



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	4
5.	Dimensions de l'analyse	7
	Annexe: définition de la culture selon l'UNESCO	10

Renseignements:

Julie Silberstein / Alain Herzig, 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 des ménages privés pour la culture et les médias* 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).

Révision partielle 2017

La statistique des dépenses des ménages privés pour la culture et les médias en Suisse a été partiellement révisée en 2017. Les chiffres publiés actuellement pour les années 2006-2014 ont été recalculés et ne sont donc plus comparables avec ceux provenant de publications antérieures. Les changements induits par cette révision partielle sont décrits ci-après dans les différents chapitres et résumés au chapitre 4.1.

2. Source des données

La statistique sur les *dépenses des ménages privés pour la culture et les médias* 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. De plus, 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.¹

3. Définition: culture et médias

Pour le choix des postes de l'EBM relevant de la culture et des médias, nous avons suivi les recommandations d'EUROSTAT (2012) 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 Pour des informations complémentaires sur l'EBM, voir: OFS. (2017). Enquête sur le budget des ménages. Disponible sur <https://www.bfs.admin.ch/bfs/fr/home/statistiques/situation-economique-sociale-population/enquetes/ebm.html>

² European Commission, Eurostat (ESTAT). (2012). European Statistical System Network on Culture - Final Report. Luxembourg: ESSnet Culture. Consulté le 11 décembre 2017, sur <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 des ménages privés pour la culture et les médias. 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, sont compris ici 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. Dans la mesure des données à disposition, la communication individuelle (téléphone, fax, etc.) doit au possible être exclue.⁴

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. Ainsi, la révision de la *statistique des dépenses des ménages privés pour la culture et les médias* en 2017 a abouti à des adaptations touchant en particulier le poste *Internet*.⁵

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. (Médias suisses / Schweizer Medien. (2017). Medienbudget Schweiz. Consulté le 11 décembre 2017, sur: <http://www.schweizermedien.ch/branchendaten/studie-mediabudget>).

⁵ Voir à ce sujet le chap. 4.1 Révision partielle 2017.

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 médias ci-dessous, la classification COICOP n'est pas directement prise en compte ; les dépenses culturelles et des 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. Adaptations dans le cadre de la révision partielle 2017

En raison des évolutions sur le marché, en particulier la tendance à des abonnements combinés (internet, TV, téléphonie, téléphonie mobile) et l'utilisation des téléphones portables pour accéder à internet, il a fallu adapter la méthodologie. Ainsi, certains postes EBM utilisés dans la *statistique des dépenses des ménages privés pour la culture et les médias* et pour l'indicateur des médias *Dépenses de ménages pour les médias* ont perdu de plus en plus de précision. En effet, dans certaines offres combinées (abonnements combinés), il n'est aujourd'hui plus possible de distinguer de manière détaillée la part de l'accès à internet de celle de la téléphonie. En conséquence, notamment ces dernières années où la tendance s'est clairement renforcée, la méthode utilisée jusqu'à présent ne permettait plus de relever complètement les dépenses totales pour la culture et les médias et les situaient à un niveau nettement trop faible. Cela vaut en particulier pour les dépenses consacrées à internet (voir point 4.8).

Pour tenir compte de cet état de fait, le questionnaire EBM destiné aux ménages a été adapté pour l'enquête 2012; les abonnements combinés entre autres ont été considérés sous une rubrique spécifique. En conséquence, certaines nouvelles variables ont été ajoutées, alors que d'autres ne sont plus collectées spécifiquement.

Ces deux évolutions (changements sur le marché et adaptation du questionnaire de l'EBM) ont des incidences sur la *statistique des dépenses des ménages privés pour la culture et les médias* et sur l'indicateur *Dépenses des ménages pour les médias* du système d'indicateurs des médias. Premièrement, en raison des changements apportés au questionnaire de l'EBM, il y a une rupture méthodologique en ce qui concerne les dépenses pour la catégorie *Internet* entre 2011 et 2012. Autrement dit, les chiffres pour ce poste de dépenses à partir de 2012 ne sont plus comparables avec les chiffres plus anciens, ce qui est caractérisé optiquement dans les tableaux publiés.

Deuxièmement, les changements sur le marché évoqués plus haut ont rendu nécessaire de reconstruire la composition du poste agrégé *Internet*. Quelques variables EBM supplémentaires - il s'agit presque exclusivement de variables concernant les offres combinées susmentionnées - sont désormais considérées. En conformité avec la définition utilisée ici, la communication individuelle (en particulier la téléphonie), n'est pas prise en compte. Toutefois, dans les données, seule la communication individuelle clairement identifiable comme telle peut techniquement être exclue. Effectivement, en raison de la tendance aux offres combinées, il est certain qu'une partie non négligeable des coûts établis pour

Internet relèvent en réalité de la communication individuelle, mais celle-ci ne peut pas être différenciée dans les données (ni bien souvent dans les offres et modalités de paiement elles-mêmes).

Une conséquence directe de cette rupture méthodologique se reflète dans des dépenses clairement plus élevées pour le poste *Internet* et, partant, des dépenses plus importantes pour la culture et les médias qu'avec la précédente méthodologie. Il faut donc éviter d'établir des comparaisons avec des données publiées auparavant. C'est notamment pour cette raison que toutes les données dès 2006 ont été recalculées rétrospectivement à l'aide de ce nouveau modèle. Celui-ci entraîne une légère surestimation des dépenses pour *Internet* et donc des dépenses totales pour la culture et les médias, mais ces chiffres devraient être nettement plus proches des dépenses effectives pour la culture et les médias qu'avec le mode de calcul utilisé auparavant.

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

Dans la statistique sur les dépenses des ménages privés pour la culture et les médias 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)⁶**
 - **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).

⁶ Contient une part indéterminée de communication individuelle. Voir à ce sujet chapitre 4.8.

4.3. Exclusion de la communication individuelle

Comme cela a été mentionné au chapitre 3, la communication individuelle n'est en théorie pas considérée comme une dépense pour la culture et les médias.⁷ 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).

4.4. 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.

4.5. 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.

4.6. 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.).

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

Ce poste couvre 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.

4.8. Dépenses consacrées à Internet

En théorie, font partie des dépenses consacrées à internet, 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.).

En raison des évolutions sur le marché, notamment la tendance aux abonnements combinés (diverses offres groupées pouvant inclure l'accès à internet, à des programmes télévisuels ou encore de la téléphonie fixe ou mobile), le poste *Internet* a dû être révisé. Il n'est désormais plus possible, même avec la méthode révisée, de discriminer les dépenses purement consacrées à internet de celles liées aux communications privées (téléphonie). Les chiffres comprennent donc une certaine part non mesurable d'autres dépenses. Malgré cette imprécision, la nouvelle méthode de calcul est nettement plus précise pour les dépenses consacrées à internet que ce n'était le cas avec l'ancienne méthode (à ce sujet voir également le chap. 4.1).

⁷ Sur les difficultés de distinction entre la téléphonie et les autres dépenses pour les médias, voir chapitre 4.1.

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

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 présentés 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).

Révision partielle 2017

Suite à la révision partielle de 2017, des adaptations ont également été apportées aux dimensions de l'analyse. D'une part, une simplification a été décidée: les variables spatiales publiées sont désormais uniquement les régions linguistiques et la taille des agglomérations. D'autre part, il a été procédé à une actualisation suite à la révision des niveaux géographiques définis par l'OFS. Pour le calcul de la dimension d'analyse *Taille des agglomérations*, il a déjà été possible de recourir aux données des nouveaux niveaux géographiques (voir 5.6). Les régions linguistiques, en revanche, reposent actuellement encore sur les données tirées du recensement de la population de 2000.⁸ D'autres changements, qui ne concernent pas seulement la statistique des dépenses des ménages privés pour la culture et les médias ou l'indicateur des médias *Dépenses des ménages pour les médias*, mais aussi l'EBM elle-même, sont décrits ci-après dans les dimensions d'analyse correspondantes.

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.

⁸ Pour plus de détails sur la typologie spatiale de l'OFS, voir : OFS. (2017). Niveaux géographiques. Disponible sur: <https://www.bfs.admin.ch/bfs/fr/home/bases-statistiques/niveaux-geographiques.html>.

5.2. 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 une personne a moins de 65 ans⁹*
- *Couples sans enfant dont une personne a plus de 65 ans⁹*
- *Couples avec enfant(s)¹⁰*
- *Parents seuls avec enfants¹⁰*

L'Office fédéral de la statistique a harmonisé les types de ménages en 2017. Les types de ménages décrits ici sont basés sur cette nouvelle typologie. La principale différence par rapport à l'ancienne typologie concerne la définition de la catégorie *enfants*. Auparavant, toutes les personnes de moins de 18 ans ainsi que les personnes non actives de 18 à 24 ans vivant dans des ménages constitués de couples ou monoparentaux étaient considérées comme des enfants. Désormais, sont assimilées à des *enfants*, toutes personnes de moins de 24 ans vivant avec au moins un parent dans le même ménage et ce indépendamment de leur statut d'activité. Sont aussi comptés comme des enfants les fils/filles de plus de 24 ans lorsqu'au moins un enfant de moins de 25 ans vit dans le même ménage. Ce changement a pour conséquence que les ménages comptant des enfants actifs occupés âgés de 18 à 24 ans sont désormais rangés dans les *ménages avec enfant(s)* et non plus dans les *autres ménages*.

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

5.3. 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.¹¹

5.4. 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. Actuellement, cette dimension d'analyse OFS repose encore sur des données du recensement de la population 2000, mais suite à la révision de longue durée des niveaux géographiques de l'OFS, cet état de fait changera lors de la prochaine actualisation.

⁹ L'indication de l'âge dans les couples sans enfant a trait désormais à la personne la plus âgée, et non plus comme jusqu'ici à la personne de référence.

¹⁰ Sont considérés comme *enfants* tous les enfants de la personne de référence ou de son/sa partenaire lorsqu'au moins un enfant est âgé de 24 ans ou moins.

¹¹ Pour la modification de la définition du type de ménage *couples avec enfant(s)*, voir point 5.3.

5.5. Taille des agglomérations

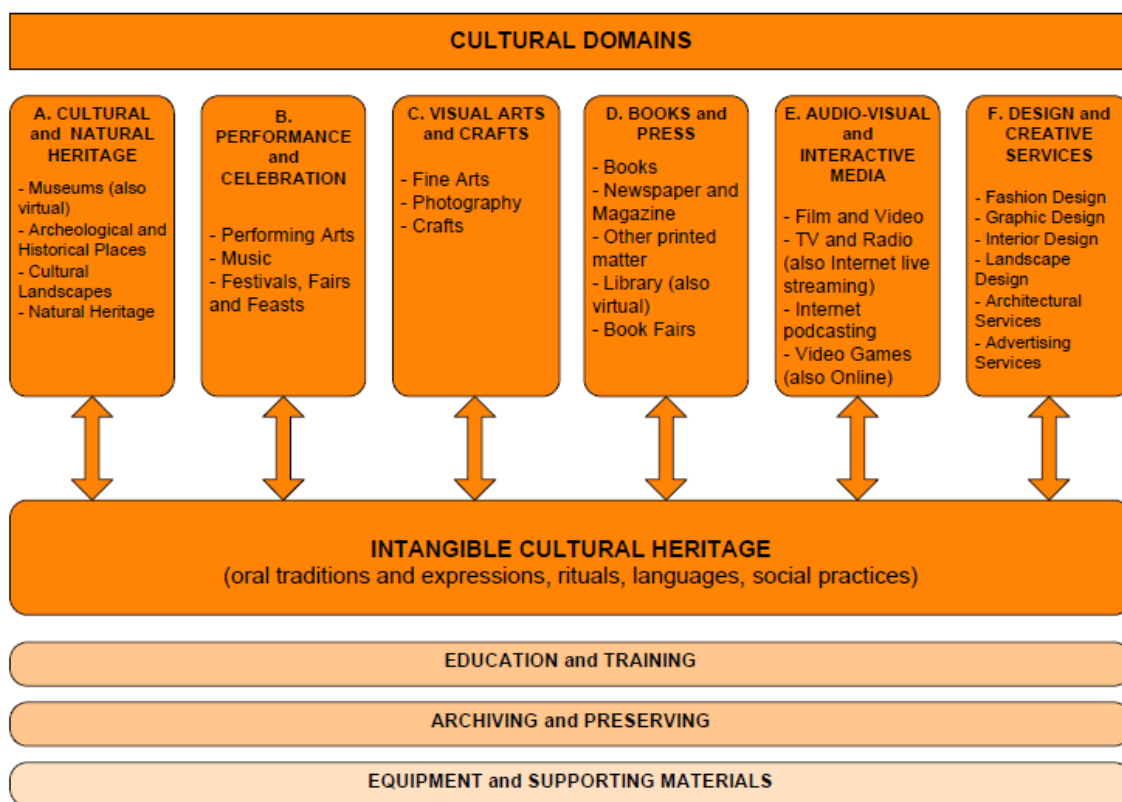
Les communes de l'échantillon EBM sont catégorisées selon les niveaux géographiques de l'OFS.¹² La typologie utilisée ici est basée sur la taille des agglomérations officielle de 2012. Cette typologie complète comprenant trop de catégories pour l'analyse faite ici, celle-ci a été simplifiée (pour la *statistique des dépenses des ménages privés pour la culture et les médias* ou pour l'indicateur des médias *Dépenses des ménages pour les médias*) et comprend les catégories suivantes:

- *Agglomérations de 250 000 habitant-e-s et plus*
- *Agglomérations de 100 000 à 249 999 habitant-e-s*
- *Agglomérations de 20 000 à 99 999 habitant-e-s*
- *Agglomérations de 50 000 à 99 999 habitant-e-s*
- *Pas d'appartenance à une agglomération*

Cette dimension d'analyse est utile pour évaluer la composante physique (nombres de bâtiments offrant des prestations culturelles sont implantés à un endroit précis) de certaines activités culturelles telles que p. ex. les théâtres, les concerts, les cinémas ou les musées. Dans ces contextes, la demande est susceptible de varier selon l'offre implantée localement.

¹² Pour plus de détails sur la typologie spatiale de l'OFS, voir : OFS. (2017). Niveaux géographiques. Disponible sur: <https://www.bfs.admin.ch/bfs/fr/home/bases-statistiques/niveaux-geographiques.html>.

Annexe: définition de la culture selon l'UNESCO



(Source: *The 2009 UNESCO Framework for Cultural Statistics (FCS)*, 2009, p. 24)