



Statistique des dépenses des ménages privés pour la culture et les médias

Définitions et méthode

Table des matières

1.	Introduction	2
2.	Source des données	2
3.	Définition: culture et médias	2
4.	Choix des postes de dépenses	3
5.	Dimensions de l'analyse	6
	Annexe: définition de la culture selon l'UNESCO	9

Renseignements:

Alain Herzig / Oliver Heer, OFS, section politique, culture et médias, tél.: +41 58 463 61 58

E-mail: poku@bfs.admin.ch

ID-Document: **do-f-16.02-2014-01**

1. Introduction

Ce document présente les bases méthodologiques et les définitions qui sous-tendent la statistique sur les *dépenses culturelles des ménages* et l'indicateur des *dépenses des ménages pour les médias* du système d'indicateurs des médias de l'Office fédéral de la statistique (OFS). Tous deux s'appuient sur un concept commun, basé notamment sur les définitions d'EUROSTAT, qui assimilent les dépenses des ménages pour les médias à des dépenses culturelles. Les chapitres qui suivent portent sur l'origine des données statistiques (chap. 2), la définition des termes culture et médias (chap. 3), le choix des postes de dépenses (chap. 4) et les dimensions de l'analyse (chap. 5). Sont aussi précisées (chap. 4 et 5) les différences méthodologiques par rapport aux dépenses TIC (dépenses des ménages pour les technologies de l'information et de la communication).

2. Source des données

La statistique des *dépenses culturelles des ménages* et l'indicateur des *dépenses des ménages pour les médias* se fondent sur l'Enquête sur le budget des ménages (EBM) de l'OFS. Cette enquête annuelle, réalisée auprès de plus de 3000 ménages suisses, porte sur leurs comportements de consommation. Les résultats obtenus pour l'échantillon sont extrapolés à tous les ménages suisses; ils ne constituent donc pas des valeurs exactes mais des estimations. Leur précision peut varier considérablement (voir les indications sur la qualité des estimations dans les tableaux en ligne). Pour obtenir des résultats statistiquement fiables dans les analyses où les ménages sont répartis selon différents critères (régions linguistiques, groupes de revenus, etc.), les données sont regroupées par périodes de trois ans (p. ex. 2009-2011). Dans les tableaux où les ménages ne sont pas ventilés selon des critères particuliers, les données sont annuelles.

Sont prises en compte dans les dépenses des ménages pour la culture et les médias uniquement les dépenses de consommation des ménages, sans les investissements. Si une dépense consacrée à l'achat d'un objet de valeur (œuvres d'art comprises), à des travaux de réparation ou à l'acquisition d'un bien immobilier dépasse une valeur limite – recalculée tous les ans –, le montant au-dessus de cette valeur limite est considéré dans l'EBM comme un investissement¹.

L'EBM ne considère que les ménages privés. Le ménage privé se définit comme un groupe de personnes vivant dans le même logement, qui mettent en commun tout ou partie de leurs revenus et de leur fortune et qui consomment collectivement certains biens et services. Les ménages collectifs (homes, prisons, etc.) ne sont pas couverts par l'enquête.

Pour des informations complémentaires sur l'EBM, voir sous le lien suivant:

http://www.bfs.admin.ch/bfs/portal/fr/index/infotek/erhebungen_quellen/blank/blank/habe/01.html

3. Définition: culture et médias

Pour le choix des postes de l'EBM relevant de la culture et des médias, on a suivi les recommandations d'EUROSTAT figurant dans le rapport de l'*European Statistical System Network on Culture* (ESSnet-culture)². Dans leur ensemble, elles fournissent une définition de la notion de culture appliquée aux dépenses des ménages.

¹ Valeur limite = dépenses de consommation mensuelles totales x 3. La valeur limite actuelle est calculée à partir des dépenses de consommation d'il y a deux ans. Actuellement, cette valeur s'élève à 16 000 CHF environ.

² <http://ec.europa.eu/eurostat/documents/341465/3199631/essnet-culture.pdf>

→ Cultural domains proposed for the area of households expenditure

1.	Equipment for reception, recording and reproduction of sound
2.	TV sets, video-cassette players and recorders
3.	Photographic and cinematographic equipment
4.	Information processing equipment
5.	Recording media for pictures and sound
6.	Repair of audiovisual, photographic and information processing equipment
7.	Musical instruments
8.	Cinemas, theatres, concerts
9.	Museums, zoological gardens and the like
10.	TV and radio taxes and hire of equipment
11.	Other services
12.	Books
13.	Newspapers
14.	Stationery and drawing materials
15.	Other cultural activities, not specified above

(Source: [European Statistical System Network \(ESSnet\) on Culture – Final Report](#), 2012, p. 93)

Conformément aux recommandations de l'ESSnet, les médias sont compris dans la culture. Tous les postes de l'EBM considérés pour l'indicateur des *dépenses des ménages pour les médias* sont donc considérés aussi dans la statistique sur les *dépenses culturelles des ménages*. Cette approche est celle d'EUROSTAT mais aussi celle de l'Institut de statistique de l'UNESCO (ISU) (voir annexe). Le terme de *médias* appelle cependant deux précisions.

Par médias, on n'entend ici que les **médias de masse**, qui, selon la définition de Beck³ (2011:1), couvrent toute forme d'information ou de communication transmise simultanément à un grand nombre de destinataires inconnus. A noter que, grâce aux développements techniques, la communication ne se fait plus nécessairement dans un seul sens. La communication individuelle (téléphone, fax, etc.) en est exclue⁴.

La seconde précision concerne Internet. Le web offre de plus en plus d'activités culturelles ou médiatiques, comme la lecture de livres ou de journaux numérisés, l'écoute d'émissions de radio en ligne, etc. Ces activités exigent bien sûr un accès à Internet. Pour cette raison, les dépenses nécessaires pour accéder à Internet (redevances, abonnements) sont prises en compte, contrairement aux recommandations d'EUROSTAT, mais conformément à celles de l'UNESCO.

4. Choix des postes de dépenses

La catégorisation de l'ensemble de l'EBM se base sur la classification EUROSTAT des « fonctions de consommation des ménages » (Classification of Individual Consumption by Purpose COICOP). Dans les recommandations d'ESSnet, sur lesquelles se base la présentation des dépenses culturelles et de

³ Hanno Beck (2011): *Medienökonomie: Print, Fernsehen und Multimedia*. Springer: Heidelberg.

⁴ Cette définition rejoint l'approche méthodologique d'un groupe de projet de l'association MÉDIAS SUISSES, qui récolte tous les ans depuis 2005 des données statistiques secondaires sur le budget des médias

(<http://www.schweizermedien.ch/branchendaten/studie-medienbudget>).

médias ci-dessous, la classification COICOP n'est pas directement prise en compte ; les dépenses culturelles et de médias définies par l'OFS se trouvent dans les rubriques EBM « *Loisirs et culture* », « *Communications* » ainsi que – pour les dépenses pour des œuvres d'art – dans « *Ameublement, équipement et entretien du ménage* ». Pour cette raison, les résultats agrégés des dépenses culturelles et de médias ne peuvent être comparés directement avec ceux des rubriques EBM.

La même structure de catégorisation a été retenue pour les dépenses culturelles et pour les dépenses consacrées aux médias. La première grande catégorie couvre les *contenus et services*: deux domaines qui sont généralement inséparables du fait que les contenus sont souvent transmis via des services ou que ces derniers permettent d'accéder à des contenus. La deuxième grande catégorie est intitulée *matériel et biens*: ils permettent la réception des contenus, la pratique d'activités créatives, ou constituent eux-mêmes des biens culturels. Cette répartition correspond dans son principe à la catégorisation des *dépenses des ménages pour les technologies de l'information et de la communication (TIC)*, qui recoupe en partie l'indicateur des *dépenses des ménages pour les médias*. Les postes de dépenses sont présentés ci-après avec des explications sur certaines particularités du classement des dépenses des ménages pour la culture et les médias – par opposition, dans certains cas, aux dépenses TIC.

4.1. Vue d'ensemble des dépenses pour la culture et les médias

Dans la statistique des *dépenses culturelles des ménages* et dans l'indicateur des *dépenses des ménages pour les médias*, les postes de l'EBM sont présentés de la façon suivante. Les postes marqués d'un astérisque ne sont pas pris en compte dans le système d'indicateurs des médias:

- **Contenus et services**
 - **Contenus et services audiovisuels**
 - *Film et vidéo (DVD, VHS, téléchargements, etc.)*
 - *Musique et son (CD, disques, téléchargements, etc.)*
 - *Location de supports audio et vidéo*
 - *Télévision et radio (redevances et abonnements)*
 - *Cinéma*
 - **Imprimés**
 - *Livres et brochures*
 - *Journaux et périodiques*
 - **Internet (redevances et abonnements)**
 - **Musées, expositions, bibliothèques, jardins zoologiques, etc.***
 - **Théâtre et concerts***
 - **Cours de musique et de danse***
 - **Contributions à des associations culturelles***
 - **Autres services dans le domaine de la culture et des divertissements***
- **Matériel et biens**
 - **Appareils de lecture et de réception**
 - *Ordinateurs et modems*
 - *Téléviseurs et appareils vidéo, y compris les accessoires*
 - *Appareils radio et audio*
 - **Biens destinés à une activité créative**
 - *Appareils photo et caméras, y compris les accessoires*
 - *Instruments de musique**
 - *Matériel d'écriture et de dessin**
 - **Réparations (appareils audio, vidéo, télévision, photo, film et informatique)**
 - **Œuvres d'art***

Il faut noter que les dépenses consacrées aux médias ne peuvent être déduites des dépenses culturelles pour obtenir les «dépenses culturelles hors médias», puisque de nombreux contenus culturels sont en même temps des contenus médiatiques (p. ex. le cinéma).

4.2. Exclusion de la communication individuelle

Comme cela a été mentionné au chapitre 3, la communication individuelle n'est en principe pas considérée comme une dépense pour la culture et les médias. En revanche, les dépenses consacrées à la communication médiatique individuelle sont intégrées dans les dépenses des ménages pour les technologies de l'information et de la communication (TIC).

4.3. Concentration sur les contenus médiatiques, non sur leurs supports

Les films et la musique sont définis comme des contenus médiatiques et considérés comme tels dans la statistique de la culture et dans le système d'indicateurs des médias. Les supports de données vides, qui ne sont que potentiellement des supports de contenus médiatiques, sont, autant que possible, exclus de la statistique. Seule exception: les dépenses consacrées aux supports de données photographiques pour appareils photo numériques, qui sont comptés dans le poste *Appareils photo et caméras, y compris les accessoires*, puisque sans eux aucun contenu médiatique ne pourrait être produit.

Pour les dépenses TIC, en revanche, l'accent est mis moins sur les contenus et davantage sur les supports des contenus médiatiques: les supports de données vides ou remplis – donc aussi les supports de données photographiques – sont regroupés dans un seul et même poste et définis comme des biens.

4.4. Pas de distinction entre location et achat

Aucune différence n'est faite entre location et achat dans les dépenses des ménages pour la culture et les médias (ce qui n'est pas le cas pour les dépenses TIC) et les deux sont comptabilisés comme dépenses pour le matériel et les biens correspondants. Fait exception, dans la catégorie *Contenus et services*, le poste *Location de supports audio et vidéo*. Comme l'enquête ne fait pas de distinction entre location audio et location vidéo, il n'est pas possible de ventiler les dépenses de location entre les dépenses d'achat de films et les dépenses d'achat de contenus audio, raison pour laquelle les dépenses de *location de supports audio et vidéo* sont considérées séparément.

4.5. Contributions à des associations culturelles

Ce poste regroupe les contributions de soutien et/ou les contributions d'affiliation à des associations ou sociétés culturelles, tous domaines culturels confondus (p. ex. groupes de chant, de danse, de théâtre, de musique, etc.).

4.6. Autres services dans le domaine de la culture et du divertissement

Ce poste couvre toutes les autres dépenses consacrées à des services dans les domaines de la culture et du divertissement, sachant que les deux catégories ne peuvent être clairement distinguées: engagement de musiciens, de photographes, d'artistes ou d'animateurs, développement de films et de photos, organisation de fêtes, gravures, cuisson de poterie, etc.

4.7. Dépenses consacrées à Internet

Font partie des dépenses consacrées à Internet fondamentalement toutes les dépenses qui doivent être faites pour accéder à Internet. Outre les dépenses d'abonnement on considère également des dépenses et taxes irrégulières (frais ponctuels de connexion, cybercafés, etc.).

Dans deux domaines dans lesquels les données de l'EBM ne permettent pas une répartition détaillée, la délimitation a été décidée comme suit. Premièrement, les dépenses pour l'accès à Internet via des smartphones devraient être comptées comme dépenses consacrées à Internet; vu que la différenciation entre les téléphones mobiles compatibles avec Internet et ceux qui ne le sont pas n'est actuellement pas possible, les dépenses pour la téléphonie mobile ne sont pas (encore) incluses. Deuxièmement, les dépenses marginales pour les services (individuels) d'e-mail sont comptées dans les dépenses consacrées à Internet parce qu'elles ne peuvent être représentées séparément.

Depuis 2012, les dépenses qui concernent la consommation de TV via internet peuvent être distinguées. Pour cette raison, depuis lors, elles ne sont plus comptées dans la catégorie "Internet" mais dans "Télévision et radio".

4.8. Œuvres d'art et investissements

Comme mentionné au chapitre 2, seules les dépenses de consommation sont comptabilisées dans les statistiques sur les dépenses des ménages pour la culture et les médias. Pour les acquisitions d'œuvres d'art, les montants supérieurs à une valeur limite recalculée tous les ans (environ CHF 16'000 actuellement) sont considérés comme des dépenses d'investissement et ne sont donc pas pris en compte dans la statistique⁵.

5. Dimensions de l'analyse

Outre les tableaux présentant les dépenses des ménages pour la culture et les médias, qui peuvent être actualisés tous les ans car le nombre d'observations est suffisant, les dépenses sont présentées tous les trois ans selon différents critères sociodémographiques et géographiques. Dans l'interprétation des résultats, il faut tenir compte d'éventuelles interdépendances entre les critères considérés (p. ex. l'âge, le niveau de formation et le revenu).

5.1. Classes d'âges

Six classes d'âge sont considérées:

- *Jusqu'à 34 ans*
- *De 35 à 44 ans*
- *De 45 à 54 ans*
- *De 55 à 64 ans*
- *De 65 à 74 ans*
- *75 ans et plus*

Dans l'interprétation des résultats, il ne faut pas oublier que l'attribution d'un ménage à une classe d'âge dépend de l'âge de la personne de référence. La personne de référence est la personne du ménage qui contribue le plus au revenu total du ménage.

5.2. Niveau de formation

Les dépenses des ménages sont présentées selon cinq niveaux de formation:

- *Scolarité obligatoire*
- *Degré secondaire II - formation professionnelle*
- *Degré secondaire II - écoles de formation générale*
- *Degré tertiaire - formation professionnelle supérieure*
- *Degré tertiaire - hautes écoles*

Là encore, c'est le niveau de formation de la personne de référence du ménage qui est pris en considération.

5.3. Types de ménages

Distinction est faite entre sept types de ménages:

- *Ménages d'une personne de moins de 65 ans*
- *Ménages d'une personne de plus de 65 ans*
- *Couples sans enfant, dont la personne de référence a moins de 65 ans*
- *Couples sans enfant dont la personne de référence a plus de 65 ans*
- *Couples avec enfant(s) (de moins de 18 ans ou entre 18 et 24 ans, en cours de formation)*
- *Couples avec enfants adultes (ces ménages peuvent comprendre aussi des enfants répondant à la définition ci-dessus)*
- *Père ou mère seul(e) avec enfants*

Les autres types de ménages (p. ex. communautés) ne peuvent pas être représentés, car leur nombre est insuffisant dans l'échantillon.

⁵ Cela vaut aussi pour les réparations, ce qui n'est toutefois pas pertinent dans les statistiques sur la culture et les médias.

5.4. Groupes de revenus chez les couples avec enfants

Les groupes de revenus sont basés sur les quintiles de la répartition des revenus bruts. Le revenu brut du ménage est constitué des revenus de tous ses membres. Il se compose du revenu primaire (revenus du travail et revenus de la fortune et de la location), des rentes et prestations sociales, ainsi que des revenus des transferts monétaires d'autres ménages (par exemple pensions alimentaires et contributions d'entretien).

Les dépenses des ménages par groupes de revenus ne sont pas publiées car les résultats sont trop fortement influencés par d'autres facteurs comme la taille du ménage ou l'âge de ses membres. Pour minimiser le plus possible l'incidence de tels facteurs, la répartition par groupes de revenus n'est effectuée que pour un type de ménages largement répandu, à savoir les ménages familiaux avec enfants, où la dispersion selon la taille du ménage et l'âge de ses membres est moins forte.

5.5. Régions linguistiques

La Suisse rhéto-romane, parce que le nombre d'observations y est faible, a été regroupée avec la Suisse alémanique. La statistique distingue trois régions linguistiques: la Suisse alémanique, la Suisse italienne et la Suisse romande.

5.6. Types de communes

Les communes de l'échantillon de l'enquête EBM sont classées suivant les niveaux géographiques définis par l'OFS⁶. Les typologies utilisées pour les niveaux géographiques se basent sur la taille des agglomérations et la distinction entre zones rurales et zones urbaines (ville-centre d'une agglomération, autres communes d'agglomération, villes isolées et communes rurales).

5.6.1 Taille des agglomérations et types de communes

Les dépenses des ménages sont présentées pour deux types de communes: les communes rurales et les communes d'agglomération. Ces dernières comprennent aussi les villes-centres et les villes isolées sans agglomération. Les agglomérations sont réparties en cinq groupes selon leur taille:

- *Agglomérations de 500 000 habitant-e-s et plus*
- *Agglomérations de 200 000 à 499 999 habitant-e-s*
- *Agglomérations de 100 000 à 199 999 habitant-e-s*
- *Agglomérations de 50 000 à 99 999 habitant-e-s*
- *Agglomérations de moins de 50 000 habitant-e-s*
- *Communes rurales*

La représentation des dépenses des ménages par types de communes et selon la taille de l'agglomération s'impose notamment dans les domaines où l'offre est susceptible de varier selon le type de commune et la taille de l'agglomération (p. ex. théâtre, concerts, cinémas, musées, etc.). Pour cela, les villes-centres et les communes d'agglomération environnantes sont considérées comme une entité, à distinguer des zones rurales.

Cette dimension de l'analyse est utilisée uniquement dans la statistique des *dépenses culturelles des ménages privés* et non dans celle des *dépenses des ménages pour les médias* car pour cette dernière, la dimension *type de commune et taille d'une ville-centre* n'apporte rien au niveau des résultats.

5.6.2 Types de communes et taille des villes-centres

Les dépenses des ménages dans les communes rurales sont comparées à celles des communes d'agglomération (sans les villes-centres) et à celles des villes-centres (y compris les villes isolées). De plus, ces dernières sont classées en trois catégories de taille:

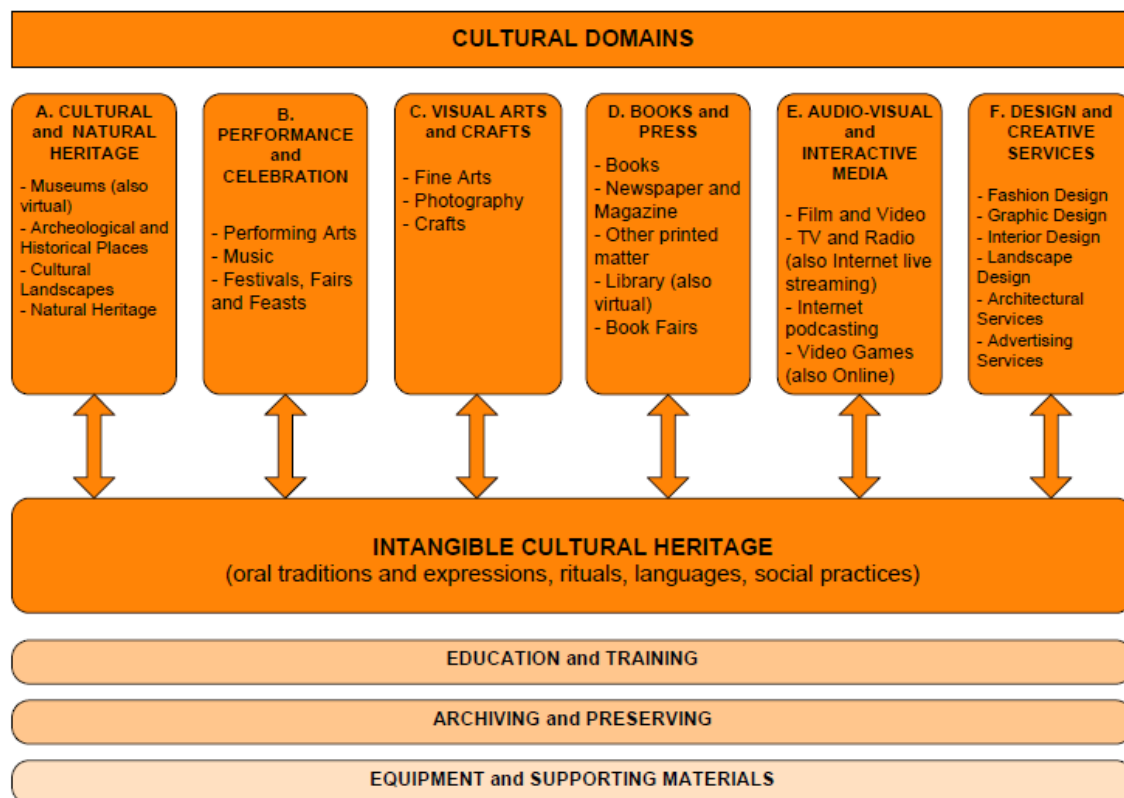
- *Villes-centres de 100 000 habitant-e-s et plus*
- *Villes-centres de 20 000 à 99 999 habitant-e-s*
- *Villes-centres de moins de 20 000 habitant-e-s*

⁶ http://www.bfs.admin.ch/bfs/portal/fr/index/infothek/nomenklaturen/blank/blank/raum_glied/01.html

- *Communes d'agglomérations*
- *Communes rurales*

Il est ici possible de comparer également les dépenses des ménages des villes-centres avec celles des ménages des communes d'agglomération environnantes. Les typologies utilisées pour les niveaux géographiques sont basées sur la taille des communes (y compris les villes isolées pour les villes-centres) et la distinction entre zones rurales et urbaines (ville-centre d'une agglomération, autres communes d'agglomération, villes isolées et communes rurales). Là encore, la représentation des dépenses culturelles des ménages s'impose notamment dans les domaines où l'offre est susceptible de varier selon le type et la taille des communes (p. ex. théâtre, concerts, cinémas, musées, etc.).

Annexe: définition de la culture selon l'UNESCO



(Source: [The 2009 UNESCO Framework for Cultural Statistics \(FCS\)](#), 2009, p. 24)