

Consommation des médias, les télévisuels l'emportent sur les livres et la presse

Description

*Depuis un demi-siècle, les dépenses des médias en produits de l'économie de l'information * sont liées à la floraison incessante d'innovations technologiques, accompagnée d'une forte baisse des prix, selon une étude de l'Insee.*

Télévision, ordinateur, abonnement des services audiovisuels, téléphone portable et internet sont entrés, au fil des dernières décennies, dans les habitudes de consommation des Français. Entre 1960 et 2012, la part de leur budget consacrée à l'économie de l'information est passée de 3,8 % à 6 %, selon l'Insee. La consommation des médias en biens et services d'information et de communication est son plus haut niveau entre 2002 et 2007, période marquée par le lancement de la télévision numérique terrestre (TNT), atteignant alors 7 % du budget des médias. En revanche, elle est en recul depuis 2008. L'Insee constate qu'entre 2008 et 2012, l'augmentation en volume des dépenses des médias en produits de l'économie de l'information (+3,6 % par an en moyenne contre 0,4 % pour la consommation totale) ne suffit pas à compenser la baisse du niveau des prix (-4,3 % par an en moyenne contre +1,5 % pour l'inflation).

A raison de 2 370 euros annuels en moyenne par ménage, les dépenses des Français en produits de l'économie de l'information représentent 67 milliards d'euros en 2012. Les services (abonnements, redevances...) représentent 70 % de cette somme contre 30 % pour les biens d'équipement, pourcentages stables en valeur depuis 1960. En 2012, la moitié de ces dépenses sont pré-engagées, c'est-à-dire qu'elles font l'objet d'un prélèvement sur le budget des médias, comme l'abonnement ou la redevance.

Concernant les biens d'équipement, 37 % des dépenses des médias sont attribués aux produits électroniques grand public et 34 % aux ordinateurs en 2012. Le prix de ces biens a chuté de 4,4 % en moyenne annuelle durant les cinquante dernières années. Plus particulièrement, celui des ordinateurs, des téléphones portables, des téléviseurs et des jeux vidéo a baissé de 12 % en moyenne entre 1997 et 2012. En 2010, 90 % des biens de l'économie de l'information achetés par les médias sont importés, pourcentage deux fois plus élevé que pour l'ensemble des biens. La chute des prix et la mise sur le marché de nouveaux produits ont contribué à une augmentation en volume des dépenses de biens de 13,3 % par an en moyenne pendant cinquante ans. Après une progression des dépenses en téléviseurs (notamment +12,7 % par an entre 1960 et 1982 et +19,2 % par an entre 1997 et 2012), l'augmentation des dépenses en volume est soutenue par

l'achat et le renouvellement régulier des ordinateurs et des téléphones portables, respectivement +33 % et +41,8 % par an entre 1983 et 1996. D'ailleurs, la somme dépensée par les ménages pour ces deux catégories d'appareils dépasse celle dévolue aux téléviseurs depuis 1995.

Quant aux dépenses des ménages pour les services, elles ont augmenté en volume de 4,8 % en moyenne annuelle en cinquante ans. En 2012, 59 % d'entre elles sont consacrées aux télécommunications. À l'inverse des biens, les services d'information et de communication connaissent une hausse des prix de 3,5 %, en moyenne annuelle, entre 1960 et 2012, restant toutefois inférieure à l'inflation (+4,5 %). En 2012, 2,9 % du budget des ménages, consacrés aux produits de l'économie de l'information, sont des dépenses engagées (32 milliards d'euros), contre 1,9 % en 1995, soit avant l'ouverture du marché des télécommunications à la concurrence datant de 1998. Ces dépenses engagées sont à 80 % destinées aux services de télécommunications (abonnements à la téléphonie mobile, internet et offre *triple play*). Entre 1995 et 2012, l'Insee constate une augmentation annuelle de 5,7 % en valeur de ces dépenses engagées, avec toutefois un ralentissement notable depuis 2009 dû à la baisse des prix pratiquée par les opérateurs de télécommunications.

Depuis 2008, les dépenses des ménages en biens et services d'information ralentissent. La crise économique ne suffit pas, selon l'Insee, à expliquer cette inflexion qui est également due à l'augmentation modérée du volume des achats, ne compensant pas la baisse des prix, en raison d'un taux d'équipement déjà élevé. Les dépenses des ménages en services sont stables depuis 2008, avec seulement 0,9 % de croissance annuelle en volume. L'Insee fait remarquer néanmoins un net recul pour l'édition.

Selon la nomenclature de l'Insee, l'édition est définie par *la mise à disposition de contenus sous la forme de produits d'information* tels que les livres, la presse et les logiciels, tous types de supports confondus (imprimé, électronique, audio, CD-ROM, internet, etc.). En valeur comme en volume, l'évolution des dépenses des ménages en édition (au sens de l'Insee) contraste avec celle des dépenses en télécommunications. Entre 1960 et 2012, la valeur des dépenses des ménages en édition augmente plus vite que l'inflation, +5,6 % en moyenne annuelle contre +4,5 %. Cette tendance est due au prix de la presse qui représente près de 60 % des dépenses en édition et progresse plus vite que celui du livre, respectivement +6,1 % et +4,9 % en moyenne annuelle, ce dernier devenant inférieur à l'inflation depuis 2000.

Le volume des dépenses des ménages en édition (au sens de l'Insee) progresse seulement de 1,2 % en moyenne annuelle entre 1960 et 2012, grâce aux livres (30 % des dépenses en édition), tandis que celui des dépenses en presse imprimée ou numérique reste stable. Cependant, en 2012, ce volume des dépenses en édition retrouve son niveau de 1990, avec un recul de 1,5 % en moyenne annuelle depuis dix ans, et notamment de -3,0 % pour la presse. Les dépenses des ménages pour les livres ont augmenté nettement jusqu'en 1990, pour fléchir jusqu'en 1997 et repartir ensuite

faiblement à la hausse les années suivantes. Elles sont en baisse depuis 2008. Quant à la presse, l'Insee note une baisse des dépenses des ménages à partir de 1997, conséquence de l'arrivée des journaux gratuits et de l'internet. Entre 2008 et 2012, les dépenses en presse enregistrent une baisse en volume de 4,9 % en moyenne annuelle.

Dans la dernière enquête annuelle sur la diffusion, en France, des technologies de l'information et de la communication publiée par le Crdoc (Centre de recherche pour l'étude et l'observation des conditions de vie) en décembre 2013, on peut lire cependant : « Alors que deux personnes sur trois déclarent s'imposer régulièrement des restrictions sur plusieurs postes de leur budget et que le pouvoir d'achat par ménage a diminué de 2,6 % depuis la crise (entre 2007 et 2012), il est frappant de constater que les consommateurs parviennent à dégager des marges de manœuvre pour financer leur acquisition d'équipements électroniques et les abonnements téléphoniques et internet afférents ».

* Selon la nomenclature de l'Insee, l'économie de l'information regroupe des biens tels que les matériels informatiques, les équipements de communication, les produits électroniques grand public, les matériels de mesure, les équipements médicaux et les matériels optiques), ainsi que des services comprenant les activités d'édition (livre, presse, logiciel), audiovisuel, de télécommunications et d'informatique.

Sources :

- *La dépense des ménages en produits de l'économie de l'information depuis 50 ans*, Danielle Besson et Nathalie Morer, division Synthèses des biens et services de l'Insee, INSEE PREMIERE, n° 1479, insee.fr, décembre 2013.
- *La diffusion des technologies de l'information et de la communication dans la société française (2013)*, Régis Bigot, Patricia Croutte et Emilie Daudey, étude réalisée à la demande du Conseil général de l'économie, de l'industrie, de l'énergie et des technologies (CGEJET) et de l'Autorité de régulation des communications électroniques et des postes (ARCEP), département « Conditions de vie et Aspirations des Français », collection des rapports n° 297, Crdoc, credoc.fr, novembre 2013

Catégorie

1. Usages

date création

28 mars 2014

Auteur

française