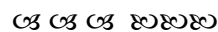


Les dépenses de consommation des ménages en biens et services culturels et télécommunications

Chantal LACROIX
mars 2009
8 p.



1. L'emploi salarié dans la culture : instabilité de l'emploi, hétérogénéité des volumes individuels de travail et des revenus selon les secteurs

L'exploitation des Déclarations annuelles des données sociales (DADS) 2006 de l'Insee, déclarations obligatoires auxquelles sont soumises toutes les entreprises employant des salariés, permet de mesurer et d'analyser l'emploi et les salariés en France.

Le champ culturel retenu regroupe :

- les entreprises des industries culturelles : livre (édition et librairie), presse, radio et télévision, audiovisuel ;
- les entreprises de création (spectacle vivant) ;
- les entreprises du patrimoine (architecture, conservation du patrimoine).

L'emploi salarié, qui représente les deux tiers de l'emploi dans le secteur de la culture, se caractérise par la fragilité de l'emploi et par son instabilité, que révèlent l'importance du recours au contrat à durée déterminée et au temps partiel, l'ampleur de la rotation des individus d'une année à l'autre, et le recours au travail salarié hors du secteur culturel pour plus d'un quart des salariés.

Selon les secteurs, les constats sont très hétérogènes en termes de revenus et d'ampleur du temps de travail annuel. Si la durée annuelle moyenne de travail d'un salarié de la culture est de 744 heures, la moitié des salariés a travaillé moins de 400 heures et ils sont moins d'un quart à travailler à temps complet. Ce sont les secteurs de l'architecture, de la conservation du patrimoine, de l'édition et la librairie et de la presse qui réservent les conditions d'emploi les plus favorables en termes de durées annuelles de travail.

Les secteurs où l'on observe la plus importante dispersion des durées annuelles de travail sont aussi ceux où la répartition des revenus est la plus inégalitaire : l'écart entre le revenu moyen et le revenu médian est le plus important dans les secteurs du spectacle vivant (1 à 3), les activités de radio et télévision, de cinéma et vidéo (1 à 4).

La note propose, enfin, un portrait sociodémographique des salariés du secteur culturel (âge moyen, répartition géographique, par genre et par secteur) et dresse les caractéristiques des établissements de la culture ayant recours à l'emploi salarié.

2. Les dépenses de consommation des ménages en biens et services culturels et télécommunications : 70,7 milliards d'euros en 2007

Depuis cinquante ans, la structure des dépenses des ménages a considérablement évolué. La culture, les loisirs et les télécommunications font partie des postes dont la part relative au sein du budget des 27,4 millions de ménages français a progressé. Les données de la comptabilité nationale pour 2007 ont permis une analyse détaillée de l'évolution des dépenses culturelles et de la part des différents postes : biens et services culturels, matériels et biens et services liés aux équipements, télécommunications.

Les 70,7 milliards d'euros de dépenses des ménages en biens et services culturels et télécommunications représentent une dépense annuelle moyenne de près de 2 500 euros par ménage.

Deux groupes principaux peuvent être distingués :

– d'une part, des dépenses consacrées aux biens et services culturels, qui représentent un tiers de l'ensemble des dépenses, dont l'augmentation demeure inférieure à celle de la consommation totale des ménages. Parmi les biens et services culturels, les dépenses liées aux disques sont tendanciellement décroissantes, ce qui s'explique par le développement de l'accès direct aux contenus.

– d'autre part, des dépenses tendanciellement croissantes liées aux télécommunications et aux matériels.

Les dépenses pour les biens et services connaissent toutefois des évolutions différentes en prix et en volume : pour certains produits la baisse des prix s'accompagne d'une augmentation en volume du nombre de produits consommés, en particulier pour les équipements matériels (téléviseurs, lecteurs enregistreurs audio et vidéo...), tandis que pour d'autres services comme le cinéma et les spectacles, la hausse des prix est supérieure à l'inflation, ce qui n'empêche pas leur consommation, en hausse.

La présente note détaille les évolutions par produits depuis 2000 et confirme l'influence de la dématérialisation des supports sur les pratiques de consommation et, partant, sur la part relative des dépenses culturelles pour les ménages français.

