

Profil des acheteurs de livres et de revues au Canada en 2008



Regards statistiques sur les arts, vol. 9, n^o 3
© Sa Majesté en droit du Canada, mars 2011
ISBN 978-1-926674-15-5; série Regards statistiques ISSN 1713-3556

Préparé par Kelly Hill
Traduction de Gilbert Bélisle

*Rapport financé par le ministère du Patrimoine canadien,
le Conseil des Arts du Canada,
et le Conseil des arts de l'Ontario*



Canadian
Heritage

Patrimoine
canadien



Canada Council
for the Arts

Conseil des Arts
du Canada



ONTARIO ARTS COUNCIL
CONSEIL DES ARTS DE L'ONTARIO

Table des matières

Sommaire	1
Introduction.....	5
Dépenses de consommation pour la culture et la lecture	6
Qui achète des livres ?	9
Croissance ou stabilité des indicateurs clés des dépenses pour des livres entre 2001 et 2008	10
Facteurs démographiques à l'œuvre dans l'achat de livres	11
Facteurs démographiques ayant une corrélation basse ou modérée avec les achats de livres	22
Ménages achetant beaucoup ou peu de livres.....	27
Qui achète des revues et des périodiques ?.....	33
Recul considérable des achats de revues entre 2001 et 2008.....	33
Facteurs démographiques à l'œuvre dans l'achat de revues et périodiques	34
Facteurs démographiques ayant une corrélation basse ou modérée avec les dépenses pour les revues.....	43
Ménages achetant beaucoup et peu de revues	49

Sommaire

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.

Introduction

Ce rapport présente une analyse détaillée des Canadiens qui dépensent pour des livres ou revues. Il examine les variations de 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, le rapport examine les dépenses pour d'autres activités culturelles et sportives des acheteurs de livres ou de revues.

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 questionnaire¹ :

- « 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? »

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 revue².

Un rapport comparable sur les acheteurs de livres a été préparé à partir de l'Enquête sur les dépenses des ménages de 2001. On trouvera donc certaines comparaisons entre ces données et celles de la présente étude.

Les ménages ont été sondés sur leurs achats de livres et de revues et non pas 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.

¹ En 2008, sur 15 443 ménages admissibles, 9 787 ménages ont répondu au questionnaire, ce qui représente un taux de réponse de 63,4 %.

² Il n'y a pas de données pour les trois territoires en 2008. Les estimations territoriales sont produites uniquement au cours des années impaires.

Dépenses de consommation pour la culture et la lecture

Un rapport précédent de la série *Regards statistiques sur les arts* a examiné les dépenses globales faites en 2008 par les consommateurs pour des biens et services culturels. Selon ce rapport, les consommateurs canadiens ont consacré 27,4 milliards de dollars à l'achat de biens et services culturels en 2008, ce qui représente 2 078 \$ par ménage canadien (ou 841 \$ par habitant au Canada). Les consommateurs ont dépensé trois fois plus pour la culture que pour les hôtels, les motels et autres formules d'hébergement en voyage (9,2 milliards). Les dépenses de consommation pour des biens et services culturels étaient également trois fois plus élevées que la somme de 9,2 milliards consacrée à la culture par les trois paliers de gouvernement en 2007-2008.

En 2008, les consommateurs ont dépensé un total de 4,805 milliards de dollars pour le matériel de lecture (y compris les livres, les livres scolaires postsecondaires, les journaux, les revues et les périodiques), soit 18 % des dépenses globales pour la culture. La catégorie matériel de lecture comprend les dépenses pour :

- les livres (à l'exclusion des livres scolaires) : 1,403 milliard de dollars;
- les livres scolaires postsecondaires : 1,277 milliard³;
- les journaux : 1,132 milliard⁴;
- les revues et les périodiques : 623 millions;
- les livres de prématernelle, de maternelle, d'école élémentaire et d'école secondaire : 197 millions⁵;
- les services entourant le matériel de lecture (comme les frais de photocopie et de bibliothèque) : 105 millions⁶; et
- les cartes géographiques, les partitions et autres imprimés : 79 millions⁷.

Ce rapport propose un examen approfondi des dépenses pour deux types de matériel de lecture : les livres et les revues.

Tous les différents types de matériel de lecture comprennent les dépenses sur les versions électroniques, audio ou sur Internet. Toutefois, les données de 2008 dans ce rapport ont été

³ « En 2008, combien votre ménage a-t-il dépensé pour les établissements d'enseignement postsecondaires, par exemple, université, école de métiers, cours professionnels pour : les livres? »

⁴ « En 2008, combien votre ménage a-t-il dépensé pour : journaux? Comptez les abonnements d'Internet ainsi que les versions électroniques et audio. »

⁵ « En 2008, pour la prématernelle, maternelle, école primaire ou secondaire, combien votre ménage a-t-il dépensé pour : livres? »

⁶ « En 2008, combien votre ménage a-t-il dépensé pour : services, par exemple, services de photocopies, frais et amendes de bibliothèque, location de livres, frais de reliure, communiqués, annonces publicitaires? Comptez les abonnements d'Internet ainsi que les versions électroniques et audio. »

⁷ « En 2008, combien votre ménage a-t-il dépensé pour : cartes géographiques, partitions et autres imprimés, par exemple, affiches, globes, diagrammes? Comptez les abonnements d'Internet ainsi que les versions électroniques et audio. »

recueillies avant l'arrivée des liseuses numériques et des applications mobiles au Canada. Par conséquent, peu de dépenses sont attribuables aux livres numériques en 2008. Il sera intéressant d'analyser les données des années subséquentes lorsqu'elles seront disponibles afin de constater l'impact des livres numériques sur les dépenses globales pour les livres.

Les consommateurs ont dépensé 1,403 milliard de dollars pour les livres en 2008, ce qui représente une moyenne de 106 \$ par ménage, le pays comptant 13,2 millions de ménages. En 2008, près de la moitié (47 %) des ménages canadiens ont dépensé pour les livres. Les ménages qui ont consacré de l'argent à des livres ont dépensé en moyenne 226 \$ chacun, ce qui représente 24 cents par 100 \$ de leur revenu.

Les Canadiens lisent également beaucoup de livres empruntés, mais ceux-ci ne sont pas compris dans cette étude. Une autre étude, *Profil des activités culturelles et des visites du patrimoine des Canadiens en 2005* basée sur l'Enquête sociale générale de 2005 de Statistique Canada, a révélé que deux tiers des Canadiens de 15 ans et plus (67 %) avaient lu au moins un livre par plaisir (et non pour des raisons professionnelles ou scolaires) en 2005⁸. Comme on peut emprunter des livres d'une bibliothèque ou de ses amis, il n'est pas surprenant que le pourcentage de Canadiens qui lisent des livres (67 %) soit plus élevé que celui de ceux qui en achètent (47 %). Selon un sondage de libraires et de bibliothécaires en 2011 par la Campagne sur la lecture, 2,7 millions de livres ont été empruntés et achetés au cours d'une semaine en janvier 2011. De ce nombre, seulement 1,1 million ont été achetés (environ 40 %), le reste ayant été empruntés⁹.

Les consommateurs ont dépensé 623 millions de dollars pour les revues et périodiques en 2008, soit une moyenne de 47 \$ par ménage. En 2008, près de la moitié des ménages canadiens (46 %) ont dépensé pour les revues. Les ménages qui ont consacré de l'argent à des revues ont dépensé en moyenne 104 \$ chacun, soit 11 cents de chaque tranche de 100 \$ de leur revenu.

Comme c'était le cas avec les livres, un pourcentage plus élevé de Canadiens lisent des revues qu'achètent des revues. Selon les données de l'Enquête sociale générale de 2005, 78 % des Canadiens de 15 ans et plus ont lu une revue par plaisir (et non pour des raisons professionnelles ou scolaires) en 2005¹⁰. Ce pourcentage est beaucoup plus élevé que les 46 % des ménages qui ont acheté des revues et des périodiques en 2008.

⁸ Hill Stratégies Recherche Inc., *Regards statistiques sur les arts*, vol. 5, n° 4, mars 2007. La question au sujet des livres était formulée ainsi : « Au cours des 12 derniers mois, avez-vous lu, comme activité de loisir (pas pour le travail rémunéré ou pour vos études) un livre? ».

⁹ Notons également que ce sondage n'a pas porté sur toutes les sources d'achat et de prêt de livres, sans compter que les livres numériques ne figurent pas dans les chiffres de vente. *Canadians buy and borrow more than 2.7-million books in one week*, Kate Taylor, The Globe and Mail, jeudi 20 janvier 2011, <http://www.theglobeandmail.com/news/arts/books/canadians-buy-and-borrow-more-than-27-million-books-in-one-week/article1876190/>, consulté le 11 février 2011.

¹⁰ *Regards statistiques sur les arts*, vol. 5, n° 4, Hill Stratégies Recherche Inc., mars 2007, page 33. La question au sujet des revues était formulée ainsi : « Au cours des 12 derniers mois, avez-vous lu, comme activité de loisir (pas pour le travail rémunéré ou pour vos études) une revue? ».

Le tableau 1 compare les dépenses pour des postes culturels et sportifs à partir de l'Enquête sur les dépenses des ménages. Les dépenses au chapitre des livres (1,403 milliard de dollars) étaient légèrement plus élevées que celles pour les droits d'entrée au cinéma (1,216 milliard) en 2008. Toutefois, plus de ménages canadiens ont dépensé pour aller au cinéma (55 %) que pour acheter des livres (47 %). On a dépensé à peu près autant pour acheter des revues et des périodiques (623 millions) que pour assister à des événements sportifs devant public (645 millions).

Tableau 1 : Dépenses pour des postes culturels et sportifs, 2008				
Postes	Nombre de ménages déclarant de telles dépenses	Pourcentage de ménages déclarant de telles dépenses	Dépenses par ménage (parmi ceux qui ont déclaré de telles dépenses)	Total des dépenses (en dollars)
Spectacles sur scène	4,86 millions	37 %	293 \$	1,426 milliard
Livres	6,21 millions	47 %	226 \$	1,403 milliard
Droits d'entrée au cinéma	7,18 millions	55 %	169 \$	1,216 milliard
Journaux	5,96 millions	45 %	190 \$	1,128 milliard
Œuvres d'art, sculptures et autres articles décoratifs	2,50 millions	19 %	372 \$	0,935 milliard
Événements sportifs devant public	2,25 millions	17 %	286 \$	0,645 milliard
Revue et périodiques	6,01 millions	46 %	104 \$	0,623 milliard
Droits d'entrée dans les musées et autres activités relatives au patrimoine	3,88 millions	29 %	133 \$	0,519 milliard

Qui achète des livres ?

Cette section du rapport examine les variations des dépenses des ménages pour les livres, selon des facteurs comme 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 province¹¹.

Les ménages seront comparés à quelques repères clés :

- L'ensemble des dépenses de consommation de livres s'élevait à 1,403 milliard de dollars en 2008.
- 47 % des ménages canadiens (6,21 millions de ménages) ont déclaré avoir acheté des livres.
- Parmi les ménages acheteurs, la somme moyenne dépensée s'élevait à 226 \$.
- Les ménages acheteurs ont consacré en moyenne 24 cents par tranche de 100 \$ de leur revenu à l'achat de livres.

Tel que noté dans l'introduction, la question posée aux répondants était la suivante : « 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. »

¹¹ Un rapport précédent sur la lecture de livres, *Les facteurs dans les activités culturelles au Canada*, avait constaté que « la lecture de livres semble être une activité qui plaît assez également à de nombreux groupes de Canadiens. Les seuls facteurs démographiques qui ont un impact considérable sur les taux de lecture de livres sont le niveau de scolarité et le sexe. » *Regards statistiques sur les arts*, vol. 6, n° 3, Hill Stratégies Recherche Inc., février 2008, p. 2.

Croissance ou stabilité des indicateurs clés des dépenses pour des livres entre 2001 et 2008

Après ajustement pour l'inflation, les achats de livres par les consommateurs ont augmenté de 9 % entre 2001 et 2008 (de 1,287 à 1,403 milliard de dollars).

En 2001, 48 % des ménages canadiens ont déclaré avoir acheté des livres, un chiffre très semblable à celui de 2008, où 47 % des ménages affirment avoir fait de telles dépenses.

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. Cependant, il est clair qu'il y a eu une augmentation considérable du nombre de ménages dépensant beaucoup pour des livres entre 2001 et 2008. En 2001, environ 2,7 millions de ménages ont dépensé plus de 100 \$ pour des livres. En 2008, même en tenant compte d'une augmentation du seuil minimum des dépenses, à peu près 3,1 millions de ménages ont dépensé plus de 130 \$ pour des livres. Ceci représente une augmentation de 15 % du nombre de ménages dépensant beaucoup, comparativement à une augmentation de 11 % du nombre total de ménages au Canada entre 2001 et 2008.

Il est également évident qu'un pourcentage semblable de ménages de chaque groupe de revenu a dépensé pour des livres. Par exemple, pour chacune de ces années, 23 % des ménages ayant un faible revenu (moins de 20 000 \$ en 2001 et 25 000 \$ ou moins en 2008) ont acheté des livres. Pour chacune de ces années, trois quarts des ménages ayant le revenu le plus élevé (76 % des ménages ayant un revenu de 100 000 \$ ou plus en 2001 et 74 % de ceux ayant un revenu de plus de 150 000 \$ en 2008) ont acheté des livres. Dans toutes les catégories de revenu entre ces deux extrêmes, le pourcentage de ménages qui affirment avoir acheté des livres en 2008 est comparable au pourcentage équivalent en 2001.

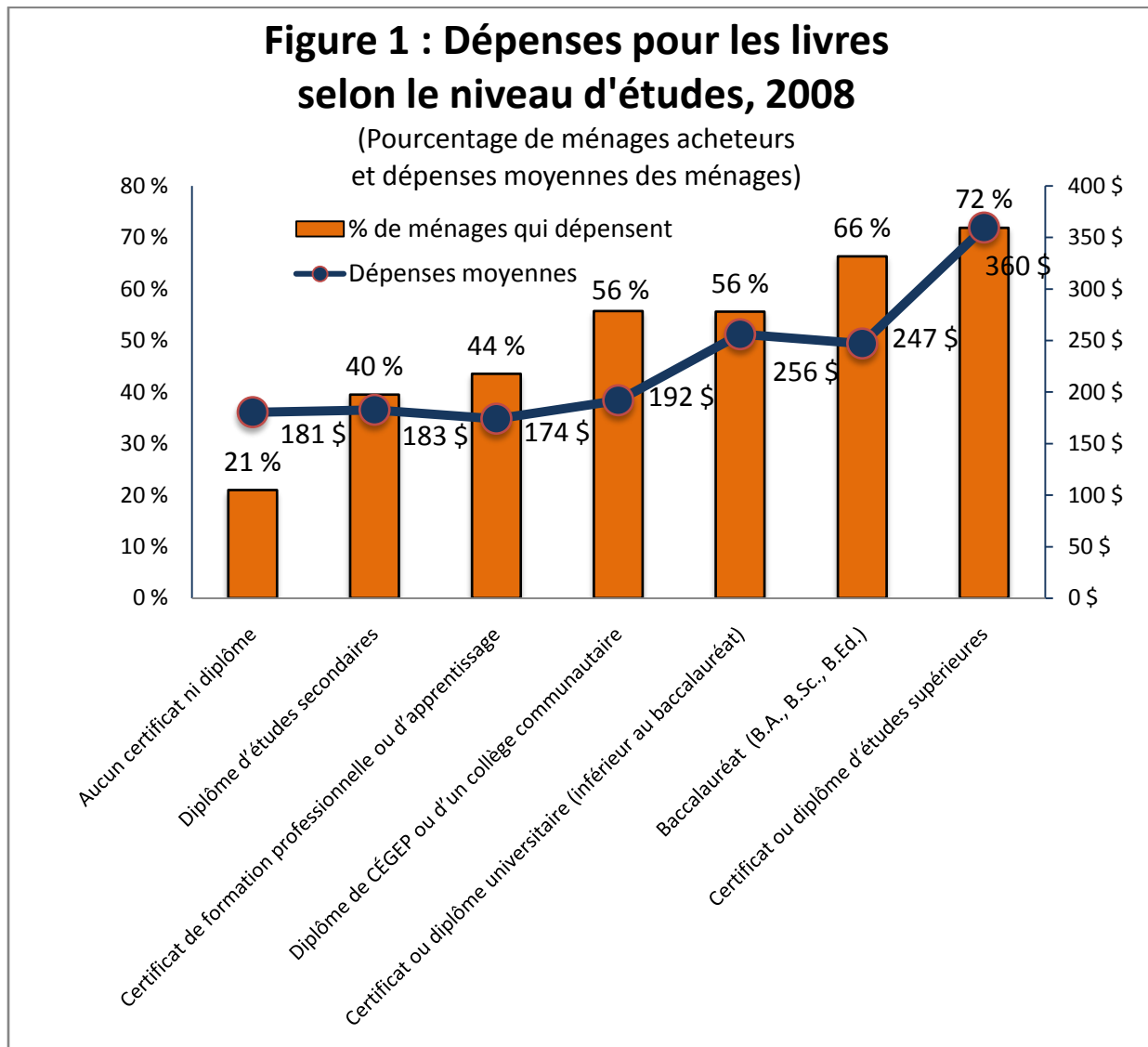
En 2001, parmi les ménages ayant fait des dépenses, 26 cents par tranche de 100 \$ du revenu du ménage sont allés aux livres. Ce chiffre a diminué légèrement en 2008 (une moyenne de 24 cents par tranche de 100 \$ du revenu des ménages).

Facteurs démographiques à l'œuvre dans l'achat de livres

Le niveau d'études, le revenu du ménage, la province et la taille de la municipalité sont les quatre facteurs ayant un impact important et constant sur les dépenses pour les livres.

Niveau d'études

La figure 1 démontre que le pourcentage de ménages qui achètent des livres (diagramme à colonnes, tracé sur l'axe gauche) augmente considérablement avec le niveau d'études des répondants, de moins d'un quart des ménages où le répondant n'a pas de diplôme d'études secondaires à presque trois quarts de ceux où le répondant a fait des études universitaires supérieures. Les dépenses moyennes par ménage (graphique linéaire, tracé sur l'axe droit) sont les plus élevées chez ceux qui ont fait des études supérieures (où la moyenne des achats de livre est supérieure à 350 \$).



Le tableau 2 présente plus de détails concernant les dépenses pour les livres selon le niveau d'études des répondants, y compris le nombre et le pourcentage de ménages déclarant des dépenses, les dépenses par ménage (pour ceux déclarant des dépenses), les dépenses totales et la part des dépenses totales par niveau d'études.

Tableau 2 : Dépenses pour les livres selon le niveau d'études, 2008						
Niveau d'études des répondants	Nombre de ménages déclarant de telles dépenses	Pourcentage de ménages déclarant de telles dépenses	Dépenses par ménage (parmi ceux qui ont déclaré de telles dépenses)	Total des dépenses (en dollars)	Part du total des dépenses	% des ménages
Aucun certificat ni diplôme	518 000	21 %	181 \$	94 millions	7 %	19 %
Diplôme d'études secondaires ou l'équivalent	1,21 million	40 %	183 \$	221 millions	16 %	23 %
Certificat de compétence, de formation professionnelle ou d'apprentissage	561 000	44 %	174 \$	98 millions	7 %	10 %
Diplôme d'un collège communautaire, de CÉGEP ou d'une école des sciences infirmières	1,41 million	56 %	192 \$	271 millions	19 %	19 %
Certificat ou diplôme universitaire (niveau inférieur au baccalauréat)	409 000	56 %	256 \$	105 millions	7 %	6 %
Baccalauréat (B.A., B.Sc., B.Ed.)	1,27 million	66 %	247 \$	313 millions	22 %	15 %
Certificat ou diplôme d'études supérieures	839 000	72 %	360 \$	302 millions	22 %	9 %
Totaux	6,21 millions	47 %	226 \$	1,403 milliard	100 %	100 %

Du point de vue du pourcentage du revenu, les ménages qui achètent des livres consacrent en moyenne 24 cents par tranche de 100 \$ de leur revenu à ces dépenses.

Parmi les ménages qui affirment acheter des livres, ceux où le répondant a un diplôme d'études secondaires ou moins dépensent un pourcentage plus important de leur revenu pour des livres. La somme de 181 \$ par ménage parmi ceux qui n'ont pas de diplôme d'études secondaires représente 0,33 % du revenu du ménage. Autrement dit, les ménages acheteurs de livres où le répondant n'a pas diplôme du secondaire consacrent 33 cents de chaque 100 \$ de leur revenu à ces dépenses.

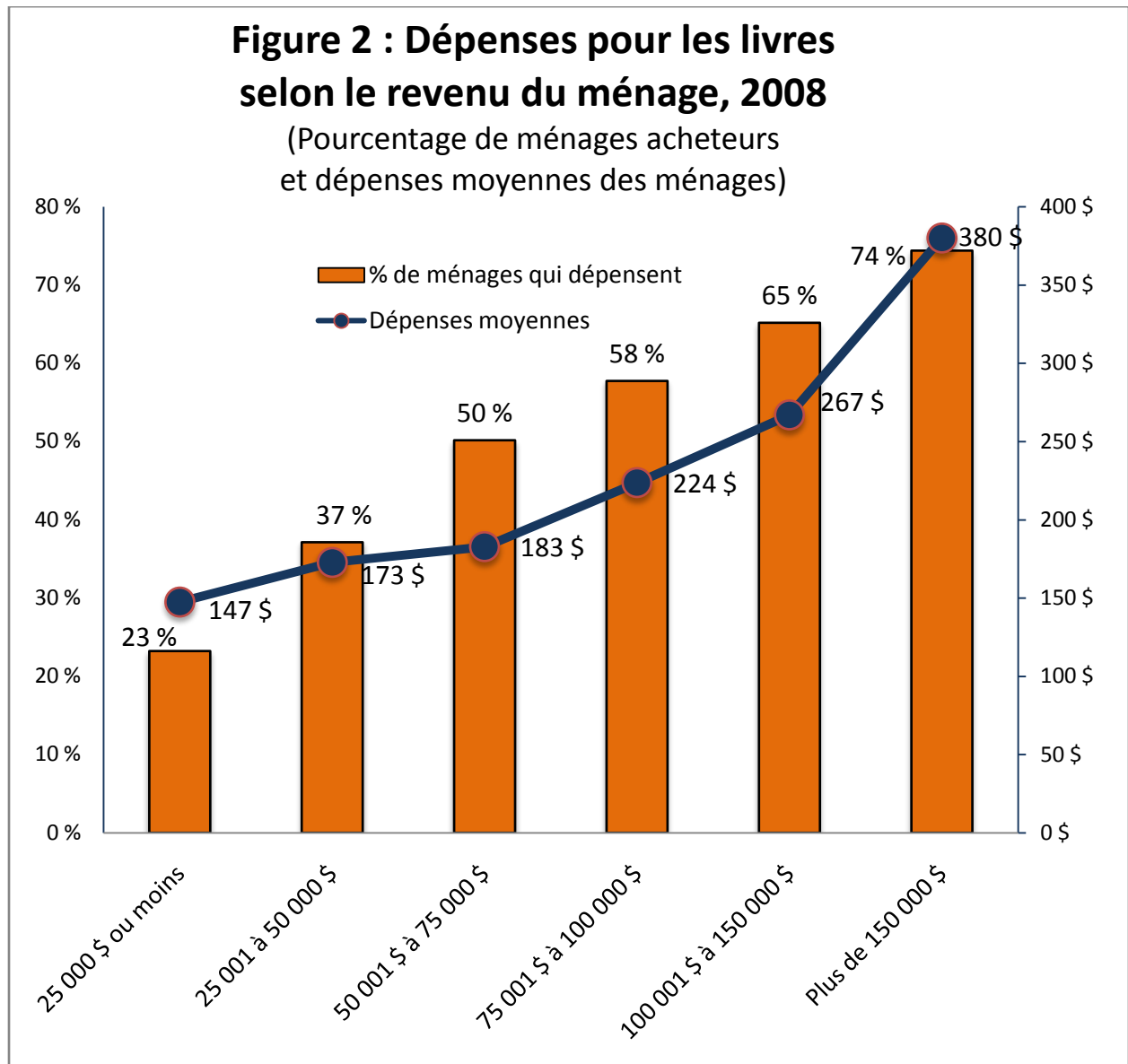
Les chiffres équivalents pour les autres ménages sont :

- Diplôme d'études secondaires ou l'équivalent : 25 cents par 100 \$ de revenu.
- Certificat de compétence, de formation professionnelle ou d'apprentissage : 22 cents par 100 \$ de revenu.
- Diplôme d'un collège communautaire, de CÉGEP ou d'une école des sciences infirmières : 21 cents par 100 \$ de revenu.
- Certificat ou diplôme universitaire (niveau inférieur au baccalauréat) : 28 cents par 100 \$ de revenu.
- Baccalauréat (B.A., B.Sc., B.Ed.) : 23 cents par 100 \$ de revenu.
- Certificat ou diplôme d'études supérieures : 27 cents par 100 \$ de revenu.

Ces statistiques démontrent qu'un pourcentage moindre de ménages ayant des niveaux d'études moins élevés achète des livres, mais ils y consacrent une proportion légèrement plus élevée de leur revenu.

Revenu du ménage

La figure 2 démontre que le pourcentage de ménages qui achètent des livres augmente considérablement avec le revenu, passant de 23 % chez les ménages les plus modestes à 74 % chez les ménages les plus fortunés. De même, les dépenses moyennes par ménage augmentent avec le revenu, passant de 147 \$ par ménage ayant un revenu total de 25 000 \$ ou moins à 380 \$ par ménage ayant un revenu total de plus de 150 000 \$.



Le tableau 3 fournit des détails sur les dépenses pour les livres selon le revenu des ménages, y compris le nombre et le pourcentage de ménages déclarant des dépenses, les dépenses par ménage acheteur, le total des dépenses et la part du total revenant à chaque palier de revenu.

Tableau 3 : Dépenses pour les livres selon le revenu du ménage, 2008						
Revenu des ménages avant impôts	Nombre de ménages déclarant de telles dépenses	Pourcentage de ménages déclarant de telles dépenses	Dépenses par ménage (parmi ceux qui ont déclaré de telles dépenses)	Total des dépenses (en dollars)	Part du total des dépenses	% des ménages
25 000 \$ ou moins	566 000	23 %	147 \$	83 millions	6 %	19 %
25 001 \$ à 50 000 \$	1,18 million	37 %	173 \$	204 millions	15 %	24 %
50 001 \$ à 75 000 \$	1,29 million	50 %	183 \$	236 millions	17 %	20 %
75 001 \$ à 100 000 \$	1,22 million	58 %	224 \$	272 millions	19 %	16 %
100 001 \$ à 150 000 \$	1,21 million	65 %	267 \$	324 millions	23 %	14 %
Plus de 150 000 \$	746 000	74 %	380 \$	283 millions	20 %	8 %
Totaux	6,21 millions	47 %	226 \$	1,403 milliard	100 %	100 %

Examinée comme pourcentage du revenu, chaque ménage consacre 24 cents de chaque tranche de 100 \$ de son revenu à des livres (dans les ménages consacrant des dépenses aux livres).

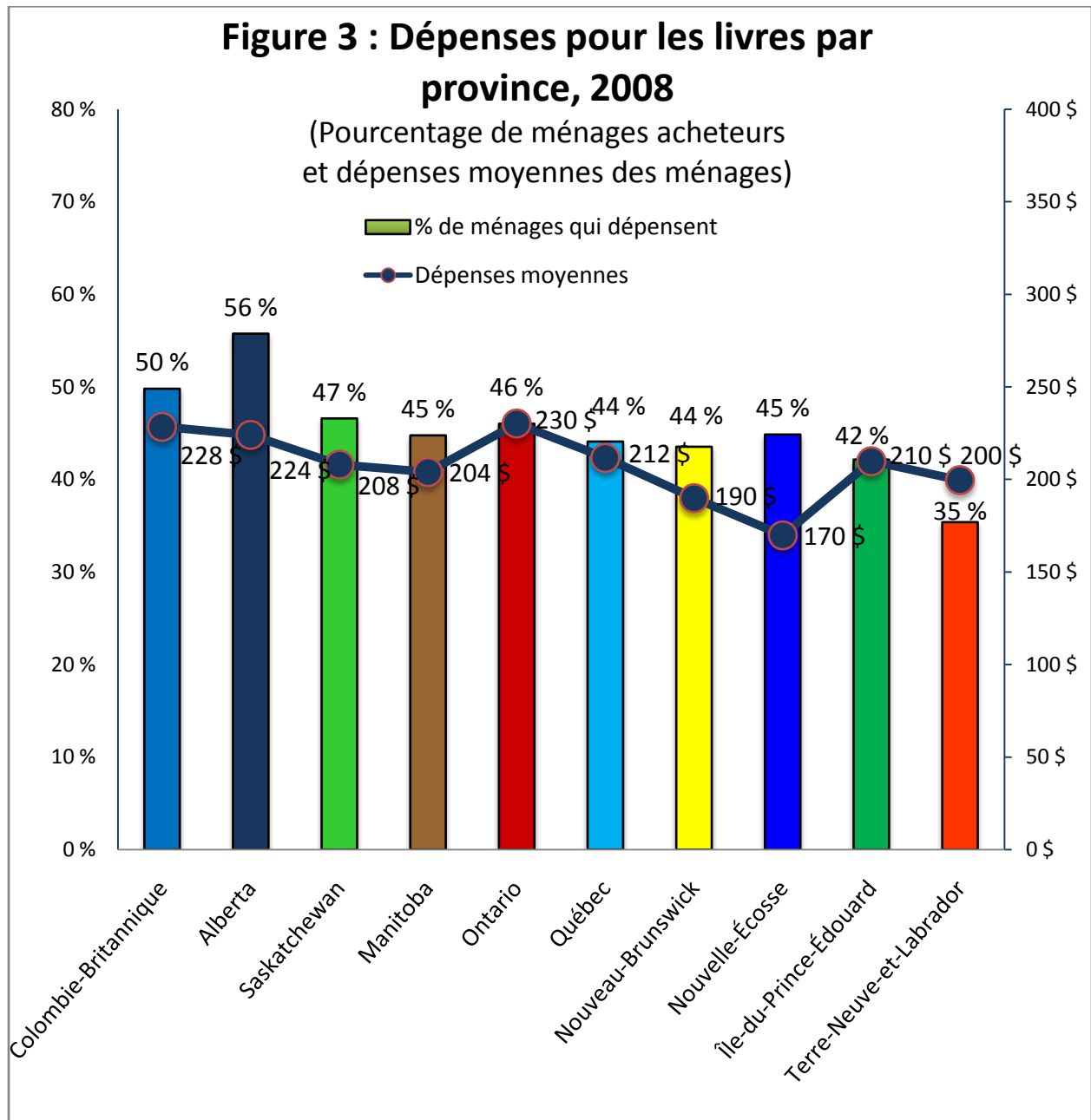
Parmi les ménages ayant déclaré consacrer des dépenses à des livres, ceux ayant le revenu le plus faible dépensent le pourcentage le plus important de leur revenu sur les livres. La somme de 147 \$ par ménage ayant un revenu total de 25 000 \$ ou moins représente 88 cents de chaque tranche de 100 \$ de revenu de ces ménages. Ce montant diminue pour chaque catégorie de revenu :

- 25 001 à 50 000 \$: 45 cents par 100 \$ de revenu.
- 50 001 \$ à 75 000 \$: 29 cents par 100 \$ de revenu.
- 75 001 \$ à 100 000 \$: 25 cents par 100 \$ de revenu.
- 100 001 \$ à 150 000 \$: 21 cents par 100 \$ de revenu.
- Plus de 150 000 \$: 16 cents par 100 \$ de revenu.

Ces statistiques démontrent qu'un pourcentage moindre des ménages à faible revenu choisit d'acheter des livres, mais ils accordent une proportion légèrement plus élevée de leur revenu à ces dépenses.

Province

La figure 3 démontre que les résidents de l'Alberta et de la Colombie-Britannique sont plus enclins à dépenser pour des livres, avec 50 % ou plus de leurs ménages déclarant faire de telles dépenses. Les résidents de Terre-Neuve-et-Labrador sont moins enclins à dépenser pour des livres, 35 % des ménages ayant déclaré de telles dépenses. Parmi les ménages qui ont fait des dépenses pour des livres, ce sont ceux de l'Ontario (230 \$), de la Colombie-Britannique (228 \$) et de l'Alberta (224 \$) qui dépensent le plus en moyenne. C'est en Nouvelle-Écosse (170 \$) et au Nouveau-Brunswick (190 \$) que la moyenne des dépenses est la moins élevée.



Le tableau 4 fournit plus de détails concernant les dépenses pour les livres selon la province¹². Pour fins de comparaison, le tableau indique le pourcentage de la population dans chaque province¹³.

Tableau 4 : Dépenses pour des livres selon la province, 2008						
Province	Nombre de ménages déclarant de telles dépenses	Pourcentage de ménages déclarant de telles dépenses	Dépenses par ménage (parmi ceux qui ont déclaré de telles dépenses)	Total des dépenses (en dollars)	Part du total des dépenses	Part de la population
Colombie-Britannique	850 000	50 %	228 \$	194 millions	14 %	13 %
Alberta	721 000	56 %	224 \$	161 millions	12 %	11 %
Saskatchewan	180 000	47 %	208 \$	37 millions	3 %	3 %
Manitoba	194 000	45 %	204 \$	40 millions	3 %	4 %
Ontario	2,20 millions	46 %	230 \$	506 millions	36 %	39 %
Québec	1,45 millions	44 %	212 \$	308 millions	22 %	23 %
Nouveau-Brunswick	132 000	44 %	190 \$	25 millions	2 %	2 %
Nouvelle-Écosse	171 000	45 %	170 \$	29 millions	2 %	3 %
Île-du-Prince-Édouard	23 000	42 %	210 \$	5 millions	0,3 %	0,4 %
Terre-Neuve-et-Labrador	71 000	35 %	200 \$	14 millions	1 %	2 %
Canada	6,21 millions	47 %	226 \$	1,403 milliard	100 %	100 %

¹² Certains enregistrements de l'ensemble de données n'affichent pas le nom de la province, ce dernier ayant été masqué à des fins de confidentialité. Par conséquent, les chiffres indiqués dans les colonnes sur le nombre de ménages, le total des dépenses et le pourcentage de toutes les dépenses ne correspondent pas aux totaux canadiens. Compte tenu du nombre d'enregistrements masqués, le total provincial des dépenses ne correspond pas exactement aux montants indiqués dans un rapport précédent (*Les dépenses de consommation au chapitre de la culture*). Les données sur le total provincial des dépenses dans ce dernier rapport sont légèrement plus exactes.

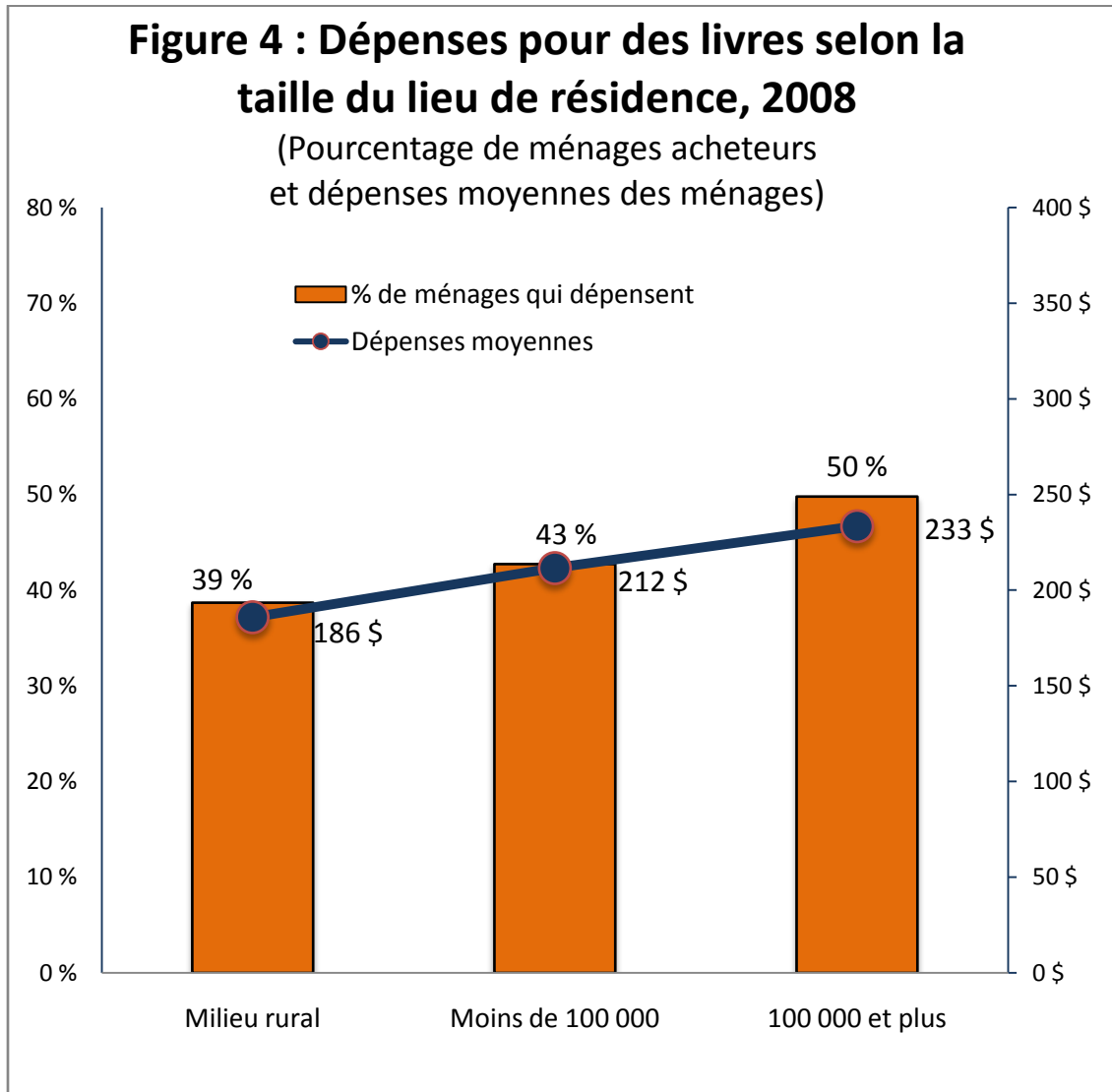
¹³ Les données sur les trois territoires n'étaient pas disponibles en 2008. Les estimations pour les territoires ne sont disponibles que pour les années impaires.

Chaque ménage canadien acheteur de livres consacre en moyenne 24 cents par 100 \$ de son revenu à ces dépenses. Parmi les ménages acheteurs de livres, les résidents de la Colombie-Britannique, du Québec et de l'Île-du-Prince-Édouard dépensent le pourcentage le plus élevé de leur revenu sur des livres, suivis de près de ceux du Manitoba, du Nouveau-Brunswick et de Terre-Neuve-et-Labrador :

- Colombie-Britannique : 28 cents par 100 \$ de revenu.
- Québec : 28 cents par 100 \$ de revenu.
- Île-du-Prince-Édouard : 28 cents par 100 \$ de revenu.
- Manitoba : 26 cents par 100 \$ de revenu.
- Nouveau-Brunswick : 26 cents par 100 \$ de revenu.
- Terre-Neuve-et-Labrador : 26 cents par 100 \$ de revenu.
- Saskatchewan : 25 cents par 100 \$ de revenu.
- Ontario : 24 cents par 100 \$ de revenu.
- Nouvelle-Écosse : 22 cents par 100 \$ de revenu.
- Alberta : 21 cents par 100 \$ de revenu.

Ménages en régions rurales et urbaines

La figure 4 indique que les résidents des grandes villes sont plus enclins à dépenser pour des livres : 50 % des résidents des villes comptant 100 000 habitants ou plus ont acheté des livres en 2008, comparativement à 43 % des résidents de petites villes (moins de 100 000 habitants) et à 39 % des résidents en milieu rural. Dans les grandes villes, la moyennes des dépenses des ménages est également plus élevée (233 \$) comparativement aux petites villes (212 \$) et aux zones rurales (186 \$).



Le tableau 5 fournit des détails sur les achats de livres dans les régions rurales et urbaines. En ce qui a trait à la part des dépenses globales consacrées aux livres, les villes de 100 000 habitants ou plus regroupent à peu près trois quarts des dépenses¹⁴.

Population de la région de résidence	Nombre de ménages déclarant de telles dépenses	Pourcentage de ménages déclarant de telles dépenses	Dépenses par ménage (parmi ceux qui ont déclaré de telles dépenses)	Total des dépenses (en dollars)	Part du total des dépenses	% des ménages
Rural	599 000	39 %	186 \$	111 millions	8 %	12 %
Moins de 100 000 habitants	1,04 million	43 %	212 \$	220 millions	16 %	18 %
100 000 habitants ou plus	4,54 millions	50 %	233 \$	1,059 milliard	76 %	69 %
Totaux	6,21 millions	47 %	226 \$	1,403 milliard	100 %	100 %

Les ménages canadiens qui achètent des livres consacrent en moyenne 24 cents par tranche de 100 \$ de son revenu à ces dépenses. Ce montant varie peu selon la taille de la municipalité :

- Grandes villes (100 000 habitants ou plus) : 25 cents par 100 \$ de revenu.
- Petites villes (moins de 100 000 habitants) : 27 cents par 100 \$ de revenu.
- Région rurale : 24 cents par 100 \$ de revenu.

¹⁴ La situation urbaine ou rurale de certains enregistrements de l'ensemble de données a été masquée à des fins de confidentialité. C'est pourquoi les données indiquées dans les colonnes consacrées au nombre de ménages, au total des dépenses et à la part des dépenses totales ne correspondent pas aux totaux.

Facteurs démographiques **ayant une corrélation basse ou modérée avec les achats de livres**

Les facteurs démographiques qui n'ont qu'une corrélation basse ou modérée avec les achats de livres comprennent l'âge et le sexe du répondant, la présence d'enfants dans le ménage, la taille du ménage et l'incapacité du répondant.

Âge

Les jeunes achètent-ils autant de livres que les autres secteurs de la population canadienne ? Cette question préoccupe les milieux de l'édition de livres. Comme on peut le constater au tableau 6, bien que de nombreux Canadiens de moins de 30 ans lisent des livres, ils ont tendance à dépenser un peu moins que les Canadiens plus âgés.

- Le pourcentage de ménages qui achètent des livres (autres que des livres scolaires) où le répondant a moins de 30 ans est égal à la moyenne nationale en 2008 (47 %).
- Les dépenses moyennes au chapitre des livres (des ménages qui affirment avoir de telles dépenses) sont inférieures à la moyenne canadienne (226 \$) dans les ménages où le répondant a moins de 30 ans (208 \$).

Un pourcentage élevé des ménages (56 %) où le répondant a de 30 à 39 ans affirment avoir acheté des livres, mais le montant moyen de leurs dépenses est relativement faible (194 \$).

Le pourcentage de ménages qui achètent des livres et la moyenne des dépenses des ménages sont tous deux très élevés dans les ménages où le répondant a de 40 à 49 ans : 56% de ces ménages affirment avoir acheté des livres et chez ces derniers, on dépense en moyenne 240 \$.

Le pourcentage de ménages acheteurs de livres où le répondant a de 50 à 59 ans est identique à la moyenne canadienne (47 %), mais ce sont ces ménages qui ont dépensé le plus en moyenne en 2008 pour acheter des livres, 254 \$.

Le pourcentage de ménages acheteurs de livres recule à partir de 60 ans. Il n'est plus qu'à 41 % des ménages où le répondant a de 60 à 69 ans, à 31 % chez les répondants de 70 à 79 ans et à 22 % des ménages à répondant de 80 ans ou plus. La moyenne des dépenses des ménages est très élevée dans les ménages à répondant de 60 à 69 ans (245 \$), inférieure à la moyenne canadienne chez les répondants de 70 à 79 ans (214 \$) et à son niveau le plus bas de tous les ménages lorsque les répondants ont 80 ans ou plus (116 \$).

C'est du côté des ménages où le répondant a de 40 à 59 ans que l'on trouve le montant total le plus élevé dépensé pour des livres (plus de 300 millions de dollars pour ces deux groupes d'âge, soit environ un quart du total dépensé pour des livres).

Tableau 6 : Dépenses pour des livres par groupe d'âge, 2008

Groupe d'âge des répondants	Nombre de ménages déclarant de telles dépenses	Pourcentage de ménages déclarant de telles dépenses	Dépenses par ménage (parmi ceux qui ont déclaré de telles dépenses)	Total des dépenses (en dollars)	Part du total des dépenses	% des ménages
Moins de 30 ans	698 000	47 %	208 \$	145 millions	10 %	11 %
30 à 39	1,33 million	56 %	194 \$	259 millions	18 %	18 %
40 à 49	1,60 million	56 %	240 \$	383 millions	27 %	21 %
50 à 59	1,27 million	47 %	254 \$	323 millions	23 %	20 %
60 à 69	790 000	41 %	245 \$	194 millions	14 %	14 %
70 à 79	387 000	31 %	214 \$	83 millions	6 %	10 %
80 et plus	145 000	22 %	116 \$	17 millions	1 %	5 %
Tous les groupes d'âge	6,21 millions	47 %	226 \$	1,403 milliard	100 %	100 %

Sexe du répondant

L'Enquête sur les dépenses des ménages permet de déterminer le sexe du répondant mais non le nombre global de femmes et d'hommes dans un ménage. De plus, ses questions portent sur le montant dépensé par le ménage et non par le répondant. Ces données ne s'avèrent donc pas très utiles pour tirer des conclusions quant à l'influence possible du genre sur l'achat de livres. Le tableau 7 indique que le sexe du répondant ne semble pas avoir de corrélation marquée avec les dépenses pour les livres : 49 % des ménages où le répondant était une femme ont déclaré faire de telles dépenses contre 45 % des ménages où le répondant était un homme. Le niveau de dépenses moyennes par ces ménages acheteurs de livres est presque le même pour les deux groupes de répondants, 227 \$ pour les femmes et 224 \$ pour les hommes.

Tableau 7 : Dépenses pour des livres selon le sexe du répondant, 2008

Sexe du répondant	Nombre de ménages déclarant de telles dépenses	Pourcentage de ménages déclarant de telles dépenses	Dépenses par ménage (parmi ceux qui ont déclaré de telles dépenses)	Total des dépenses (en dollars)	Part du total des dépenses	% des ménages
Femme	3,13 millions	49 %	227 \$	711 millions	51 %	48 %
Homme	3,09 millions	45 %	224 \$	691 millions	49 %	52 %
Totaux	6,21 millions	47 %	226 \$	1,403 milliard	100 %	100 %

Ménages avec ou sans enfants

Le tableau 8 montre qu'un pourcentage beaucoup plus élevé de ménages avec enfants (57 %) que sans enfant (44 %) ont dépensé pour des livres en 2008. Cependant, les dépenses moyennes par ménage sont à peu près semblables parmi les deux groupes (222 \$ c. 228 \$). Les dépenses totales sont beaucoup plus élevées pour les ménages sans enfant.

Tableau 8 : Dépenses pour des livres parmi les ménages avec ou sans enfants, 2008

Avec ou sans enfants de moins de 18 ans à la maison	Nombre de ménages déclarant de telles dépenses	Pourcentage de ménages déclarant de telles dépenses	Dépenses par ménage (parmi ceux qui ont déclaré de telles dépenses)	Total des dépenses (en dollars)	Part du total des dépenses	% des ménages
Avec enfants à la maison	2,07 millions	57 %	222 \$	458 millions	33 %	28 %
Sans enfant à la maison	4,15 millions	44 %	228 \$	945 millions	67 %	72 %
Tous les ménages	6,21 millions	47 %	226 \$	1,403 milliard	100 %	100 %

Taille du ménage

Le tableau 9 indique que les ménages composés d'une seule personne sont les moins enclins à dépenser pour des livres, 35 % de ces ménages déclarant de telles dépenses. Les dépenses moyennes par ménage sont également moins élevées parmi les ménages composés d'une seule personne (209 \$). Cependant, par personne, il s'agit du niveau le plus élevé des dépenses moyennes¹⁵.

Le pourcentage des autres ménages dépensant pour les livres est assez semblable quelle que soit la taille du ménage, les taux variant de 49 % pour les ménages composés de deux personnes à 56 % pour les ménages composés de cinq personnes ou plus. Parmi les ménages composés de deux personnes ou plus, les dépenses moyennes des ménages pour acheter des livres varient entre 218 \$ pour les ménages composés de trois personnes à 255 \$ pour les ménages composés de cinq personnes ou plus.

Les dépenses totales pour des livres sont plus élevées pour les ménages composés de deux personnes (502 millions de dollars, soit plus d'un tiers de toutes les dépenses consacrées aux livres).

Tableau 9 : Dépenses pour des livres selon la taille du ménage, 2008

Taille du ménage	Nombre de ménages déclarant de telles dépenses	Pourcentage de ménages déclarant de telles dépenses	Dépenses par ménage (parmi ceux qui ont déclaré de telles dépenses)	Total des dépenses (en dollars)	Part du total des dépenses	% des ménages
Une personne	1,32 million	35 %	209 \$	276 millions	20 %	28 %
Deux personnes	2,21 millions	49 %	227 \$	502 millions	36 %	34 %
Trois personnes	884 000	53 %	218 \$	193 millions	14 %	13 %
Quatre personnes	1,07 million	55 %	230 \$	246 millions	18 %	15 %
Cinq personnes ou plus	726 000	56 %	255 \$	185 millions	13 %	10 %
Tous les ménages	6,21 millions	47 %	226 \$	1,403 milliard	100 %	100 %

¹⁵ C'est-à-dire que 209 \$ divisés par 1 personne est égal à 209 \$. Les dépenses moyennes par membre des autres ménages varient entre 50 \$ et 110 \$.

*Incapacité du répondant*¹⁶

Le tableau 10 compare les dépenses pour des livres selon l'incapacité du répondant :

- Le pourcentage des ménages acheteurs de livres est beaucoup moins élevé lorsque le répondant a une incapacité (36 %) que lorsqu'il n'en a pas (49 %).
- Les dépenses moyennes par ménage sont légèrement moins élevées lorsque le répondant a une incapacité (204 \$) que lorsqu'il n'en a pas (229 \$).

Tableau 10 : Dépenses pour des livres selon l'incapacité du répondant, 2008

Le répondant a ou n'a pas une incapacité	Nombre de ménages déclarant de telles dépenses	Pourcentage de ménages déclarant de telles dépenses	Dépenses par ménage (parmi ceux qui ont déclaré de telles dépenses)	Total des dépenses (en dollars)	Part du total des dépenses	% des ménages
Le répondant a une incapacité	780 000	36 %	204 \$	159 millions	11 %	16 %
Le répondant n'a pas d'incapacité	5,43 millions	49 %	229 \$	1,244 milliard	89 %	84 %
Totaux	6,21 millions	47 %	226 \$	1,403 milliard	100 %	100 %

¹⁶ Deux questions ont permis d'évaluer l'incapacité : 1) « Avez-vous de la difficulté à entendre, à voir, à communiquer, à marcher, à monter un escalier, à vous pencher, à apprendre ou à faire d'autres activités semblables? » et 2) « Est-ce qu'un état physique ou un état mental ou un problème de santé réduit la quantité ou le genre d'activités que vous pouvez faire à la maison, au travail, à l'école ou dans d'autres activités, par exemple dans vos déplacements ou vos loisirs ? ».

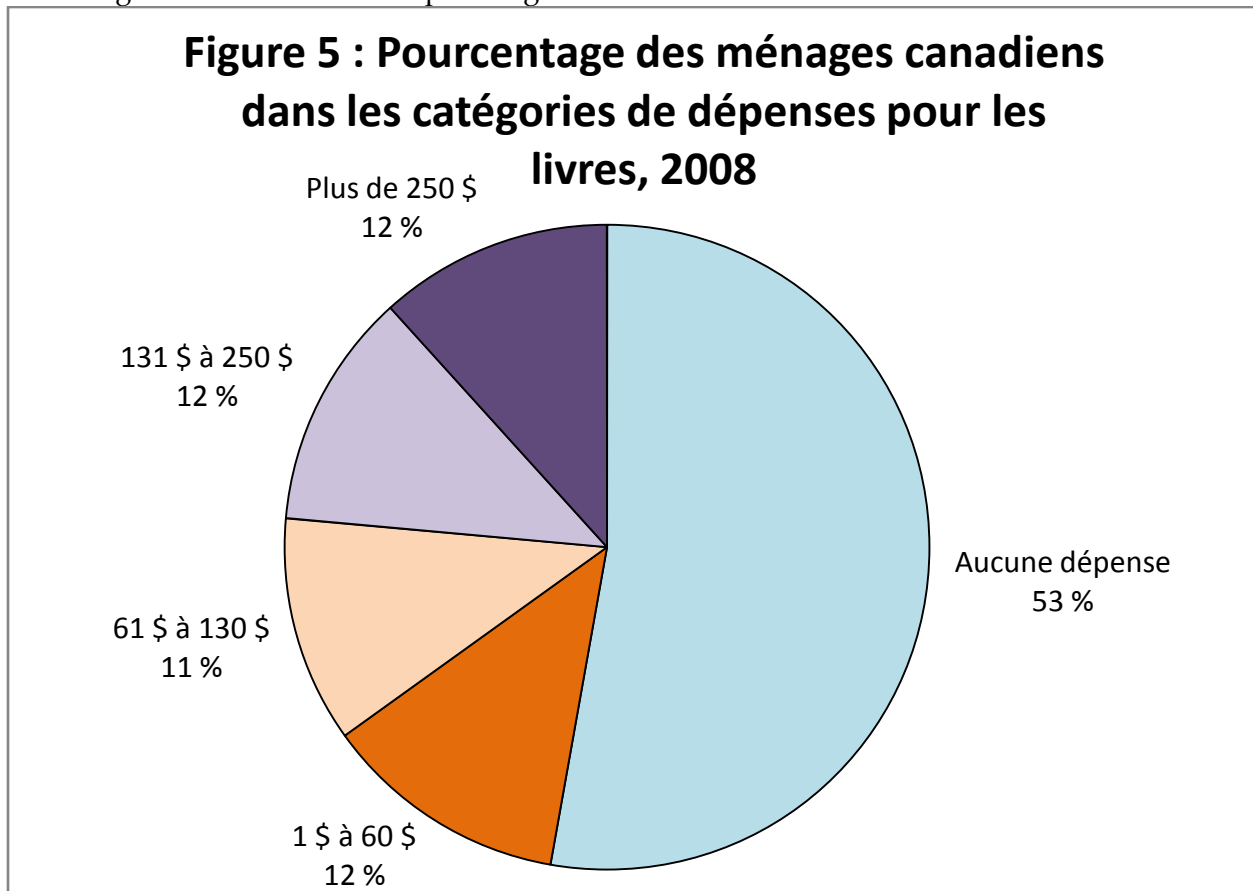
Ménages achetant beaucoup ou peu de livres

Les dépenses pour des livres varient énormément entre les ménages. En fait, 53 % des ménages ont déclaré ne pas avoir fait de dépenses pour des livres (7,0 millions de ménages). Les 47 % de ménages qui ont dépensé pour des livres (6,2 millions de ménages) y ont consacré en moyenne 226 \$.

Les ménages qui ont déclaré faire des dépenses pour des livres ont été répartis en quatre grandes catégories, selon le montant consacré à des livres en 2008. La division en catégories (ou « quartiles ») nous permet d'examiner les similarités et les différences entre les habitudes de dépenses des ménages pour d'autres biens et services.

Le quartile des « dépenses faibles » comprend les Canadiens qui dépensent entre 1 \$ et 60 \$ pour des livres. Le groupe des « dépenses modérées » comprend ceux qui ont dépensé de 61 \$ à 130 \$. Le quartile des « dépenses élevées » regroupe ceux qui ont fait des dépenses allant de 131 \$ à 250 \$, tandis que le groupe des « dépenses les plus élevées » comprend ceux qui ont dépensé plus de 250 \$.

Chaque quartile représente de 1,5 à 1,6 million de ménages. La figure 5 présente le pourcentage de ménages canadiens dans chaque catégorie.



Le tableau 11 donne des renseignements sur les dépenses consacrées aux livres selon ces catégories de ménages. Les ménages ayant les dépenses les plus élevées, qui représentent 12 % de la population, ont dépensé 63 % des dépenses totales pour des livres en 2008.

Tableau 11 : Dépenses pour des livres par quartile, 2008					
Quartile des ménages	Catégorie de dépenses	Nombre de ménages déclarant de telles dépenses	Total des dépenses pour des livres (en dollars)	Proportion des dépenses du quartile	% des ménages
Dépenses faibles	1 \$ à 60 \$	1,62 million	65 millions	5 %	12 %
Dépenses modérées	61 \$ à 130 \$	1,49 million	147 millions	10 %	11 %
Dépenses élevées	131 \$ à 250 \$	1,56 million	304 millions	22 %	12 %
Dépenses les plus élevées	Plus de 250 \$	1,54 million	887 millions	63 %	12 %
Totaux		6,21 millions	1,403 milliard	100 %	47 %

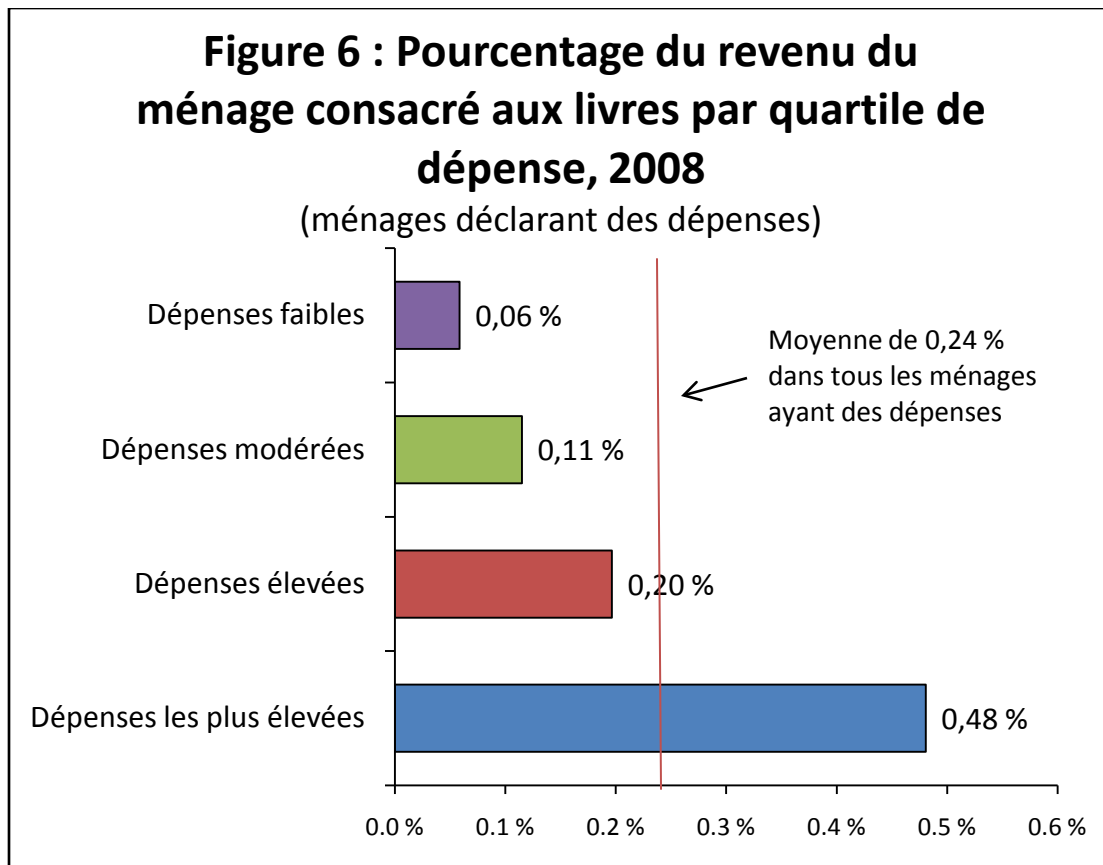
Il n'est pas surprenant de constater que les ménages ayant les dépenses les plus élevées sont ceux qui ont un niveau d'études et un revenu élevés :

- 22 % des ménages dépensant le plus ont un diplôme d'études supérieures (comparativement à 9 % de tous les Canadiens) et 23 % ont un baccalauréat (comparativement à 15 % de tous les Canadiens).
- 21 % des ménages ont un revenu supérieur à 150 000 \$, comparativement à 8 % de tous les Canadiens. De la même manière, 24 % des ménages qui dépensent le plus ont un revenu entre 100 001 \$ et 150 000 \$ (comparativement à 14 % de tous les ménages).

Autres faits au sujet des ménages dépensant le plus :

- 77 % proviennent de grandes villes (ayant plus de 100 000 habitants, comparativement à 69 % pour le Canada).
- 31 % ont des enfants (comparativement à 28 % de tous les ménages).
- Ces ménages sont répartis assez uniformément entre les provinces.
- Ils sont répartis assez uniformément selon l'âge, à une exception près : 27 % des ménages qui dépensent le plus avaient un répondant entre 40 et 49 ans alors que ces ménages ne représentent que 21 % de la population canadienne.

Quant au pourcentage du revenu consacré à des livres, la figure 6 montre que les ménages dépensant le plus pour des livres choisissent de consacrer une part plus importante de leur revenu à ces dépenses. En fait, les ménages qui ont dépensé plus de 250 \$ pour des livres en 2008 ont consacré en moyenne 0,48 % de leur revenu à ces activités, ce qui est beaucoup plus élevé que la moyenne de 0,24 % enregistrée pour tous les ménages ayant fait des dépenses pour les livres.



Autres activités culturelles et sportives des acheteurs de livres

Les données révèlent qu'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 et 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.

Le tableau 12 compare les dépenses moyennes pour diverses activités culturelles et sportives des 3,1 millions de ménages qui ont acheté au moins 130 \$ de livres en 2008 (les quartiles « dépenses élevées » et « dépenses les plus élevées ») aux dépenses des 10,1 millions de ménages qui ont dépensé moins de 130 \$ ou rien du tout pour des livres (les ménages n'ayant pas acheté de livres ainsi que les quartiles « dépenses faibles » et « dépenses modérées »).

Les ménages qui achètent beaucoup de livres ont tendance à avoir des dépenses et des revenus élevés. En fait, les dépenses totales des ménages qui achètent beaucoup de livres sont supérieures de 67 % aux dépenses totales des ménages qui achètent peu ou pas du tout de livres. Ce chiffre de 67 % représente un repère pour l'analyse des autres postes de dépenses. Si les ménages qui dépensent beaucoup ont, pour certains postes, des dépenses moyennes supérieures à 67 % par rapport aux ménages dépensant peu ou pas (c'est-à-dire, un ratio supérieur à 1,67 dans le tableau ci-dessous), on peut affirmer que ces ménages accordent la priorité à ces postes de dépenses. À l'inverse, un ratio inférieur à 67 % pourrait indiquer que le poste correspond à un produit de base ou à un bien ou service moins important du point de vue des priorités.

Les ménages qui achètent beaucoup de livres dépensent beaucoup plus pour des biens et services culturels que les ménages qui achètent peu ou pas du tout de livres :

- Leurs dépenses moyennes pour les arts, les antiquités et les articles de décoration sont plus de trois fois plus élevées.
- Leurs dépenses moyennes pour des droits d'entrée dans les musées et pour d'autres activités patrimoniales sont près de trois fois plus élevées.
- Leurs dépenses moyennes pour des revues et périodiques sont près de trois fois plus élevées.
- Leurs dépenses moyennes pour des spectacles sur scène sont plus de 2,5 fois plus élevées.

- Leurs dépenses moyennes pour des événements sportifs devant public sont plus de deux fois plus élevées.
- Leurs dépenses moyennes pour des droits d'entrée au cinéma sont plus de deux fois plus élevées.

Même si les ménages qui achètent beaucoup de livres dépensent plus pour des journaux et certains articles de divertissement au foyer que les ménages qui achètent peu ou pas du tout de livres, les ratios sont inférieurs à la différence de 67 % des dépenses totales du ménage :

- Les dépenses moyennes pour des journaux sont supérieures de 59 %.
- Les dépenses moyennes pour des services de câblodistribution sont supérieures de 26 %.

Les dépenses moyennes pour des services de satellite sont *inférieures* de 5 %.

Autres biens et services culturels	Dépenses moyennes des ménages dépensant beaucoup pour les livres	Dépenses moyennes des ménages dépensant modérément, peu ou pas du tout pour les livres	Ratio
Arts, antiquités et articles de décoration	260 \$	80 \$	3,27
Droits d'entrée dans des musées et autres activités patrimoniales	79 \$	27 \$	2,93
Revue et périodiques	94 \$	33 \$	2,85
Spectacles sur scène	209 \$	77 \$	2,71
Événements sportifs devant public	86 \$	38 \$	2,26
Droits d'entrée au cinéma	159 \$	72 \$	2,21
Journaux	119 \$	75 \$	1,59
Services de câblodistribution	445 \$	354 \$	1,26
Services de satellite	143 \$	151 \$	0,95
Total des dépenses des ménages	103 000 \$	61 600 \$	1,67

Ces résultats indiquent que les stratégies de commercialisation de livres pourraient cibler d'autres participants culturels. Celles-ci pourraient inclure les éléments suivants :

- Assurer que des signets, des brochures et d'autres informations sont diffusées dans les galeries d'art, les musées, les salles de spectacles, les festivals, les sites historiques et les autres sites culturels.
- Personnaliser la commercialisation des livres en fonction du public de l'activité culturelle.
- Assurer que l'information au sujet des séries de lectures et des événements littéraires est diffusée dans les lieux culturels.
- Organiser des lectures d'auteur dans les galeries d'art, les musées ou d'autres espaces culturels.
- Collaborer avec d'autres types d'organismes culturels.

Qui achète des revues et des périodiques ?

Cette section du rapport examine les variations des dépenses des ménages pour les revues et périodiques, selon des facteurs comme 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.

Tel que noté dans l'introduction, la question posée aux répondants était la suivante : « En 2008, combien votre ménage a-t-il dépensé pour : revues et périodiques? » Cette question porte manifestement sur les achats et non sur la lecture. Il existe de nombreux moyens de bénéficier de matériel de lecture sans avoir à l'acheter, comme l'emprunter de la bibliothèque ou d'un ami.

Les ménages seront comparés à quelques repères clés :

- L'ensemble des dépenses de consommation de revues s'élevait à 623 millions de dollars en 2008.
- 46 % des ménages canadiens (6,01 millions de ménages) ont déclaré acheté des revues et périodiques.
- Parmi les ménages acheteurs, la somme moyenne dépensée pour les revues s'élevait à 104 \$.
- Les ménages acheteurs de revues consacrent en moyenne 11 cents par 100 \$ de leur revenu à ces dépenses.

Recul considérable des achats de revues entre 2001 et 2008

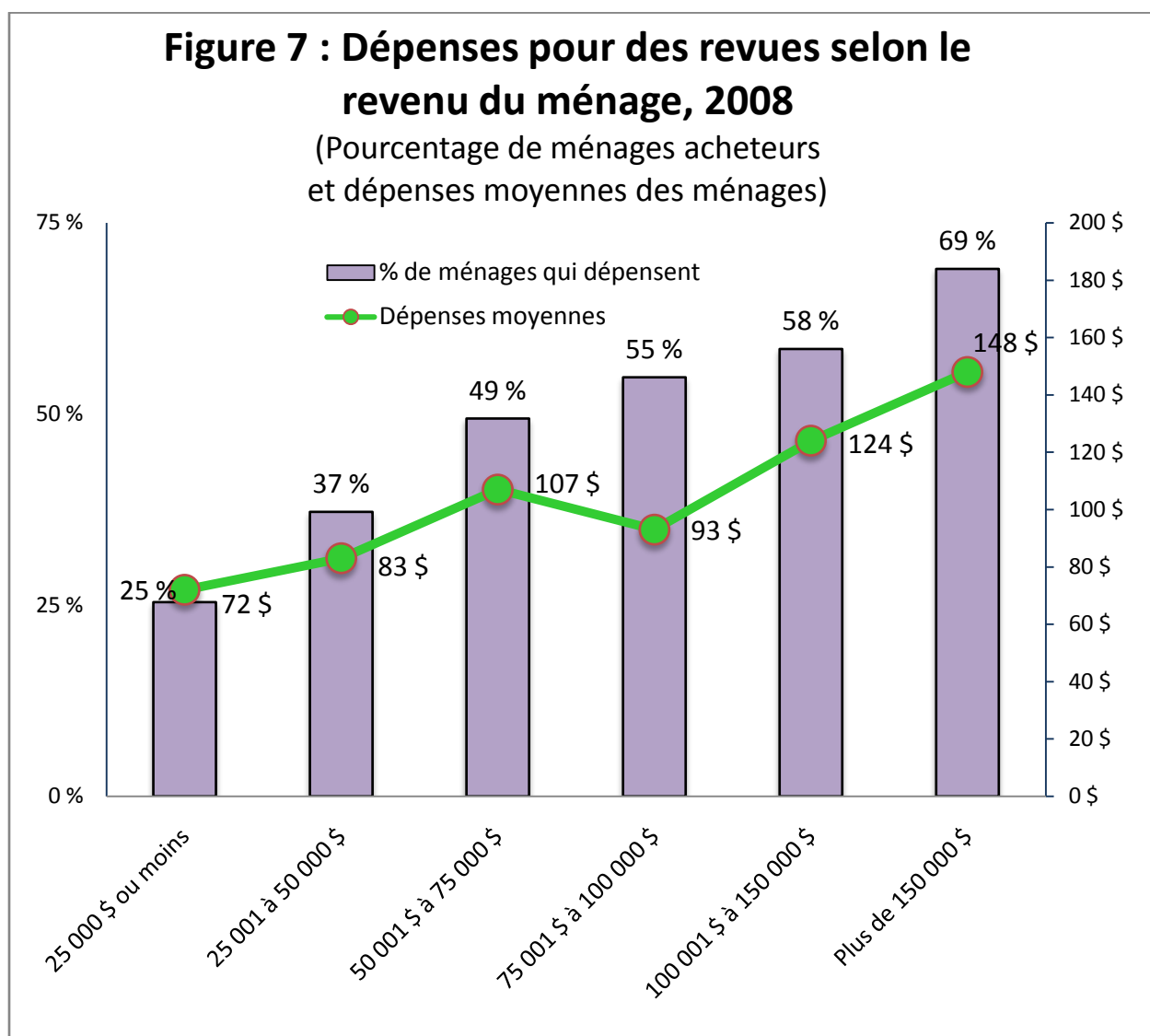
Après ajustement pour l'inflation, les dépenses de consommation pour des revues et périodiques ont diminué de 22 % entre 2001 et 2008 (de 801 à 623 millions de dollars). En 2001, 54 % des ménages canadiens ont déclaré avoir acheté des revues et périodiques. En 2008, ce nombre avait reculé à 46 %.

Facteurs démographiques à l'œuvre dans l'achat de revues et périodiques

Le revenu du ménage, le niveau d'études et la province sont les trois facteurs démographiques ayant une forte corrélation avec les dépenses pour les revues et périodiques.

Revenu des ménages

La figure 7 démontre que le pourcentage de ménages qui achète des revues augmente considérablement avec le revenu, passant de 25 % chez les ménages les plus modestes à 69 % chez les ménages les plus fortunés. De même, les dépenses moyennes par ménage augmentent généralement avec le revenu, passant de 72 \$ chez les ménages ayant un revenu total de 25 000 \$ ou moins à 148 \$ chez les ménages ayant un revenu total de plus de 150 000 \$.



Le tableau 13 présente des détails sur les dépenses pour les revues selon le revenu des ménages, y compris le nombre et le pourcentage de ménages déclarant de telles dépenses, les dépenses par ménage acheteur, les dépenses totales et la part des dépenses totales par catégorie de revenu.

Le montant total dépensé pour des revues et périodiques n'augmente pas autant avec le revenu du ménage que les dépenses moyennes. Par conséquent, aucune tendance marquée ne peut être décelée dans la part de l'ensemble de ces dépenses de chaque groupe de revenu.

Tableau 13 : Dépenses pour des revues selon le revenu des ménages, 2008						
Revenu du ménage avant impôts	Nombre de ménages déclarant de telles dépenses	Pourcentage de ménages déclarant de telles dépenses	Dépenses par ménage (parmi ceux qui ont déclaré de telles dépenses)	Total des dépenses (en dollars)	Part du total des dépenses	% des ménages
25 000 \$ ou moins	619 000	25 %	72 \$	44 millions	7 %	19 %
25 001 \$ à 50 000 \$	1,18 million	37 %	83 \$	98 millions	16 %	24 %
50 001 \$ à 75 000 \$	1,27 million	49 %	107 \$	136 millions	22 %	20 %
75 001 \$ à 100 000 \$	1,15 million	55 %	93 \$	108 millions	17 %	16 %
100 001 \$ à 150 000 \$	1,09 million	58 %	124 \$	135 millions	22 %	14 %
Plus de 150 000 \$	691 000	69 %	148 \$	102 millions	16 %	8 %
Totaux	6,01 millions	46 %	104 \$	623 millions	100 %	100 %

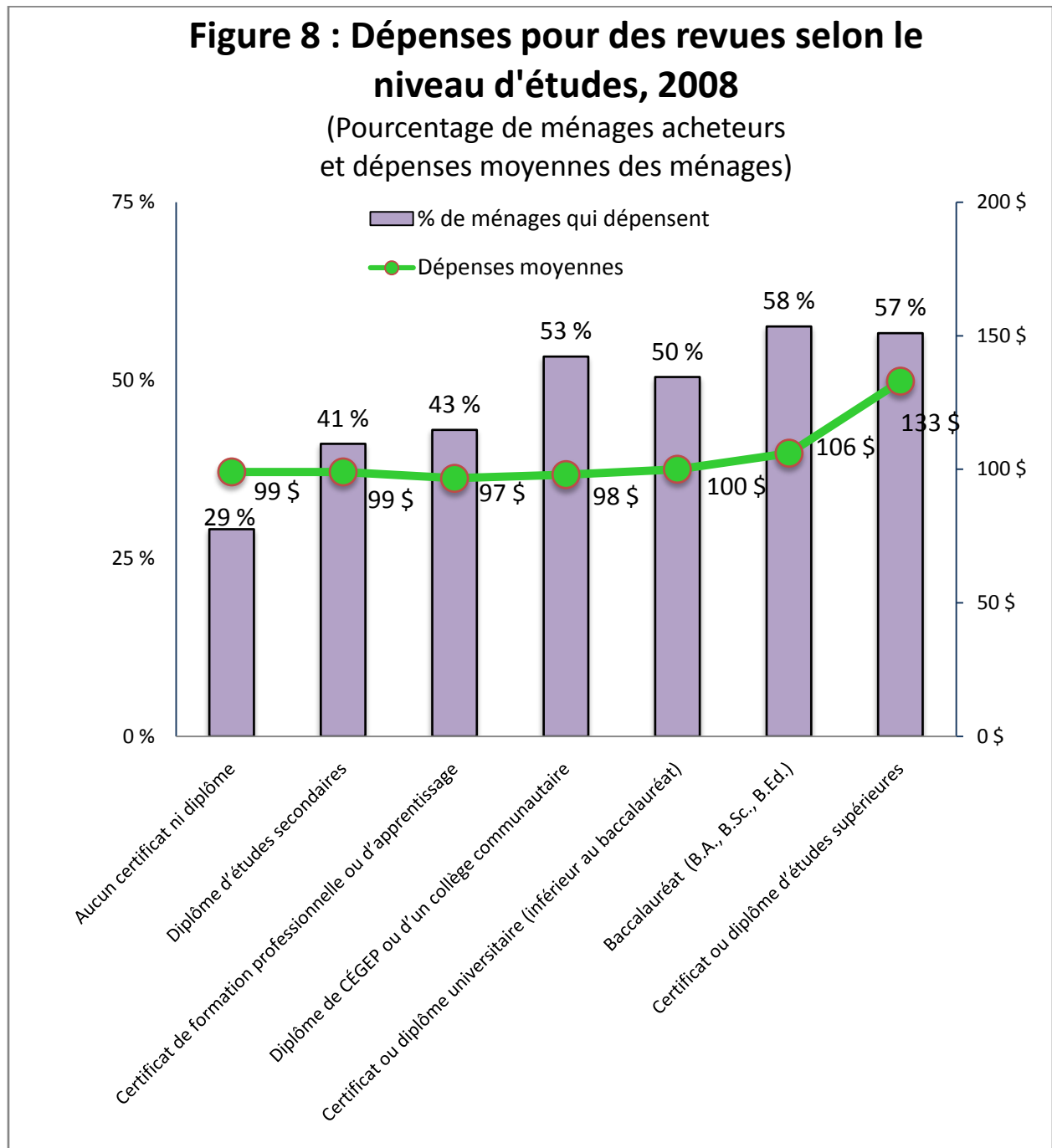
Les ménages canadiens acheteurs de revues ont consacré, en moyenne, 11 cents par 100 \$ de leur revenu à ces dépenses en 2008. La part du revenu consacré aux revues la plus élevée s'observe chez les ménages au palier inférieur de l'échelle des revenus. Pour ces ménages à revenu global de 25 000 \$ ou moins, les 72 \$ qu'ils dépensent sur des revues représentent 41 cents par 100 \$ de revenu. Ce montant diminue à chaque palier :

- 25 001 à 50 000 \$: 21 cents par 100 \$ de revenu.
- 50 001 \$ à 75 000 \$: 17 cents par 100 \$ de revenu.
- 75 001 \$ à 100 000 \$: 10 cents par 100 \$ de revenu.
- 100 001 \$ à 150 000 \$: 10 cents par 100 \$ de revenu.
- Plus de 150 000 \$: 6 cents par 100 \$ de revenu.

Ces statistiques indiquent qu'un pourcentage moindre de ménages à faible revenu choisit de dépenser pour des revues, mais qu'ils y accordent une proportion plus élevée de leur revenu.

Niveau d'études

La figure 8 démontre que le pourcentage de ménages dépensant pour des revues (diagramme à colonnes, tracé sur l'axe gauche) augmente considérablement avec le niveau d'études des répondants, de 29 % des ménages où le répondant n'a pas de diplôme d'études secondaires à près de 60 % de ceux où les répondants ont fait des études universitaires. Cependant, les dépenses moyennes par ménage (graphique linéaire, tracé sur l'axe droit) s'approchent de 100 \$ pour tous les ménages, sauf ceux où le répondant a fait des études universitaires supérieures.



Le tableau 14 présente des détails sur les dépenses pour les revues selon le niveau d'études des répondants. Aucune tendance ne se dégage du total des ventes ou de la part du total selon le niveau d'études.

Tableau 14 : Dépenses pour les revues selon le niveau d'études, 2008

Niveau d'études des répondants	Nombre de ménages déclarant de telles dépenses	Pourcentage de ménages déclarant de telles dépenses	Dépenses par ménage (parmi ceux qui ont déclaré de telles dépenses)	Total des dépenses (en dollars)	Part du total des dépenses	% des ménages
Aucun certificat ni diplôme	718 000	29 %	99 \$	71 millions	11 %	19 %
Diplôme d'études secondaires ou l'équivalent	1,26 million	41 %	99 \$	124 millions	20 %	23 %
Certificat de compétence, de formation professionnelle ou d'apprentissage	554 000	43 %	97 \$	54 millions	9 %	10 %
Diplôme d'un collège communautaire, de CÉGEP ou d'une école des sciences infirmières	1,35 million	53 %	98 \$	132 millions	21 %	19 %
Certificat ou diplôme universitaire (niveau inférieur au baccalauréat)	371 000	50 %	100 \$	37 millions	6 %	6 %
Baccalauréat (B.A., B.Sc., B.Ed.)	1,10 million	58 %	106 \$	117 millions	19 %	15 %
Certificat ou diplôme d'études supérieures	661 000	57 %	133 \$	88 millions	14 %	9 %
Totaux	6,01 millions	46 %	104 \$	623 millions	100 %	100 %

Si l'on considère le pourcentage du revenu, chaque ménage acheteur de revues consacre en moyenne 11 cents par tranche de 100 \$ de son revenu à ces dépenses. Parmi ces ménages, ceux où le répondant n'a pas de diplôme du secondaire dépensent un pourcentage plus important de leur revenu pour des revues. La somme de 99 \$ par ménage parmi ceux qui n'ont pas terminé leurs études secondaires représente 0,20 % du revenu d'un ménage acheteur moyen. Autrement dit, ces ménages dépensent 20 cents par 100 \$ de revenu sur des revues.

Les chiffres équivalents pour les autres ménages sont :

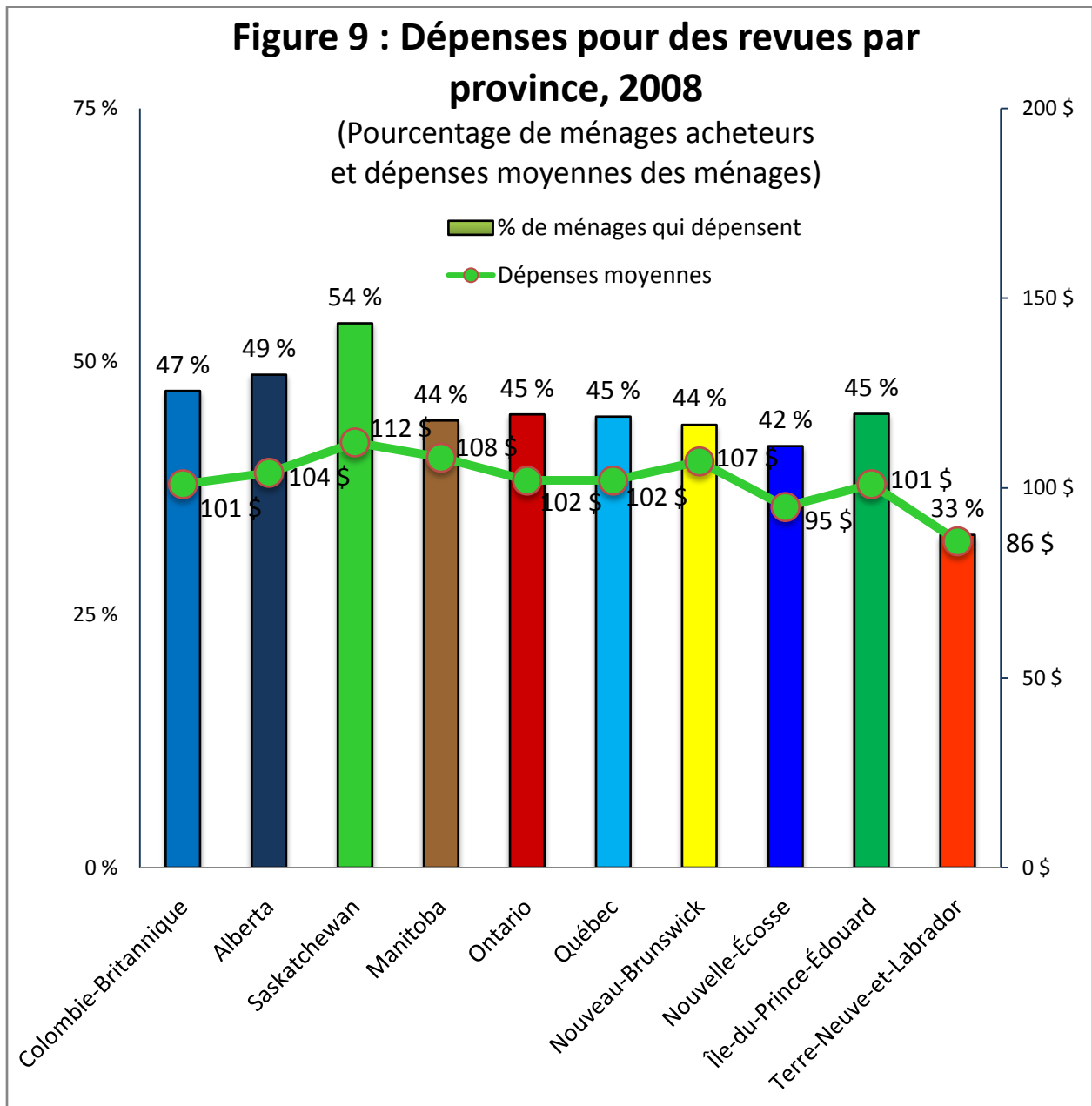
- Diplôme d'études secondaires ou l'équivalent : 13 cents par 100 \$ de revenu.
- Certificat de compétence, de formation professionnelle ou d'apprentissage : 12 cents par 100 \$ de revenu.
- Diplôme d'un collège communautaire, de CÉGEP ou d'une école des sciences infirmières : 10 cents par 100 \$ de revenu.
- Certificat ou diplôme universitaire (niveau inférieur au baccalauréat) : 11 cents par 100 \$ de revenu.
- Baccalauréat (B.A., B.Sc., B.Ed.) : 9 cents par 100 \$ de revenu.
- Certificat ou diplôme d'études supérieures : 10 cents par 100 \$ de revenu.

Ces statistiques indiquent qu'un pourcentage moindre des personnes qui ont fait moins d'études achète des revues, mais elles accordent une proportion plus élevée de leur revenu à ces dépenses.

Province

La figure 9 montre que les résidents de la Saskatchewan, de l'Alberta et de la Colombie-Britannique sont plus enclins à acheter des revues, avec 47 % ou plus des ménages de ces provinces déclarant faire de telles dépenses. Les résidents de Terre-Neuve-et-Labrador sont les moins enclins à acheter des revues, 33 % des ménages ayant déclaré de telles dépenses.

Parmi les ménages qui ont acheté des revues, ce sont ceux de la Saskatchewan (112 \$), du Manitoba (108 \$) et du Nouveau-Brunswick (107 \$) qui dépensent le plus en moyenne. C'est en Nouvelle-Écosse (95 \$) et à Terre-Neuve-et-Labrador (86 \$) que la moyenne des dépenses est la moins élevée.



Le tableau 15 fournit plus de détails concernant les dépenses pour les revues selon la province¹⁷. Pour fins de comparaison, le tableau indique le pourcentage de la population canadienne dans chaque province¹⁸.

Province	Nombre de ménages déclarant de telles dépenses	Pourcentage de ménages déclarant de telles dépenses	Dépenses par ménage (parmi ceux qui ont déclaré de telles dépenses)	Total des dépenses (en dollars)	Part du total des dépenses	% des ménages canadiens
Colombie-Britannique	804 000	47 %	101 \$	81 millions	13 %	13 %
Alberta	629 000	49 %	104 \$	65 millions	10 %	11 %
Saskatchewan	208 000	54 %	112 \$	23 millions	4 %	3 %
Manitoba	192 000	44 %	108 \$	21 millions	3 %	4 %
Ontario	2,14 millions	45 %	102 \$	219 millions	35 %	39 %
Québec	1,47 million	45 %	102 \$	149 millions	24 %	23 %
Nouveau-Brunswick	133 000	44 %	107 \$	14 millions	2 %	2 %
Nouvelle-Écosse	159 000	42 %	95 \$	15 millions	2 %	3 %
Île-du-Prince-Édouard	25 000	45 %	101 \$	2 millions	0,4 %	0,4 %
Terre-Neuve-et-Labrador	66 000	33 %	86 \$	6 millions	1 %	2 %
Canada	6,01 millions	46 %	104 \$	623 millions	100 %	100 %

¹⁷ Certains enregistrements de l'ensemble de données n'affichent pas le nom de la province, ce dernier ayant été masqué à des fins de confidentialité. C'est pourquoi les chiffres indiqués dans les colonnes sur le nombre de ménages, le total des dépenses et le pourcentage de toutes les dépenses ne correspondent pas aux totaux canadiens. Compte tenu du nombre d'enregistrements masqués, le total provincial des dépenses ne correspond pas exactement aux montants indiqués dans un rapport précédent (*Les dépenses de consommation au chapitre de la culture*). Les données sur le total provincial des dépenses dans ce dernier rapport sont légèrement plus exactes.

¹⁸ Les données sur les trois territoires n'étaient pas disponibles en 2008. Les estimations pour les territoires ne sont disponibles que pour les années impaires.

Les ménages canadiens acheteurs de revues consacrent en moyenne 11 cents par tranche de 100 \$ de leur revenu à ces dépenses (dans les ménages consacrant des dépenses aux revues). Parmi les ménages acheteurs de revues, les résidents de la Saskatchewan, du Manitoba, du Québec, du Nouveau-Brunswick et de l'Île-du-Prince-Édouard dépensent le pourcentage le plus élevé de leur revenu sur des revues :

- Saskatchewan : 15 cents par 100 \$ de revenu.
- Manitoba : 14 cents par 100 \$ de revenu.
- Québec : 14 cents par 100 \$ de revenu.
- Nouveau-Brunswick : 14 cents par 100 \$ de revenu.
- Île-du-Prince-Édouard : 14 cents par 100 \$ de revenu.
- Nouvelle-Écosse : 13 cents par 100 \$ de revenu.
- Colombie-Britannique : 12 cents par 100 \$ de revenu.
- Ontario : 11 cents par 100 \$ de revenu.
- Terre-Neuve-et-Labrador : 11 cents par 100 \$ de revenu.
- Alberta : 10 cents par 100 \$ de revenu.

Facteurs démographiques ayant une corrélation basse ou modérée avec les dépenses pour les revues

Les facteurs démographiques qui n'ont qu'une corrélation basse ou modérée avec les dépenses pour les revues comprennent l'âge ou le sexe du répondant, la présence d'enfants dans le ménage, la taille du ménage, l'incapacité du répondant et la taille de la municipalité.

Âge

Le tableau 16 présente des informations concernant les dépenses selon l'âge du répondant :

- Il n'y a aucune tendance marquée au sujet de l'âge quant au pourcentage de ménages qui achètent des revues.
- La moyenne des dépenses par ménage est de 109 \$ ou plus chez les Canadiens de 50 ans ou plus.
- Ce sont les Canadiens de 40 à 59 ans qui dépensent le plus pour des revues.

Tableau 16 : Dépenses pour des revues par groupe d'âge, 2008						
Groupe d'âge des répondants	Nombre de ménages déclarant de telles dépenses	Pourcentage de ménages déclarant de telles dépenses	Dépenses par ménage (parmi ceux qui ont déclaré de telles dépenses)	Total des dépenses (en dollars)	Part du total des dépenses	% des ménages
Moins de 30 ans	609 000	41 %	93 \$	56 millions	9 %	11 %
30 à 39	1,14 million	49 %	97 \$	110 millions	18 %	18 %
40 à 49	1,41 million	50 %	99 \$	139 millions	22 %	21 %
50 à 59	1,24 million	46 %	109 \$	135 millions	22 %	20 %
60 à 69	836 000	44 %	111 \$	93 millions	15 %	14 %
70 à 79	530 000	42 %	117 \$	62 millions	10 %	10 %
80 et plus	245 000	38 %	109 \$	27 millions	4 %	5 %
Totaux	6,01 millions	46 %	104 \$	623 millions	100 %	100 %

Sexe du répondant

L'Enquête permet de déterminer le sexe du répondant mais non le nombre global de femmes et d'hommes dans chaque ménage. De plus, ses questions portent sur le montant dépensé par le ménage et non par le répondant. Ces données ne s'avèrent donc pas très utiles pour tirer des conclusions quant à l'influence possible du genre sur l'achat de revues. Le tableau 17 indique que le sexe du répondant ne semble avoir qu'une légère corrélation avec les dépenses pour les revues : 48 % des ménages où le répondant était une femme ont déclaré faire des dépenses pour des revues, contre 43 % des ménages où le répondant était un homme. Les dépenses moyennes pour des revues des ménages acheteurs étaient légèrement moins élevées chez les ménages où le répondant était une femme (99 \$) que chez ceux où le répondant était un homme (108 \$).

Tableau 17 : Dépenses pour des revues selon le sexe du répondant, 2008

Sexe du répondant	Nombre de ménages déclarant de telles dépenses	Pourcentage de ménages déclarant de telles dépenses	Dépenses par ménage (parmi ceux qui ont déclaré de telles dépenses)	Total des dépenses (en dollars)	Part du total des dépenses	% des ménages
Femme	3,06 millions	48 %	99 \$	304 millions	49 %	48 %
Homme	2,95 millions	43 %	108 \$	319 millions	51 %	52 %
Totaux	6,01 millions	46 %	104 \$	623 millions	100 %	100 %

Ménages avec ou sans enfants

Le tableau 18 indique qu'un pourcentage légèrement plus élevé de ménages avec enfants (49 %) a acheté des revues en 2008 que de ménages sans enfant (44 %). Les dépenses moyennes des deux groupes de ménages sont assez semblables (100 \$ et 105 \$, respectivement). Toutefois, plus de deux tiers (71 %) du total des achats de revues provient des ménages sans enfant.

Tableau 18 : Dépenses pour des revues parmi les ménages avec ou sans enfants, 2008

Avec ou sans enfants de moins de 18 ans à la maison	Nombre de ménages déclarant de telles dépenses	Pourcentage de ménages déclarant de telles dépenses	Dépenses par ménage (parmi ceux qui ont déclaré de telles dépenses)	Total des dépenses (en dollars)	Part du total des dépenses	% des ménages
Avec des enfants à la maison	1,78 million	49 %	100 \$	179 millions	29 %	28 %
Sans enfant à la maison	4,23 millions	44 %	105 \$	444 millions	71 %	72 %
Tous les ménages	6,01 millions	46 %	104 \$	623 millions	100 %	100 %

Taille du ménage

Le tableau 19 indique que les ménages composés d'une seule personne sont les moins enclins à dépenser pour des revues, 36 % de ces ménages déclarant de telles dépenses. Les dépenses moyennes du ménage sont également moins élevées dans les ménages composés d'une seule personne (87 \$). Cependant, par personne, il s'agit du niveau le plus élevé des dépenses moyennes¹⁹.

La taille du ménage n'a pas d'autre effet sur le pourcentage de ménages acheteurs de revues, ce taux fluctuant entre 47 et 50 %. Parmi les ménages composés d'au moins deux personnes, les dépenses moyennes des ménages acheteurs varient entre 105 \$ pour les ménages de cinq personnes ou plus à 112 \$ pour ceux de trois personnes.

Les dépenses totales pour des revues sont plus élevées pour les ménages composés de deux personnes (246 millions de dollars, soit 40 % de toutes les dépenses consacrées aux revues).

Tableau 19 : Dépenses pour des revues selon la taille du ménage, 2008

Taille du ménage	Nombre de ménages déclarant de telles dépenses	Pourcentage de ménages déclarant de telles dépenses	Dépenses par ménage (parmi ceux qui ont déclaré de telles dépenses)	Total des dépenses (en dollars)	Part du total des dépenses	% des ménages
Une personne	1,33 million	36 %	87 \$	116 millions	19 %	28 %
Deux personnes	2,28 millions	50 %	108 \$	246 millions	40 %	34 %
Trois personnes	788 000	47 %	112 \$	88 millions	14 %	13 %
Quatre personnes	979 000	50 %	108 \$	106 millions	17 %	15 %
Cinq personnes ou plus	631 000	49 %	105 \$	66 millions	11 %	10 %
Tous les ménages	6,01 millions	46 %	104 \$	623 millions	100 %	100 %

¹⁹ C'est-à-dire que 87 \$ divisés par 1 personne est égal à 87 \$. Les dépenses moyennes par membre des autres ménages varient entre 20 \$ et 50 \$.

Incapacité du répondant²⁰

Le tableau 20 compare les dépenses pour des revues selon l'incapacité du répondant. Le pourcentage de ménage acheteurs de revues est légèrement moins élevé lorsque le répondant a une incapacité (41 %) que lorsqu'il n'en a pas (47 %). Les dépenses moyennes par ménage sont également légèrement moins élevées lorsque le répondant a une incapacité (97 \$) que lorsqu'il n'en a pas (105 \$).

Tableau 20 : Dépenses pour des revues selon l'incapacité du répondant, 2008

Le répondant a ou n'a pas une incapacité	Nombre de ménages déclarant de telles dépenses	Pourcentage de ménages déclarant de telles dépenses	Dépenses par ménage (parmi ceux qui ont déclaré de telles dépenses)	Total des dépenses (en dollars)	Part du total des dépenses	% des ménages
Le répondant a une incapacité	886 000	41 %	97 \$	86 millions	14 %	16 %
Le répondant n'a pas d'incapacité	5,12 millions	47 %	105 \$	537 millions	86 %	84 %
Totaux	6,01 millions	46 %	104 \$	623 millions	100 %	100 %

²⁰ Deux questions ont permis d'évaluer l'incapacité : 1) « Avez-vous de la difficulté à entendre, à voir, à communiquer, à marcher, à monter un escalier, à vous pencher, à apprendre ou à faire d'autres activités semblables? » et 2) « Est-ce qu'un état physique ou un état mental ou un problème de santé réduit la quantité ou le genre d'activités que vous pouvez faire à la maison, au travail, à l'école ou dans d'autres activités, par exemple dans vos déplacements ou vos loisirs ? ».

Ménages en régions rurales et urbaines

Le tableau 21 indique que le pourcentage de ménages acheteurs de revues est assez semblable dans les régions rurales et urbaines. Les dépenses moyennes des ménages pour des revues sont également semblables, variant seulement entre 100 \$ et 105 \$.

En ce qui a trait à la part des dépenses globales consacrées aux revues, les villes de 100 000 habitants ou plus regroupent plus de deux tiers des dépenses.

Population de la région de résidence	Nombre de ménages déclarant de telles dépenses	Pourcentage de ménages déclarant de telles dépenses	Dépenses par ménage (parmi ceux qui ont déclaré de telles dépenses)	Total des dépenses (en dollars)	Part du total des dépenses	% des ménages
Rural	725 000	47 %	100 \$	73 millions	12 %	12 %
Moins de 100 000 habitants	1,14 million	47 %	101 \$	115 millions	18 %	18 %
100 000 habitants ou plus	4,10 millions	45 %	105 \$	431 millions	69 %	69 %
Totaux	6,01 millions	46 %	104 \$	623 millions	100 %	100 %

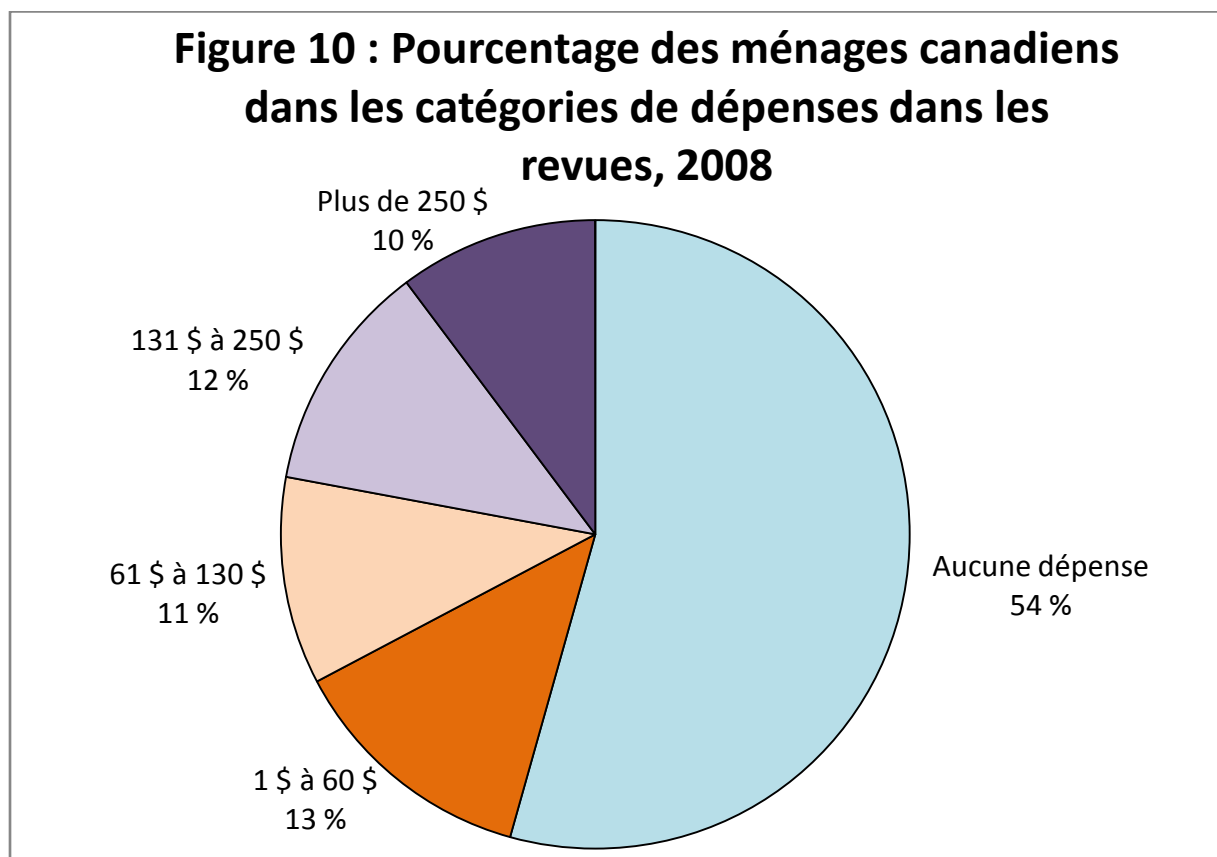
Ménages achetant beaucoup et peu de revues

Les dépenses pour des revues varient énormément entre les ménages. En fait, 54 % des ménages ont déclaré ne pas avoir acheté de revues (7,2 millions de ménages). Les 46 % de ménages qui ont acheté des revues (6,0 millions de ménages) ont consacré en moyenne 104 \$ à ces dépenses.

Les ménages qui achètent des revues ont été répartis en quatre grandes catégories, selon le montant dépensé en 2008. La division en catégories (ou « quartiles ») nous permet d'examiner les similarités et les différences entre les habitudes de dépenses des ménages pour d'autres biens et services.

Le quartile des « dépenses faibles » comprend les Canadiens qui dépensent entre 1 \$ et 40 \$ pour des revues. Le quartile des « dépenses modérées » comprend ceux qui ont dépensé de 41 \$ à 60 \$. Le quartile des « dépenses élevées » regroupe ceux qui ont dépensé de 61 \$ à 120 \$, et celui des « dépenses les plus élevées », ceux qui ont dépensé plus de 120 \$ pour des revues.

Chaque quartile représente entre 1,3 et 1,7 million de ménages. La figure 10 présente le pourcentage de ménages canadiens dans chaque catégorie.



Le tableau 22 donne des renseignements sur les dépenses consacrées aux revues selon ces catégories de ménages. Les ménages ayant les dépenses les plus élevées, qui représentent 10 % de la population, ont dépensé 57 % des dépenses totales pour des revues en 2008.

Tableau 22 : Dépenses pour des revues par quartile, 2008					
Quartile des ménages	Palier de dépenses	Nombre de ménages déclarant de telles dépenses	Total des dépenses (en dollars)	Proportion des dépenses du quartile	% des ménages
Dépenses faibles	1 \$ à 40 \$	1,70 million	45 millions	7 %	13 %
Dépenses modérées	41 \$ à 60 \$	1,40 million	74 millions	12 %	11 %
Dépenses élevées	61 \$ à 120 \$	1,60 million	148 millions	24 %	12 %
Dépenses les plus élevées	Plus de 120 \$	1,35 million	356 millions	57 %	10 %
Totaux		6,01 millions	623 millions	100 %	46 %

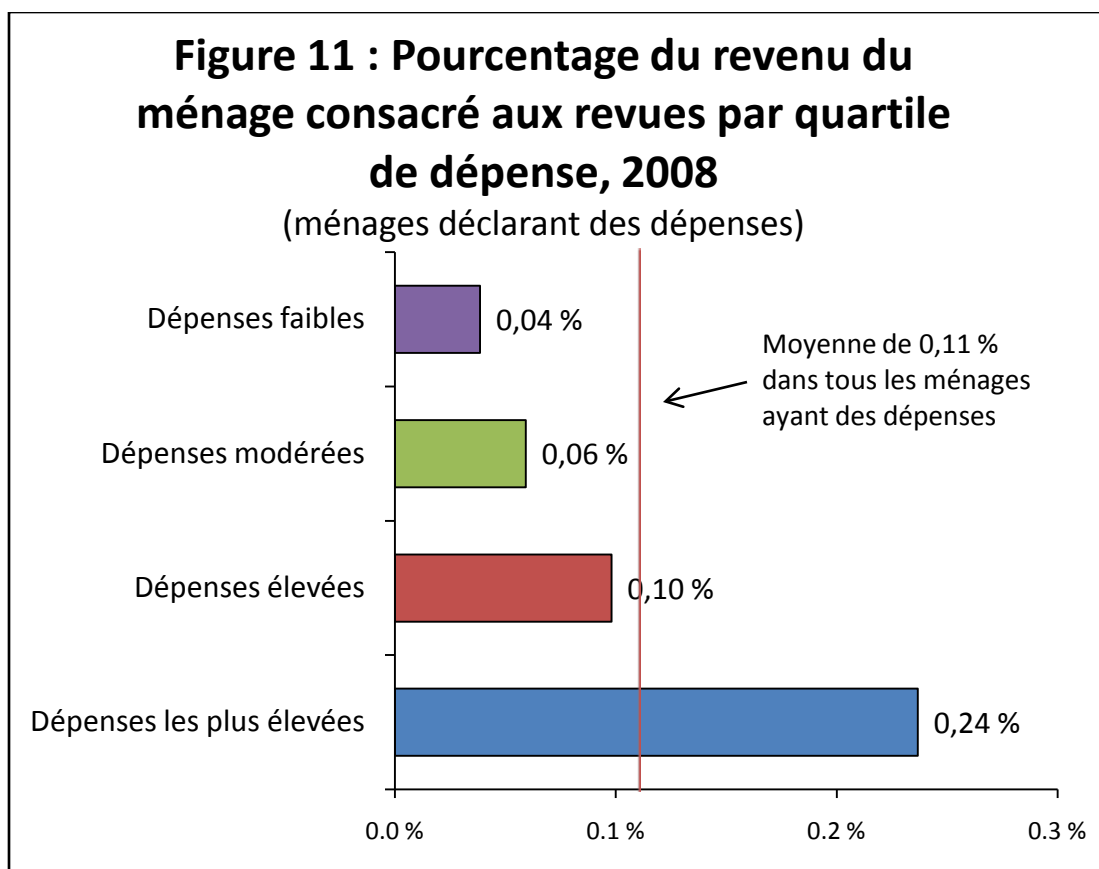
Les ménages ayant les dépenses les plus élevées ont également un niveau d'études et un revenu élevés :

- 15 % des ménages qui dépensent le plus ont un diplôme d'études supérieures (comparativement à 9 % pour l'ensemble du Canada) et 20 % ont un baccalauréat (comparativement à 15 % pour l'ensemble du Canada).
- 19 % des ménages qui dépensent le plus ont un revenu supérieur à 150 000 \$ (comparativement à 8 % pour l'ensemble du Canada), et 24 % des ménages qui dépensent le plus ont un revenu entre 100 001 \$ et 150 000 \$ (comparativement à 14 % de tous les ménages).

Les ménages qui achètent le plus de revues ont des dépenses semblables aux autres ménages à de nombreux autres égards :

- Les ménages qui achètent le plus de revues sont répartis assez également selon l'âge à une seule exception (seulement 8 % des ménages où le répondant a moins de 30 ans, comparativement à 11 % pour l'ensemble du Canada).
- Ils sont assez également répartis entre les ménages avec ou sans enfants.
- Ils sont assez également répartis entre les provinces.
- Ils sont assez également répartis entre les grandes villes (qui ont plus de 100 000 habitants), les petites villes (moins de 100 000 habitants) et les régions rurales.

Quant au pourcentage du revenu consacré aux revues, la figure 11 montre que les ménages qui achètent le plus de revues choisissent de consacrer une part plus importante de leur revenu à ces dépenses. Les ménages qui ont dépensé plus de 120 \$ pour des revues en 2008 ont consacré en moyenne 0,24 % de leur revenu à ces activités, ce qui est beaucoup plus élevé que la moyenne de 0,11 % de tous les ménages acheteurs de revues.



Les acheteurs de revues et les autres activités culturelles et sportives

Les données présentées ci-dessous démontrent que les acheteurs de revues participent à une foule d'activités culturelles dans leurs collectivités, y compris acheter des livres, visiter des musées, acheter des œuvres d'art, assister à des événements sportifs ou à des spectacles sur scène et aller au cinéma.

Comparativement à 46 % de tous les ménages canadiens qui ont acheté des revues :

- 66 % des ménages qui ont acheté des livres ont aussi acheté des revues.
- 64 % des ménages qui ont dépensé pour aller au musée ont aussi acheté des revues.

- 64 % des ménages qui ont dépensé pour assister à des événements sportifs devant public ont aussi acheté des revues.
- 63 % des ménages qui ont dépensé pour assister à des spectacles sur scène ont aussi acheté des revues.
- 57 % des ménages qui ont dépensé pour aller au cinéma ont aussi acheté des revues.

Le tableau 23 compare les dépenses moyennes pour diverses activités de nature culturelle et sportive des 2,9 millions de ménages qui ont dépensé plus de 60 \$ pour des revues en 2008 (les quartiles « dépenses élevées » et « dépenses les plus élevées ») aux dépenses des 10,1 millions de ménages qui ont dépensé moins de 60 \$ ou rien du tout pour des revues (les ménages qui n'ont rien dépensé, ainsi que les quartiles « dépenses faibles » et « dépenses modérées »).

Les ménages qui achètent beaucoup de revues ont tendance à avoir des dépenses et des revenus élevés. En fait, les dépenses totales des ménages qui achètent beaucoup de revues sont supérieures de 54 % aux dépenses totales des ménages dépensant peu ou pas du tout pour les revues. Ce chiffre de 54 % représente un repère pour l'analyse des autres postes de dépenses. Si les ménages qui dépensent beaucoup ont, pour certains postes, des dépenses moyennes supérieures à 54 % par rapport aux ménages dépensant peu ou pas (c'est-à-dire un ratio supérieur à 1,54 dans le tableau ci-dessous), on peut affirmer que ces ménages accordent la priorité à ces postes de dépenses. À l'inverse, un ratio inférieur à 54 % pourrait indiquer que le poste correspond à un produit de base ou à un bien ou service moins important du point de vue des priorités.

Les ménages qui achètent beaucoup de revues dépensent également beaucoup plus pour certains autres biens et services culturels que les ménages qui achètent peu ou pas du tout de revues :

- Leurs dépenses moyennes pour des livres sont plus de 2,5 fois plus élevées.
- Leurs dépenses moyennes pour des événements sportifs devant public sont 2,5 fois plus élevées.
- Leurs dépenses moyennes pour des spectacles sur scène sont plus de deux fois plus élevées.
- Leurs dépenses moyennes pour des droits d'entrée dans les musées et pour d'autres activités patrimoniales sont plus de deux fois plus élevées.
- Leurs dépenses moyennes pour les arts, les antiquités et les articles de décoration sont environ deux fois plus élevées.
- Leurs dépenses moyennes pour des journaux sont supérieures de 92 %.
- Leurs dépenses moyennes pour des droits d'entrée au cinéma sont supérieures de 78 %.

Bien que les ménages qui achètent beaucoup de revues dépensent plus pour les services de câblodistribution et de satellite que les ménages qui achètent peu ou pas du tout de revues, les ratios sont nettement inférieurs à la différence de 54 % dans le total des dépenses du ménage :

- Leurs dépenses moyennes pour des services de satellite sont supérieures de 20 %.
- Leurs dépenses moyennes pour des services de câblodistribution sont supérieures de 17 %.

Tableau 23 : Dépenses pour d'autres biens et services culturels par les ménages dépensant beaucoup pour les revues, 2008			
Autres biens et services culturels	Dépenses moyennes des ménages dépensant beaucoup pour les revues	Dépenses moyennes des ménages dépensant modérément, peu ou pas du tout pour les revues	Ratio
Livres	206 \$	78 \$	2,64
Événements sportifs devant public	92 \$	37 \$	2,49
Spectacles sur scène	190 \$	85 \$	2,24
Droits d'entrée dans des musées et autres activités patrimoniales	66 \$	32 \$	2,06
Arts, antiquités et articles de décoration	199 \$	100 \$	1,98
Journaux	136 \$	71 \$	1,92
Droits d'entrée au cinéma	141 \$	79 \$	1,78
Services de câblodistribution	171 \$	143 \$	1,20
Services de satellite	423 \$	362 \$	1,17
Total des dépenses des ménages	98 300 \$	63 800 \$	1,54

Ces résultats indiquent que des stratégies de commercialisation des revues pourraient cibler d'autres participants culturels.