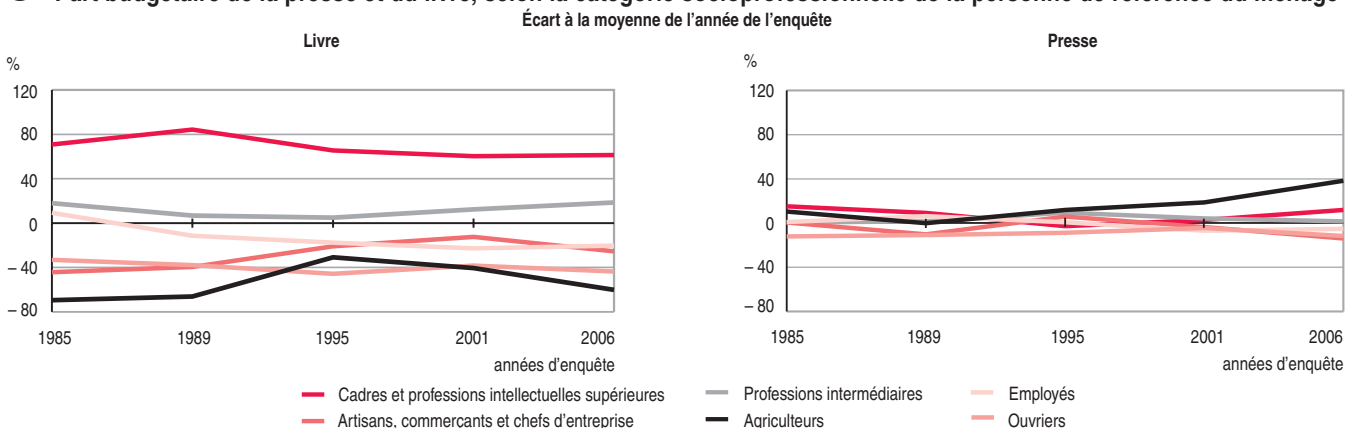
L'influence de l'origine sociale

L'origine sociale, saisie au travers de la catégorie socioprofessionnelle des parents de la personne de référence, joue beaucoup sur les dépenses. Les personnes ayant des parents agriculteurs dépensent proportionnellement plus pour la presse, mais moins pour les livres. C'est l'inverse pour les enfants de cadres et professions libérales et intermédiaires. Les personnes d'origine ouvrière consacrent une part moins grande aux livres que la moyenne, alors que les enfants d'employés y consacrent une part légèrement plus élevée.

La mère influence plus fortement ces dépenses que le père. Ainsi, toutes choses égales par ailleurs, les enfants de mère cadre ou profession libérale dépensent 87 % de plus que la moyenne, et seulement 55 % quand le père est cadre ou profession libérale. Tous ces résultats restent semblables lorsqu'on contrôle par la catégorie socioprofessionnelle de la personne de référence.

On ne doit toutefois pas oublier qu'on ne s'intéresse ici qu'à l'achat de livres et de presse et non à leur lecture effective. Comme la baisse de la part de ces consommations, les écarts observés ne tiennent pas compte des prêts, notamment en bibliothèque, de la lecture sur Internet et de la multiplication des journaux gratuits.

④ Part budgétaire de la presse et du livre, selon la catégorie socioprofessionnelle de la personne de référence du ménage



Lecture : en 1995, la part budgétaire consacrée au livre par les ménages dont la personne de référence est cadre se situait 65 % au dessus de la moyenne.

Champ : ensemble des ménages de France métropolitaine; les retraités ont été recodés en utilisant leur ancienne profession, les personnes n'ayant jamais travaillé n'ont pas été conservées en raison de leur faible effectif.

Source : Insee, enquêtes Budget de famille 1985, 1989, 1995, 2001 et 2006.

Source

Les enquêtes Budget de famille ont été réalisées pratiquement à l'identique par l'Insee à peu près tous les cinq ans depuis 1979. Elles reposent sur l'enregistrement de l'ensemble des dépenses des ménages enquêtés durant deux semaines. L'enquête Budget de famille interroge des ménages et non des personnes, puisqu'un grand nombre de dépenses sont réalisées à cette échelle et non individuellement. Cette source impose donc de raisonner au niveau du ménage, en l'étudiant au moyen des caractéristiques de la personne de référence.

Définitions

Budget : il représente l'ensemble des dépenses de consommation d'un ménage. En sont donc exclues les dépenses d'investissements comme les achats immobiliers, les gros travaux et les placements financiers qui correspondent à de l'épargne et pas à de la consommation.

Part budgétaire : elle est égale aux dépenses de consommation consacrées à un bien rapportées à l'ensemble des dépenses de consommation. Elle représente donc le poids de ce bien dans le budget du ménage.

Personne de référence du ménage : elle est déterminée à partir de la structure familiale du ménage et des caractéristiques des individus qui le composent. Il s'agit le plus souvent de la personne de référence de la famille quand il y en a une, ou de l'homme le plus âgé, en donnant priorité à l'actif le plus âgé.

Bibliographie

Philippe Coulangeon (2005), *Sociologie des pratiques culturelles*, La découverte, Paris.
Olivier Donnat (2002), « L'évolution des pratiques culturelles. », *Données sociales - La société française*, Insee, pp.581-586.
Chantal Lacroix (2009) « Les dépenses de consommation des ménages en biens et services culturels et télécommunications », *Culture chiffres 2009-2*, DEPS.
Bruno Maresca et Laurent Pouquet (2000), « Les dépenses culturelles des Français au milieu des années 1990. les caractéristiques des dépenses en 1995 et leur évolution depuis 1979 » *Les travaux du DEP*, Credoc - DEP.

Effets des caractéristiques sociodémographiques sur les dépenses de livres et de presse

Écart à la moyenne des parts budgétaires	en %	
	Livres	Presse
Niveau de diplôme de la personne de référence		
2 ^e et 3 ^e cycle universitaire	85	0
1 ^{er} cycle universitaire, BTS, DUT	15	-26
Baccalauréat	8	-10
CAP, BEP	-32	-13
Sans-diplôme, CEP, BEPC	-28	23
Quartile de niveau de vie		
Q1	-29	-7
Q2	-23	-4
Q3	-13	-3
Q4	35	7
Personne de référence		
Homme	-6	0
Femme	15	-1
Type de ménage		
Personne seule	20	28
Famille monoparentale	24	-33
Couple sans enfant	1	46
Couple avec au moins un enfant	-10	-34
Autre type de ménage	-29	-15
ZEAT		
Région parisienne	35	-24
Bassin Parisien	-6	6
Nord-Pas-de-Calais	-21	-11
Est	-21	10
Ouest	3	19
Sud-Ouest	-15	18
Centre-Est	-10	4
Méditerranée	-6	-11
Profession principale du père de la personne de référence		
Cadre, profession libérale	55	0
Profession intermédiaire	47	-5
Employé	7	-7
Artisan, commerçant, chef d'entreprise	-3	0
Ouvrier	-28	-9
Agriculteur exploitant	-36	34
Sans activité professionnelle	-36	-44
Profession principale de la mère de la personne de référence		
Cadre, profession libérale	87	-4
Profession intermédiaire	52	-20
Employée	4	-16
Artisan, commerçante, chef d'entreprise	0	26
Ouvrière	-23	0
Agricultrice exploitante	-41	46
Sans activité professionnelle	-2	-7

Lecture : la part budgétaire consacrée aux livres par les ménages vivant en région parisienne est supérieure de 35 % à la moyenne.

Champ : France métropolitaine.

Source : Insee, enquête Budget des Familles 2006.

INSEE PREMIERE 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 PREMIERE - Tarif 2009

Abonnement annuel : 74 € (France) 92 € (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 :

Gilles Rotman

Rédacteurs :

L. Bellin, A.-C. Morin,

C. Perrel, C. Pfister

Maquette : P. Nguyen

Impression : Jouve

Code Sage IP091253

ISSN 0997 - 3192

© INSEE 2009



INSEE
INSTITUT NATIONAL
DE LA STATISTIQUE
ET DES ÉTUDES
ÉCONOMIQUES