

# 40 ans de services culturels et récréatifs

## La télévision détrône le stade et le cinéma

Danielle Besson, division Synthèse des biens et services, Insee

**D**e 1960 à 2003, la part de budget que les ménages ont consacrée aux services culturels et récréatifs est passée de 2,8 % à 3,9 %. Jusqu'en 1990, la progression annuelle de la consommation de services a été nettement moins forte que celle des biens et des équipements culturels et de loisirs, en volume. Toutefois, depuis les années 1990, la tendance s'est inversée, et les achats de services culturels et récréatifs augmentent plus vite que les achats de biens et d'équipements qui leur sont associés.

Le développement des jeux de hasard, des spectacles et des chaînes payantes de télévision explique l'essentiel de cette croissance. Le cinéma a le plus souffert des mutations liées à la concurrence des nouveaux médias, avec une perte de la moitié de ses spectateurs en 40 ans ; mais il a su inverser la tendance et retrouver le goût du public lors de la dernière décennie.

activités sportives, les dépenses pour les jeux de hasard et d'argent nettes des gains, et les dépenses d'abonnement et de redevance aux chaînes de télévision (*définitions*).

Ces dépenses ne représentent qu'une partie des dépenses totales en loisirs et culture (3,9 % sur 9,2 % en 2003). En effet, celles-ci comprennent aussi les achats de biens et d'équipements culturels et de loisirs : appareils et accessoires audio-visuels et informatiques, disques et vidéo-disques, livres et presse, équipements sportifs à l'exclusion des vêtements et chaussures de sport. En 40 ans, les ménages ont accru la part de budget qu'ils consacrent à leurs dépenses de consommation de services culturels et récréatifs. En 2003, celles-ci se sont élevées à 33,3 milliards d'euros soit 1 300 € par ménage, représentant 3,9 % de leur budget contre 2,8 % en 1960. À ces dépenses s'ajoutent celles des administrations publiques et institutions sans but lucratif (*sources*). Ces dernières ont financé 23 % de la consommation effective de ces services par les ménages en 2003 (*tableau 1*).

### Les dépenses de services progressent plus vite

Les dépenses de « services culturels et récréatifs » comprennent les billets d'entrée dans les salles de spectacles, cinémas, discothèques, parcs, zoos, réserves, manifestations sportives ; elles incluent aussi les inscriptions à des

La répartition entre biens et services des dépenses de consommation en loisirs et culture est restée stable jusqu'à la fin des années 1980 : environ deux tiers des dépenses concernaient les achats de biens et

#### 1 Financement des dépenses en services culturels et récréatifs

|  | 1960                    |                                       | 2003                    |                                       |
|--|-------------------------|---------------------------------------|-------------------------|---------------------------------------|
|  | Montant en millions d'€ | Part dans la consommation totale en % | Montant en millions d'€ | Part dans la consommation totale en % |
| Dépense de consommation des ménages  | 736                     | 70                                    | 33 253                  | 77                                    |
| Dépense de consommation individualisable :   |                         |                                       |                         |                                       |
| des administrations publiques <sup>(1)</sup>   | 157                     | 15                                    | 6 274                   | 14                                    |
| des ISBLSM <sup>(2)</sup>  | 156                     | 15                                    | 3 723                   | 9                                     |
| <b>Consommation totale effective des ménages en services culturels et récréatifs</b> | <b>1 049</b>            | <b>100</b>                            | <b>43 250</b>           | <b>100</b>                            |

Note : La part de chacune des dépenses de consommation a été calculée par rapport à la consommation totale effective des ménages.

(1) Participation de l'État ou des collectivités locales au financement de la consommation totale effective.

(2) Participation des Institutions sans but lucratif au service des ménages (ISBLSM) au financement de la consommation totale effective.

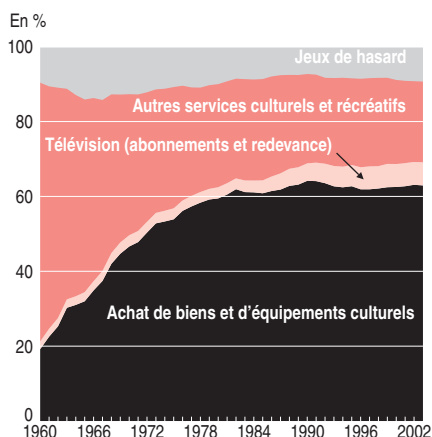
Source : Comptes nationaux, Insee

INSEE  
PREMIERE



INSEE

## ① Les loisirs et la culture : structure en volume



Source : Comptes nationaux, Insee

d'équipements culturels et de loisirs et un tiers les dépenses de services culturels et récréatifs.

Sur cette même période 1960-1990, la croissance en volume de ces achats de services était plus faible que celle des biens (+ 2,2 % par an en moyenne contre + 9,4 % entre 1960 et 1990) (*graphique 1*), les prix des services augmentant plus rapidement que ceux des biens (+ 8,4 % contre + 2,3 %).

Sur la dernière décennie, la part des biens en valeur a diminué de 67 % en 1990 à 58 % en 2003, tandis que celle des services a augmenté. Les achats de billets d'entrée et de jeux, ainsi que la redevance, ont progressé plus vite que les dépenses en biens et en équipements de loisirs et de culture. C'est le fait à la fois d'une plus forte croissance en volume (+ 3,5 % par an contre + 3,1 % pour les biens entre 1990 et 2003) mais surtout d'une nette baisse du prix des biens (- 0,5 % par an pour les biens contre + 2,2 % pour les services). Ainsi, de 1990 à 2003, le prix des services a continué à s'accroître plus rapidement que celui des biens, l'écart (+ 2,7 % par an) étant toutefois beaucoup moins fort que durant la période 1960-1990 (+ 6,1 % par an).

### La télévision payante est en plein essor

La part du budget consacrée aux dépenses liées à la télévision a triplé sur 40 ans pour atteindre 0,6 % en 2003 (*tableau 2*). À cette date, les dépenses se sont

élevées à 5,4 milliards d'euros soit 212 € par ménage. Elles comprennent la redevance (*sources*) ainsi que les abonnements aux chaînes payantes, câble et autres satellites.

À partir de 1985, les activités de télévision se sont amplifiées, d'abord avec la création de Canal Plus, puis au milieu des années 90 avec l'apparition des chaînes câblées. Enfin, une nette accélération a eu lieu depuis 1997 avec le véritable envol de la télévision numérique par satellite. Depuis l'année 2000, la progression des abonnements à la télévision numérique par câble et satellite ralentit en raison du taux d'équipement déjà important des ménages. En effet, en 2002, environ 5 millions de foyers sont abonnés aux chaînes thématiques et autant à Canal Plus. Quant à la redevance de télévision, elle progresse de façon modérée, le taux d'équipement augmentant désormais très faiblement. La part en valeur de la redevance dans les dépenses de consommation des ménages en services de télévision est passée de 58 % en 1991 à 43 % en 2002.

### Le cinéma souffre de la rivalité de la télévision

En 40 ans, les dépenses de cinéma ont baissé de 43 % à prix constants du fait de la concurrence de la télévision puis des magnétoscopes et ensuite des lecteurs DVD. Elles ont diminué de 1,3 % par an en volume et en moyenne (*graphique 2*).

Sur la période, le cinéma a été affecté par deux crises majeures provoquées par la concurrence de nouveaux médias. Au cours des années 60, le nombre de spectateurs a diminué de moitié du fait de la diffusion de la télévision, puis la fréquentation du cinéma s'est stabilisée autour de 180 millions de spectateurs. L'évolution du prix des places de cinéma était pourtant alors plus modérée que celle des autres services culturels et récréatifs. À partir de 1980, les ménages se sont équipés en magnétoscopes et l'offre télévisuelle s'est diversifiée. Des chaînes privées sont apparues telles que la Cinq, M6 et Canal Plus qui diffuse des films récents. Entre 1982 et 1991, les dépenses de cinéma ont diminué de 6,4 % par an. Cependant, depuis, la tendance s'est retournée. La fréquentation des salles, à son plus bas niveau en 1992, a augmenté. L'offre accrue de salles, le développement des multiplexes (complexes cinématographiques de plus de dix salles) et les cartes d'abonnements illimités ont favorisé cette croissance. Entre 1995 et 2003, les dépenses des ménages ont progressé de 3,8 % par an en volume.

### Les spectacles de plus en plus prisés

Entre 1960 et 2003, les achats de billets de concert, théâtre, music-hall et aussi de cirque et de corrida ont progressé en moyenne de 3,7 % par an en

## ② 40 ans de dépenses de consommation des ménages en services culturels et récréatifs

|   | 1960                    |                             | 2003                    |                             |
|---|-------------------------|-----------------------------|-------------------------|-----------------------------|
|   | Montant en millions d'€ | Coefficient budgétaire en % | Montant en millions d'€ | Coefficient budgétaire en % |
| <b>Dépenses de consommation des ménages</b>               | <b>26 169</b>           | <b>100</b>                  | <b>853 763</b>          | <b>100</b>                  |
| Loisirs et culture (fonction 09)                          | 1 859                   | 7,1                         | 78 283                  | 9,2                         |
| dont <b>Services culturels et récréatifs</b> (094) dont : | <b>736</b>              | <b>2,8</b>                  | <b>33 253</b>           | <b>3,9</b>                  |
| Jeux de hasard (*)  | 98                      | 0,4                         | 7 790                   | 0,9                         |
| Télévision  | 59                      | 0,2                         | 5 420                   | 0,6                         |
| Services liés au sport                                    | 95                      | 0,4                         | 4 542                   | 0,5                         |
| Spectacles  | 64                      | 0,2                         | 3 920                   | 0,5                         |
| Manèges forains et parcs d'attractions                    | 82                      | 0,3                         | 2 055                   | 0,2                         |
| Bals et discothèques                                      | 20                      | 0,1                         | 1 241                   | 0,1                         |
| Cinéma  | 117                     | 0,5                         | 1 086                   | 0,1                         |
| Zoos et réserves  | 9                       | 0,0                         | 494                     | 0,1                         |

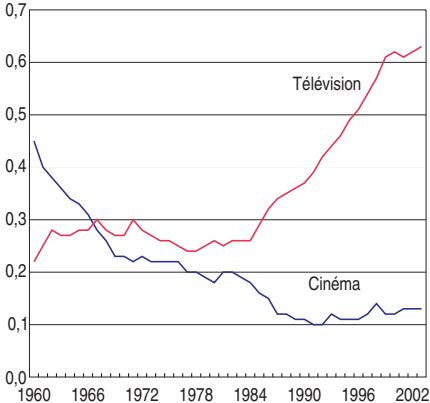
(\*) : les dépenses sont nettes des gains des ménages

Note : Le coefficient budgétaire d'un produit ou groupe de produits est le rapport de la dépense concernée à la dépense totale de consommation des ménages

Source : Comptes nationaux, Insee

## ② Dépenses consacrées au cinéma et à la télévision

Coefficients budgétaires en % de la dépense des ménages



Source : Comptes nationaux, Insee

volume (*graphique 3*). La hausse a même atteint 8 % par an au cours des 10 dernières années. En 2003, les ménages ont déboursé 154 € chacun en moyenne pour des spectacles. La part que représentent ces dépenses dans leur budget a plus que doublé sur 40 ans. Les spectacles ont bénéficié d'une évolution de prix favorable par rapport à ceux de l'ensemble des services culturels et récréatifs. Leur prix relatif a ainsi baissé jusqu'en 1987, puis est resté assez stable. Depuis 1960, le nombre d'entrées dans les bals et discothèques est en revanche constant.

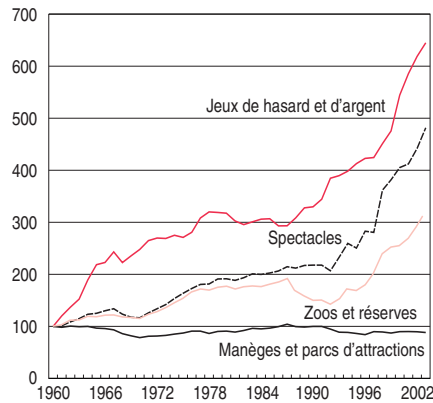
### Les parcs de loisirs sont victimes de leurs prix

La fréquentation des parcs de loisirs a diminué globalement sur la période de 0,3 % par an en volume. En 2003, la dépense a atteint 81 € par ménage. L'ouverture de centres d'attractions d'un type nouveau comme le Futuroscope (1987) les Center Parcs (1988), puis le Parc Astérix (1989) et enfin Disneyland Paris (1992) ont d'abord attiré une forte clientèle. Mais sur la dernière décennie, le prix relatif des parcs par rapport à l'ensemble des prix des services culturels et récréatifs a augmenté et la dépense des ménages, y compris celle des touristes en France, a diminué de 1 % par an en volume.

Depuis 1960, les entrées dans les zoos ont progressé de 2,8 % par an en volume, mais sur un rythme qui s'est accéléré. En 2003, la dépense par

## ③ Les services culturels et récréatifs depuis 40 ans

Indices de volume base 100 en 1960



Source : Comptes nationaux, Insee

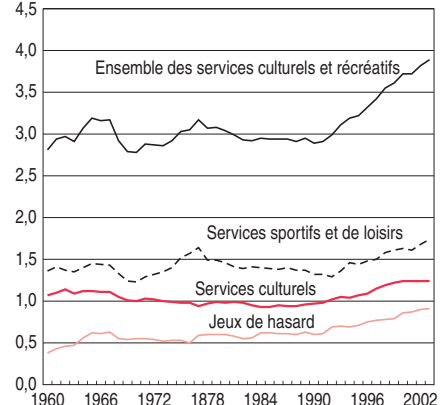
ménage reste néanmoins quatre fois plus petite que celle qui est consacrée aux parcs de loisirs. L'offre s'est renouvelée avec la création d'aquariums, de réserves et de parcs de faune locale.

### Développement des pratiques sportives

Les ménages ont légèrement augmenté la part de leurs dépenses de services liés au sport : 0,5 % en 2003 contre 0,4 % en 1960 (*graphique 4*). En se développant, les activités sportives, bien qu'en partie gratuites, ont stimulé leur dépense. Dans une première période, la pratique sportive progressait lentement, tandis que l'assistance à des manifestations sportives diminuait, avec la généralisation de la télévision. La pratique des sports a été favorisée par la loi de 1984 relative à l'organisation et à la promotion des activités physiques et sportives dans les milieux scolaires, puis par le développement des infrastructures (gymnases, piscines, courts de tennis et terrains de plein air). En outre, les adultes ont acquis du temps libre avec l'introduction d'une cinquième semaine de congés payés en 1982 puis la réduction du temps de travail intervenue progressivement à partir de 1999. Depuis 1985, les dépenses pour les activités et les manifestations sportives (*définitions*) ont crû plus vite, de 4,1 % par an en volume pour atteindre 4,5 milliards d'euros, soit 178 € par ménage en 2003. Le tennis, le ski et le golf se sont démocratisés. Les

## ④ Part des dépenses en services culturels et récréatifs

Coefficients budgétaires en % de la dépense des ménages



Source : Comptes nationaux, Insee

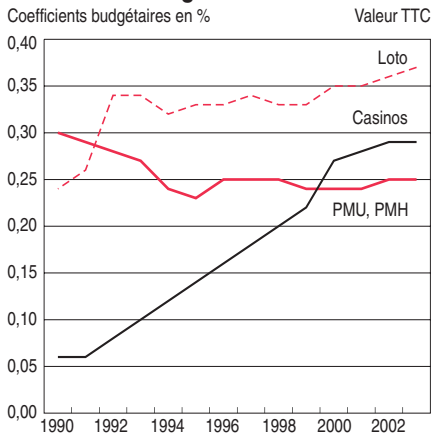
dépenses pour remontées mécaniques ont ainsi progressé de 4,9 % par an en volume et en moyenne sur 40 ans, et même de + 11,3 % entre 1970 et 1982, période marquée par un fort développement des installations. De nouvelles activités sportives se sont créées : nouveaux sports de glisse, aventure, escalade, espaces forme - santé.

### Succès grandissant des jeux de hasard et d'argent

En 40 ans, les dépenses des ménages en jeux de hasard et d'argent, nettes de leurs gains (*définitions*), se sont accrues de 4,4 % par an en volume, rythme supérieur à celui de l'ensemble des dépenses de consommation (+ 3,1 %). Sur la période, la part de la dépense consacrée aux jeux de hasard et d'argent a plus que doublé. En 2003, les dépenses nettes de gains consacrées à ces jeux ont été de 305 € par ménage, soit 1,4 fois le budget consacré à la télévision. Les Français jouent à la Française des jeux (Loto, jeux instantanés avec grattage), au Pari Mutuel Urbain (PMU) et Paris Mutuel Hippodrome (PMH) et dans les casinos.

Sur la dernière décennie, la part de la dépense de consommation consacrée aux jeux des casinos a été multipliée par cinq alors que celle des PMU et PMH a diminué (*graphique 5*). Depuis 1988, ce secteur a profité de l'autorisation d'exploiter les machines à sous. Celles-ci représentent 90 % du produit brut des jeux dans les casinos. D'abord

## ⑤ Dépenses consacrées aux jeux de hasard et d'argent, nettes des gains



Source : Comptes nationaux, Insee

limitée aux stations balnéaires et thermales, leur implantation a été ensuite autorisée dans les grandes villes à caractère touristique et près de Paris, ce qui devrait encore pousser la croissance de ce secteur à l'avenir.

## Définitions

**Les dépenses de services culturels et récréatifs** comprennent :

- les dépenses culturelles de spectacles (cinéma, télévision, théâtre, music-hall, manèges forains, cirque, corrida, parcs d'attractions, bals et discothèques), les entrées dans les musées et monuments, les services des bibliothèques et la location de cassettes vidéos et de DVD.

- les dépenses liées aux sports : entrées dans les stades, les piscines, les terrains de golf, etc., abonnements à des clubs sportifs et leçons assurées par des professeurs de sport indépendants.

- les jeux de hasard et d'argent, y compris les casinos. La dépense des ménages est ici la différence entre les sommes engagées et les sommes encaissées (perte nette). Pour les casinos, la perte nette des ménages est assimilée au produit brut réalisé par l'ensemble des casinos. Les dépenses de services culturels et récréatifs ne comprennent pas les livres, les journaux et les achats de DVD et de cassettes vidéo préenregistrées qui sont des dépenses de biens culturels.

## Sources

Données issues de la Comptabilité nationale, chiffres 2003 concernant la consommation des ménages (*bibliographie*).

**Traitement comptable de la redevance :** La redevance de télévision, collectée par l'État et reversée aux entreprises publiques de radio et de télédiffusion, est interprétée comme étant de la dépense de consommation des ménages. À cette dépense s'ajoute la compensation des exonérations octroyées par l'État pour constituer la consommation effective des ménages de service de télévision.

**Consommation effective finale des ménages :**

Elle recouvre l'ensemble des biens et les services que les ménages utilisent effectivement (ou consomment) quelle que soit la manière dont ils sont financés, alors que la dépense de consommation se limite aux dépenses que les ménages supportent directement. L'écart entre les deux notions

est ce qui est financé par les Administrations publiques et les Institutions sans but lucratif au service des ménages.

**Dépenses de consommation des Administrations publiques et des Institutions sans but lucratif au service des ménages :**

Les établissements publics et les associations financées majoritairement par l'État ou les collectivités locales sont classés parmi les Administrations publiques : ce sont les Maisons des jeunes et de la culture, une partie des musées et des théâtres.

D'autres associations, financées principalement par la cotisation des membres et non par la vente de billets, sont classées dans le secteur des Institutions sans but lucratif au service des ménages.

**Valeur et volume :**

Dans l'ensemble du texte, les parts sont exprimées en valeur, sauf indication contraire. Les volumes sont calculés par chaînage des comptes aux prix de l'année précédente, base 100 en 1995.

## Bibliographie

« La consommation des ménages en 2003 », *Insee Résultats Société* n° 32 (cédérom inclus), juillet 2004.

« 40 ans de cinéma : âge d'or, crise et renouveau », *Insee première* n° 841, avril 2002.

Vingt ans de développement des loisirs, *Données Sociales* 1990, pp 213-216, Insee.

PMU : rapports financier et d'activité annuelle du PMU, *site internet www.pmu.fr* ; Casinos et Française des jeux : rapports financier et d'activité annuel de La Française des Jeux, *site internet www.fdjeux.com*.

INSEE PREMIÈRE figure dès sa parution sur le site Internet de l'Insee : [www.insee.fr](http://www.insee.fr) (rubrique Publications)

Vous pouvez vous abonner gratuitement aux avis de parution dans <http://www.insee.fr/fr/ppp/abonnement/abonnement.asp#formulaire>

## BULLETIN D'ABONNEMENT A INSEE PREMIERE

A RETOURNER A : INSEE Info Service, Service Abonnement B.P. 409, 75560 Paris CEDEX 12  
Tél. : 01 53 17 88 45 Fax : 01 53 17 89 77

OUI, je souhaite m'abonner à INSEE PREMIÈRE - Tarif 2004

Abonnement annuel =  70 € (France)  87 € (Étranger)

Nom ou raison sociale : \_\_\_\_\_ Activité : \_\_\_\_\_

Adresse : \_\_\_\_\_ Tél : \_\_\_\_\_

Ci-joint mon règlement en Euros par chèque à l'ordre de l'INSEE : \_\_\_\_\_ €.

Date : \_\_\_\_\_ Signature \_\_\_\_\_

**Direction Générale :**  
18, Bd Adolphe-Pinard  
75675 Paris cedex 14  
**Directeur de la publication :**  
Jean-Michel Charpin  
**Rédacteur en chef :**  
Daniel Temam  
**Rédacteurs :** R. Baktavatsalou,  
C. Benveniste, C. Dulon,  
A.-C. Morin  
**Maquette :** Mireille Brunet  
Code Sage IP04983  
ISSN 0997 - 3192  
© INSEE 2004

**INSEE**  
INSTITUT NATIONAL  
DE LA STATISTIQUE  
ET DES ÉTUDES  
ÉCONOMIQUES