

En France, les dépenses des ménages consacrées à la presse et au livre déclinent depuis près de 20 ans

written by Françoise Laugée | 22 septembre 2009

Depuis le début des années 1990, la part du budget des ménages français consacrée à la presse et au livre est en diminution. Pour la presse, la baisse des dépenses s'explique par la désaffection des jeunes générations.

En France, les dépenses des ménages pour la presse et le livre ont progressé jusqu'au début des années 1990, avant de se stabiliser pour atteindre respectivement près de 7 milliards et 3,5 milliards d'euros en 2006. Rapportée au budget total des ménages, la part consacrée à la presse et au livre n'a cessé de diminuer depuis 1990, selon une étude de l'Insee (Institut national de la statistique et des études économiques) parue en août 2009.

L'achat de livres représente moins de 0,5 % des dépenses totales des ménages en 2006 et l'achat de journaux ou magazines moins de 1 %, soit une diminution d'un tiers par rapport à 1970. Cette tendance ne peut pas s'expliquer par un effet inflationniste : si la presse, en effet, a fortement augmenté ses prix dans les années 1970, et plus encore dans les années 1980, décennie au cours de laquelle le prix du livre a également connu une croissance plus soutenue, depuis 1990, les prix de la presse et du livre ont suivi la courbe du coût de la vie.

Depuis 1995, la baisse de la part du livre dans le budget total des ménages français concerne toutes les générations, y compris les plus jeunes, même si ces derniers ont proportionnellement dépensé davantage pour le livre que leurs aînés jusqu'en 2001.

L'évolution est différente en ce qui concerne la presse, pour laquelle le recul s'expliquerait par l'arrivée des nouvelles générations. La part de la presse dans le budget des ménages dont la personne de référence est née entre 1920 et 1939 varie, selon les années, entre 0,9 % et 1,3 %. Elle se situe entre 0,35 % et 0,55 % pour les ménages dont la personne de référence est née entre 1960 et 1979, et ne dépasse pas les 0,3 % pour les plus jeunes. La consommation de la presse paraît être une habitude à prendre jeune, puisque la part des achats de presse ne varie pas au fil des années pour chaque tranche générationnelle.

L'étude de l'Insee détaille également l'évolution des facteurs déterminants sur la consommation de la presse et du livre : la catégorie

socioprofessionnelle, le niveau d'étude, le lieu de résidence et l'origine sociale. La part des dépenses consacrée à la presse et au livre est quasiment la même pour toutes les catégories socioprofessionnelles et elle varie peu au fil des années, à l'exception des agriculteurs dont les achats de presse ont augmenté fortement depuis les années 1990 pour atteindre un niveau nettement supérieur à la moyenne en 2006, soit + 38 %. En revanche, si la part du budget des ménages consacrée au livre est la même d'année en année, les différences entre les catégories socioprofessionnelles sont très marquées. Ainsi, les ménages dont la personne de référence est « cadre », lui consacrent une part de leur budget plus élevée de 70 % que la moyenne, tandis que les professions dites « intermédiaires » la dépassent de 10 %. Sont inférieures à la moyenne la part des dépenses en livres des artisans, commerçants, employés (20 %), celle des ouvriers (30 % à 40 %), la plus faible étant celle des agriculteurs.

En 2006, l'écart entre les dépenses de livres des ménages dont la personne de référence est diplômée du supérieur et celles des ménages les moins diplômés est en moyenne de 130 euros par an, à sexe, niveau de vie, zone géographique et type de ménage identiques. Les ménages les plus diplômés (2^e ou 3^e cycle universitaire) ont un budget consacré au livre supérieur de 85 % à la moyenne, tandis que celui des ménages sans diplôme est de 28 % au-dessous de la moyenne en 2006. L'Insee en conclut que la diminution des achats de livres est d'autant plus frappante que le niveau d'études des nouvelles générations a augmenté. En revanche, les ménages sans diplôme dépensent, quant à eux, pour la presse, un budget de 23 % supérieur à la moyenne.

Enfin, l'origine sociale est également un critère déterminant. Les personnes issues d'une famille d'agriculteurs accordent une part plus importante de leur budget à la presse qu'au livre alors que pour les enfants de cadres et professions intermédiaires, c'est l'inverse.

A noter que cette étude porte sur l'achat de livres et de presse et ne prend donc pas en compte les prêts en bibliothèque, la lecture sur Internet et les journaux gratuits.

Source :

- « Le recul du livre et de la presse dans le budget des ménages », Thibaut de Saint Pol, François Marical, *Insee Première*, n°1253, Insee, août 2009.