

# ***Profil des acheteurs de livres et de revues au Canada en 2008 : Sommaire***



*Regards statistiques sur les arts, vol. 9, n° 3*  
*Rapport financé par le ministère du Patrimoine canadien,*  
*le Conseil des Arts du Canada et le Conseil des arts de l'Ontario*

*Le 16 mars 2011*

Ce rapport présente une analyse détaillée des Canadiens qui achètent des livres ou des revues. Il examine ces dépenses des ménages selon le niveau d'études, le revenu, l'âge, le sexe, la présence (ou l'absence) d'enfants dans le ménage, la taille du ménage, l'incapacité du répondant, la situation rurale et urbaine et la province. De plus, ce rapport examine les dépenses pour d'autres activités culturelles ou sportives des acheteurs de livres et de revues.

## ***Les ménages canadiens ont dépensé en moyenne 106 \$ par année pour des livres***

Les consommateurs ont dépensé 1,403 milliard de dollars pour des livres en 2008, ce qui représente une moyenne de 106 \$ par ménage, le pays comptant 13,2 millions de ménages. Environ la moitié des ménages canadiens (47 %) ont acheté des livres au cours de cette année. Ces derniers ménages ont dépensé en moyenne 226 \$ chacun.

## ***Les ménages canadiens ont dépensé en moyenne 47 \$ par année pour des revues***

Les consommateurs ont dépensé 623 millions de dollars pour des revues et périodiques en 2008, soit 47 \$ en moyenne par ménage. Un peu moins de la moitié (46 %) des ménages canadiens ont acheté des revues et périodiques au cours de cette année. Ces derniers ménages ont dépensé en moyenne 104 \$ chacun.

## ***Croissance des dépenses pour des livres entre 2001 et 2008***

Après correction pour l'inflation, les dépenses de consommation au chapitre des livres ont progressé de 9 % entre 2001 à 2008 (de 1,287 à 1,403 milliard de dollars).

### ***Les autres indicateurs clés des dépenses pour des livres sont restés stables entre 2001 et 2008***

En 2001, 48 % des ménages canadiens affirment avoir dépensé pour des livres, soit essentiellement la même proportion qu'en 2008 (47 %).

Les catégories démographiques et de dépenses (y compris les catégories du revenu des ménages) ont été révisées entre 2001 et 2008. Les comparaisons directes ne sont donc pas toujours possibles. Néanmoins, il est évident qu'une proportion semblable de ménages dans chaque tranche de revenu a consacré une partie de ses dépenses à des livres. Ainsi, 23 % des ménages dans la tranche de revenu la plus faible (moins de 20 000 \$ en 2001 et 25 000 \$ ou moins en 2008) ont acheté des livres. Trois quarts des ménages de la tranche supérieure du revenu (76 % des ménages de 100 000 \$ et plus en 2001 et 74 % de ceux de plus de 150 000 \$ en 2008) ont acheté des livres. Quant aux autres tranches de revenu, le pourcentage de ménages déclarant avoir fait des dépenses à ce chapitre est demeuré essentiellement le même.

### ***On a dépensé beaucoup moins pour des revues en 2008 qu'en 2001***

Après correction pour l'inflation, les dépenses de consommation pour les revues et les périodiques ont baissé de 22 % entre 2001 et 2008 (de 801 à 623 millions de dollars). En 2001, 54 % des ménages canadiens ont déclaré avoir acheté des revues et des périodiques mais seulement 46 % des ménages le faisaient encore en 2008.

### ***Le niveau d'études, le revenu, la province et la taille de l'agglomération sont les principaux facteurs démographiques à l'œuvre dans l'achat de livres***

Le niveau d'études, le revenu du ménage ainsi que la province et la taille de l'agglomération de résidence sont les quatre facteurs démographiques qui sont en forte corrélation avec les achats de livres.

Le pourcentage de ménages qui achètent des livres augmente considérablement avec le niveau d'études. Moins d'un quart des ménages sans diplôme du secondaire achète des livres, contrairement à environ trois quarts des ménages avec un diplôme d'études supérieures. La moyenne des dépenses est également plus élevée chez les ménages avec un diplôme d'études supérieures (plus de 350 \$ par ménage ayant acheté des livres).

Le pourcentage de ménages qui ont acheté des livres augmente considérablement avec le revenu, de 23 % chez les ménages à revenu modeste à 74 % chez les ménages à revenu supérieur. La moyenne des dépenses par ménage augmente également à tous les niveaux de revenu, de 147 \$ dans les ménages de 25 000 \$ ou moins à 380 \$ dans les ménages de plus de 150 000 \$.

C'est dans l'Ouest canadien que l'on a le plus tendance à acheter des livres, au moins la moitié des ménages de l'Alberta et de la Colombie-Britannique déclarant avoir dépensé à ce chapitre.

C'est à Terre-Neuve-et-Labrador que l'on a le moins tendance à faire de tels achats, seulement 35 % des ménages ayant acheté des livres. Si l'on n'examine que les ménages qui ont acheté des livres, les dépenses moyennes les plus élevées sont en Ontario (230 \$), en Colombie-Britannique (228 \$) et en Alberta (224 \$). C'est en Nouvelle-Écosse (170 \$) et au Nouveau-Brunswick (190 \$) que l'on dépense le moins pour des livres.

Les habitants des grandes villes ont davantage tendance à acheter des livres : 50 % des ménages de villes de 100 000 \$ ou plus affirment avoir acheté des livres en 2008, contrairement à 43 % des habitants de petites villes et 39 % des gens en milieu rural. Dans les grandes villes, la moyenne des dépenses des ménages est également plus élevée (233 \$) comparativement aux petites villes (212 \$) et aux zones rurales (186 \$).

***Le revenu, le niveau d'études et la province sont les principaux facteurs démographiques corrélés avec l'achat de revues***

Le niveau d'études, le revenu du ménage et la province de résidence sont les trois variables démographiques qui ont une forte corrélation avec l'achat de revues.

Le pourcentage de ménages ayant acheté des revues augmente légèrement avec le revenu, de 25 % chez des ménages les plus modestes à 69 % chez les plus fortunés. Le montant moyen des dépenses augmente généralement avec le revenu du ménage, passant de 72 \$ dans les ménages de 25 000 \$ ou moins à 148 \$ dans les ménages de plus de 150 000 \$.

Le pourcentage de ménages qui ont acheté des revues augmente avec le niveau d'études. Seuls 29 % des ménages les plus modestes dépensent à ce chapitre, alors que 60 % des ménages qui ont fait des études universitaires en achètent. Toutefois, la moyenne des dépenses des ménages se rapproche de 100 \$ pour tous les ménages à l'exception de ceux qui ont un diplôme d'études supérieures (133 \$).

Les habitants des trois provinces les plus à l'Ouest ont le plus tendance à acheter des revues, 47 % ou plus des ménages de la Saskatchewan, de l'Alberta et de la Colombie-Britannique déclarant faire de telles dépenses. Les habitants de Terre-Neuve-et-Labrador ont le moins tendance à acheter des revues, seulement 33 % des ménages de cette province le faisant.

Quant aux ménages qui achètent des revues, la moyenne des dépenses la plus élevée est en Saskatchewan (112 \$), au Manitoba (108 \$) et au Nouveau-Brunswick (107 \$). C'est en Nouvelle-Écosse (95 \$) et à Terre-Neuve-et-Labrador (86 \$) que les ménages dépensent le moins en moyenne pour des revues.

## ***Les acheteurs de livres et de revues sont des participants culturels actifs***

Il y a beaucoup de recoupements entre les acheteurs de livres, de revues ou d'œuvres d'art et les personnes qui dépensent pour aller au musée ou pour assister à des spectacles sur scène, à des événements sportifs ou à des films. Les ménages qui dépensent pour ces dernières activités ont beaucoup plus tendance à acheter des livres que la moyenne canadienne (47 % de tous les ménages) :

- 70 % des ménages qui dépensent pour aller au musée achètent des livres.
- 68 % des ménages qui achètent des revues achètent également des livres.
- 67 % des ménages qui assistent à des spectacles sur scène achètent des livres.
- 65 % des ménages qui assistent à des événements sportifs devant public achètent des livres.
- 62 % des ménages qui dépensent pour aller au cinéma achètent des livres.

Comparés aux 46 % de tous les ménages canadiens qui achètent des revues :

- 66 % des ménages qui achètent des livres achètent également des revues.
- 64 % des ménages qui dépensent pour aller au musée achètent des revues.
- 64 % des ménages qui assistent à des événements sportifs devant public achètent des revues.
- 63 % des ménages qui dépensent pour des spectacles sur scène achètent des revues.
- 57 % des ménages qui dépensent pour aller au cinéma achètent des revues.

Ces conclusions indiquent que les acheteurs de livres et de revues participent activement à une foule d'activités culturelles dans leurs collectivités. Ces résultats ont des conséquences pour le marketing dans la mesure où les stratégies de marketing de livres et de revues pourraient cibler d'autres participants culturels.

### ***Notes méthodologiques***

Les données sont tirées de l'Enquête sur les dépenses des ménages de Statistique Canada, un questionnaire annuel sur les habitudes de dépenses des Canadiens. Statistique Canada a interrogé 9 787 ménages canadiens au sujet de leurs dépenses en 2008. Les questions suivantes sur les livres et revues figuraient dans le questionnaire :

- « En 2008, combien votre ménage a-t-il dépensé pour : livres et brochures? Ne comptez pas les livres scolaires. Comptez les abonnements d'Internet ainsi que les versions électroniques et audio. »
- « En 2008, combien votre ménage a-t-il dépensé pour : revues et périodiques? »

Le sondage a recueilli des données importantes sur les dépenses globales de consommation au chapitre des livres et des revues en 2008. Toutefois, comme il s'agit d'une vaste étude sur les

habitudes globales de dépenses, l'Enquête sur les dépenses des ménages ne présente pas tous les détails souhaitables sur les dépenses consacrées à la culture. Il n'est ainsi pas possible de ventiler les achats pour savoir s'il s'agit de livres d'auteurs ou d'éditeurs canadiens, s'il s'agit d'un roman ou d'un essai ni même s'ils sont imprimés ou numériques. Les livres scolaires, qui font l'objet de leur propre poste de dépenses dans l'Enquête sur les dépenses des ménages, sont exclus de l'analyse détaillée des acheteurs de livres. Les dépenses au chapitre des revues et des périodiques ne peuvent pas être ventilées par type ou pays d'origine de la revue.

Les ménages ont été sondés sur leurs achats de livres et de revues et non sur leurs activités de lecture globales. Il existe bien des façons de profiter des livres et des revues sans les acheter, notamment en les empruntant d'une bibliothèque ou de ses amis.

***Le rapport complet est également disponible***

Le rapport complet contient beaucoup plus de détails au sujet des variations des dépenses des ménages selon le niveau d'études, le revenu, l'âge, le sexe, la présence (ou l'absence) d'enfants dans le ménage, la taille du ménage, l'incapacité, la situation rurale et urbaine et la province. Financé par Patrimoine canadien, le Conseil des Arts du Canada et le Conseil des arts de l'Ontario, le rapport est disponible gratuitement dans le site Internet de Hill Stratégies (<http://www.hillstrategies.com/index.php?lang=fr>) ainsi que dans les sites des organismes subventionnaires.