

Les ménages consacrent en moyenne 4 % de leur budget annuel à l'achat de biens et services culturels

En 2017, les ménages résidant en France consacrent en moyenne un peu plus de 1 000 euros à l'achat de biens et services culturels, soit 3,8 % de leur budget annuel. L'accès à divers services audiovisuels (redevance audiovisuelle, abonnements câble et satellite, vidéo à la demande, etc.) constitue la première dépense culturelle, suivi par l'achat de biens d'équipement permettant d'accéder aux contenus culturels (radio, téléviseur, micro-ordinateur, etc.), puis de livres et de presse.

Les ménages jeunes dépensent plus en biens d'équipement, tandis que les ménages dont la personne de référence a 65 ans ou plus dépensent davantage pour les livres et la presse. Les ménages cadres allouent un montant et une part de leur budget aux dépenses culturelles supérieurs à ceux des ménages agriculteurs ou ouvriers. Par ailleurs, les dépenses et l'effort budgétaire consacrés à la culture par les ménages augmentent avec le niveau de diplôme et le niveau de vie.

Entre 2011 et 2017, la dépense moyenne des ménages en biens et services culturels diminue d'une centaine d'euros courants, soit une baisse de 10 %, qui découle avant tout de baisses de prix. Ce recul concerne en premier lieu les achats de biens d'équipement permettant d'accéder aux contenus culturels (- 35 %) et, en second lieu, les livres et la presse (- 11 %). À l'inverse, les dépenses de sorties et divertissement augmentent (+ 19 %), ainsi que celles pour l'accès à divers services audiovisuels (+ 8 %).

À quoi les ménages résidant en France consacrent-ils leurs dépenses culturelles ? Comment ces dépenses varient-elles selon les caractéristiques des ménages ? Cette étude répond à ces questions à partir des deux dernières éditions de l'enquête Budget de famille de l'Insee, qui permettent d'observer l'évolution de ces dépenses entre 2011 et 2017 ► [sources](#). Leur analyse offre une meilleure compréhension du financement privé de la culture, des pratiques culturelles et, dans une certaine mesure, de l'accès à la culture. Il est par ailleurs intéressant de mettre les dépenses culturelles en regard des évolutions de court et plus long termes que la société française connaît (évolutions techniques dont la révolution numérique, démographiques, conjoncturelles, etc.).

En 2017, les ménages consacrent en moyenne un quart de leur budget culturel aux services audiovisuels

En 2017, les ménages consacrent en moyenne 3,8 % de leurs dépenses totales, soit 1 041 euros, à l'achat de biens et services culturels ► [figure 1](#). Cette part est quatre fois moins importante que celle consacrée aux produits alimentaires et boissons non alcoolisées, au logement¹ ou aux transports (achats de véhicules, frais liés et services de transport). Un quart (26 %) de ce budget culturel est affecté à l'accès à divers services audiovisuels (redevance, abonnements câble et satellite, vidéo à la demande, etc.), 23 % à l'achat de biens d'équipement permettant d'accéder aux contenus culturels (radios, téléviseurs, micro-ordinateurs, lecteurs DVD/Blu-ray, tablettes, etc.) et 22 % aux livres et à la presse, y compris numériques. Le reste se répartit entre les sorties culturelles et le divertissement pour 19 % (cinéma, concert, musées, théâtre, etc.) et les articles pour la création et l'expression artistiques pour 10 % (appareils photographiques, instruments de musique, etc.).

¹ Hors achats immobiliers, remboursements de prêt immobilier et gros travaux.

► 1. Dépenses culturelles moyennes par ménage en 2011 et 2017

Type de dépenses	Répartition en 2017 (en %)	Montant (en euros courants)		Évolution 2017/2011 (en euros courants, en %)	Contribution à l'évolution des dépenses culturelles (en points)
		2011	2017		
Articles pour la création et l'expression artistiques	10,2	112	106	- 5	- 1
Équipements photographiques et cinématographiques	1,8	31	19	- 39	
Instruments de musique et accessoires	1,5	12	16	29	
Articles de papeterie et de dessin	6,9	70	72	3	
Équipement	22,9	366	238	- 35	- 11
Appareils de réception, d'enregistrement et de reproduction du son	3,0	21	31	51	
Téléviseurs, home cinémas, lecteurs DVD de salon et portables	6,0	142	62	- 56	
Micro-ordinateurs, matériels et accessoires informatiques, consommables	8,6	125	90	- 28	
Supports vierges ou enregistrés pour l'image et le son	4,6	75	48	- 36	
Réparation des équipements et accessoires audiovisuels, photographiques et informatiques	0,6	4	6	82	
Livres et presse	22,2	261	231	- 11	- 3
Livres y compris numériques	11,2	131	117	- 11	
Journaux et périodiques	11,0	130	114	- 12	
Redevances et abonnements	25,6	246	267	8	2
Services de télévision et de radiodiffusion (location, redevance, abonnement câble et satellite, vidéo à la demande, etc.)	25,6	246	267	8	
Sorties et divertissement	19,1	167	199	19	3
Cinémas, théâtres, salles de concert	9,4	82	98	19	
Musées, jardins zoologiques et similaires	1,7	16	18	12	
Smartbox et autres services de loisirs (animateurs, photographes, services pour animaux)	8,0	69	83	20	
Dépenses culturelles		1 153	1 041	- 10	///
Dépenses totales		26 439	27 408	4	///
Part des dépenses culturelles dans les dépenses totales (en %)		4,4	3,8	///	///

/// : absence de résultat due à la nature des choses.

Lecture : en 2017, les ménages dépensent en moyenne 117 euros en livres y compris numériques, soit 11 % de moins qu'en 2011 en euros courants. La baisse de la dépense moyenne pour les livres et la presse contribue à hauteur de 3 points aux 10 % de baisse des dépenses culturelles moyennes.

Champ : France, ménages vivant en logement ordinaire.

Source : Insee, enquêtes Budget de famille 2011 et 2017.

Les dépenses culturelles des ménages sont plus concentrées que l'ensemble des dépenses en biens et services (alimentation, logement, habillement, santé, etc.). En 2017, la moitié des ménages ayant le plus de dépenses culturelles sont à l'origine de 85 % du total de ces dépenses ; ce pourcentage est de 75 % lorsqu'il s'agit de l'ensemble des dépenses de biens et services.

Les dépenses d'équipement et de livres et presse reculent fortement entre 2011 et 2017

Entre 2011 et 2017, la part moyenne du budget des ménages consacré à la culture diminue de 0,6 point, passant de 4,4 % à 3,8 %. Le budget culturel moyen baisse de 10 % en euros courants. La principale contribution à cette baisse est la diminution de 35 % de la dépense en biens d'équipement. Ce poste de dépense comprend un ensemble de biens dont les prix ont particulièrement baissé sur la période, ce qui explique l'essentiel du recul de la dépense. Notamment, les achats de téléviseurs, home cinémas et autres appareils audiovisuels ont diminué en moyenne de 80 euros par ménage (- 56 %). Dans le même temps, le prix du matériel de réception et d'enregistrement du son et d'image a baissé de 34 %. La dépense en micro-ordinateurs, tablettes et accessoires informatiques se contracte aussi avec une baisse moyenne de 35 euros (- 28 %) liée à la baisse des prix des équipements informatiques de près de 30 % sur la période.

La réduction entre 2011 et 2017 des dépenses de livres et presse contribue, dans une moindre mesure, à la baisse des dépenses culturelles moyennes des ménages (- 30 euros, soit - 11 %). Cette évolution a lieu dans un contexte de hausse différenciée du prix des livres et des titres de presse. Les premiers augmentent de 1,6 %, les seconds de 18,9 %, dans un contexte où la moyenne des prix à la consommation augmente de 4,7 % entre 2011 et 2017. La baisse des dépenses,

qui se répartit également entre achats de livres et achats de presse, résulte ainsi d'une baisse des quantités consommées dominant largement l'effet de la hausse des prix. Entre les deux années, le chiffre d'affaires des éditeurs de livres et les ventes de livres imprimés, numériques et audio baisse [Observatoire de l'économie du livre, 2020], et la diffusion payée de presse grand public mesurée en nombre d'exemplaires papier ou numériques se réduit d'environ 20 %, malgré une forte croissance des ventes numériques [OJD, 2012 ; ACPM, 2018].

La baisse de la dépense moyenne en articles pour la création et l'expression artistiques contribue faiblement à l'amoindrissement du budget culturel moyen entre 2011 et 2017 (- 5 %). Elle inclut néanmoins la deuxième plus forte baisse de dépense, celle du matériel photographique et cinématographique (- 39 %). Cette réduction s'explique par une forte baisse de prix², mais également par la substitution du smartphone aux appareils photographiques (mais aussi vidéo), dont les ventes baissent fortement sur la période en volume. En 2017, 73 % des 12 ans ou plus sont équipés d'un smartphone, contre 17 % en 2011 [Arcep et al., 2019].

Inversement, entre 2011 et 2017, les dépenses moyennes de sorties culturelles et divertissement augmentent de 32 euros, et celles pour l'accès aux services audiovisuels (dont les abonnements câble et satellite et la vidéo à la demande) de 21 euros (soit respectivement + 19 % et + 8 %). Ces augmentations sont liées à leur enchérissement global sur la période : + 8 % pour les services culturels (cinémas, autres spectacles culturels et musées, redevance et abonnements télévision, autres services culturels). Pour les sorties au cinéma, d'après le *Bilan 2020* du Centre national du cinéma et de l'image animée (CNC), la fréquentation des salles baisse de 3,6 % entre les deux dates, tandis que la recette moyenne par entrée, souvent assimilée au prix moyen d'une place de cinéma, augmente de 4,1 % en euros courants. De plus, la hausse d'un peu plus de 10 % de la redevance audiovisuelle contribue fortement à la progression des dépenses audiovisuelles. Dans le même temps, le recours croissant aux services payants de vidéo à la demande concourt à la hausse des dépenses : selon le CNC, le chiffre d'affaires de la vidéo à la demande (à l'acte ou par abonnement) croît de 266 millions d'euros courants entre 2011 et 2017.

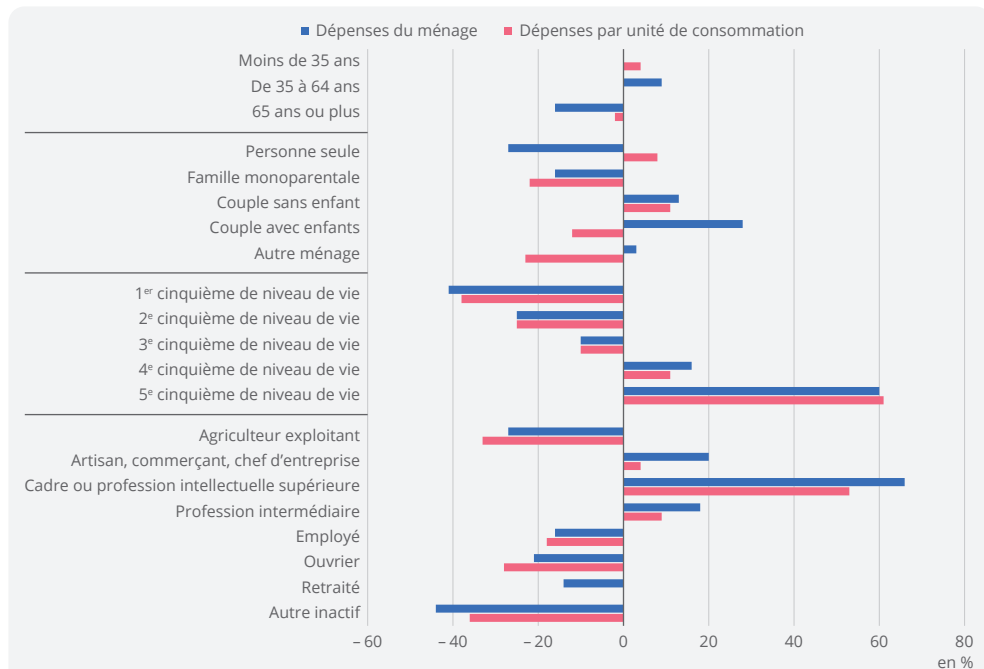
Les jeunes dépensent plus pour l'équipement, les plus âgés pour les livres et la presse

En 2017, les ménages dont la **personne de référence** est âgée de 35 à 64 ans dépensent en biens et services culturels 9 % de plus que la moyenne, alors que ceux dont la personne de référence a 65 ans ou plus dépensent significativement moins (- 16 %) ► **figure 2**. Toutefois, lorsque la composition du ménage est prise en considération (dépenses par **unité de consommation - UC**), ces écarts à la moyenne se réduisent fortement (respectivement 0 % et - 2 %). En effet, les ménages d'âge intermédiaire comptent de nombreux couples avec enfants, tandis que les ménages âgés se composent plutôt de couples sans enfant et de personnes seules. Plus généralement, la présence d'un ou plusieurs enfants apparaît liée à un budget culturel par UC inférieur à la moyenne. Les familles monoparentales ont les dépenses culturelles par UC les plus faibles (22 % de moins que la moyenne). La différence en écart à la moyenne de 10 points entre ce dernier type de ménages et les couples avec enfants reflète néanmoins un écart de **niveau de vie** : 38 % des familles monoparentales font partie des 20 % de ménages les plus modestes, contre 17 % des couples avec enfants.

Au-delà du montant alloué, la structure des dépenses culturelles varie également selon l'âge. En 2017, les biens d'équipement dominant chez les plus jeunes, avec 30 % des dépenses culturelles des ménages dont la personne de référence a moins de 35 ans ► **figure 3**. Cette part décroît légèrement entre 30 et 64 ans et plus nettement à 65 ans ou plus (23 % puis 16 %). À l'inverse, la part des dépenses de livres et de presse augmente fortement avec l'âge : en 2017, elle est de 13 % pour les ménages les plus jeunes et atteint 35 % pour les plus âgés. Ces écarts corroborent les différences constatées sur les pratiques individuelles de lecture assidue de livres (hors bandes dessinées) et de lecture quotidienne de presse : ces deux pratiques tendent à être plus importantes pour les générations plus âgées [Lombardo, Wolff, 2020]. La part des dépenses en services audiovisuels est stable quel que soit l'âge.

2 Le prix du matériel photographique et cinématographique, et appareils optiques baisse de 45 % entre 2011 et 2017.

► 2. Écart à la moyenne des dépenses culturelles selon les caractéristiques du ménage en 2017

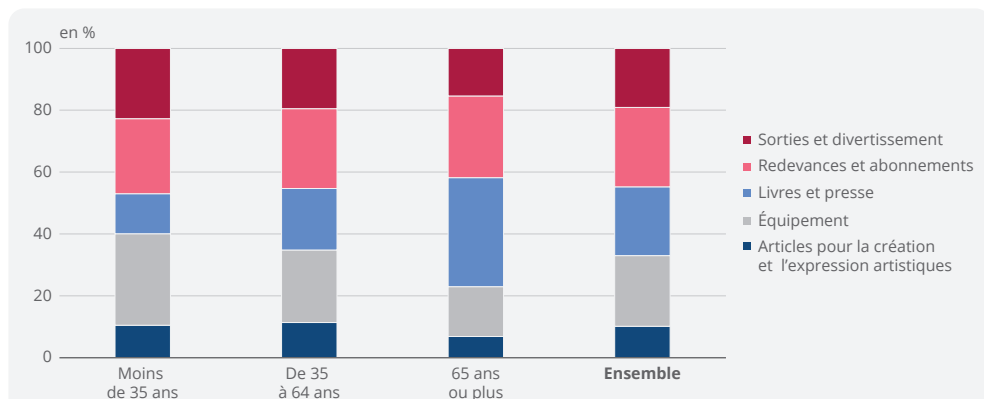


Lecture : en 2017, les ménages dont la personne de référence a moins de 35 ans ont des dépenses culturelles égales à la moyenne. Par unité de consommation (UC), leur niveau de dépenses est supérieur de 4 % à la moyenne.

Champ : France, ménages vivant en logement ordinaire.

Source : Insee, enquête Budget de famille 2017.

► 3. Répartition des dépenses culturelles selon l'âge de la personne de référence du ménage en 2017



Lecture : en 2017, les ménages dont la personne de référence a moins de 35 ans consacrent en moyenne 11 % de leurs dépenses culturelles en articles pour la création et l'expression artistiques.

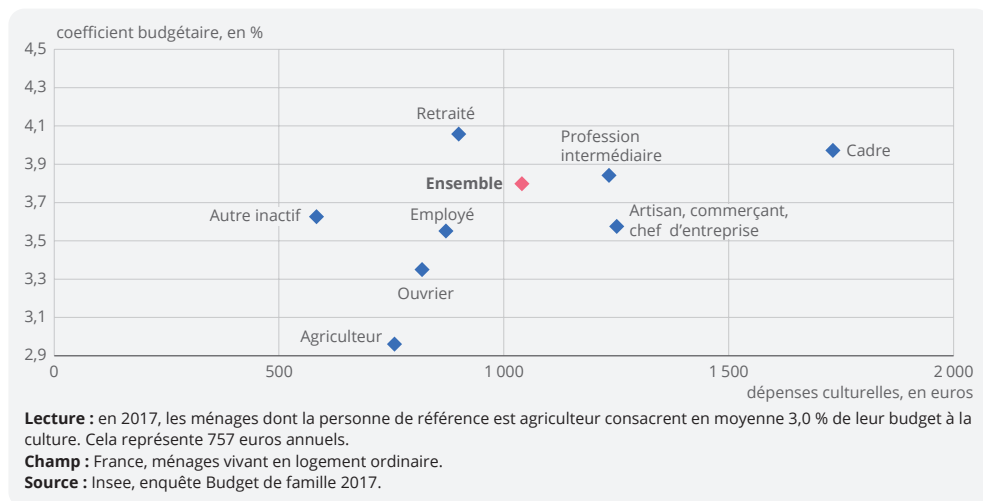
Champ : France, ménages vivant en logement ordinaire.

Source : Insee, enquête Budget de famille 2017.

Les agriculteurs et les ouvriers ont un budget culturel plus faible

Les ménages dont la personne de référence est cadre ou profession intellectuelle supérieure sont ceux qui dépensent le plus pour la culture (66 % de plus que la moyenne en 2017). Ils bénéficient de revenus plus élevés que la moyenne, mais ils consacrent aussi une part plus importante de leur budget aux dépenses culturelles que les autres ménages actifs (4,0 %) ► **figure 4**. Ils dépensent ainsi deux fois plus pour la culture que les ménages dont la personne de référence est ouvrier. Ces derniers sont, avec les agriculteurs, ceux qui consacrent la plus faible part de leur budget à la culture (respectivement 3,3 % et 3,0 %).

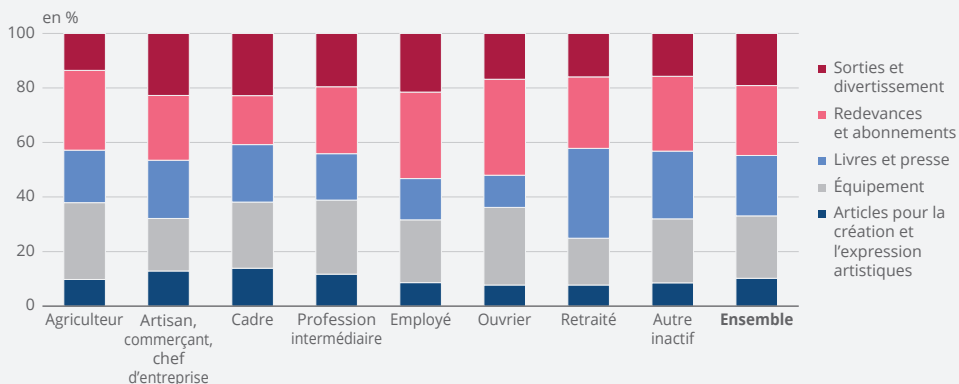
► 4. Montant et part du budget alloués aux dépenses culturelles selon la catégorie socioprofessionnelle de la personne de référence du ménage en 2017



Les ménages dont la personne de référence est inactive non retraitée (étudiant, personne n'ayant jamais travaillé, etc.) sont ceux qui dépensent le moins pour la culture : 44 % de moins que la moyenne en 2017. Cette moindre dépense s'explique notamment par de faibles revenus : plus des deux tiers de ces ménages appartiennent aux 20 % les plus modestes. En proportion de leur budget, leur dépense culturelle se rapproche toutefois de la moyenne (3,6 % contre 3,8 %). Par ailleurs, alors que 55 % de ces ménages sont composés de personnes seules, leur dépense par UC reste la plus basse comparée à la moyenne (- 36 %). Les ménages étudiants consacrent 33 % de leur budget culturel à l'équipement et 29 % à l'achat de livres et de presse. Ils se distinguent par une faible part de dépenses allouée à l'accès aux contenus audiovisuels (13 %) ; cependant, cela ne préjuge en rien de leur consommation effective, qui peut se faire grâce à l'abonnement d'un membre de la famille chez qui ils ne résident plus.

En 2017, les ménages retraités sont ceux qui consacrent la plus forte part de leur budget à la culture (4,1 %). Au sein de leur budget culturel, la part consacrée aux livres, journaux et périodiques est également supérieure (33 %, contre 22 % pour l'ensemble des ménages) ► **figure 5**. En effet, alors que les ménages consacrent en moyenne les mêmes sommes à leurs dépenses de livres et de presse, soit deux fois 11 % de leur budget culturel, les ménages retraités consacrent en moyenne 23 % de leur budget culturel à l'achat de journaux et périodiques, contre 10 % pour les livres. Une explication serait que les ménages non retraités s'informent davantage par la presse numérique, pouvant même être gratuite, et les réseaux sociaux. En 2018, les personnes de 65 ans ou plus sont proportionnellement plus nombreuses que la moyenne à lire un journal quotidiennement ou presque [DEPS, 2020].

► 5. Répartition des dépenses culturelles selon la catégorie socioprofessionnelle de la personne de référence du ménage en 2017



Lecture : en 2017, les ménages dont la personne de référence est cadre consacrent en moyenne 14 % de leurs dépenses culturelles en articles pour la création et l'expression artistiques.

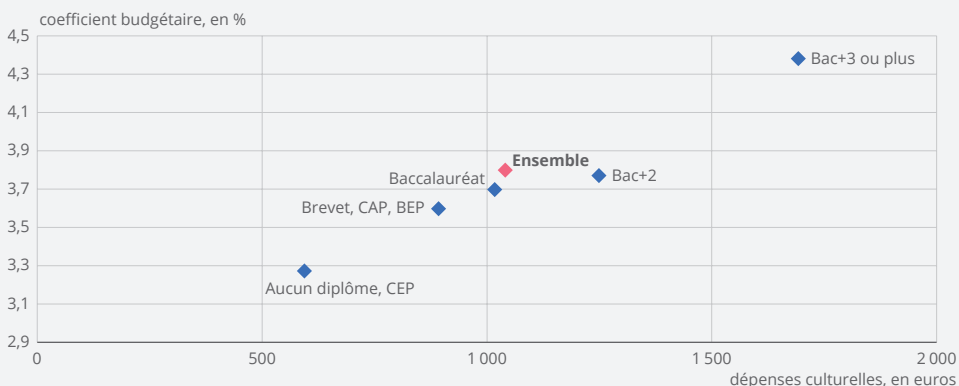
Champ : France, ménages vivant en logement ordinaire.

Source : Insee, enquête Budget de famille 2017.

Le montant et la part du budget alloués à la culture augmentent avec le niveau de diplôme

Le budget culturel et la part que consacrent les ménages aux dépenses de biens et services culturels augmentent avec le niveau de diplôme de la personne de référence ► **figure 6**. En 2017, les ménages titulaires d'un diplôme de niveau bac+3 ou supérieur dépensent 60 % de plus que la moyenne, ceux qui n'ont aucun diplôme près de deux fois moins. De même, l'effort budgétaire des ménages diplômés du supérieur long (bac+3 ou plus) est plus élevé puisqu'ils consacrent 4,4 % de leur budget à la culture, soit 0,6 point de plus que la moyenne et 1,1 point de plus que les ménages dont la personne de référence n'est pas diplômée.

► 6. Montant et part du budget alloués aux dépenses culturelles selon le niveau de diplôme de la personne de référence du ménage en 2017



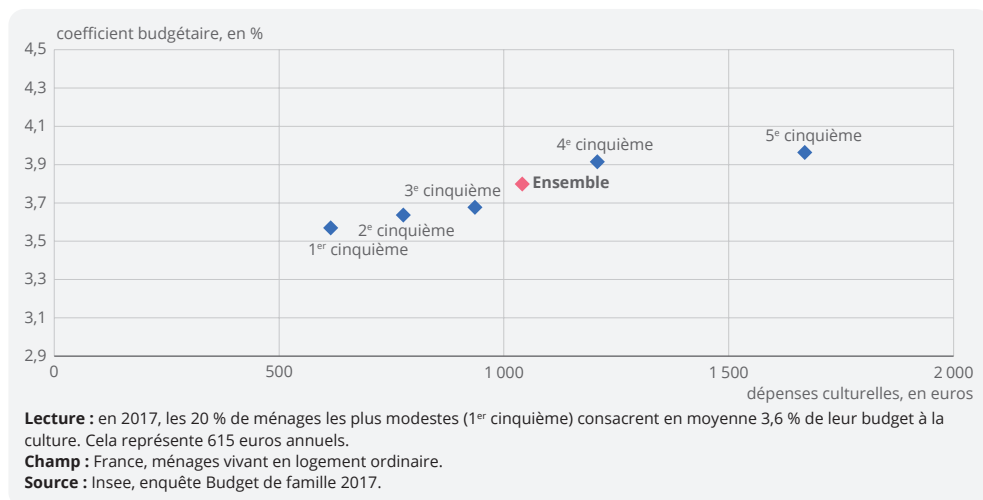
Lecture : en 2017, les ménages dont la personne de référence n'a aucun diplôme ou un certificat d'études primaires (CEP) consacrent en moyenne 3,3 % de leur budget à la culture. Cela représente 594 euros annuels.

Champ : France, ménages vivant en logement ordinaire.

Source : Insee, enquête Budget de famille 2017.

À mesure que le niveau de vie des ménages s'accroît, le montant et la part du budget consacrés aux dépenses culturelles augmentent, mais de façon moins marquée que pour le diplôme ► **figure 7**. Les 40 % des ménages les plus aisés (ayant un niveau de vie supérieur au 3^e quintile) dépensent plus que la moyenne et consacrent une part plus importante de leur budget aux biens et services culturels que la moyenne des ménages. Les 20 % des ménages les plus aisés (5^e cinquième) dépensent 2,7 fois plus que les 20 % de ménages les plus modestes (1^{er} cinquième). Par UC, ces écarts se maintiennent.

► 7. Montant et part du budget alloués aux dépenses culturelles selon le niveau de vie du ménage en 2017



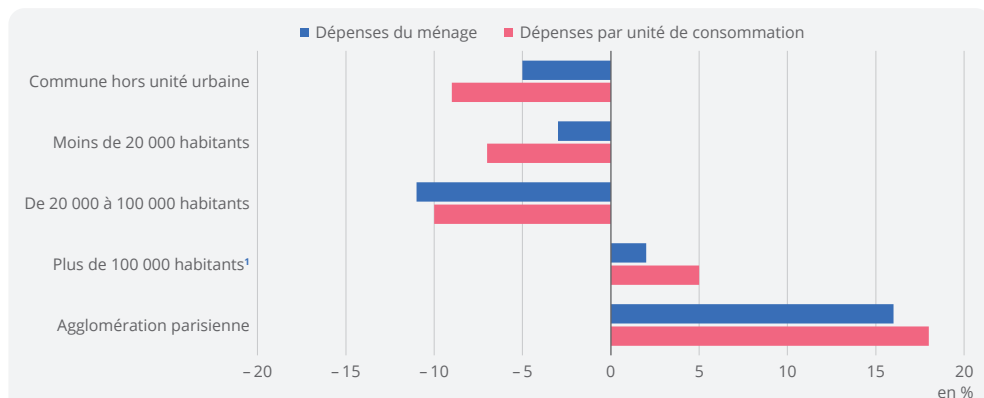
Les ménages franciliens dépensent nettement plus que les autres

Les ménages résidant dans l'agglomération parisienne dépensent nettement plus que la moyenne (+ 16 % par ménage, + 18 % par UC) ► **figure 8**. Ceux qui résident dans une autre unité urbaine de plus de 100 000 habitants dépensent un peu plus que la moyenne. À l'inverse, les ménages vivant dans des agglomérations plus petites ou en dehors d'une unité urbaine dépensent moins que la moyenne. Cependant, les ménages franciliens étant en moyenne plus aisés, la part du budget qu'ils consacrent à la culture est proche de celle de l'ensemble des ménages ► **figure 9**. Si la dépense culturelle plus élevée des ménages franciliens peut s'expliquer par leur niveau de vie moyen supérieur, elle peut aussi être favorisée par l'offre culturelle parisienne plus développée. Les dépenses de sorties et divertissement des ménages franciliens sont d'ailleurs supérieures de 36 % à la moyenne. De plus, les pratiques culturelles individuelles (écoute musicale, lecture de la presse, de livres ou de bandes dessinées, fréquentation d'une bibliothèque, sortie au cinéma ou au spectacle, visite d'un musée ou d'une exposition et pratique artistique en amateur) sont plus fréquentes pour les personnes résidant en agglomération parisienne [DEPS, 2020].

Enfin, les dépenses culturelles sont nettement plus faibles en moyenne pour les ménages résidant dans les départements d'outre-mer (- 20 % en 2017 par rapport à la moyenne pour la France métropolitaine). Cet écart s'explique notamment par des revenus moyens eux aussi inférieurs (de 20 % en 2017) à ceux des ménages métropolitains. En revanche, en proportion de leur revenu, les ménages résidant en Guadeloupe, en Guyane, en Martinique ou à La Réunion dépensent plus que les ménages de France métropolitaine en redevances et abonnements pour des services audiovisuels. Plusieurs explications sont possibles : une offre de films en salle de cinéma bien plus limitée (nombre de salles de cinéma à proximité, nombre d'écrans, temps d'accès à un cinéma, programmation moins

importante, etc.) et l'accès spécifique par satellite ou câble dans ces territoires à des films et des séries en provenance de pays étrangers alentour. Les montants dépensés pour les autres catégories de biens et services culturels sont inférieurs à ceux des ménages métropolitains. En particulier, en 2017, la part du budget consacré aux dépenses de livres et presse des ménages ultramarins est inférieure de 10 points à celle des ménages métropolitains, celle des dépenses en sorties et divertissement étant inférieure de 8 points. ●

► 8. Écarts à la moyenne des dépenses culturelles selon la taille de l'unité urbaine du lieu de résidence en 2017



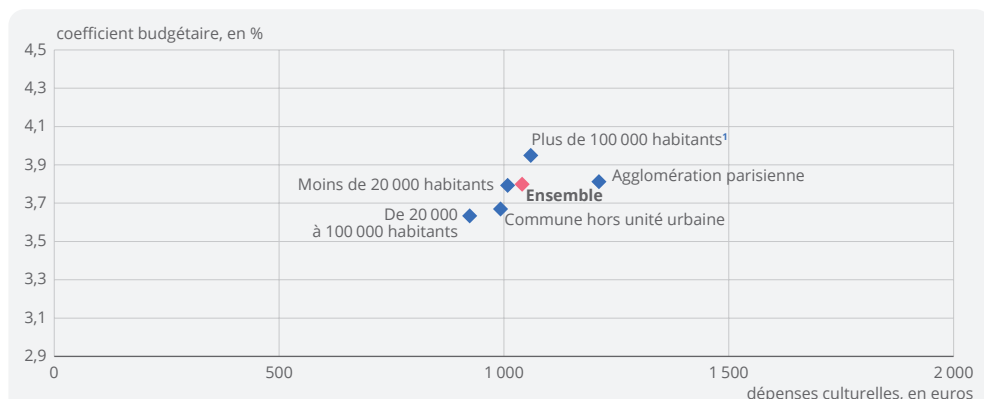
¹ Hors agglomération parisienne.

Lecture : en 2017, les ménages résidant dans une unité urbaine de moins de 20 000 habitants dépensent en biens et services culturels 3 % de moins que la moyenne des ménages. Par unité de de consommation (UC), leur niveau de dépenses est inférieur de 7 % à la moyenne.

Champ : France, ménages vivant en logement ordinaire.

Source : Insee, enquête Budget de famille 2017.

► 9. Montant et part du budget alloués aux dépenses culturelles selon la taille de l'unité urbaine du lieu de résidence en 2017



¹ Hors agglomération parisienne.

Lecture : en 2017, les ménages résidant dans une unité urbaine de moins de 20 000 habitants consacrent en moyenne 3,8 % de leur budget à la culture. Cela représente 1 008 euros annuels.

Champ : France, ménages vivant en logement ordinaire.

Source : Insee, enquête Budget de famille 2017.

Auteurs :

Ludovic Bourlès (DEPS)

Yann Nicolas (DEPS)

Avec la collaboration de Malou Fournier (DEPS)

► Sources

L'ensemble des résultats repose essentiellement sur l'exploitation des données des deux dernières vagues disponibles de l'**enquête Budget de famille** de l'Insee (2011 et 2017). Cette enquête fournit une estimation de la dépense en euros des différents biens et services consommés par les ménages vivant en logement ordinaire résidant en France métropolitaine et dans les départements d'outre-mer. Ces dépenses sont réparties dans une nomenclature d'environ 900 postes budgétaires et enrichies de nombreuses informations sur les ressources des ménages. L'enquête 2011 s'est déroulée d'octobre 2010 à septembre 2011 auprès de 15 800 ménages répondants. L'enquête 2017 s'est déroulée de septembre 2016 à septembre 2017 auprès de 16 980 ménages répondants (pour Mayotte, l'enquête est réalisée avec un décalage d'un an). Les protocoles des deux enquêtes étant proches, elles sont comparables. L'évolution des prix et de la consommation finale effective des ménages entre 2011 et 2017 est issue des comptes nationaux.

L'étude porte essentiellement sur les dépenses culturelles des ménages, mesurées en euros courants. Ces dépenses correspondent au champ précisé par Eurostat à partir de la classification des fonctions de consommation des ménages (*Classification of Individual Consumption by Purpose - Household Budget Surveys ; COICOP-HBS*) [Eurostat, 2018]. Ce champ est composé de 14 postes budgétaires formant cinq catégories de dépenses culturelles. Il ne recouvre que partiellement la division « Loisirs et culture » de l'enquête Budget de famille, cette division incluant notamment les dépenses liées aux loisirs de plein air, au jardinage, aux sports et autres services récréatifs, aux jeux de hasard et aux forfaits touristiques, qui ne sont pas des dépenses culturelles. Les dépenses en équipement informatique font partie des dépenses culturelles dans le champ Eurostat comme dans l'enquête Budget de famille.

En 2011, les ménages consacrent en moyenne 2 531 euros aux loisirs et à la culture (9,6 % de leurs dépenses totales). En 2017, le montant s'élève à 2 566 euros (9,4 %). Les dépenses culturelles représentent 46 % de ces dépenses de loisirs et culture en 2011 et 41 % en 2017.

► Définitions

La répartition des ménages par catégorie socioprofessionnelle, âge, diplôme, etc., est faite au regard de la **personne de référence du ménage**. Celle-ci est le principal apporteur de ressources. Lorsqu'il y a plusieurs principaux apporteurs de ressources, elle est en priorité l'actif, le retraité, puis l'autre inactif. À statut égal, la personne de référence est la personne la plus âgée.

Pour comparer les niveaux de vie de ménages de taille ou de composition différente, on divise le revenu par le nombre d'**unités de consommation (UC)**. Comme c'est le cas en général, celles-ci sont calculées de la façon suivante : 1 UC pour le premier adulte du ménage, 0,5 UC pour les autres personnes de 14 ans ou plus, et 0,3 UC pour les enfants de moins de 14 ans.

Le **niveau de vie** est égal au revenu disponible du ménage divisé par le nombre d'unités de consommation (UC). Le niveau de vie est donc le même pour tous les individus d'un même ménage. Le revenu disponible est le revenu à la disposition du ménage pour consommer et épargner. Il comprend les revenus d'activité nets des cotisations sociales, les indemnités de chômage, les retraites et pensions, les revenus du patrimoine (fonciers et financiers) et les autres prestations sociales perçues, nets des impôts directs.

Les **quintiles** de niveau de vie sont les valeurs-seuils qui, lorsque l'on ordonne la population selon les valeurs de niveau de vie, la partitionnent en cinq sous-populations de tailles égales (les cinquièmes). Le 1^{er} quintile de niveau de vie correspond à la plus basse de ces valeurs-seuil ; en deçà vivent les 20 % des ménages les plus modestes (le 1^{er} cinquième).

► Pour en savoir plus

- **Alliance pour les chiffres de la presse et des médias (ACPM)**, #DemainLaPresse, L'Observatoire, 2018.
- **Arcep, Conseil général de l'économie et Agence du Numérique**, *Baromètre du numérique 2019*, novembre 2019.
- **DEPS**, « L'enquête pratiques culturelles – L'enquête 2018 », ministère de la Culture, 2020.
- **Eurostat**, *Guide to Eurostat culture statistics – 2018 edition*.
- **Lombardo P., Wolff L.**, « Cinquante ans de pratiques culturelles en France », *Culture études* n° 2020-2, ministère de la Culture, DEPS, 2020.
- **Observatoire de l'économie du livre**, *Chiffres-clés du secteur du livre*, ministère de la Culture, avril 2020.
- **OJD - Association pour le Contrôle de la Diffusion des Médias**, *22^e Observatoire de la presse*, mars 2012.