
FICHES THÉMATIQUES

Loisirs

I. Lecture des figures issues de la comptabilité nationale

Figure 2 : poids en valeur du poste dans la dépense des ménages

Ce graphique met en évidence la part de la dépense de consommation du poste considéré dans la dépense totale selon un concept le plus proche possible de l'enquête Budget de famille (Bdf). Les dépenses qui ont trait aux concepts de comptabilité nationale sans traduction budgétaire pour les ménages sont retirées : les loyers imputés, l'autoconsommation et les services d'intermédiation financière indirectement mesurés (Sifim). On conserve le montant de correction liée au solde territorial, qui permet de garder la cohérence de la notion de territorialité avec l'enquête Bdf (ensemble des dépenses des ménages résidant en France quel que soit le lieu d'achat). Le graphique permet de comparer la part de ce poste à celle d'un regroupement de produits au champ plus large.

Figure 3 : volume et prix relatifs de la dépense des ménages

Ce graphique a pour objectif de caractériser l'évolution du volume et du prix du poste par rapport à celle de l'ensemble de la dépense de consommation des ménages. Les deux courbes correspondent aux séries suivantes :

- le « volume relatif » : évolution du volume du produit par rapport à l'année précédente corrigée de l'évolution du volume de la dépense de consommation totale ;
- le « prix relatif » : évolution du prix du produit par rapport à l'année précédente corrigée de l'évolution du prix de la dépense de consommation totale.

Si la croissance du volume relatif est positive, cela signifie que le volume du produit évolue plus vite que le volume de l'ensemble de la dépense de consommation (idem pour le prix relatif).

Figure 4 : dépense des ménages par poste dans l'Union européenne à 25 en 2005

Ce graphique permet d'illustrer le lien éventuel entre la part du poste dans la dépense des ménages et le niveau de vie du pays approché par le PIB par habitant corrigé des parités de pouvoir d'achat. Celles-ci sont des taux qui permettent de convertir toutes les monnaies dans une monnaie commune qui a le même pouvoir d'achat dans chaque pays.

Si par rapport à la moyenne de l'Union européenne, les pays sont plutôt situés dans le quart nord-ouest et dans le quart sud-est, cela signifie que la part du poste dans la dépense des ménages décroît en fonction du niveau de vie. Il s'agit le plus souvent des produits de première nécessité et donc principalement l'alimentation.

Dans le cas contraire où les pays sont plutôt situés dans le quart sud-ouest et le quart nord-est, il s'agit de biens ou services dont la part dans la dépense des ménages croît avec le niveau de vie. Les dépenses de loisirs sont dans cette catégorie, notamment celles concernant le matériel électronique. D'autres facteurs que le niveau de vie peuvent jouer sur la part de certains postes.

Code ISO des pays de l'Union européenne :

Allemagne : DE ; Autriche : AT ; Belgique : BE ; Chypre : CY ; Danemark : DK ; Espagne : ES ; Estonie : EE ; Finlande : FI ; France : FR ; Grèce : GR ; Hongrie : HU ; Irlande : IE ; Italie : IT ; Lettonie : LV ; Lituanie : LT ; Luxembourg : LU ; Malte : MT ; Pays-Bas : NL ; Pologne : PL ; Portugal : PT ; République tchèque : CZ ; Royaume-Uni : GB ; Slovaquie : SK ; Slovénie : SI ; Suède : SE.

II. Lecture des figures issues des enquêtes Budget de famille

Figure 2 : décomposition des écarts à la dépense moyenne

Par souci de clarté, on présentera ici la méthode de calcul de l'effet prix et de l'effet quantité sur l'exemple des dépenses en pain des ménages les plus modestes (premier quintile de niveau de vie). Les explications données se transposent directement aux autres produits et catégories de ménages.

L'écart entre la dépense moyenne en pain de l'ensemble de la population et celle des ménages du premier quintile de niveau de vie a deux causes :

- les ménages les plus modestes achètent des quantités différentes des autres ménages ;
- ils payent leur pain à un prix différent des autres ménages.

En général, les deux effets coexistent. L'effet-prix et l'effet-quantité sont des mesures de ces effets. Ils visent à évaluer la contribution des écarts sur les quantités et des écarts sur les prix à l'écart sur la dépense.

Le calcul de ces effets repose sur une formule décomposant l'écart de dépense. Plus précisément :

- si D (en euros) est la dépense moyenne en pain dans l'ensemble de la population, Q (en kg par exemple) la quantité moyenne achetée et P (€/kg) le prix payé en moyenne, on peut écrire :

$$D = PQ$$

- de même on écrira, pour les ménages du premier quintile, en notant d leur dépense moyenne en pain, q la quantité moyenne qu'ils achètent et p le prix au kg qu'ils acquittent en moyenne :

$$d = pq$$

L'écart à la moyenne de la dépense en pain de ces ménages vérifie alors :

$$d - D = \left[\frac{p+P}{2} \right] (q - Q) + (p - P) \left[\frac{q+Q}{2} \right]$$

Il est la somme de :

- (i) l'écart sur les quantités $q - Q$, valorisé à un prix à mi-chemin entre le prix moyen du pain, P , et le prix moyen p propre à ces ménages modestes ;
- (ii) l'écart sur les prix $p - P$, appliqué à une quantité à mi-chemin entre la quantité Q achetée en moyenne dans l'ensemble de la population, et celle q achetée par les seuls ménages du premier quintile.

Le premier terme est l'effet-quantité : il correspond à l'écart de dépense que l'on observerait si les ménages modestes payaient le même prix que les autres.

Le second terme est l'effet-prix et correspond, de même, à l'écart qui prévaudrait si les ménages modestes achetaient la même quantité que les autres.

En pratique, les effets sont calculés au niveau de chaque produit élémentaire. Ils sont ensuite additionnés pour déterminer l'effet prix d'un poste (par exemple l'alimentation). Dans les figures présentées, ils sont exprimés en pourcentage de l'écart de dépense.

7.1 Biens pour les loisirs

En 2005, la dépense de consommation des **Ménages** en biens pour les loisirs a atteint 33,8 milliards d'euros, soit 538 euros par habitant. La dépense équivalente en matériel électronique grand public est de 269 euros, celle en service de loisirs (hors tourisme) est de 280 euros.

Relativement au reste des dépenses, la part en valeur des biens pour les loisirs a globalement augmenté, passant de 3,5 % en 1960 à 4,2 % en 2005 (*figure 1*). Elle avait rapidement progressé jusqu'en 1970 (4,7 %), puis s'était stabilisée entre 1970 et 1990, avant de se replier.

Depuis 1960, la part dans ce poste affectée à la presse, aux livres et à la papeterie a fortement diminué, de 53 % à 38 % en 2005 (*figure 2*). Les produits de jardinage ont également baissé, de 21 % à 17 %. En revanche, les jeux et jouets ainsi que les supports d'enregistrement sont passés chacun de 5 % en 1960 à 13 % en 2005.

Jusqu'en 1970, les prix des biens de loisirs ont progressé à un rythme similaire à celui de **l'inflation** (3,8 %) [*figure 3*]. La croissance en **volume** a été en moyenne nettement plus dynamique que celle des dépenses de consommation (de + 2,9 points par an), et explique à elle seule la hausse de la part en valeur. Hormis la presse et les livres, tous les postes sont concernés par ce dynamisme, favorisé par la forte croissance des revenus. Sur longue période, une hausse des revenus de 1 % entraîne une hausse de la consommation en ces biens estimée à + 0,8 %.

De 1971 à 1992, les prix et le volume de consommation des biens de loisirs ont évolué en moyenne à des rythmes proches de ceux de la dépense totale. Les supports

d'enregistrement de l'image et du son ont bénéficié de la généralisation des moyens de diffusion culturelle et de l'arrivée sur les marchés de nouveaux équipements électroniques. À côté de la pellicule pour film ou photographie et du disque vinyle, sont apparus le CD audio, le cédérom, les cassettes audio et vidéo (puis le DVD dans les années 2000). Le marché des jouets et jeux s'est aussi développé grâce à la diffusion des innovations technologiques autorisant le renouvellement de l'offre (consoles de jeux). En revanche, le marché du livre et de la presse a poursuivi son déclin, relativement au reste de la consommation.

Depuis 1993, le volume a continué de progresser en moyenne comme le reste des dépenses, mais les prix ont augmenté moins vite que l'inflation (0,9 point de moins par an). Le repli de la **part des dépenses** en valeur des biens pour les loisirs s'explique donc par le seul effet prix. Les prix de vente moyens ont baissé en raison de la diffusion croissante de produits importés de pays bénéficiant de bas coûts de production. Les volumes consommés en articles de presse et livres ont globalement reculé depuis 1993.

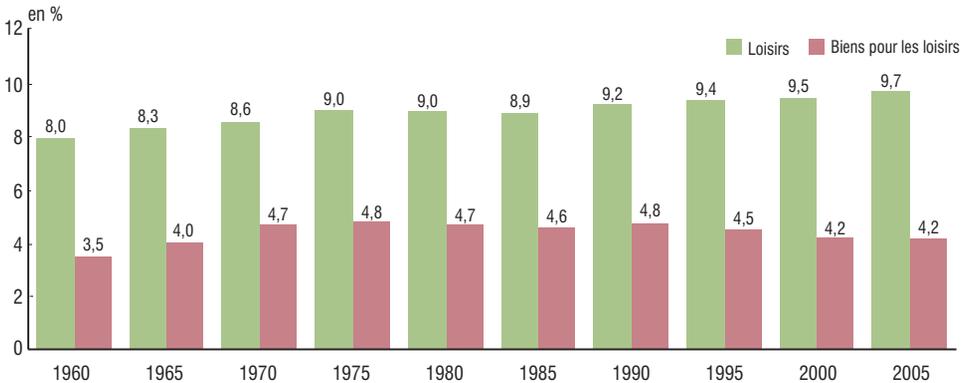
Au début des années 2000, avec 3 heures 30 par jour pour les hommes et près de 3 heures pour les femmes, les Français réservent moins de leur temps libre aux activités utilisant les biens pour les loisirs que les Britanniques ou les Allemands (*figure 4*). Dans l'ensemble des pays pour lesquels ces statistiques sont disponibles, les hommes y consacrent quotidiennement plus de temps que les femmes, ces dernières continuant d'assurer une plus grande proportion des tâches domestiques. ■

Définitions

Biens pour les loisirs : comprennent les supports d'enregistrement de l'image et du son (préenregistrés ou non), divers biens durables culturels et récréatifs (caravanes, camping-cars, bateaux, instruments de musique...), les jeux et jouets, les équipements de sport, de camping et de plein air, les fleurs, plantes et engrais, ainsi que la presse et la papeterie.

Ménage, inflation, volume, part des dépenses : voir *Glossaire*.

1. Part dans la dépense des ménages en valeur



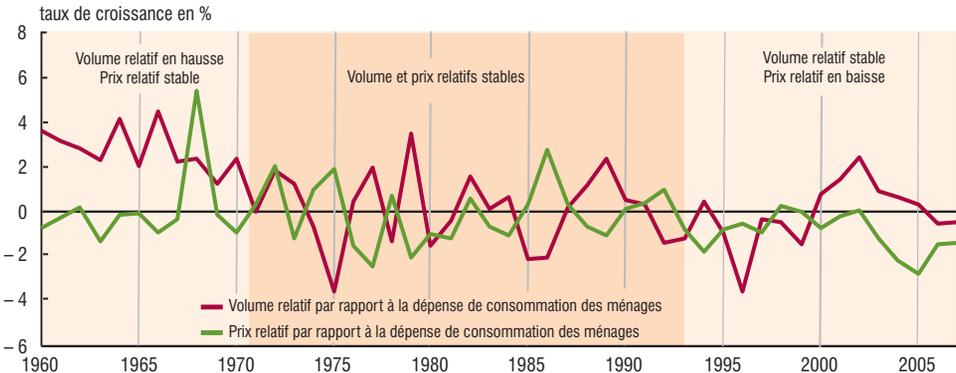
Source : Insee, comptes nationaux, base 2000.

2. Structure de la dépense des ménages en biens pour les loisirs

	1960	1975	1990	2005	Valeurs 2005 (Mds €)
Supports d'enregistrement de l'image et du son	5,4	6,6	12,5	12,9	4,4
Autres biens durables culturels et récréatifs neufs (caravanes...)	5,1	8,1	6,3	7,9	2,7
Jeux et jouets	5,0	8,1	9,3	12,9	4,4
Équipement de sport, de camping et de plein air	10,0	14,0	9,4	11,9	4,0
Jardinage (plantes...)	21,5	21,1	19,6	16,7	5,7
Presse, livres et papeterie	53,1	42,1	42,9	37,6	12,7
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	33,8

Source : Insee, comptes nationaux, base 2000.

3. Volume et prix relatifs de la dépense des ménages en biens pour les loisirs



Lecture : de 2000 à 2005, le prix des biens pour les loisirs a globalement augmenté moins vite que l'inflation tandis que le volume a progressé plus rapidement que les autres postes de consommation.

Source : Insee, comptes nationaux, base 2000.

4. Temps moyen quotidien consacré aux activités utilisant des biens pour les loisirs

Pays	Temps moyen quotidien (minutes)	
	Hommes	Femmes
Finlande	252	215
Allemagne	240	206
Estonie	241	197
Belgique	232	193
Royaume-Uni	232	186
Suède	215	185
Hongrie	235	152
France	210	177
Slovénie	212	164

Lecture : au début des années 2000 en France, les hommes ont consacré en moyenne 210 minutes par jour aux activités utilisant des biens pour les loisirs et les femmes 177 minutes.

Source : Eurostat, enquêtes emploi du temps réalisées par les instituts nationaux de statistiques européens.

7.1 Biens pour les loisirs

Le montant des dépenses et la part budgétaire que les **ménages** consacrent aux **biens pour les loisirs** sont fortement liés à leur **niveau de vie**. Plus celui-ci est élevé, plus les dépenses des ménages dans ce domaine sont fortes : + 77 % par rapport au montant moyen des dépenses pour les ménages les plus riches, contre - 48 % pour les ménages les plus modestes (*figure 1*).

Si l'on considère la **catégorie socioprofessionnelle** à laquelle appartient la **personne de référence** du ménage, ce sont les cadres actifs qui dépensent le plus pour les biens de loisirs. Ils y consacrent, en effet, un montant de dépenses supérieur de plus de 80 % à la moyenne et une **part budgétaire** légèrement supérieure à celle de l'ensemble des ménages (+ 0,3 point). À l'inverse, les ménages dont la personne de référence est ouvrier ou employé consomment moins que la moyenne pour ce type de produit (environ - 20 % et - 0,5 point de part budgétaire).

Les couples ayant des enfants achètent plus que les autres des biens pour les loisirs. Les familles les plus nombreuses (trois enfants et plus) dépensent ainsi près de 42 % de plus que la moyenne. Pour ces ménages, le montant des dépenses en jeux et jouets est très supérieur à la moyenne (+ 111 %) de même que les dépenses pour les achats des supports de l'image et du son (+ 71,3 %). À l'opposé, les célibataires et les familles monoparentales apparaissent moins consommatrices de ce type de biens.

Enfin, les ménages dont la personne de référence a entre 35 et 55 ans dépensent plus que la moyenne dans ce domaine (un peu plus de 10 %). Les ménages dont la personne

de référence est plus jeune (moins de 35 ans) ont au contraire un montant de dépenses inférieur à la moyenne, tout comme les ménages de plus de 65 ans.

Hors **biens durables importants**, les ménages privilégient le petit commerce de détail spécialisé pour l'achat des biens destinés aux loisirs : un tiers de leurs dépenses y est réalisé (*figure 2*). Près de 30 % de ces dépenses sont faites dans les grandes surfaces alimentaires (GSA) et un peu plus de 20 % dans les grandes surfaces spécialisées (GSS). Si les parts de marché des petits commerces de détail atteignent près de 40 % des dépenses pour les produits liés à l'édition, la presse et la papeterie, ou l'horticulture, elles sont en revanche plus faibles pour les supports d'enregistrement de l'image et du son (11 %). Ces derniers sont majoritairement achetés dans les GSA (54 % des dépenses), tout comme les jeux et jouets (40 %). Les GSS attirent davantage les ménages pour les achats d'équipements de sport, camping et de loisirs en plein air (41 % des dépenses).

Pendant la période 1979-2006, la part des dépenses en biens pour les loisirs d'un ménage est d'autant plus élevée que son niveau de vie est élevé (*figure 3*). Néanmoins, au cours de cette période, les disparités tendent à s'estomper, surtout à partir de 1995. En 1979, presque deux points de part de dépenses séparaient les ménages les plus modestes des plus aisés. En 2006, cet écart diminue presque de moitié et n'est plus que de 1,1 point, indiquant une convergence des parts budgétaires de ce poste entre les ménages de niveaux de vie différents. ■

Définitions

Biens pour les loisirs : voir page précédente.

Biens durables importants des loisirs et de la culture : il s'agit des instruments de musique (non compris les petits instruments) et des gros équipements liés aux sports et aux loisirs (caravanes, remorques, avions, bateaux, gros articles de jeux et de sport). Ces produits sont généralement achetés dans des réseaux de distribution spécifiques ou d'occasion auprès d'un particulier.

Ménage, niveau de vie des ménages, catégorie socioprofessionnelle, personne de référence, part budgétaire (ou des dépenses) : voir *Glossaire*.

Pour en savoir plus

- Tavan C., « Les pratiques culturelles : le rôle des habitudes prises dans l'enfance », *Insee Première* n° 883, février 2003.

1. Les déterminants du poids de la dépense en biens pour les loisirs

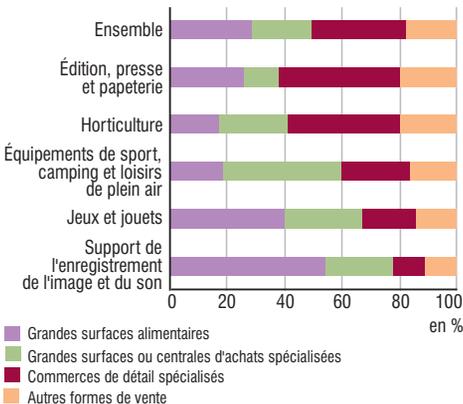
	Écart au coefficient budgétaire moyen (points)	Écart à la dépense moyenne par ménage (%)				
		Ensemble biens pour les loisirs	Supports d'enregistrement de l'image et du son	Jeux et jouets	Horticulture	Presse, livres et papeterie
Quintile de niveau de vie						
Q1	-0,5	-48,1	-41,2	-45,4	-50,1	-45,4
Q2	-0,4	-29,0	-31,9	-16,7	-32,0	-23,7
Q3	-0,3	-15,9	-8,5	-7,1	-11,6	-16,6
Q4	0,1	16,2	16,4	23,4	29,7	16,4
Q5	0,6	76,9	65,0	45,6	64,1	69,3
Âge de la personne de référence						
Moins de 25 ans	-0,6	-36,2	-8,7	22,3	-71,1	-41,7
De 25 à 34 ans	-0,3	-1,9	44,9	39,8	-42,4	-18,0
De 35 à 44 ans	-0,1	12,5	43,8	63,9	-12,6	-0,2
De 45 à 54 ans	-0,2	12,3	25,2	9,1	10,6	12,1
De 55 à 64 ans	0,1	8,3	-13,8	-8,6	48,2	9,8
65 ans et plus	0,6	-16,5	-64,3	-71,8	6,0	1,0
Type de ménage						
Personne seule	0,0	-38,9	-33,9	-71,6	-41,1	-31,7
Famille monoparentale	-0,4	-24,7	-3,6	-3,9	-53,7	-17,7
Couple sans enfant	0,3	12,3	-27,2	-22,4	38,4	18,1
Couple avec 1 enfant	-0,2	18,9	55,7	35,3	34,1	-0,2
Couple avec 2 enfants	-0,1	37,4	41,0	105,5	10,5	28,7
Couple avec 3 enfants et plus	-0,1	41,5	71,3	111,3	2,8	36,4
Catégorie socioprofessionnelle						
Actifs						
Agriculteurs	0,4	10,7	-30,7	-34,8	76,4	5,2
Artisans, commerçants et chefs d'entreprise	-0,5	8,8	6,0	14,8	32,5	-0,5
Cadres	0,3	81,3	101,2	75,1	45,5	72,7
Professions intermédiaires	-0,1	19,9	58,4	47,3	-1,8	14,4
Employés	-0,4	-18,3	15,9	-5,4	-33,4	-21,8
Ouvriers	-0,5	-22,0	-8,8	36,9	-27,9	-36,7
Inactifs						
Retraités	0,5	-10,0	-54,5	-56,1	17,2	3,6
Autres	-0,2	-42,1	-30,6	-34,0	-60,9	-29,0

Lecture : en 2006, les ménages du premier quintile de niveau de vie (Q1) ont un coefficient budgétaire inférieur de 0,5 point au coefficient budgétaire moyen pour les biens de loisirs. Les ménages du dernier quintile (Q5) ont dépensé 76,9 % de plus que la moyenne des ménages en biens pour les loisirs.

Champ : France métropolitaine.

Source : Insee, enquête Budget de famille 2006.

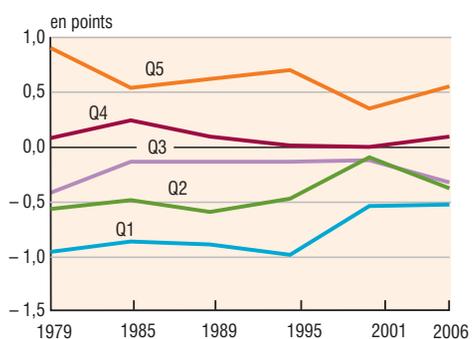
2. Les dépenses des ménages en biens pour les loisirs selon le lieu d'achat



Champ : France métropolitaine.

Source : Insee, enquête Budget de famille 2006.

3. Écart des dépenses par quintiles de niveau de vie



Lecture : en 1979, les ménages appartenant au 1^{er} quintile de niveau de vie avaient une part des dépenses de consommation totale consacrée aux biens pour les loisirs inférieure de 0,9 point à celle de l'ensemble des ménages.

Champ : France métropolitaine.

Source : Insee, enquêtes Budget de famille.

7.2 Services de loisirs non liés au tourisme

En 2005, les ménages ont dépensé 17,6 milliards d'euros, soit 280 euros par habitant, en services de loisirs non liés au tourisme. C'est presque moitié moins que la dépense en biens pour les loisirs (538 euros par habitant).

Relativement aux autres postes de dépenses, la consommation en valeur des services de loisirs non liés au tourisme est restée stable, fluctuant légèrement autour de 2 % entre 1960 (2,1 %) et 2005 (2,2 %, *figure 1*).

La part dans ce poste des services sportifs et de loisirs a augmenté de plus de 20 points entre 1960 (62 %) et 2005 (83 %, *figure 2*). En parallèle, le poids des entrées au cinéma a été divisé par quatre (6 % du poste en 2005 contre 24 % en 1960). Les activités photographiques dont le poids avait augmenté jusqu' en 1990, ont chuté depuis lors, pour ne représenter que 9 % du poste en 2005. La part des autres activités culturelles reste marginale (1,5 % en 2005).

Entre 1960 et 2005, les prix de ces services de loisirs ont augmenté plus vite que l'inflation d'ensemble (*figure 3*). Ceci illustre un phénomène général de plus forte hausse des prix des services que ceux des biens. Sur la même période, la consommation en volume a augmenté moins rapidement que l'ensemble des autres postes de dépenses.

Dans les années 1960 et 1970, les prix de ces services ont augmenté beaucoup plus fortement que l'inflation d'ensemble notamment pour les services sportifs et de loisirs. Dans le même temps, les volumes relatifs ont significativement baissé. Cette baisse s'explique notamment par la diminution de la fréquentation des cinémas, qui est passée de 355 millions de spectateurs en 1960 à 175 millions en 1980. Durant cette période,

la télévision a en effet conquis les foyers et fortement concurrencé le cinéma.

De 1978 à 1992, volumes et prix se sont peu distingués des autres postes de consommation. D'un côté, le développement des infrastructures sportives et l'introduction d'une cinquième semaine de congés payés en 1982 ont encouragé de nouveaux adeptes des activités sportives et de loisirs. D'un autre côté, le cinéma a subi une nouvelle concurrence, celle du magnétoscope, apparu à la fin des années 1970, et des vidéocassettes préenregistrées.

Depuis 1993, les prix de ces services augmentent plus vite que l'inflation et les volumes relatifs progressent. Notamment, après avoir atteint son plus bas niveau en 1992 avec 116 millions d'entrées, le cinéma retrouve des spectateurs (175 millions en 2005). Les multiplexes, qui sont passés de 2 à 80 entre 1993 et 2000, ont permis d'élargir le champ des amateurs des salles obscures. Enfin, la réduction du temps de travail intervenue progressivement depuis 1998 a favorisé le développement des activités sportives et de loisirs.

Au sein des pays de l'Union européenne, le lien est étroit entre le niveau de vie du pays et la fréquentation des salles de cinéma (*figure 4*). Mais à niveau de vie donné, il existe aussi des spécificités. L'Irlande est le pays où le nombre d'entrées au cinéma est le plus élevé devant l'Espagne et la France. À niveau de vie comparable, le nombre d'entrées par habitant en Allemagne est près de 2 fois inférieur à celui des Français. À l'exception du Danemark, les pays d'Europe du Nord, malgré un niveau de vie élevé, ont une fréquentation des salles de cinéma inférieure à la moyenne européenne. Les habitants des pays d'Europe de l'Est sont les moins cinéphiles. ■

Définitions

Services de loisirs non liés au tourisme : comprennent les services sportifs et de loisirs (manifestations et activités sportives, parcs d'attractions, spectacles), les activités photographiques (travaux de prise de vue, développement et tirage de photos...), la projection de films cinématographiques (entrées dans les salles de cinéma) et enfin les autres activités culturelles (zoos...).

Multiplexe : complexe cinématographique de plus de dix salles et disposant d'une capacité d'accueil d'au moins 1 500 places.

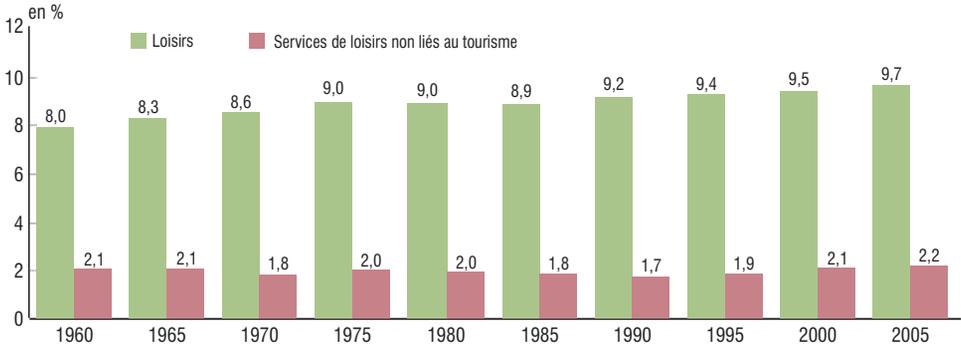
Ménage, inflation, volume, Union européenne, niveau de vie du pays : voir *Glossaire*.

Pour en savoir plus

- « 40 ans de cinéma : âge d'or, crise et renouveau », *Insee Première* n° 841, avril 2002.
- « 40 ans de services culturels et récréatifs », *Insee Première* n° 983, août 2004.

Services de loisirs non liés au tourisme 7.2

1. Part dans la dépense des ménages en valeur



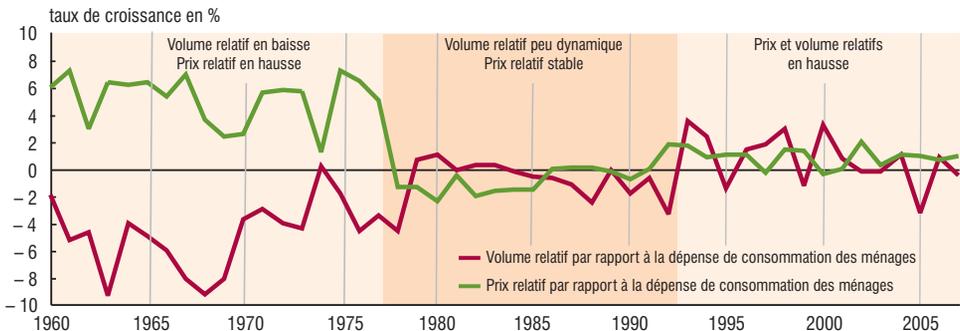
Source : Insee, comptes nationaux, base 2000.

2. Structure de la dépense des ménages en services de loisirs non liés au tourisme

	1960	1975	1990	2005	Valeurs 2005 (Mds €)
Services sportifs et de loisirs	62,2	70,5	74,3	83,3	14,6
Activités photographiques	13,1	16,0	17,4	9,0	1,6
Projection de films cinématographiques	23,8	12,5	7,3	6,2	1,1
Autres activités culturelles	0,9	1,0	1,0	1,5	0,3
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	17,6

Source : Insee, comptes nationaux, base 2000.

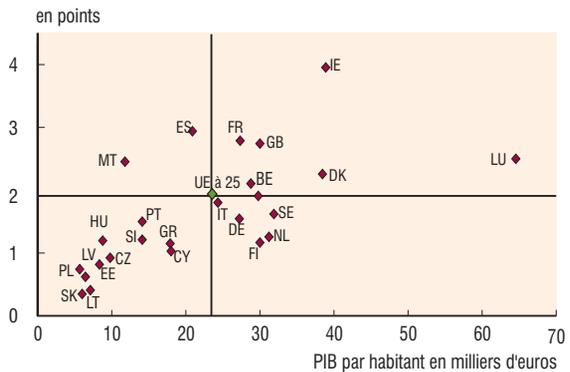
3. Volume et prix relatifs de la consommation en services de loisirs non liés au tourisme



Lecture : jusqu'au milieu des années 1970, le prix des services de loisirs non liés au tourisme a augmenté plus vite que l'inflation tandis que le volume a progressé moins rapidement que les autres postes de consommation.

Source : Insee, comptes nationaux, base 2000.

4. Fréquentation des salles de cinéma et PIB par habitant dans l'Union européenne à 25 en 2005



Lecture : en 2005, les Chypriotes sont allés en moyenne une fois dans l'année au cinéma.

Sources : Insee, comptes nationaux, base 2000 et Eurostat.

7.2 Services de loisirs non liés au tourisme

Les **ménages** dépensent d'autant plus en **services de loisirs** que leur **niveau de vie**, est élevé. Le montant des dépenses des plus aisés est supérieur de 75 % à la moyenne alors qu'il est inférieur de 56 % pour les ménages modestes (*figure 1*).

Si l'on tient compte de la **catégorie socio-professionnelle** de la **personne de référence** du ménage, ce sont les cadres actifs qui dépensent le plus dans ce domaine : 130 % de plus que la moyenne des ménages. Leur **part des dépenses** est, en outre, supérieure de 0,7 point à la moyenne. Artisans, commerçants, chefs d'entreprises et professions intermédiaires sont eux aussi, mais dans une moindre mesure, plus enclins à consommer des services de loisirs : environ + 50 % par rapport au montant moyen. À l'inverse, ouvriers actifs et retraités recourent moins à ces services puisque le montant de leurs dépenses est très inférieur à celui de l'ensemble des ménages. Pouvoir d'achat restreint pour les premiers et état de santé quelquefois précaire pour les seconds expliquent sans doute une limitation des sorties ou des activités physiques.

Plus il y a d'enfants, plus ce poste budgétaire est important. Ainsi, un célibataire dépensera environ 50 % de moins que la moyenne, et un ménage avec au moins deux enfants 80 % de plus. La présence d'enfants dans le ménage alourdit considérablement les dépenses en services sportifs et récréatifs : les ménages avec au moins deux enfants ont un montant de dépenses pour ce poste presque quatre fois supérieur à celui des couples sans enfant. Le niveau des dépenses en services culturels semble, en revanche, moins lié à la composition du ménage. Enfin, si les femmes seules ont moins recours aux services sportifs et récréatifs que les hommes

seuls, elles dépensent presque deux fois plus qu'eux pour les services culturels.

L'intensité du recours aux services de loisirs est également influencée par l'âge de la personne de référence du ménage. Les ménages d'âge intermédiaire (35 à 54 ans) sont les plus consommateurs de ces services. Le montant qu'ils y consacrent est supérieur d'environ 40 % à la moyenne. Ce sont les ménages âgés (plus de 65 ans) qui dépensent le moins (- 54 %), qu'il s'agisse de services sportifs, récréatifs ou culturels. Ce constat s'explique certainement par la limitation des déplacements et des pratiques sportives chez les personnes âgées.

Enfin, avec un montant de dépenses supérieur de 53 % à la moyenne, ce sont les Parisiens qui dépensent le plus pour accéder aux services de loisirs et particulièrement aux services culturels (+ 68 %). Les habitants de la capitale bénéficient de l'avantage procuré par la proximité ou la diversité des équipements. Les ménages résidant en région parisienne (hors Paris) dépensent également plus que la moyenne (+ 26 %). En province, les sommes destinées à ces services sont inférieures, sauf dans les plus grandes villes.

Au cours de la période 1979-2006, l'écart à la dépense moyenne des ménages en services de loisirs en fonction du niveau de vie évolue peu. Cet écart est d'environ - 60 % pour les ménages appartenant au 1^{er} **quintile** de niveau de vie et + 80 % pour ceux du dernier (*figure 2*). De même, les disparités demeurent en termes de part des dépenses. En 1979, la différence entre les ménages les plus modestes et les plus aisés était de 0,7 point ; elle est encore de 0,8 point en 2006. Comparé à la part de ce poste dans la dépense totale des ménages (environ 2 %), cet écart est important. ■

Définitions

Services de loisirs hors tourisme : voir page précédente.

Ménage, niveau de vie des ménages, catégorie socioprofessionnelle, personne de référence, part des dépenses, quintile : voir *Glossaire*.

Pour en savoir plus

- Muller L., « Pratique sportive et activités culturelles vont souvent de pair », *Insee Première* n° 1108, mars 2005.

Services de loisirs non liés au tourisme 7.2

1. Les déterminants de la dépense en services de loisirs

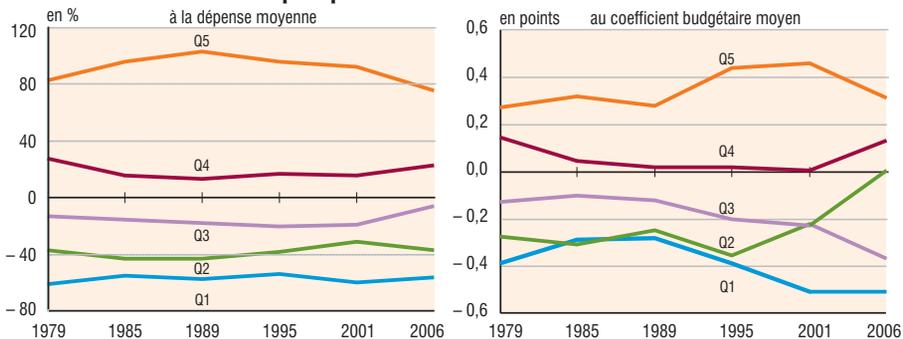
	Écart au coefficient budgétaire moyen (points)	Écart à la dépense moyenne par ménage (%)		
		Ensemble services de loisirs dont :	Services sportifs et récréatifs	Services culturels
Quintile de niveau de vie				
Q1	-0,5	-56,0	-55,8	-56,2
Q2	-0,4	-36,6	-39,4	-32,8
Q3	0,0	-5,8	-3,5	-8,7
Q4	0,1	23,3	22,2	24,7
Q5	0,3	75,0	76,5	73,0
Âge de la personne de référence				
Moins de 25 ans	0,2	-13,0	-26,9	5,2
De 25 à 34 ans	-0,1	-0,7	-4,5	4,2
De 35 à 44 ans	0,4	44,4	76,5	1,9
De 45 à 54 ans	0,3	37,1	39,8	33,5
De 55 à 64 ans	-0,2	-6,3	-24,6	17,7
65 ans et plus	-0,6	-53,4	-63,8	-39,5
Type de ménage				
Personne seule	-0,2	-47,8	-56,4	-36,5
Homme	-0,4	-50,3	-46,6	-55,2
Femme	-0,2	-46,1	-63,0	-23,8
Famille monoparentale	0,2	-4,0	8,2	-20,1
Couple sans enfant	-0,3	-15,8	-33,1	7,1
Couple avec 1 enfant	-0,1	15,1	5,2	28,2
Couple avec 2 enfants	0,4	82,3	117,9	35,4
Couple avec 3 enfants et plus	0,4	81,4	134,8	10,8
Catégorie socioprofessionnelle				
Actifs				
Agriculteurs	-0,1	-11,1	-23,3	5,0
Artisans, commerçants et chefs d'entreprise	0,2	46,9	72,1	13,5
Cadres	0,7	132,4	164,5	89,9
Professions intermédiaires	0,4	56,4	66,0	43,8
Employés	-0,2	-13,5	-17,3	-8,5
Ouvriers	-0,3	-24,1	-26,4	-21,2
Inactifs				
Retraités	-0,5	-45,3	-57,9	-28,5
Autres	-0,3	-48,7	-54,2	-41,4
Commune d'habitation				
Commune rurale	-0,1	-11,8	-14,5	-8,1
Moins 20 000 habitants	-0,1	-4,8	-5,2	-4,2
20 000 – 100 000 habitants	-0,2	-16,7	-14,3	-19,7
+ de 100 000 habitants	0,1	2,3	2,2	2,4
Paris	0,4	52,7	40,9	68,4
Agglomération parisienne hors Paris	0,1	26,2	33,7	16,3

Lecture : en 2006, les ménages du premier quintile de niveau de vie (Q1) ont un coefficient budgétaire inférieur de 0,5 point au coefficient budgétaire moyen pour les services de loisirs. Les ménages du dernier quintile (Q5) ont dépensé 75 % de plus que la moyenne des ménages en services pour les loisirs.

Champ : France métropolitaine.

Source : Insee, enquête Budget de famille 2006

2. Écart en services de loisirs par quintiles de niveau de vie



Lecture : en 1979, les ménages appartenant au 1^{er} quintile de niveau de vie avaient un montant de dépense en services de loisirs inférieur de 61,4 % à la dépense moyenne des ménages et une part inférieure de 0,4 point à celle de l'ensemble des ménages.

Champ : France métropolitaine.

Source : Insee, enquêtes Budget de famille.

7.3 Services de loisirs liés au tourisme

En 2005, la dépense de consommation des **Ménages** en services liés au tourisme a atteint 13,9 milliards d'euros, soit 221 euros par habitant. À titre de comparaison, la dépense en restauration a atteint plus de 3 fois ce montant, soit 759 euros par personne. Ces dépenses correspondent à ce qui est consommé sur le territoire français ; ainsi, pour ces deux postes, une partie importante relève des touristes étrangers. Relativement au reste des dépenses, la consommation en valeur des services liés au tourisme a légèrement baissé entre 1960 (1,8 %) et 2005 (1,7 %) [figure 1]. La part a chuté dans les années 1960, puis est repartie progressivement à la hausse entre 1970 et 2005.

La part des hôtels de tourisme dans ce poste s'est légèrement accrue entre 1960 (46 %) et 2005 (48 %), avec un poids maximum de 62 % en 1969 (figure 2). Après avoir baissé entre 1960 (50 %) et 1990 (33 %), le poids des autres modes d'hébergement a augmenté depuis, pour atteindre 44 % des dépenses du poste en 2005. La part des voyages touristiques tout compris, pour lesquels seule la marge des agences est comptabilisée (pour éviter des double-comptes), a été multipliée par deux entre 1960 et 2005, mais ne représente que 8 % du poste.

Les prix de ces services liés au tourisme ont augmenté plus vite que **l'inflation** d'ensemble sur la période 1960-2005 (figure 3). Ceci illustre un phénomène plus global de plus forte hausse des prix des services que ceux des biens. La consommation en **volume** a en revanche augmenté moins vite que les autres postes de dépenses.

Dans les années 1960, les volumes relatifs ont fortement baissé, et inversement les prix ont été supérieurs à l'inflation. Le lien entre hausse des prix et baisse du volume est d'ailleurs fort sur cette période, avant de se distendre par la suite. Au total, la part des services liés au tourisme dans la consommation des ménages a baissé de 0,5 point

durant cette décennie, et en particulier celle des autres modes d'hébergement que les hôtels.

Sur les décennies 70 et 80, les prix relatifs ont de nouveau progressé plus vite que l'inflation (1,3 point de plus), ce qui a conduit à une hausse de la part en valeur de ces services dans la consommation des ménages, le volume de consommation étant, quant à lui, peu dynamique (0,1 point de moins que les autres postes de dépenses). Cette période est marquée par une fréquentation accrue des hôtels de tourisme et le développement des voyages touristiques, favorisés par la hausse globale du **niveau de vie du pays**, avec en contrepartie une baisse des autres modes d'hébergement.

En 1990, la tendance s'inverse, avec le retour partiel des modes d'hébergement touristiques moins onéreux. Depuis 2002, les prix et les volumes relatifs sont en légère hausse, ce qui contribue à augmenter la part des services liés au tourisme dans la consommation des ménages. D'un côté, l'hôtellerie de tourisme monte en gamme et le maillage du territoire devient plus homogène. De l'autre côté, la France compte à elle seule la moitié des campings d'Europe. Dans les campings, le mobile home se généralise pour offrir en 2005 17 % des emplacements de passage.

Dans **l'Union européenne**, les dépenses en services d'hébergement, qui représentent l'essentiel de celles en services liés au tourisme, dépendent de l'attractivité touristique du pays (figure 4). Leur part dans la consommation est particulièrement élevée pour Malte, la Grèce, Chypre et l'Autriche. Celles de l'Espagne et l'Italie sont également supérieures à la moyenne de l'Union européenne tandis que celle de la France est légèrement inférieure : malgré un nombre élevé de touristes, le nombre de **nuitées** par habitant est inférieur à la moyenne européenne. Le lien entre le niveau de vie du pays et la part de ces dépenses dans la consommation semble en revanche ténu. ■

Définitions

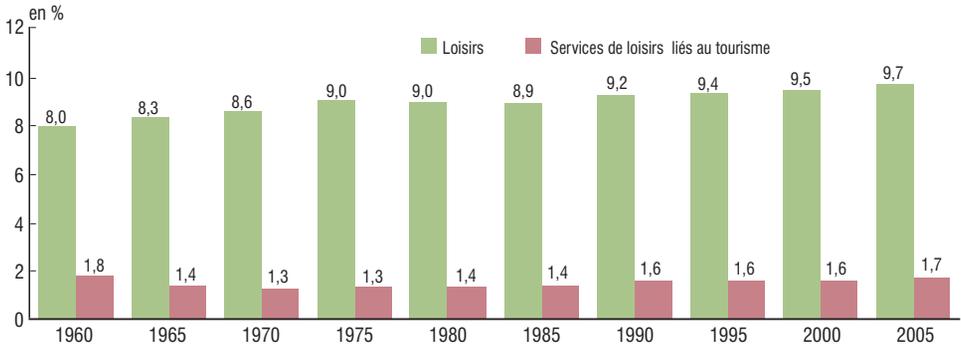
Services liés au tourisme : comprennent les hôtels de tourisme (avec et sans restaurant), les autres modes d'hébergement de courte durée (auberges de jeunesse, campings, villages vacances ou gîtes ruraux) et les agences de voyages. Pour ces dernières, en comptabilité nationale, seule la marge qu'elles réalisent est prise en compte dans ce poste. Les autres dépenses effectuées dans les agences (hébergement, transport, restauration) sont réaffectées dans les postes concernés. En comptabilité nationale, la consommation des ménages correspond pour un bien ou service donné à ce qui est consommé sur le territoire français. Ainsi, une partie importante de ce poste relève des touristes étrangers.

Nuitées : nombre de nuits passées par un client (dans un hôtel par exemple). Ainsi, pour un couple séjournant trois nuits consécutives dans un hôtel, six nuitées sont comptabilisées.

Ménage, inflation, volume, niveau de vie du pays, Union européenne : voir *Glossaire*.

Services de loisirs liés au tourisme 7.3

1. Part dans la dépense des ménages en valeur



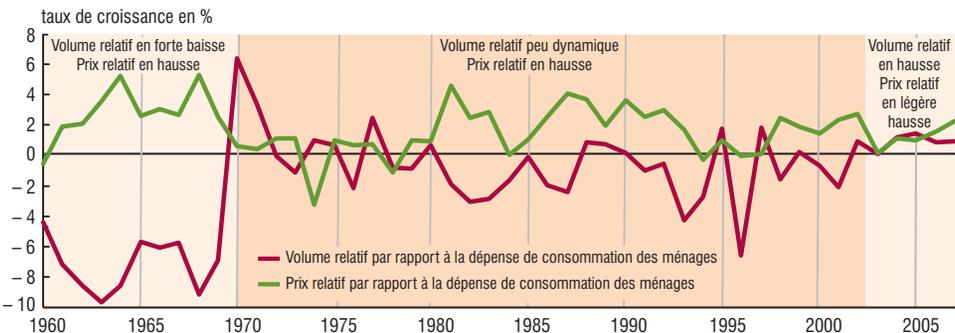
Source : Insee, comptes nationaux, base 2000.

2. Structure de la dépense des ménages en services liés au tourisme

	1960	1975	1990	2005	en % Valeurs 2005 en Mds €
Hôtels de tourisme	46,1	58,4	57,8	48,1	6,7
Autres moyens d'hébergement de courte durée	49,8	34,9	33,3	44,0	6,1
Voyages touristiques tout compris	4,1	6,7	8,9	8,0	1,1
Total services liés au tourisme	100,0	100,0	100,0	100,0	13,9

Source : Insee, comptes nationaux, base 2000.

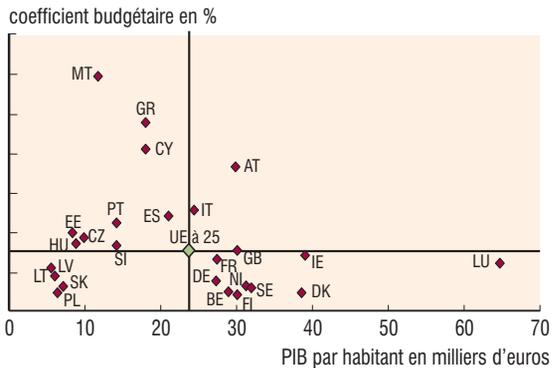
3. Volume et prix relatifs de la dépense des ménages en services liés au tourisme



Lecture : de 2002 à 2007, le prix des services liés au tourisme a augmenté plus vite que l'inflation et le volume a progressé plus rapidement que les autres postes de consommation.

Source : Insee, comptes nationaux, base 2000.

4. Dépense des ménages en services d'hébergement dans l'Union européenne à 25 en 2005



Lecture : en 2005, les ménages maltais, avec un PIB de 11 700 euros par habitant, ont consacré 6,0 % de leur budget aux services d'hébergement.

Sources : Insee, comptes nationaux, base 2000 et Eurostat.

7.3 Services de loisirs liés au tourisme

Les dépenses en **services liés au tourisme** sont très fortement liées au **niveau de vie** des ménages : plus il est élevé, plus la dépense l'est aussi. Ainsi, les ménages du dernier **quintile** de niveau de vie dépensent 7,5 fois plus que ceux du premier pour ce poste, soit 130 % de plus que la moyenne (figure 1). Cet écart s'accroît encore légèrement pour les seules dépenses en voyages « tout compris ». La part du budget allouée à ces dernières augmente aussi avec le niveau de vie. Les ménages du dernier quintile se démarquent nettement en consacrant à ce poste plus d'un point de plus que la moyenne dans leur budget, soit deux points d'écart avec les ménages du premier quintile.

Le montant de dépenses en services liés au tourisme est particulièrement important chez les ménages dont la **personne de référence** est cadre actif : ils dépensent 170 % de plus par an que la moyenne, soit par exemple plus de 5 fois le montant dépensé annuellement par les ménages « d'ouvriers actifs ». Le **coefficient budgétaire** associé est ainsi supérieur de 1,3 point à la moyenne chez les cadres actifs. Les dépenses pour ce poste sont largement inférieures à la moyenne pour les plus

jeunes et les plus âgés, et c'est lorsque la personne de référence a entre 35 et 64 ans qu'elles sont le plus élevées. Cet âge peut correspondre aussi à celui auquel les couples ont des enfants, puisque les couples avec enfant(s) dépensent plus que la moyenne des ménages. Depuis vingt ans, on constate à la fois une augmentation des taux de départ en vacances (en 1984, 51 % des métropolitains sont partis au moins une fois dans l'année pour un séjour de 4 nuits minimum, contre 65 % en 2004), du nombre de séjours, et de la part des séjours à l'étranger (15 % en 1979 contre 19,4 % en 2004). Cette « démocratisation des voyages », n'a en rien modifié les inégalités face à ce type de dépenses (ici hébergements et forfaits). En effet, les écarts de dépenses constatés entre les ménages selon leur niveau de vie ont peu évolué (figure 2). En 1985, les ménages du dernier quintile consommaient 7 fois plus que ceux du premier. Cet écart augmente avec le temps et atteint 8,7 en 2001, puis diminue légèrement jusqu'à 7,5 en 2006. De même, la part allouée à ce type de dépense reste stable dans le temps : environ 2 points séparent les coefficients budgétaires des premier et dernier quintiles depuis 1985. ■

Définitions

Services liés au tourisme : contrairement à la comptabilité nationale (voir page précédente) qui ne prend en compte dans les dépenses réalisées en agences que la marge de ces dernières, les enquêtes relèvent ce que les ménages déboursent effectivement. On comptabilise dans ce poste les voyages, pour lesquels les ménages ne sont pas capables de distinguer ce qui relève des transports, du logement ou de la restauration. Par ailleurs, on ne comptabilise ici que les dépenses des ménages résidants en France métropolitaine.

Niveau de vie des ménages, quintile, personne de référence, coefficient budgétaire : voir *Glossaire*.

Pour en savoir plus

- Dauphin L. et Tardieu F., « Vacances : les générations se suivent et se ressemblent... de plus en plus », *Insee Première* n° 1154, août 2007.

Services de loisirs liés au tourisme 7.3

1. Les déterminants de la dépense en services liés au tourisme des ménages

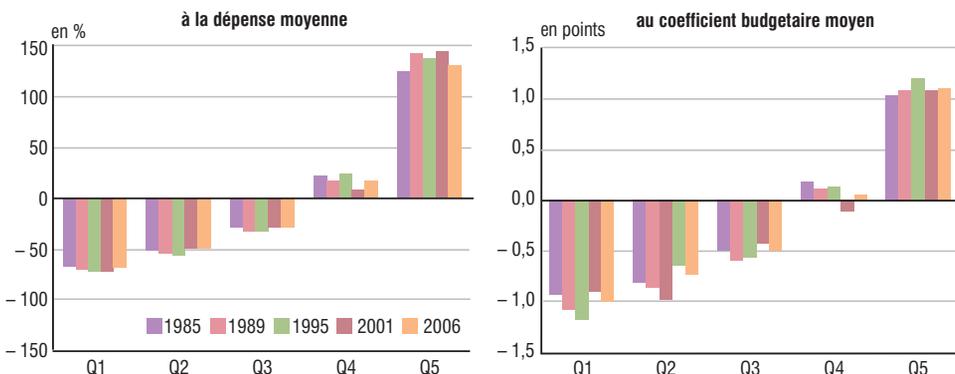
	Ensemble		Dont forfaits « tout compris »	
	Écart à la moyenne du coefficient budgétaire (points)	Écart à la moyenne du montant par ménage (%)	Écart à la moyenne du coefficient budgétaire (points)	Écart à la moyenne du montant par ménage (%)
Quintile de niveau de vie				
Q1	- 1,0	- 69	- 0,7	- 70
Q2	- 0,7	- 49	- 0,5	- 54
Q3	- 0,5	- 30	- 0,4	- 34
Q4	0,1	17	0,0	13
Q5	1,1	132	0,8	146
Âge de la personne de référence				
Jusqu'à 24 ans	- 0,9	- 58	- 0,5	- 54
25 à 34 ans	- 0,5	- 21	- 0,3	- 15
35 à 44 ans	0,0	19	- 0,1	7
45 à 54 ans	0,3	37	0,0	22
55 à 64 ans	0,2	16	0,3	27
65 à 74 ans	0,3	- 7	0,4	5
75 ans et plus	- 0,4	- 52	- 0,2	- 46
Catégorie socioprofessionnelle de la personne de référence				
Actifs				
Agriculteurs	- 0,4	- 21	- 0,5	- 40
Artisans, commerçants et chefs d'entreprise	0,6	72	0,3	63
Cadres	1,3	172	0,8	172
Professions intermédiaires	0,0	23	- 0,1	14
Employés	- 0,6	- 32	- 0,4	- 36
Ouvriers	- 0,9	- 47	- 0,6	- 51
Inactifs				
Retraités	0,0	- 23	0,1	- 14
Autres inactifs	- 0,7	- 58	- 0,4	- 55
Type de ménage				
Homme seul	- 0,6	- 55	- 0,3	- 51
Femme seule	- 0,5	- 55	- 0,1	- 47
Famille monoparentale	- 0,4	- 24	- 0,3	- 26
Couple sans enfant	0,3	18	0,4	35
Couple avec 1 enfant	- 0,1	22	- 0,1	13
Couple avec 2 enfants ou plus	0,2	58	- 0,1	32

Lecture : en 2006, les ménages du premier quintile de niveau de vie ont une part de dépense consacrée aux services liés au tourisme inférieure de 1 point à celle de l'ensemble des ménages.

Champ : France métropolitaine.

Source : Insee, enquête Budget de famille 2006.

2. Écart des dépenses de services liés au tourisme selon le niveau de vie



Champ : France métropolitaine.

Source : Insee, enquêtes Budget de famille.

7.4 Jeux de hasard

En 2005, la dépense de consommation en jeux de hasard a atteint 8,6 milliards d'euros, soit 137 euros dépensés par personne, et beaucoup plus par joueur. À titre de comparaison, c'est bien plus que la dépense en jeux et jouets (4,4 milliards en 2005).

Relativement aux autres postes de dépenses, la consommation en valeur des **jeux de hasard** a connu un essor très important depuis 1960, contribuant pour 0,7 point à la hausse de 1,7 point du poste « Loisirs » (figure 7). Leur part a augmenté entre 1960 (0,4 %) et 1965 (0,7 %), puis s'est quasi stabilisée sur la période 1965-1990. Elle est depuis répartie à la hausse pour atteindre 1,1 % en 2005. Les principaux facteurs de cet essor sont à la fois l'élévation du niveau de vie et l'élargissement de l'offre.

Depuis 1990, la structure du poste « Jeux de hasard » a considérablement évolué (figure 2). La part du **PMU-PMH** a baissé de plus de 20 points, quand le poids des dépenses en casinos a quasiment triplé pour atteindre 31 % de ces dépenses. La part de la *Française des Jeux*, après avoir augmenté jusqu'en 1995, a légèrement diminué par la suite. Elle reste néanmoins la plus importante parmi les dépenses en jeux de hasard (41 % en 2005).

Les prix des jeux de hasard ont augmenté plus vite que l'**inflation** d'ensemble sur la période 1960-2005 (figure 3). Dans le même temps, la consommation en **volume** de jeux de hasard a également augmenté plus rapidement que les autres postes. À court terme, on ne dénote pas de lien significatif entre variation des prix et consommation.

De 1960 à 1965, les prix ont augmenté de façon similaire à ceux de l'ensemble de la dépense de consommation. La nette hausse de la part en valeur des jeux de hasard résulte

donc exclusivement de la hausse plus vive de la consommation en volume, due notamment à l'engouement pour les courses de chevaux après la création du tiercé en 1954.

Entre 1965 et 1987, la **part de la dépense** en valeur dans le budget global des **ménages** s'est stabilisée. Cette stabilisation recouvre une progression des prix plus vive que l'inflation mais une baisse relative du volume de consommation.

À partir de 1988, les prix relatifs se sont globalement stabilisés tandis que le volume a augmenté plus vite que les autres dépenses induisant une nouvelle hausse de la part d'achats de jeux de hasard. Ce dynamisme renouvelé s'explique notamment par l'attrait des ménages pour les nouveaux jeux proposés, comme les **jeux instantanés**, et par le développement des machines à sous dans les casinos. Le nombre de ces dernières a été multiplié par près de neuf entre 1989 et 2005, depuis leur autorisation en 1988.

La part de budget que les ménages français consacrent aux jeux de hasard a, certes, presque triplé en quarante-cinq ans, mais les Français ne sont pas les plus joueurs d'Europe et sont proches de la moyenne européenne (figure 4). Les Finlandais, Britanniques, Grecs ou Espagnols sont bien plus joueurs. À l'inverse, en Allemagne, en Irlande, en Belgique et aux Pays-Bas, la part des jeux de hasard dans le budget des ménages est plus faible que la moyenne de l'**Union européenne**. Au total, le lien entre dépense en jeux de hasard et **niveau de vie du pays** semble plutôt ténu. Cette dépense semble plus soumise aux choix de consommation propres à chaque pays et à l'offre, elle-même tributaire des différentes réglementations en vigueur. ■

Définitions

Jeux de hasard : comprennent les jeux de loteries et lotos, les jeux instantanés auprès de la *Française des Jeux*, les jeux traditionnels et les machines à sous dans les casinos, ainsi que les paris sur les courses de chevaux auprès du **PMU-PMH** (pari mutuel urbain et sur l'hippodrome).

En comptabilité nationale, la consommation de jeux de hasard est mesurée par le solde entre les mises et les gains.

Jeux instantanés : il s'agit des jeux de la *Française des Jeux* de type *Millionnaire*, *Keno*, *Rapido*.

Inflation, volume, part de la dépense, ménage, Union européenne, niveau de vie du pays : voir *Glossaire*.

Pour en savoir plus

« En 25 ans, les Français ont doublé leur mise », *Insee Première* n° 1016, mai 2005.

1. Part dans la dépense des ménages en valeur



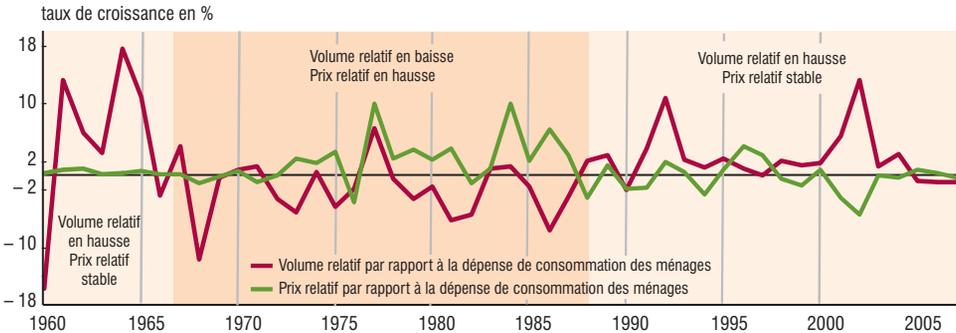
Source : Insee, comptes nationaux, base 2000.

2. Structure de la dépense des ménages en jeux de hasard

	1990	1995	2000	2005	Valeurs 2005 en Mds €
La Française des Jeux	38,2	45,5	42,9	41,1	3,6
Casinos	10,4	19,8	28,1	30,7	2,4
PMU-PMH	51,4	34,7	29,0	28,2	2,6
Total Jeux de hasard	100,0	100,0	100,0	100,0	8,6

Sources : Insee, comptes nationaux, base 2000, la Française des Jeux, le ministère de l'Agriculture et la direction générale de la Comptabilité publique.

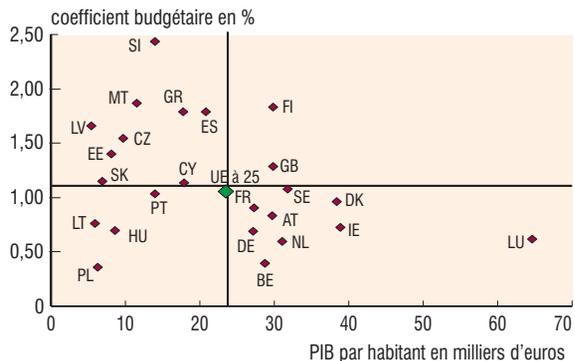
3. Volume et prix relatifs de la dépense des ménages en jeux de hasard



Lecture : au début des années 1960, le prix des jeux de hasard augmentait sur le même rythme que l'inflation et le volume progressait plus rapidement que les autres postes de consommation.

Source : Insee, comptes nationaux, base 2000.

4. Dépense des ménages en jeux de hasard dans l'Union européenne à 25 en 2005



Lecture : en 2005, les ménages slovènes, avec un PIB de 14 100 euros par habitant, ont consacré 2,4 % de leur budget aux jeux de hasard.

Sources : Insee, comptes nationaux, base 2000 et Eurostat.

7.4 Jeux de hasard

En 2006, 14 % des ménages métropolitains ont déclaré avoir joué au moins une fois, durant les 15 jours d'interrogation de l'enquête Budget de famille, à un **jeu de hasard** (loterie et billets à gratter, mais aussi PMU, casino ou tombolas...).

Les **ménages du dernier quintile de niveau de vie** jouent, en moyenne, des montants près de 3 fois supérieurs à ceux des ménages du premier quintile; ils jouent ainsi 40 % de plus que la moyenne pour l'année 2006 (*figure 2*). Cet écart entre premier et dernier quintile s'est accentué au fil du temps : en 2001, les ménages du dernier quintile dépensaient 2 fois plus que ceux du premier, contre 1,4 fois plus en 1995. Un autre phénomène émerge en 2006 : l'augmentation des écarts de montants dépensés selon le niveau de vie. En 2001 et 1995, seuls les ménages du premier quintile se distinguaient nettement de la moyenne par des dépenses moindres, alors que les ménages des quintiles 2 à 5 consacraient à peu près les mêmes sommes pour les jeux de hasard. En 2006, les écarts sont plus marqués.

En 2006, les artisans, commerçants et chefs d'entreprise actifs jouent largement plus que la moyenne des ménages : + 69 % (*figure 1*). Il y a donc eu un retournement de situation puisque les ouvriers actifs arrivaient jusqu'alors en tête des montants misés : + 80 % en 2001 et + 50 % en 1995 par rapport à la moyenne, contre + 16 % en 2006. Les inactifs (autres que retraités) jouent largement moins que la moyenne, et de moins en moins. Ces deux

évolutions sont probablement à mettre en regard des transformations dans les jeux proposés, en particulier la diminution de la part du PMU et la forte croissance de celle des casinos dans l'ensemble des dépenses de ce type durant la période. Par ailleurs, bien que l'on ait peu d'informations sur les jeux à distance (internet, télévision, téléphone portable), il est possible qu'ils aient aussi contribué à modifier la clientèle des jeux de hasard.

Le niveau d'études de la **personne de référence** du ménage est un autre facteur relativement discriminant (*figure 2*). Les ménages les plus diplômés (2^e ou 3^e cycles universitaires) jouent des montants bien moindres que la moyenne, en 2006 (- 51 %) comme les années précédentes (- 48 % en 2001 et - 38 % en 1995). Enfin, en 2006, dépenser de l'argent en jeux de hasard est davantage le fait des hommes que des femmes. Les hommes seuls dépensent près de 30 % de plus que la moyenne des ménages, et les femmes seules, 64 % de moins. Les premiers jouent annuellement des montants 3,5 fois plus importants que ces dernières. À **catégorie socioprofessionnelle**, taille du ménage et diplôme de la personne de référence identiques, un ménage dépensera d'autant plus d'argent aux jeux qu'il a un niveau de vie élevé. De même, à taille de ménage, catégorie socioprofessionnelle et niveau de vie comparables, un ménage jouera d'autant moins que le diplôme de la personne de référence est élevé. ■

Définitions

Jeux de hasard : contrairement à la comptabilité nationale, les montants sont ici les montants bruts, non corrigés des gains, ces derniers étant comptabilisés dans les revenus des ménages, comme des ressources exceptionnelles.

Ménages, quintile, niveau de vie, personne de référence, catégorie socioprofessionnelle : voir *Glossaire*.

Pour en savoir plus

- Trucy F., « L'évolution des jeux de hasard et d'argent : le modèle français à l'épreuve », Rapport d'information fait au nom de la Commission des finances sur l'évolution des jeux de hasard et d'argent, *Les Rapports du Sénat* n° 58, La Documentation française, novembre 2006.

1. Écarts à la dépense moyenne en jeux de hasard

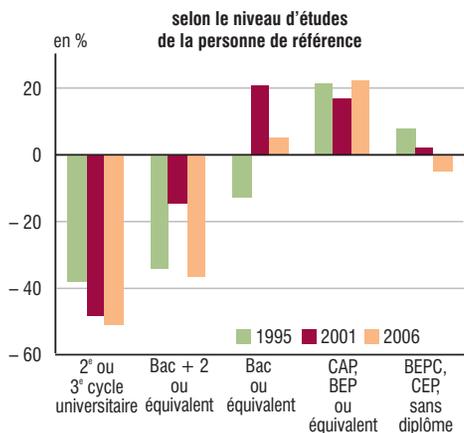
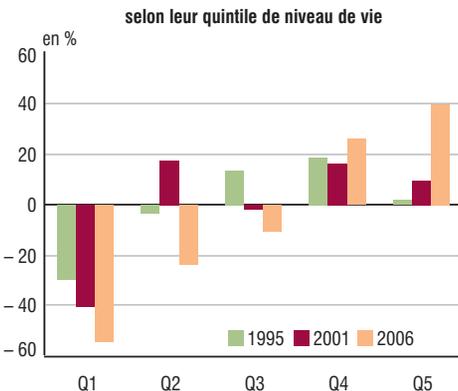
en %

	1995	2001	2006
Quintile de niveau de vie			
Q1	-30	-40	-54
Q2	-4	17	-24
Q3	13	-2	-11
Q4	18	16	25
Q5	2	10	40
Âge de la personne de référence			
Moins de 25 ans	-52	-61	-48
De 25 à 34 ans	-29	19	-21
De 35 à 44 ans	11	2	-7
De 45 à 54 ans	41	16	29
De 55 à 64 ans	20	36	56
De 65 ans à 74 ans	-8	-22	-50
75 ans et plus	-37	-53	-49
Type de ménage			
Homme seul	2	-23	29
Femme seule	-61	-67	-64
Famille monoparentale	14	29	-25
Couple sans enfant	12	-10	0
Couple avec 1 enfant	8	8	45
Couple avec 2 enfants ou plus	27	65	0
Diplôme le plus élevé de la personne de référence			
2 ^e ou 3 ^e cycle universitaire	-38	-48	-51
Bac+ 2 ou équivalent	-34	-14	-37
Bac ou équivalent	-13	21	5
CAP, BEP ou équivalent	21	17	23
BEPC, Certificat d'études ou aucun diplôme	8	2	-5
Catégorie socioprofessionnelle de la personne de référence			
Actifs			
Agriculteurs	-46	-30	-53
Artisans, commerçants et chefs d'entreprise	-1	-1	69
Cadres	-32	-32	-20
Professions intermédiaires	-2	-12	21
Employés	-8	7	-11
Ouvriers	48	82	16
Inactifs			
Retraités	-4	-26	-16
Autres inactifs	-36	-43	-65

Champ : France métropolitaine.

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

2. Écarts à la moyenne des dépenses en jeux de hasard des ménages



Champ : France métropolitaine.

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

7.5 Animaux domestiques

En 2005, les ménages ont dépensé 5,3 milliards d'euros pour leurs animaux de compagnie (chiens, chats...), soit 84 euros par habitant. Par animal de compagnie, la dépense représente environ 210 euros par an.

En valeur, cette dépense a un poids assez faible dans le budget des ménages. Il a cependant été multiplié par 3 entre 1975 et 1995, pour atteindre 0,6 %, et s'est maintenu depuis lors à ce niveau (figure 1).

De 1960 à 1990, la structure du poste a été fortement modifiée avec une nette diminution des postes consacrés aux achats en élevage d'une part, aux médicaments et accessoires d'autre part. Ce recul s'explique par l'essor considérable des dépenses consacrées aux aliments, leur part ayant augmenté de presque 50 points pour représenter la moitié du poste (figure 2). Lors des quinze dernières années, la part des dépenses consacrées aux vétérinaires et autres services pour les animaux domestiques a légèrement progressé (5 points) pour atteindre le tiers de l'ensemble du poste.

Si l'évolution des prix est restée proche de celle de l'inflation sur la période 1960-2005, dans le même temps, les volumes ont en revanche fortement progressé (figure 3).

Jusqu'en 1970, où nombre d'animaux étaient pour la plupart nourris avec les restes du repas, la part des achats d'aliments pour animaux restait très minoritaire. Le volume des dépenses pour les animaux domestiques progressait en moyenne plus vite que les autres dépenses, du fait principalement des vétérinaires et autres services pour animaux domestiques.

Par la suite, les achats d'aliments pour animaux se sont considérablement développés et ont représenté une part de plus en plus importante. Cet essor a généré une accélération

de l'ensemble des dépenses pour animaux domestiques. Au cours des années 1980, les achats d'aliments pour animaux augmentaient toujours nettement plus vite que les autres dépenses mais ont décéléré progressivement.

Depuis le milieu des années 1990, bien qu'étant toujours croissantes, ces dépenses ont atteint un rythme d'évolution en moyenne légèrement supérieur à la hausse d'ensemble. Le marché semble arrivé à maturité, les propriétaires d'animaux ont homogénéisé la manière de les nourrir, préférant acheter des aliments spécifiques plutôt que de leur servir les restes des repas familiaux.

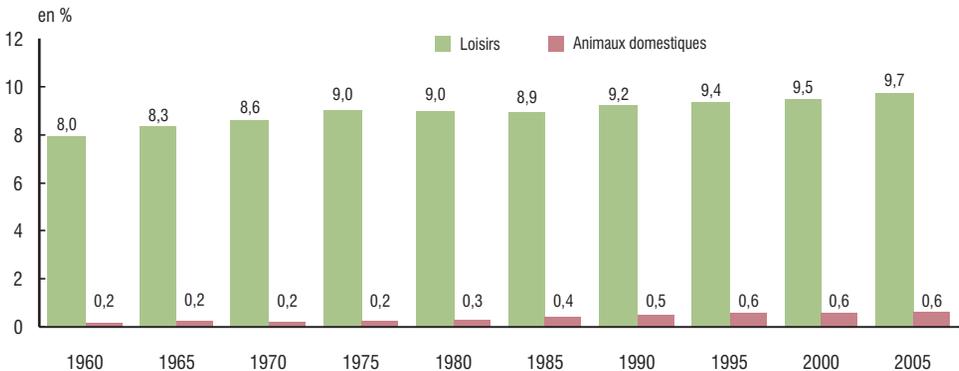
D'après une enquête réalisée par TNS Sofres, en quinze ans, les populations de chats et de rongeurs ont connu la plus forte progression parmi les animaux domestiques (hors poissons) : + 1,9 million pour les premiers et + 1,5 pour les seconds entre 1991 et 2006. Avec 10 millions en 2006, le nombre de chats en France est près de 2 millions supérieur à celui des chiens alors que l'écart n'était que de 0,9 million en 2000. Ces chiffres font de la France l'un des pays de l'Union européenne où le nombre de chiens et de chats par habitant est le plus élevé. En 2000, d'après l'enquête précitée et une étude réalisée par l'Institut national de la statistique belge, la France comptait 137 chiens pour 1 000 habitants, largement devant la Belgique (104) et le Royaume-Uni (120). L'Allemagne était loin derrière avec 57 chiens pour 1 000 habitants, probablement en raison de la taxe spécifique sur la possession de chiens dans ce pays. Pour les chats, la France, avec 152 chats pour 1 000 habitants était juste derrière la Belgique (163) mais largement devant le Royaume-Uni (125) et l'Allemagne (84). ■

Définitions

Animaux domestiques : comprennent les achats d'animaux aux éleveurs et commerces spécialisés, la nourriture, les médicaments et accessoires, ainsi que les soins vétérinaires et autres services pour les animaux d'agrément (toiletage, pension...). Comme pour le traitement des voitures d'occasion en comptabilité nationale, ces dépenses n'intègrent pas les ventes et achats d'animaux entre ménages.

Ménage, inflation, volume, Union européenne : voir *Glossaire*.

1. Part dans la dépense des ménages en valeur



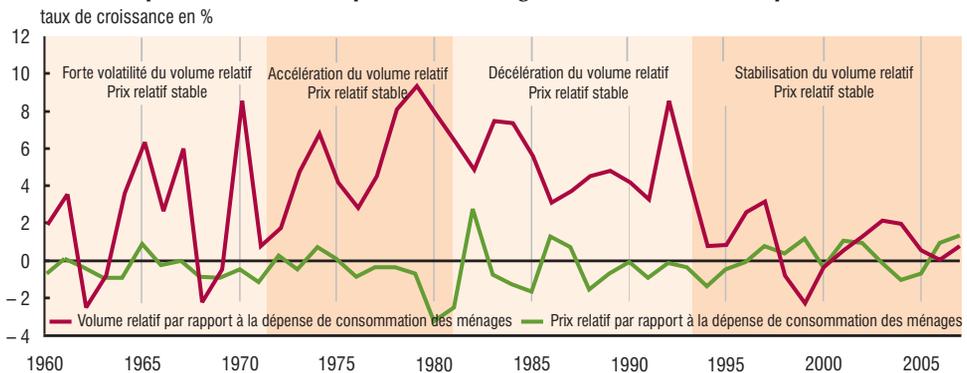
Source : Insee, comptes nationaux, base 2000.

2. Structure de la dépense des ménages en animaux domestiques

	1960	1975	1990	2005	Valeurs 2005 (Md€)
Élevages animaux	34,8	13,7	6,0	4,6	0,2
Aliments pour animaux de compagnie	1,6	28,7	50,9	46,1	2,4
Médicaments et accessoires pour animaux	28,3	23,2	13,7	15,3	0,8
Vétérinaires et autres services pour animaux d'agrément	35,3	34,4	29,4	34,0	1,8
Total animaux domestiques	100,0	100,0	100,0	100,0	5,3

Source : Insee, comptes nationaux, base 2000.

3. Volume et prix relatifs de la dépense des ménages en animaux domestiques



Lecture : au début des années 1990, le prix des dépenses en animaux domestiques a augmenté moins vite que l'inflation et le volume a progressé plus rapidement que les autres postes de consommation.

Source : Insee, comptes nationaux, base 2000.

4. Population des chiens et des chats en France et dans quelques pays de l'Union européenne en 2000

	France	Belgique	Pays Bas	Royaume Uni	Allemagne
Chiens	8,1	1,1	1,5	6,1	4,7
Chats	9,0	1,7	2,3	7,5	6,9
Nombre de chiens pour 1 000 habitants	137	104	94	102	57
Nombre de chats pour 1 000 habitants	152	163	144	125	84

Lecture : en 2000, la France comptait 8,1 millions de chiens, soit 137 chiens pour 1 000 habitants.

Sources : Enquête FACCO* / TNS Sofres, SPF Economie - Institut National de la Statistique belge, Dibevo, Statistics UK, Pet Food Manufacturers' Association et Industrieverbandes Heimtierbedarf.

7.5 Animaux domestiques

En 2006, la moitié des ménages métropolitains possèdent un **animal familier** (figure 1) : 23 % n'en ont qu'un, 14 % deux ou trois, et 12 % en détiennent quatre ou plus. Les chats et les chiens arrivent en tête : 26 % des ménages ont au moins un chien et 22 % au moins un chat (figure 2). Si le taux de possession de chats a peu évolué depuis 40 ans (26 % en 1967, 22 % en 1988), celui des chiens semble avoir connu des fluctuations : de 27 % en 1967, ce taux a augmenté progressivement au cours des années 1970 et 1980 (33 % en 1988), puis a diminué dans les années 1990, pour revenir à 26 % en 2006. En 2006, 8 % des ménages possèdent au moins un poisson et 4 % un oiseau.

Vivre dans une maison individuelle est un facteur déterminant pour la possession d'un animal : + 12 points pour les ménages en maison individuelle par rapport à l'ensemble de la population en 2006. Lorsque l'on raisonne « toutes choses égales par ailleurs », c'est même le facteur principal. La composition du ménage ainsi que l'âge de la **personne de référence** jouent fortement (figure 3). Ainsi, contrairement aux idées reçues, les ménages dont la personne de référence est âgée ne sont pas forcément ceux qui possèdent le plus souvent des animaux. Il semble plutôt que ce soit les enfants qui influencent fortement ce choix : plus de 60 % des ménages avec au moins un enfant ont un animal. Ce résultat est renforcé par le fait que

les familles monoparentales ont un taux de possession presque aussi élevé (58 %). En croisant type d'habitat et composition du ménage, on constate que 72 % des ménages avec au moins un enfant et qui vivent en maison individuelle ont au moins un animal (44 % au moins un chien et 35 % un chat). La possession de chat ne dépend pas du niveau de vie (pour tous les quintiles, le taux se situe aux alentours de 22 %). La situation est légèrement différente pour les chiens : 26 à 29 % des ménages du premier au quatrième quintile ont au moins un chien, contre moins de 20 % des ménages du dernier quintile.

La dépense moyenne consacrée aux animaux augmente avec leur nombre : un ménage avec un animal dépensera près de 50 % de plus que la moyenne, 90 % de plus pour deux animaux, et près de 200 % pour trois animaux et plus, soit 3 fois plus que la moyenne (figure 4). Le **coefficient budgétaire** consacré à ce poste étant assez faible, les écarts à la moyenne sont significatifs lorsque le ménage possède trois animaux ou plus (+ 1 point). Les ménages avec deux chats dépensent 69 % de plus que la moyenne, et les ménages avec un chat, 38 %. Ainsi, deux chats « coûtent » 1,2 « unités chat », alors que deux chiens « coûtent » 1,5 fois les dépenses pour un seul chien. Il semble donc y avoir des économies d'échelle plus importantes pour les chats que pour les chiens. ■

Définitions

Animal familier : sont exclus du champ les animaux de ferme qui sont élevés pour être consommés. Cependant, certains animaux dits « de ferme », considérés par leur propriétaire comme familiers font bien partie de l'étude (lapins, poules naines, etc.). Contrairement à la comptabilité nationale, on prend en compte ici les achats d'animaux entre ménages.

Personne de référence, coefficient budgétaire : voir *Glossaire*.

Pour en savoir plus

- Herpin N., Grimler G. et Verger D., « Les Français et leurs animaux familiers : des dépenses en forte hausse » *Économie et Statistique* n° 241, mars 1991.

Animaux domestiques 7.5

1. Taux de possession d'un animal familial et dépenses afférentes

	Ensemble des ménages			Ménages possédant au moins un animal	
	Taux de possession (%)	Écart à la moyenne du coefficient budgétaire (points)	Écart à la moyenne du montant (%)	Écart à la moyenne du coefficient budgétaire (points)	Écart à la moyenne du montant (%)
Un seul animal	23,1	0,3	49,7	-0,3	-26,1
Un chat	8,9	0,2	38,4	-0,5	-31,7
Un chien	11,1	0,6	84,0	-0,1	-9,1
Un autre animal	3,1	-0,4	-40,2	-1,0	-70,4
Deux animaux	9,4	0,6	89,6	-0,1	-6,4
Deux chats	1,8	0,4	68,6	-0,2	-16,7
Deux chiens	1,5	1,1	177,3	0,4	36,9
Un chat et un chien	2,3	0,8	126,7	0,2	12,0
Un chat et un autre animal	n. s.	n. s.	n. s.	n. s.	n. s.
Un chien et un autre animal	1,5	1,2	161,7	0,5	29,2
Deux autres animaux	1,6	-0,5	-59,8	-1,1	-80,2
Trois animaux	4,3	1,1	190,5	0,5	43,5
Quatre animaux ou plus	11,5	1,2	185,8	0,6	41,1
Aucun animal	51,7	-0,8	-100,0	///	///
Ensemble	100,0	///	///	///	///

n. s. : non significatif ; trop peu d'observations.

Lecture : 23,1 % des ménages possèdent un animal familial. Ces ménages dépensent, pour cet animal domestique, 49,7 % de plus que la moyenne de l'ensemble des ménages, et 26,1% de moins que la moyenne des ménages qui possèdent au moins un animal.

Champ : France métropolitaine.

Source : Insee, enquête Budget de famille 2006.

2. Évolution du taux de possession d'un animal familial

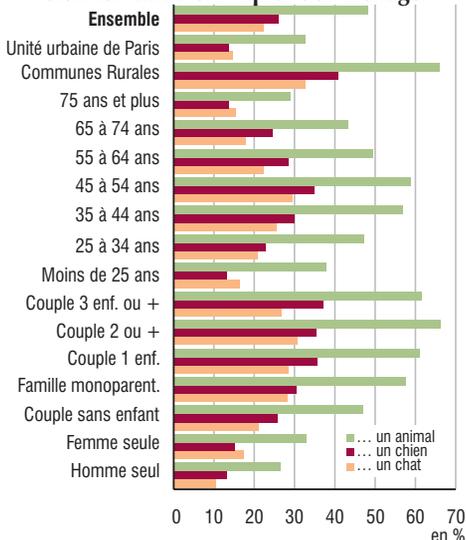
en %

	Ménages possédant au moins ...			Ménages vivant en maison individuelle et possédant au moins ...		
	... un chat	... un chien	... un animal	... un chat	... un chien	... un animal
1967	26	27	48	37	40	60
1988	22	33	50	30	46	65
2006	22	26	48	29	36	60

Champ : France entière pour 1967 et 1988 ; France métropolitaine pour 2006

Sources : Insee, enquête Loisirs 1967 ; enquête « Trois aspects du mode de vie » 1988 ; enquête Budget de famille 2006.

3. Taux de possession d'un animal familial selon les caractéristiques des ménages



Champ : France métropolitaine.

Source : Insee, enquête Budget de famille 2006.

4. Écarts à la moyenne du montant dépensé pour les animaux familiaux

en %

	Ensemble des ménages	Ménages possédant au moins un animal
Quintile de niveau de vie		
Q1	-33	-32
Q2	-17	-20
Q3	1	-4
Q4	28	23
Q5	22	37
Âge de la personne de référence		
Moins de 45 ans	-7	-11
De 45 à 64 ans	28	14
65 ans et plus	-28	-5
Type de ménage		
Personnes seules	-43	-11
Couple sans enfant	12	13
Couples avec 1 enfant et fam. monoparentale	21	-5
Commune d'habitation		
Communes rurales	33	-2
Unité urbaine de Paris	-23	13

Champ : France métropolitaine.

Source : Insee, enquête Budget de famille 2006.