

# développement culturel

Culture  
Communication  
Ministère

Ministère de la Culture et de la Communication, Direction de l'administration générale, Bulletin du Département des études et de la prospective,  
2, rue Jean-Lantier, 75001 Paris - Tél. 01 40 15 73 00 - Télécopie 01 40 15 79 99

**NOUVEAU**

Développement culturel est disponible (Acrobat)  
sur le serveur du ministère de la Culture :  
<http://www.culture.fr/culture/editions/r-devc.htm>

N° 120 - octobre 1997

## Les Français vidéophiles

Deux Français sur trois possèdent un magnétoscope. Encore cette moyenne masque-t-elle un écart important entre les jeunes et les personnes âgées, ces dernières étant trois fois moins nombreuses que les premiers à être équipées en vidéo.

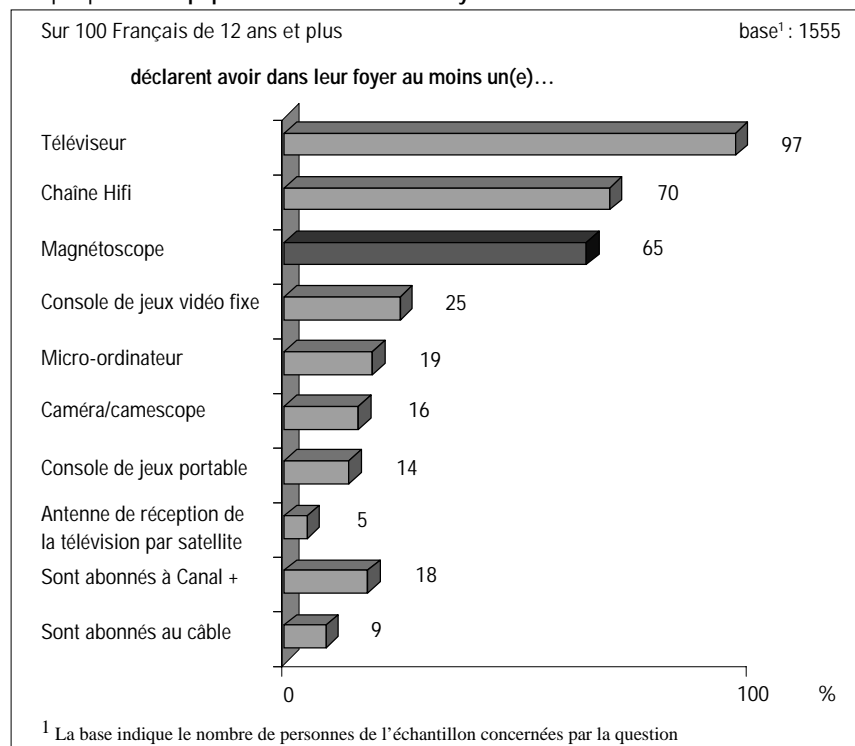
Au sein des images enregistrées et le cas échéant conservées, c'est le film "de cinéma" qui se taille la part du lion. La vidéo est désormais utilisée comme une mémoire : vive, pour la moitié des Français qui la consultent fréquemment, en sommeil pour une autre moitié. L'attitude de ces derniers est significative de l'accession des vidéocassettes (c'est à dire des films) au rang d'objets de collection. Les vidéothèques personnelles comptent en moyenne 25 cassettes enregistrées. Les Français les plus "vidéophiles" sont aussi les plus gros consommateurs de cinéma en salle. Néanmoins, les "références filmiques" s'acquièrent aujourd'hui pour 99 % en vidéo, pour 1% au cinéma, le vidéophile-type voyant en moyenne 250 films par an sur petit écran. En outre, la vidéo est un objet d'intense interaction sociale : on regarde les vidéocassettes en groupe, on se les échange fréquemment. L'achat et la location de vidéocassettes sont moins répandus, mais concernent tout de même un Français sur deux. Constitution de "stocks" et développement des "flux" : la vidéophilie est désormais l'une des pratiques culturelles les plus populaires. Le statut de la cinéphilie s'en trouve nécessairement affecté. ■

Deux Français sur trois ont un magnétoscope

En 1995, 65% des Français de 12 ans et plus (et 63% des 15 ans et plus) déclaraient avoir un magnétoscope à leur domicile. Le nombre de Français qui en possèdent est désormais très proche de celui des détenteurs d'une chaîne Hi-fi, alors qu'on observait en 1988 un écart du simple au double entre les taux de diffusion des deux types d'appareil. (*Graphique 1*)

Le multi-équipement en matière audiovisuelle tend à se répandre : si un quart des Français de 15 ans et plus déclaraient en 1988 posséder plusieurs téléviseurs à leur domicile, ils sont aujourd'hui un peu plus d'un sur trois (36%), mais seulement 7 % des Français ont plusieurs magnétoscopes.

Graphique 1 : L'équipement audiovisuel du foyer



Source : Département des Études et de la Prospective, ministère de la Culture et de la Communication

Parmi les possesseurs de magnéto-cope, 24% sont abonnés à *Canal +*, 12% au câble et 2% à la télévision par satellite

L'utilisateur de magnéto-cope est plutôt jeune, vit plutôt dans une famille comptant quatre personnes, et va plutôt souvent au cinéma

Le taux d'équipement en magnéto-cope est plus élevé au sein des tranches d'âge les plus jeunes : 88% des 12-14 ans, 84% des 15-17 ans et 75% des 18-49 ans disent en avoir au moins un chez eux, mais seulement 59% des 50-64 ans et à peine 30% des personnes âgées de 65 ans et plus. Il est aussi très élevé (86%) dans les familles de quatre personnes.

Le revenu du ménage joue également un rôle important. Seulement 22% des personnes aux revenus les plus modestes (moins de 4 000 F par mois pour l'ensemble du foyer, ce qui concerne surtout des personnes seules) disposent d'un magnéto-cope, alors que le taux d'équipement double dès la tranche supérieure (42% entre 4 000 F et 6 000 F par mois) et atteint la moyenne nationale dès 6 000 F de revenus mensuels. Proche de 80% à partir de 12 500 F de revenus mensuels, il atteint même 90% au-delà de 25 000 F.

Le taux d'équipement en magnéto-cope varie aussi selon la catégorie professionnelle du chef de ménage : les cadres supérieurs, professions libérales et professions intellectuelles supérieures sont les plus équipés (80% d'entre eux) ; les ouvriers et les employés ont des taux d'équipements supérieurs à la moyenne nationale (respectivement 77% et 73%). Les agriculteurs en activité sont nettement

moins équipés (45%) mais ils devancent l'ensemble des retraités (41%) ainsi que les étudiants vivant hors du domicile parental (31%).

Le niveau d'études, en revanche, ne joue guère : le taux d'équipement est de 66% chez les personnes titulaires au plus d'un BEPC ou d'un diplôme équivalent et de 70% chez les détenteurs d'un diplôme au moins équivalent à un second cycle de l'enseignement supérieur. Seuls se distinguent les Français qui n'ont pas poursuivi leur scolarité au-delà de l'école primaire (52%), mais cette apparente influence du niveau d'instruction masque un effet d'âge : les Français de 65 ans et plus n'ayant au mieux qu'un certificat d'études ne sont en effet que 23% à avoir un magnéto-cope contre 55% des 50-64 ans de même niveau de scolarité.

Le taux de possession d'un magnéto-cope ne varie guère, non plus, d'une région à l'autre, sauf en région parisienne : il est sensiblement plus élevé (85%) à l'est du bassin parisien qu'à l'ouest (63%).

La possession d'un magnéto-cope ne fait pas obstacle à la fréquentation des salles de cinéma

Les trois quarts des Français de 12 ans et plus équipés en magnéto-cope regardent au moins un film en vidéo par semaine. Chez les possesseurs de magnéto-cope, le nombre moyen de films vus, par semaine, à la télévision est également plus élevé (entre 3 et 4) que le nombre de films vus en vidéo (entre 1 et 2), l'ensemble des Français équipés en magnéto-cope voyant en moyenne 5 films par semaine, que ce soit à la télévision ou en vidéo... c'est-à-dire un peu plus de 250 films par an.

L'équipement en vidéo en tant que tel ne constitue pourtant pas un frein à la sortie dans les salles obscures

puisque 59% des détenteurs de magnéto-cope déclarent s'être rendus au cinéma dans l'année contre 38% des non-détenteurs. Les détenteurs de magnéto-cope se montrent aussi beaucoup plus assidus dans leur fréquentation des salles que les non-détenteurs.

Plus la vidéothèque est importante, plus l'on visionne de cassettes

Il arrive au moins de temps en temps à 54% des Français qui ont un magnéto-cope de regarder plusieurs fois le même film en vidéo. On observe aussi que plus le fonds de vidéocassettes possédées est important, plus on a tendance à l'utiliser : ainsi, 50% de ceux qui ont chez eux au moins 45 vidéocassettes déclarent revoir "souvent" le même film en vidéo, alors que la moitié de ceux dont la vidéothèque se monte à moins de cinq unités ne le font "jamais". Entre ces deux extrêmes, on trouve tous les cas de figure : ainsi, un quart de ceux qui ont une vidéothèque d'au moins 30 vidéocassettes ne s'en servent pratiquement pas pour revoir un film tandis que 15% de ceux qui ont moins de 10 cassettes les visionnent de manière assez répétée. La tendance générale est à l'utilisation active de sa vidéothèque, 27% des possesseurs de magnéto-cope déclarant d'ailleurs regarder au moins de temps en temps plusieurs films à la suite en vidéo.

Regarder des vidéos : une pratique conviviale

D'autre part, près de la moitié des utilisateurs de magnéto-cope visionnent les vidéocassettes le plus souvent en compagnie de leurs enfants, frères et sœurs et/ou parents (*Graphique 2*).

La convivialité autour de la vidéo se modifie en fonction de l'âge :

surtout familiale entre 12 et 17 ans, elle devient plutôt amicale entre 18 et 24 ans pour se recentrer autour du couple entre 25 et 34 ans et redevenir familiale entre 35 et 49 ans, le couple reprenant une part plus importante parmi les personnes âgées de 50 à 64 ans, les plus âgés se partageant à égalité entre un usage solitaire, familial et en couple de leur magnéto. Néanmoins, quelle que soit la tranche d'âge considérée, aucune forme de sociabilité n'est franchement marginale, mis à part le visionnement en couple chez les moins de 18 ans et entre amis à partir de 35 ans...

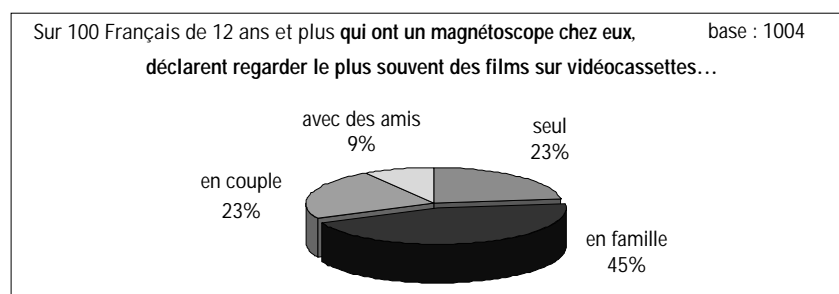
Regarder des films en vidéo sans personne autour de soi est une pratique plus répandue chez les personnes allant souvent au cinéma (au moins une fois par mois), plutôt âgées de 15 à 24 ans, diplômées de l'enseignement supérieur et habitant la région parisienne, bref, présentant la plupart des caractéristiques des forts consommateurs de cinéma en général et de ceux qui fréquentent les salles obscures eux aussi en solitaire.

La vidéothèque "moyenne" compte 25 vidéocassettes : une logique dominante d'accumulation

90% des Français qui ont un magnéto s'en servent pour enregistrer des films ou d'autres programmes diffusés à la télévision, les 10 % restants ne l'utilisent que pour visionner des vidéocassettes pré-enregistrées.

L'enregistrement suppose évidemment l'achat préalable de cassettes vierges : trois utilisateurs de magnéto sur quatre en ont d'ailleurs en réserve. Ce stock de cassettes vierges est le plus souvent compris entre une et cinq cas-

Graphique 2 : La sociabilité de l'usage du magnéto



Source : Département des Études et de la Prospective, ministère de la Culture et de la Communication

settes, rares étant ceux qui en gardent plus de 10 en attente. Les cassettes vierges utilisées viennent augmenter la collection de cassettes enregistrées par soi-même à partir des programmes diffusés par les chaînes de télévision, le nombre de ces cassettes dépassant la trentaine pour 28% des Français de 12 ans et plus équipés en magnéto. L'enregistrement a pour but principal - et s'avère aussi le principal moyen - de constituer et d'enrichir une vidéothèque personnelle. Un peu plus de la moitié des utilisateurs de vidéo conservent en général ce qu'ils ont enregistré après l'avoir regardé.

La possession de vidéocassettes préenregistrées (achetées ou reçues en cadeau) est un peu moins répandue, comme l'indiquent la forte proportion d'utilisateurs de vidéo qui n'en ont aucune et la faible proportion de ceux qui en ont beaucoup. La location concerne encore moins de personnes, la plupart de celles-ci ne louant guère plus de cinq cassettes en même temps.

On peut distinguer dans un premier temps quatre types de vidéothèque selon le volume total de vidéocassettes qu'elles contiennent, quel que soit le type de ces dernières (les cassettes vierges étant mises à part<sup>1</sup>) :

**1 - 26% ont une petite vidéothèque** constituée d'au moins une

cassette et d'au plus 13, la taille moyenne du "fonds" s'établissant à 6 unités ;

**2 - 32% ont une vidéothèque de moyenne importance**, de 7 à 38 cassettes au maximum pour une moyenne située aux alentours de 20 unités ;

**3 - 30% ont une vidéothèque assez importante** comprenant au minimum 21 cassettes et au maximum 58, la plupart d'entre eux en ayant autour de 40 ;

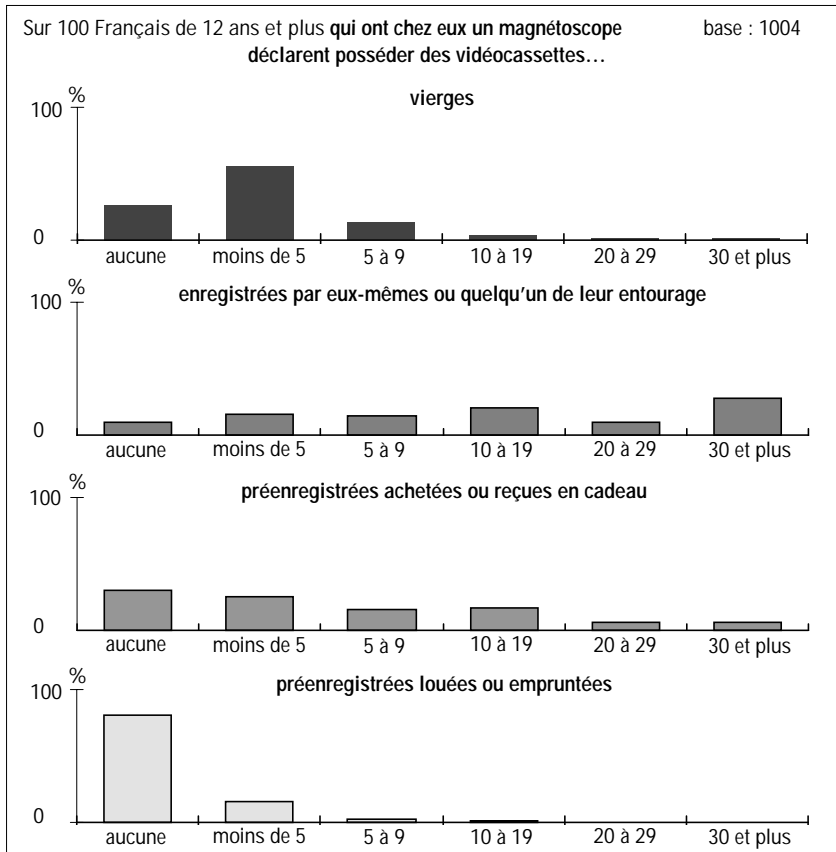
**4 - 8% enfin ont une grosse collection** d'au moins 45 cassettes. Il est difficile d'établir une moyenne étant donné que les réponses "30 cassettes et plus" qui sont prépondérantes n'ont par définition pas de limite supérieure. Toutefois, la majeure partie des Français appartenant à cette catégorie auraient chez eux au moins 60 cassettes, en général enregistrées à partir de la télévision ou achetées.

Enfin, 4% des Français de 12 ans et plus équipés en magnéto ont déclaré n'avoir aucune vidéocassette à leur domicile .

La logique dominante est donc celle de l'accumulation des vidéocassettes et même de la thésaurisation, ce que confirme la faible proportion (moins de 2%) des Français équipés en magnéto qui n'ont recours qu'à la location et à l'emprunt pour s'ap-

<sup>1</sup> La construction de ces quatre groupes a demandé de cumuler les réponses à des questions posées en termes de tranche numérique (par exemple de 5 à 9 cassettes), c'est-à-dire à additionner les centres de classe de chacune de ces tranches pour chacune des trois catégories de vidéocassettes concernées : les cassettes enregistrées par soi-même, les cassettes préenregistrées louées ou empruntées, les cassettes préenregistrées achetées ou reçues en cadeau. Nous avons opté ici pour une présentation simplifiée de ces résultats.

Graphique 3 : Le nombre de vidéocassettes possédées



Source : Département des Études et de la Prospective, ministère de la Culture et de la Communication

provisionner en cassettes (**Graphique 3**).

Des vidéothèques aux "collections" disparates, où domine le film

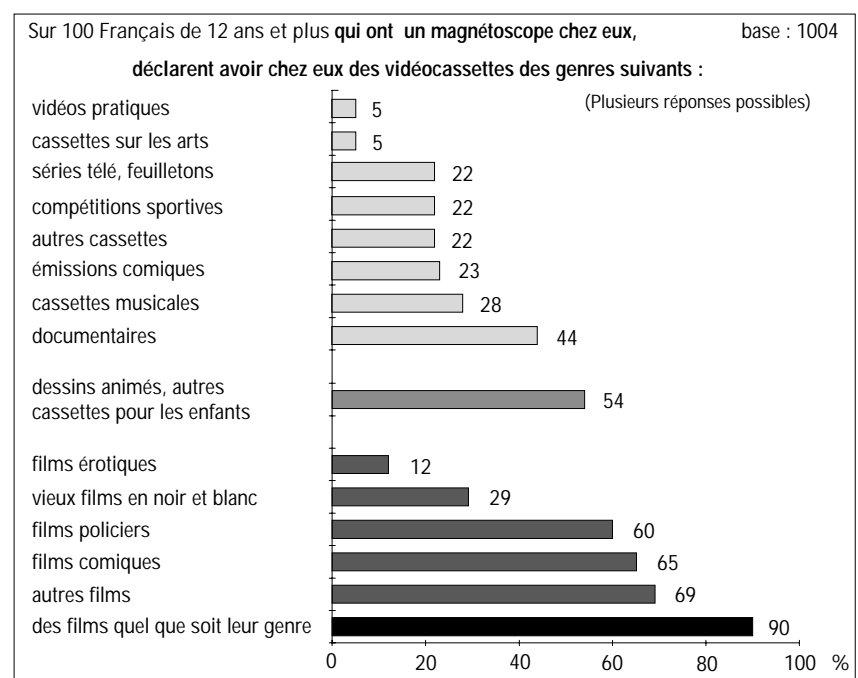
Les films dominent globalement dans la vidéothèque personnelle des Français qui ont un magnétoscope : 90% en ont au moins un sur cassettes, quels que soient le genre de film et le type de vidéocassette (louée, enregistrée, préenregistrée...) tandis que 76% ont des programmes d'un autre genre (du documentaire aux compétitions sportives en passant par les séries télévisées et les cassettes sur les arts) et 54% des cassettes pour enfants ou des dessins animés. Un peu moins de la moitié des Français de 12 ans et plus équipés en magnétoscope (44%) ont également déclaré avoir chez eux ces trois catégories de vidéocassettes. Le film reste

néanmoins dominant quelle que soit la taille de la vidéothèque personnelle, les plus petites d'entre elles comportant générale-

ment de préférence au moins un film plutôt que d'autres genres de vidéocassettes.

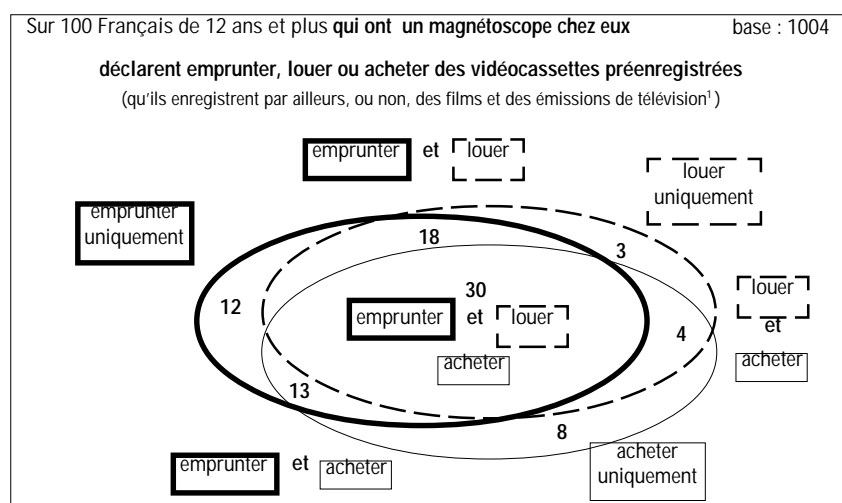
Parmi l'ensemble des vidéocassettes possédées au domicile (que celles-ci soient enregistrées, achetées, louées ou empruntées), les films sont les plus répandus (**Graphique 4**), même si les vieux films en noir et blanc viennent un peu en retrait, devant tout de même la plupart des autres programmes. Les films érotiques ne concernent qu'une minorité de Français qui ont déclaré en avoir, mais celle-ci est loin d'être négligeable. La catégorie des films "autres" que comiques, policiers, en noir et blanc ou érotiques obtient le plus haut score, ce qui peut donner une idée de la diversité des genres de films présents dans les vidéothèques personnelles. Les vidéocassettes sur les arts et les vidéo pratiques (cuisine, bricolage, etc.) ferment la marche, tandis que les documentaires sont deux fois plus répandus que les séries télévisées, les compétitions sportives et même les émissions comiques.

Graphique 4 : Les genres de vidéogrammes présents dans les vidéothèques personnelles



Source : Département des Études et de la Prospective, ministère de la Culture et de la Communication

Graphique 5 : Les modes de constitution de la vidéothèque personnelle



<sup>1</sup> Seulement 10% des Français de 12 ans et plus qui ont un magnétoscope chez eux et l'utilisent déclarent ne jamais enregistrer de films ou d'émissions de télévision. Ils louent, achètent ou empruntent des vidéocassettes préenregistrées ou combinent ces trois pratiques dans des proportions très voisines de celles des autres utilisateurs. Nous avons donc choisi de regrouper les uns et les autres pour une meilleure lecture du graphique. La somme des pourcentages indiqués sur ce graphique n'est cependant que de 88 car nous n'y avons pas fait figurer les 2% de possesseurs de magnétoscope qui déclarent ne pas l'utiliser et les 10% qui se contentent uniquement d'enregistrer des films ou d'autres programmes à partir de la télévision.

Enregistrement, achat, emprunt, location : le "vidéophile-type" a recours, pour enrichir sa vidéothèque, à tous les moyens

Les deux tiers des Français de 12 ans et plus qui ont chez eux un magnétoscope constituent leur vidéothèque de quatre manières différentes, combinables :

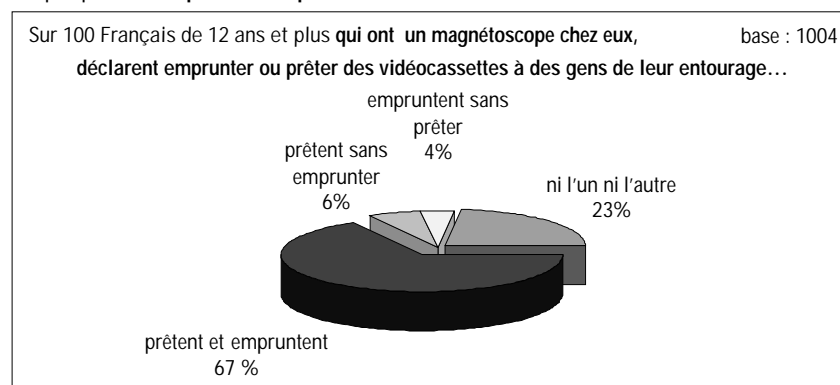
- 90% enregistrent des films ou des émissions diffusées à la télévision ;
- 71% empruntent au moins de temps en temps des vidéocassettes à des gens de leur entourage ;
- 55% achètent eux-mêmes des vidéocassettes préenregistrées ;
- 54% louent des vidéocassettes au moins de temps en temps dans un vidéoclub, une médiathèque, une vidéothèque, par l'intermédiaire d'un comité d'entreprise ou d'une autre structure.

De ces quatre principaux modes d'appropriation, l'enregistrement apparaît bien comme le plus répandu, mais le plus surprenant dans ces résultats est sans doute que

l'emprunt<sup>2</sup> devance nettement l'achat et la location de vidéocassettes.

Le cumul des quatre formes que nous venons d'identifier est le plus courant (*graphique 5*), même s'il n'est pas majoritaire à lui seul. L'association entre l'enregistrement, l'emprunt et la location vient en deuxième position sur le plan du nombre de personnes concernées (18%) devant celle qui unit l'enregistrement à l'emprunt et à l'achat (13%), tandis que la configuration enregistrement-achat-location est plus minoritaire (4%).

Graphique 6 : les prêts et emprunts de vidéocassettes à des tiers



<sup>2</sup> Le terme *emprunt* désigne pour nous les échanges interpersonnels qui ne font pas intervenir de structures comme les vidéoclubs ou les médiathèques, par opposition à la *location*.

Mais la proportion d'utilisateurs du magnétoscope qui se limitent à l'enregistrement de cassettes et à leur emprunt auprès d'autres personnes est supérieure au nombre d'adeptes de la vidéo qui ne passent que par des circuits commerciaux pour s'approvisionner en cassettes (achat ou location) en-dehors de leurs propres enregistrements.

La vidéocassette, objet d'échanges intensifs

Trois quarts des Français de 12 ans et plus qui ont chez eux un magnétoscope pratiquent couramment l'échange de vidéocassettes avec leur entourage (*Graphique 6*). Le prêt et l'emprunt se font plus rares avec l'âge : courants pour près de 90% des jeunes de 12-14 ans, ils concernent 83% des 25-34 ans, 75% des 35-49 ans et moins de 50% des personnes âgées de 50 ans et plus. La propension à l'échange est plus forte chez les personnes dont le profil s'est révélé favorable à une forte consommation de vidéo : habitants de l'est du bassin parisien et de la grande couronne parisienne, amoureux du cinéma en général et des salles obscures en particulier, abonnés à *Canal +*, haut niveau d'études et de revenus, etc.

Un Français sur deux achète des vidéocassettes en grande surface

29% des Français équipés en magnéscope achètent des vidéocassettes souvent ou de temps en temps, 26 % rarement, et 45 % jamais. Acheter des vidéos est avant tout question d'âge et d'intérêt pour l'audiovisuel. Les plus fortes proportions d'acheteurs se rencontrent chez les personnes déclarant aimer énormément le cinéma (74 %), chez les 25-34 ans et, dans une moindre mesure, les 35-49 ans (respectivement 72% et 64%) beaucoup plus nombreux à le faire que leurs cadets (46%).

La présence d'enfants de moins de quinze ans au sein du foyer exerce également une grande influence : au sein des 25-34 ans, les personnes vivant en compagnie d'enfants sont 81% à déclarer acheter des vidéocassettes contre 43% des personnes de la même tranche d'âge, disposant elles aussi d'un magnéscope mais sans enfants de moins de quinze ans au sein du foyer. Ces pourcentages se resserrent pour les personnes de 35 à 49 ans (respectivement 70% et 54% d'acheteurs selon la présence ou non d'enfants), mais l'écart reste encore important. En comparaison, le revenu du ménage intervient relativement peu, sauf pour les plus bas revenus (moins de 4 000 F par mois) qui sont sensiblement moins enclins à acheter des vidéocassettes.

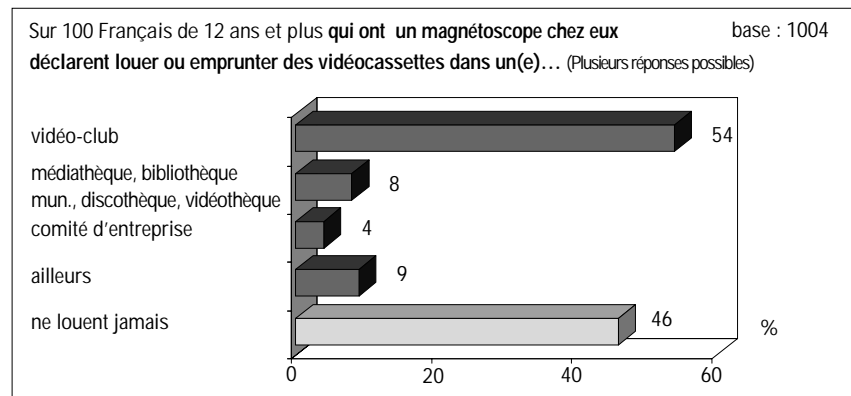
La majorité des acheteurs (62%) achètent le plus souvent pour eux-mêmes, même si un sur quatre en achète le plus souvent dans le but de faire un cadeau et environ 12% déclarent en acheter aussi fréquemment pour eux-mêmes que pour offrir, ces chiffres variant assez peu selon les principaux critères socio-démographiques.

85% des Français de 12 ans et plus qui ont accès à un magnéscope et qui achètent eux-mêmes des vidéocassettes (soit 35% de notre échantillon total) s'approvisionnent dans un supermarché ou un hypermarché contre seulement 23% pour les magasins spécialisés dans l'audiovisuel, les autres lieux de vente concernant moins de 10 % des acheteurs. Ces taux ne varient guère selon la taille de l'agglomération de résidence. Néanmoins les Parisiens s'approvisionnent en général d'abord dans les magasins de type FNAC ou VIRGIN, ce qui peut s'expliquer aussi par la rareté des supermarchés et surtout des hypermarchés dans l'enceinte de la capitale ou par l'importance relative qu'y occupent les magasins spécialisés. Les vidéoclubs viennent en seconde position pour les personnes résidant dans des agglomérations moyennes comptant de 20 000 à 100 000 habitants, juste devant les magasins spécialisés, mais loin derrière les grandes surfaces. La vente par correspondance réalise son meilleur score dans les petites villes de moins de 20 000 âmes tandis que le marchand de journaux la devance légèrement en milieu rural, le supermarché restant toujours, hors de Paris, solidement ancré en première position.

Un Français sur six loue des vidéocassettes au moins une fois par mois

Les locations sont plutôt occasionnelles comme le laissait d'ailleurs supposer l'écart entre le nombre de personnes qui ont déclaré s'être déjà rendues dans un lieu de location et le nombre de celles qui détiennent actuellement des cassettes louées ou empruntées. Il est très rare d'aller louer des vidéocassettes plus d'une fois par semaine, encore que cela soit le cas de 7% des adeptes du vidéoclub. Il est plus courant de s'y rendre une ou quelques fois dans le mois, mais 48 % des emprunteurs le font moins souvent. 54 % des personnes qui louent s'approvisionnent dans un vidéoclub (*Graphique 7*). Ceux qui fréquentent un vidéoclub au moins une fois par semaine ne présentent pas un profil socio-démographique particulier mais se distinguent néanmoins par quelques traits : ils regardent souvent des vidéocassettes seuls ou en couple, possèdent plusieurs magnétoscopes (25 % d'entre eux), sont abonnés à Canal + (41 %), et achètent eux-mêmes des vidéocassettes préenregistrées (41 % contre 29% en moyenne parmi les possesseurs de magnéscope).

Graphique 7 : la fréquentation des lieux de location



Source : Département des Études et de la Prospective, ministère de la Culture et de la Communication

<sup>3</sup> Chiffre qui peut inclure les emprunts à des tiers aussi bien que les locations au sens strict.

Quatre rapports distincts à la vidéo

De toutes les variables sociodémographiques susceptibles d'expliquer les différences de comportement et d'attitude à l'égard du

magnétoscope ce sont l'âge et la présence d'enfants au sein du foyer qui s'avèrent les plus déterminantes (**tableau 1**).

- **Les jeunes de 12 à 34 ans** (34% des Français de 12 ans et plus qui

ont un magnétoscope chez eux). 43% d'entre eux ont au moins 30 vidéocassettes chez eux. Ils sont surtout les plus enclins à conserver les films ou autres programmes enregistrés à partir de la télévision et à pratiquer l'échange de vidéocas-

Tableau 1 : Les types de rapport au magnétoscope

	ENSEMBLE DES FRANÇAIS DE 12 ANS ET PLUS	GROUPE 1 <b>JEUNES</b> 12-34 ans (sans enfant entre 25 et 34 ans)	GROUPE 2 <b>FAMILLES</b> 25-49 ans vivant avec enfant(s)	GROUPE 3 <b>ADULTES SANS ENFANT</b> 35-64 ans vivant sans enfant	GROUPE 4 <b>PERSONNES AGEES</b> 65 ans et plus
% dans la population française de 12 ans et plus	100 %	29 %	24 %	30 %	17 %
Taux d'équipement en magnétoscope	65 %	75 %	81 %	61 %	30 %
<i>Sur 100 personnes de chaque groupe qui ont un magnétoscope chez elles, déclarent...</i>	(base 1004)	(base 345)	(base 300)	(base 284)	(base 77)
<b>avoir au moins 30 vidéocassettes</b>	38	<b>43</b>	<b>45</b>	31	11
<b>avoir des vidéocassettes de :</b>					
- films	90	96	94	86	60
- dessins animés ou autres programmes pour enfants	54	52	<b>80</b>	36	26
- autres programmes	76	81	76	75	<b>63</b>
<b>conserver les vidéocassettes enregistrées par elles-mêmes</b>	48	<b>57</b>	45	41	42
<b>louer des vidéocassettes</b>	54	<b>70</b>	60	40	15
<b>acheter des vidéocassettes</b>	55	45	<b>74</b>	52	37
<b>emprunter des vidéocassettes</b>	71	<b>86</b>	77	60	24
<b>regarder au moins 4 films par semaine en vidéo</b>	11	<b>19</b>	10	7	-
<b>revoir au moins de temps en temps le même film en vidéo</b>	54	<b>74</b>	54	40	17
<b>regarder au moins de temps en temps deux films ou plus à la suite en cassette vidéo</b>	27	<b>41</b>	26	16	5
<b>aller au cinéma au moins une fois par mois</b>	24	<b>43</b>	12	12	2

settes sous forme de location ou d'emprunt à des tiers (86% disent emprunter des vidéocassettes). Leur utilisation du magnétoscope est en outre assez intensive : un sur cinq regarde au moins quatre films par semaine en vidéo et 41% regardent parfois deux films ou plus à la suite. Ils sont aussi très nombreux (74%) à puiser par moment dans leur fonds de vidéocassettes pour revoir un film. Enfin, cette forte consommation de vidéo ne les empêche pas pour autant d'aller au cinéma puisque 43% s'y rendent au moins une fois par mois, chiffre trois fois supérieur à la moyenne nationale.

- **Les familles constituées de personnes de 25 à 49 ans vivant avec au moins un enfant de moins de 15 ans** (30% des Français de 12 ans et plus qui ont un magnétoscope chez eux). Leur vidéothèque est comparable en volume à celle des jeunes précédemment décrits, mais elle se distingue par une plus forte présence des dessins animés et autres programmes pour enfants. La location ou l'emprunt de vidéocassettes concernent une proportion importante des membres de ce groupe, mais l'achat y

tient une place plus importante qu'ailleurs. Ils regardent des films assez fréquemment, bien que dans des proportions moindres que les jeunes de 12-34 ans, et le plus souvent en famille pour 61% d'entre eux (contre un tiers ou un quart des membres des autres groupes).

- **Les adultes de 35 à 64 ans vivant sans enfant de moins de 15 ans** (28% des Français de 12 ans et plus qui ont un magnétoscope chez eux). Cette tranche d'âge est relativement large mais les écarts observés sont minces entre les plus jeunes et plus âgés de ce groupe. Les scores obtenus sur la plupart des variables permettant de décrire leur rapport au magnétoscope se situent plus près des moyennes ou légèrement inférieures à celles-ci (par exemple, seulement un tiers ont des dessins animés chez eux). Ils restent néanmoins des utilisateurs assez réguliers de leur magnétoscope même s'ils ne montrent pas l'avidité affichée par les jeunes de moins de 35 ans ni l'intérêt pour l'achat de vidéocassettes dont font montre les familles avec enfants.

- **Les personnes âgées de 65 ans et plus** (8% des Français de 12

ans et plus qui ont un magnétoscope chez eux). Ce groupe est en retrait par rapport aux autres sur la plupart des indicateurs : leur vidéothèque est peu fournie et peu diversifiée (40% n'ont pas de films en cassettes vidéo chez eux), ils sont peu nombreux à louer, emprunter et même acheter des vidéocassettes (mais tout aussi nombreux que les adultes de 35-64 ans à conserver celles qu'ils ont enregistrées à la télévision) et rares sont ceux qui voient plus d'un film à la suite en vidéo ou quatre films par semaine. Leurs vidéothèques sont les seules à compter moins de films ou de dessins animés que des "autres programmes". L'avancée en âge joue sans doute pour beaucoup dans ce relatif sous-équipement (le taux d'équipement étant par ailleurs faible), mais il se pourrait aussi que cette génération qui a vu apparaître le magnétoscope alors qu'elle approchait le cap des 50 ans n'ait pas eu le désir de suivre cette évolution technologique, soit par appréhension face aux appareils électroniques en général, soit faute d'avoir été stimulée par la présence d'enfants à leur domicile.

#### METHODOLOGIE

Les résultats suivants sont tirés de l'enquête sur la culture cinématographique des Français qui comportait une vingtaine de questions relatives à l'équipement audiovisuel, aux usages du magnétoscope, au volume, à la composition ainsi qu'aux modes de constitution des vidéothèques personnelles. Cette étude traite principalement des connaissances cinématographiques, des goûts et des modes de formation des unes et des autres dans la population française âgée de 12 ans et plus. Elle a été réalisée, en novembre 1995, au moyen d'un sondage auprès d'un échantillon de 1555 personnes a priori représentatives des Français âgés de 12 ans et plus. Commandée par le Centre National de la Cinématographie et le Département des Etudes et de la Prospective, et placée sous la responsabilité scientifique de Jean-Michel Guy, elle a été conduite sur le terrain par les enquêteurs de l'institut français de Démoscopie. Jérôme Bourdon, chercheur à l'Institut National de l'Audiovisuel a participé à la conception méthodologique de l'étude. Cette enquête sur la vidéo a été effectuée avec la participation du service des études du Centre National de la Cinématographie.

La consommation ou la réception d'images ne sont qu'une dimension du rapport des Français avec la vidéo. Une autre enquête réalisée par le Département des études et de la prospective du ministère de la Culture et de la Communication, portant sur les pratiques de la vidéo en amateur montre en effet que le caméscope s'est très rapidement diffusé dans la population française : 16% des Français âgés de 15 ans et plus, soit près de 7 millions de personnes, manient personnellement un caméscope. Environ 300 000 personnes l'utiliseraient à des fins d'expression artistique<sup>6</sup>.

<sup>6</sup> Les résultats complets de cette enquête sont exposés dans un ouvrage paru en septembre 1997 : *La photographie et la vidéo en amateur. Pratiques et marchés*. RIPON. R., sous la direction de DONNAT O. et ROUET F. Département des Etudes et de la Prospective, Ministère de la Culture et de la Communication. (Voir aussi *Développement Culturel* n° 118)