

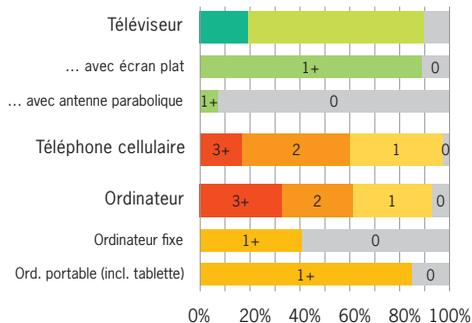
Culture, médias et société de l'information

Panorama

Équipement en biens TIC¹

Part des ménages, en 2018

G 16.1



1 Technologies de l'information et de la communication

La palette des médias dans la société de l'information

Après la radio dans les années 1930 puis la télévision dans les années 1960 et 1970, c'est aujourd'hui internet qui connaît une progression fulgurante: le nombre de personnes de 14 ans et plus utilisant régulièrement internet (plusieurs fois par semaine) est passé de 0,7 million en 1998 à 6 millions au premier trimestre 2020. En 2019, 92% des ménages avaient un accès à internet et, en fin d'année 2018, on comptait 4 millions d'abonnés au haut débit avec une connexion fixe (ADSL, câble-modem ou fibre optique). L'explosion des connexions mobiles représente l'évolution marquante de ces dernières années. Ainsi le volume de données transférées sur les réseaux mobiles a été multiplié par 135 entre 2010 et 2019. Au sein des ménages, ordinateurs portables et tablettes ont supplanté les ordinateurs fixes et les smartphones se sont multipliés. En 2019, 85% des ménages utilisent le smartphone pour se connecter à internet, 72% l'ordinateur portable, 53% la tablette numérique et 43% l'ordinateur fixe.

A l'inverse, l'offre de journaux payants n'a cessé de se réduire depuis le milieu des années 1980, en raison de fusions et de rachats, ou par simple disparition de titres. Ce mouvement a été contrebalancé par la multiplication des éditions dominicales à partir des années 1990 et par la prolifération des journaux gratuits depuis 1999. Internet est devenu dans l'intervalle un concurrent de la presse écrite imprimée en tant que source d'informations.

Avec 4787 titres en 2019, les livres en langue allemande représentent 31% des livres parus en Suisse. Les livres en langue française atteignent une part de quelques 15% et ceux en langue italienne 2%. Les livres publiés dans d'autres langues représentent 53% des ouvrages édités, dont 93% sont en langue anglaise.

Utilisation des médias

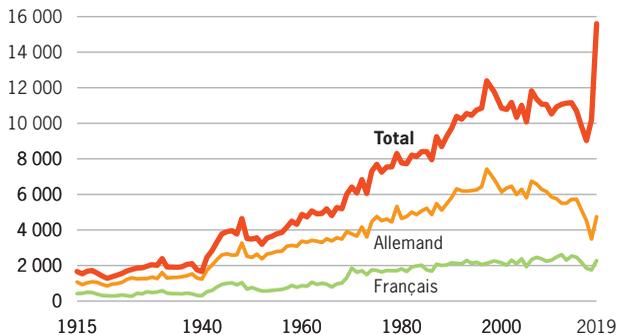
L'expansion de l'offre de médias électroniques a entraîné un allongement du temps consacré à ces derniers. Par le passé, c'est surtout la durée d'utilisation de la télévision qui a longtemps progressé: de 1985 à 2012, le temps consacré chaque jour à cette dernière est passé de 123 à 136 minutes en Suisse alémanique, de 129 à 151 minutes en Suisse romande et de 149 à 166 minutes en Suisse italienne.

Depuis 2013, il est également tenu compte de l'utilisation de la télévision en différé et à l'ordinateur. La méthode de relevé et de mesure étant différente, les chiffres ne sont pas directement comparables avec ceux des années précédentes. En 2019, la durée moyenne d'utilisation de la télévision était de 119 minutes par jour en Suisse alémanique (en 2014 il s'agissait encore de

Production de livres

G 16.2

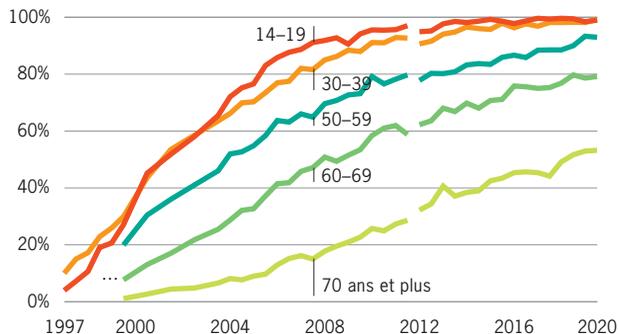
Ouvrages édités en Suisse et parus en librairie



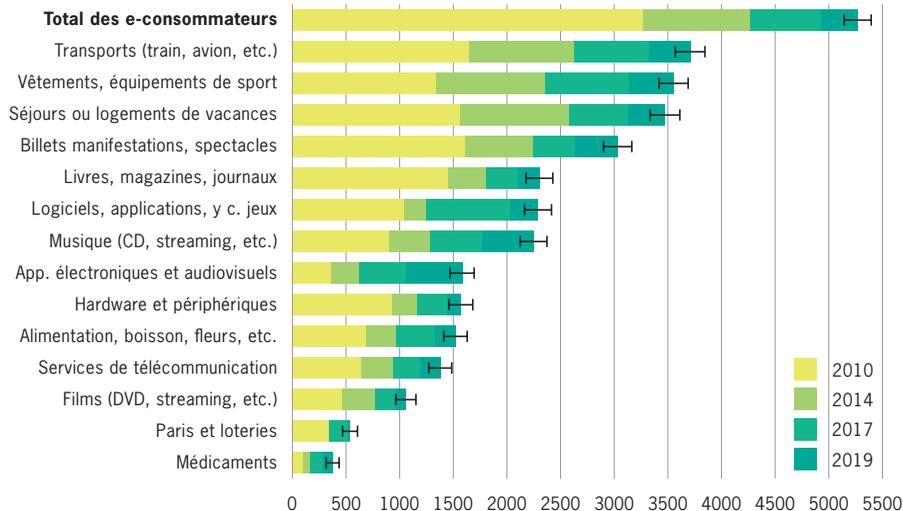
Utilisation d'internet

G 16.3

Part des utilisateurs réguliers¹, par groupes d'âges



¹ Personnes utilisant internet plusieurs fois par semaine



— Limites de l'intervalle de confiance à 95%, état 2019

128), contre 131 minutes (143) en Suisse romande et 163 minutes (177) en Suisse italienne.

Le temps passé à écouter la radio a diminué depuis 2001. En 2019, il s'est élevé en moyenne quotidienne à 96 minutes (2009: 119) en Suisse alémanique, à 78 minutes (106) en Suisse romande et à 94 minutes (108) en Suisse italienne. En 2019, les personnes de 60 ans et plus écoutaient la radio 3,6 fois plus longtemps que les 15–29 ans en Suisse alémanique, en Suisse italienne 3,1 fois plus et en Suisse romande même 4,5 fois plus.

Internet, comme média d'information, prend toujours plus d'importance. La proportion de personnes qui s'informent sur internet progresse: en 2019, 73% lisent les nouvelles ou consultent les journaux sur internet (2014: 63%; 2017: 70%) et 55% écoutent la radio ou regardent la télévision en ligne (2014: 42%; 2017: 48%).

Internet dans la vie quotidienne

En 20 ans, internet s'est imposé dans notre vie quotidienne. En 1997, seulement 7% de la population âgée de 14 ans et plus surfait plusieurs fois par semaine (utilisateurs réguliers), contre 89% au printemps 2020.

Malgré la généralisation de l'utilisation d'internet, il existe encore de fortes disparités selon l'âge, le niveau de formation et le revenu. 99% des personnes de moins de 30 ans, 79% des sexagénaires et 53% des personnes de 70 ans et plus utilisent régulièrement internet. En fonction du niveau de formation, l'utilisation régulière d'internet passe de 74% (école obligatoire) à 97% (degré tertiaire). Dans les ménages à bas revenus (jusqu'à 4000 fr. par mois), la proportion d'utilisateurs réguliers franchit la barre des 62%, alors qu'elle atteint 98% pour les revenus de 10 000 fr. et plus.

L'utilisation mobile d'internet représente un des principaux aspects de l'évolution récente des usages. En 2019, 85% de la population utilisent internet hors de la maison ou du travail. Cette proportion n'était que de 33% en 2010.

Les activités en ligne se multiplient et se diversifient. La communication par courrier électronique (87%) reste la première raison d'utilisation privée d'internet en 2019 devant l'usage des messageries instantanées (80%). Le e-commerce (70%), le e-banking (68%), la recherche d'informations en relation avec la santé (64%) gagnent en importance tandis que les réseaux sociaux semblent se stabiliser (49%). Dans le cadre des activités culturelles et de loisirs, 64% de la population regardent des films ou des vidéos en ligne et 55% pratiquent le téléchargement ou l'écoute de musique en ligne.

Le e-commerce

Les achats en ligne des particuliers sont une des manifestations les plus marquantes de la transformation numérique de l'économie et de la société. En 2019, 5,3 millions de personnes ont effectué au moins un achat en ligne au cours des 12 derniers mois. Cette croissance s'est faite conjointement à la réduction de la fracture numérique. Un phénomène de rattrapage est visible pour les femmes, les personnes de niveau de formation élémentaire et les groupes d'âge élevé. À noter également la forte augmentation des e-consommateurs dans le groupe des jeunes de 15 à 24 ans, qui pratiquent le e-commerce dès leur entrée dans le monde de la consommation.

L'importance du e-commerce et de son impact sur l'économie dépend de la fréquence des achats et de la diversité des produits commandés. En 2019, 36% des 4,9 millions de personnes ayant fait des achats au cours des trois derniers mois n'ont effectué que 1 à 2 achats. Un peu plus d'un tiers (36%) a effectué 3 à 5 commandes et un quart (27%, soit 1,3 million de personnes) a effectué 6 achats ou plus.

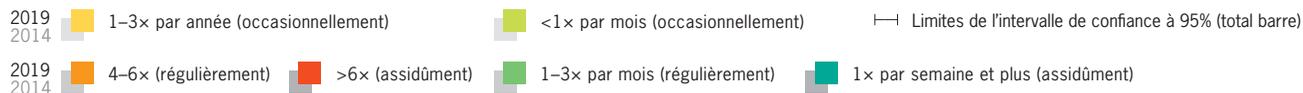
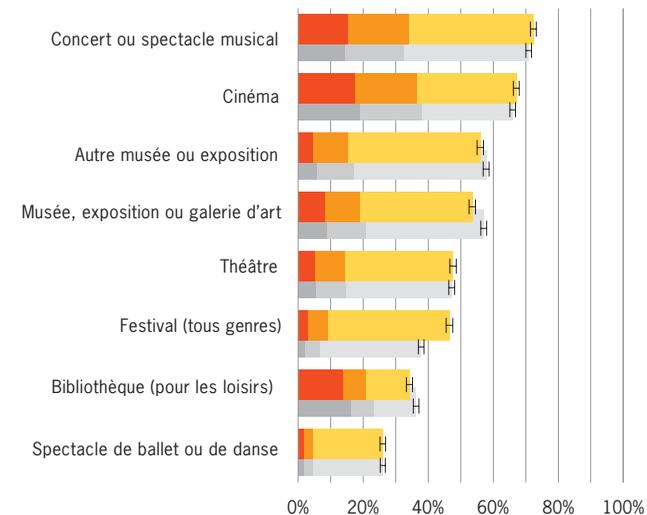
Quatre types de produits sont achetés par plus de la moitié des e-consommateurs: les billets de train et d'avion (3,7 millions de personnes), les vêtements et chaussures (3,6 mio.), les séjours ou logements de vacances (3,5 mio.) et les billets de manifestations sportives ou culturelles (3 mio.).

Les pratiques culturelles et de loisirs

Les pratiques culturelles et de loisirs de la population résidente en Suisse sont relevées tous les 5 ans dans le cadre d'une enquête thématique. En 2019, près des trois quarts de la popu-

Les pratiques culturelles et de loisirs en Suisse (sélection)

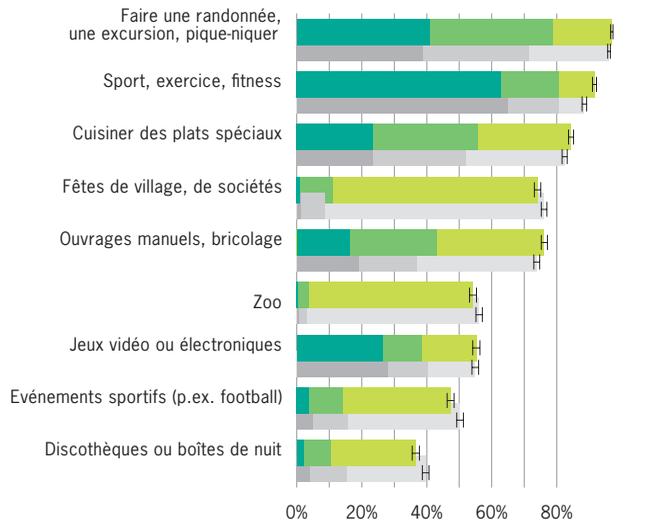
Fréquentation des institutions culturelles



lation ont visité des monuments et sites (74%), assisté à des concerts (72%) ou visité des musées et expositions (71%). Deux tiers (67%) se sont rendus au moins une fois au cinéma. Par rapport à 2014, c'est surtout la hausse de près de 10 points de

G 16.5

Activités de loisirs



la fréquentation des festivals (musique, théâtre, cinéma, etc.) qui frappe, de 38% à 47% en 2019.

La fréquentation des lieux et événements culturels varie selon le profil sociodémographique des personnes. On observe d'importantes différences selon le niveau de formation: les per-

sonnes avec un diplôme du degré tertiaire sont environ deux fois plus nombreuses à se rendre au théâtre (58%) que celles issues de l'école obligatoire (27%). On n'observe que dans une moindre mesure des écarts liés au sexe; l'âge est lui aussi moins déterminant. Parmi les activités de loisirs, c'est la sortie avec des amis ou connaissances (97%), le fait de faire des randonnées (97%) ou encore de faire du sport, de l'exercice, du fitness (92%) qui sont les activités les plus prisées. 16% s'engagent bénévolement dans des associations culturelles, davantage dans les zones rurales (19%) que dans les villes (15%).

Comme en 2014 déjà, environ les deux tiers de la population pratiquent une activité artistique ou créative en amateur, pour certaines d'entre elles on constate même une augmentation. La photographie amateur reste l'activité la plus répandue (25%), mais le dessin, la peinture, la sculpture et la gravure demeurent très pratiqués (21%). Également un cinquième environ fait du chant (21%) ou fait de la musique (18%). Des activités comme tenir un blog, le théâtre en amateur, le rap ou le street art sont nettement plus rares (en-dessous de 5%). C'est entre 15 et 29 ans que l'on a le plus souvent une activité artistique ou créative. Le chant ressort comme étant une activité qui relie les générations.

Dans le domaine de la musique, ce sont les concerts de musique rock, pop, métal et punk qui sont le plus fréquentés (29%), suivis des concerts classiques et de l'opéra (25%) ainsi que des concerts de musique traditionnelle suisse et de fanfare (21%). Au chapitre de l'écoute musicale en privé, c'est la baisse de l'écoute de CD/DVD (de 74% en 2014 à 53% en 2019) et, plus encore, de lecteurs MP3 (de 41% à 23%) qui saute aux yeux. C'est encore

via la radio (ou la TV) que l'on écoute le plus la musique (89%), tandis que 64% le font sur un téléphone portable et 54% sur un ordinateur. 20% écoutent des vinyles (2014: 24%).

En 2019, environ 86% de la population sont satisfaits de l'offre culturelle de leur région. Une proportion un peu plus restreinte qu'en 2014 voudrait se rendre plus souvent dans un musée, au théâtre, à un concert classique ou à un spectacle de danse (53%, contre 58%). Pour ce qui est des obstacles, la moitié des personnes (50%) indique manquer de temps pour entreprendre des ou davantage d'activités culturelles, près d'un tiers (32%) se voit limité par manque d'argent, 29% par manque d'intérêt. Environ un quart (26%) trouve le déplacement jusqu'à l'offre culturelle trop long. 23% indiquent qu'ils ne se sentiraient pas à leur place en fréquentant des institutions ou événements culturels.

Bibliothèques

Le volume des documents accessibles dans les bibliothèques en Suisse est très important. En 2019, les dix bibliothèques les plus grandes en termes d'offre en totalisent près de 55,8 millions. La plus grande bibliothèque est la Bibliothèque de l'École polytechnique fédérale de Zürich (avec 9,5 millions de documents), suivie par la Bibliothèque cantonale et universitaire de Lausanne (8,6 millions), et la Bibliothèque de Genève (7,2 millions).

Musées

En 2019, l'Office fédéral de la statistique recensait 1129 musées en Suisse. Plus de sept musées sur dix (71,6%) étaient situés en Suisse germanophone, 20,2% en Suisse francophone

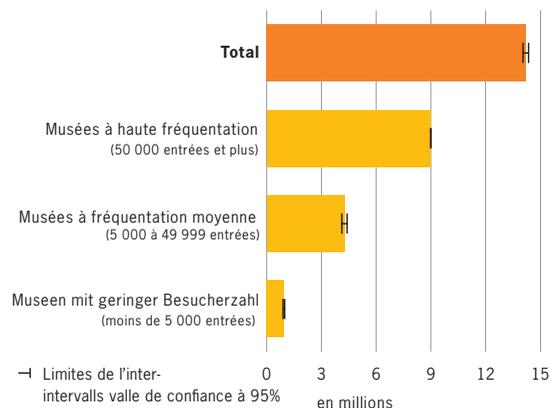
et 8,2% dans la partie italoophone du pays. Avec 25,4 musées pour 100 000 habitants, la région italoophone possède la plus forte densité muséale du pays. Elle est suivie par les régions germanophone et francophone avec respectivement 13,2 et 10,7 musées pour 100 000 habitants.

La majorité des musées (70,5%) est en main de structures relevant du droit privé. Parmi elles, les plus fréquentes sont les associations (30%) et les fondations (27%); plus rarement, les musées sont gérés et administrés par des personnes privées (7%) ou des entreprises (6%). Parmi les musées de droit public (29,5%), 18% relèvent de l'administration des communes, 6% de celle des cantons et 1% de la Confédération; les autres corporations et établissements de droit public (districts, communes bourgeoises, fondations de droit public par exemple) représentent environ 6% de l'ensemble des musées.

Les musées suisses ont totalisé près de 14,2 millions d'entrées en 2019. Leur distribution est cependant très inégale: près de trois quart des musées en Suisse ont moins de 5000 entrées, alors qu'une petite minorité d'entre eux (5,3%) atteint 50 000 entrées et plus. Les 60 musées les plus fréquentés totalisent près de 9 millions d'entrées, soit près des deux tiers du total de l'année 2019. Quant aux musées les moins fréquentés (avec moins de 5000 entrées), ils totalisent moins d'un million d'entrées (environ 940 000). En d'autres termes, près de trois quarts des musées (806 sur 1129) réunissent moins de 10% (plus précisément 6,6%) des entrées.

Nombre d'entrées selon la classe de fréquentation des musées, en 2019

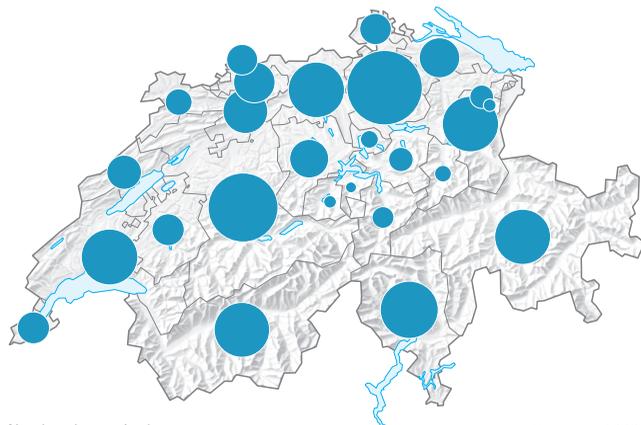
G 16.6



Monuments en Suisse

Le domaine des monuments en Suisse a un caractère très fédéraliste, ce qui se traduit par bon nombre de systèmes différents de conservation des monuments. En 2016, on dénombrait en Suisse environ 272 000 constructions qui présentaient un intérêt particulier pour la conservation des monuments. Ces constructions recensées correspondent, de manière simplifiée, au principal domaine de travail de la conservation des monuments cantonale et, là où elle existe, communale. Mais seule une partie relativement faible de ces objets sont protégés effectivement. En 2016, la Suisse comptait un peu plus de 75 000 monuments protégés, soit des

Musées en 2019, par canton



Nombre de musées*



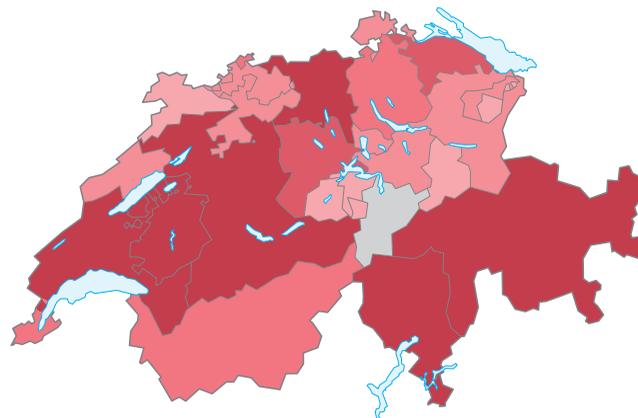
142
100
50
20

Schweiz : 1129

*Les musées fermés durant l'année concernée n'ont pas été pris en compte

G 16.7

Répartition des monuments d'importance nationale, en 2016



Part des monuments historiques protégés des cantons par rapport au total suisse, en %

■ < 1,5
 ■ 1,5 – 2,9
 ■ 3,0 – 5,9
 ■ 6,0 – 8,9
 ■ ≥ 9,0
 ■ sans indication

G 16.8

ouvrages individuels soumis à des mesures de protection liant les propriétaires. A peine 4% de ces monuments historiques protégés sont des constructions d'importance nationale, tous les autres étant d'importance régionale ou locale. Près d'un monument protégé sur dix est un édifice sacré, cette part étant nettement plus élevée en particulier dans les cantons à forte tradition catholique.

Le patrimoine culturel construit englobe non seulement les monuments historiques mais aussi le domaine de l'archéologie.

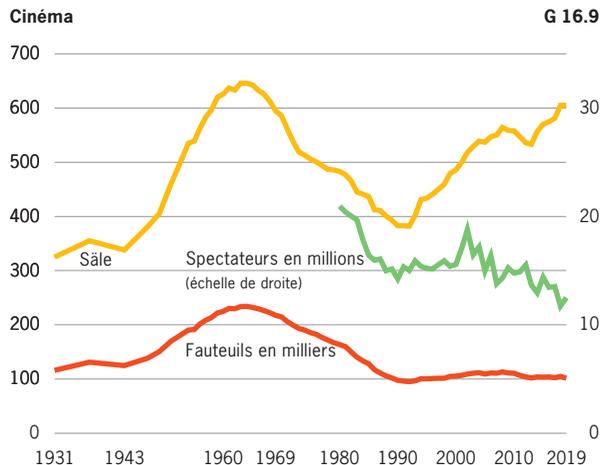
En 2016, on recensait au niveau suisse plus de 9800 zones archéologiques protégées, qui représentaient une superficie de près de 40 000 hectares. Cela correspond à quelque 1% du territoire national. Au total, 2151 interventions archéologiques (p. ex. fouilles ou travaux de protection) ont été recensées en Suisse en 2016. Sur ces interventions, seules 151 étaient considérées comme non prévues car elles ont eu lieu sur des sites où aucun indice ne laissait présager une découverte archéologique.

Dans la grande majorité des interventions, on s'attendait donc à des découvertes archéologiques ou le site se trouvait dans une zone réputée archéologique.

Le paysage cinématographique suisse

En 1931, la Suisse comptait 325 cinémas (monosalles). Le «pic» a été atteint en 1963 et 1964 avec 646 établissements. Vient ensuite un déclin continu du nombre de salles et d'entrées (en 1980 p. ex. on dénombre encore 21 millions d'entrées) jusqu'au début des années 1990, avec un premier «creux» en 1992 (302 cinémas, soit 382 salles, et 15 millions d'entrées). L'implantation de complexes et multiplexes cinématographiques a permis d'accroître à nouveau le nombre de salles, mais pas le nombre des spectateurs (2019: 605 salles et 12,5 millions d'entrées).

Suite à la digitalisation, l'offre de films a beaucoup changé. Au début des années 2000, environ 1300 films étaient exploités en Suisse chaque année, aujourd'hui ce sont autour de 2000. Alors que la part des films projetés en première vision a constamment représenté environ un quart de tous les films projetés, la part des films suisses a globalement augmenté et est passée depuis 2000 de 10% à 15% environ (138 de 1328 films en 2000 contre 316 de 2067 films en 2019). Au cours de la même période, la part de films européens est passée de 39% à 44% et ce principalement aux dépens des films américains, dont la proportion a diminué de 40% à 27%. Ces glissements dans l'offre cinématographique ne se reflètent cependant que modérément dans la répartition des entrées: la part des entrées pour des films américains se monte en 2019 toujours à 67%.

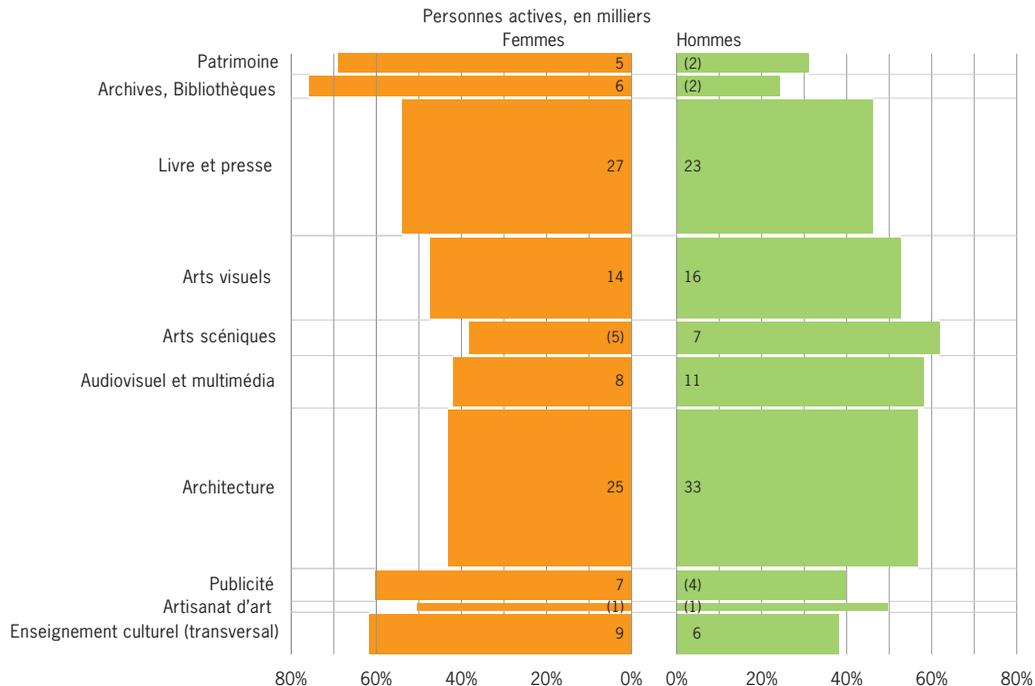


Economie culturelle

En 2018, le secteur culturel en Suisse comptait 63 639 entreprises et 66 122 établissements. Par rapport à l'économie totale, ceci représentait environ 10,5% des entreprises et 9,6% des établissements. Les domaines culturels les plus importants par le nombre d'entreprises sont les Arts visuels (env. 30% des entreprises culturelles), l'Architecture (21%) et les Arts scéniques (16%). Les entreprises du secteur culturel comptaient 234 494 emplois (pour 161 433 équivalents plein temps). Ceci correspond à 4,5% de tous les emplois, donc à une part nettement moins grande que la part des entreprises culturelles dans l'économie totale. Les entreprises

Travailleurs culturels par domaines culturels et sexe, en 2019

G 16.10



du secteur culturel sont donc en moyenne plus petites. Plus de la moitié d'entre elles (62,2%) sont d'ailleurs des raisons individuelles.

La valeur ajoutée du secteur marchand de l'économie culturelle se montait en 2018 à 15,2 milliards de francs aux prix courants. Cela représente 2,1% du produit intérieur brut (PIB). La plus grande

part de cette valeur ajoutée est produite dans les deux groupes «Livre et presse, Audiovisuel et multimédia» ainsi que «Patrimoine culturel et architecture». A titre de comparaison, Eurostat indique, pour la culture dans l'UE-27 en 2017, une valeur ajoutée de 2,3%.

Dans la perspective des personnes, 312 000 personnes actives en Suisse étaient en 2019 des «travailleurs culturels» au sens large. On entend par là toutes les personnes qui travaillent dans le secteur culturel, quelle que soit leur profession, ainsi que les personnes qui exercent une profession culturelle en-dehors du secteur culturel (ce qui est le cas pour 32% des travailleurs culturels). Cela représente 6,3% des personnes actives en Suisse. En comparaison internationale, la Suisse se situe à cet égard dans le haut du tableau, avec des pays comme l'Islande, Malte, l'Estonie, le Luxembourg et la Finlande. En 2019, 28% des personnes actives dans la culture étaient des indépendants, soit nettement plus que dans l'économie totale (13%). La part des femmes parmi les travailleurs culturels était plus importante (51%) que parmi les personnes actives dans l'économie totale (47%).

Financement de la culture

De 2008 à 2018, les dépenses publiques en faveur de la culture se sont accrues de 26,1%, passant de 2,34 milliards à 2,94 milliards de fr. La hausse est de 26,9% en termes réels (chiffres corrigés de l'inflation). Le montant alloué à la culture en 2018 correspond à 0,41% du produit intérieur brut. Sur les 2,94 milliards dépensés pour la culture, 48,9% ont été pris en charge par les communes (premier échelon de la promotion culturelle), 40,3% par les cantons et 10,8% par la Confédération. La rubrique «musique et théâtre» représentait le domaine de dépenses le plus important, avec 831,2 millions de francs, devant celle de «encouragement général de la culture» (676,4 millions de francs).

Les communes, les cantons et la Confédération financent la culture de manière différenciée. Les communes investissent avant tout dans une culture de proximité, soutenant notamment le domaine bibliothèques et littérature et ainsi que la musique et le théâtre. Les cantons interviennent de leur côté en contribuant par exemple à la conservation des monuments historiques et à la protection du patrimoine. La Confédération, de son côté, s'engage avant tout en faveur de domaines culturels qui entrent spécifiquement dans ses attributions ou qui sont d'importance nationale, comme les médias de masse ainsi que le film et le cinéma. Les trois niveaux étatiques consacrent à peu près la même part de leurs dépenses totales au domaine «Musées et arts plastiques» (soit entre 17 et 22%).

En ce qui concerne le montant total, les cantons ont été les principaux subventionneurs pour 2018 avec plus de 700 millions de francs, suivis par les communes avec plus de 600 millions de francs. Sur la même période, la Confédération a alloué un peu plus de 200 millions de francs. Dans le cas de la Confédération, les subventions correspondent à près des deux tiers (65%) de ses dépenses culturelles totales. Pour les cantons, cette proportion est légèrement inférieure (58%) et pour les communes, elle est beaucoup plus basse (41%). Dans le domaine des subventions culturelles, la Confédération, les cantons et les communes ont des priorités différentes. En 2018, la Confédération a versé les plus grandes subventions aux domaines culturels «Film et cinéma» et «Médias de masse» (respectivement 21% et 26% des subventions fédérales). Par contre, le domaine culturel «Musique et théâtre» est de loin le plus soutenu par les cantons (41%) et par les communes (50%).

Les dépenses pour la culture (y compris les médias) des ménages privés sont nettement plus élevées que celles des pouvoirs publics. Afin de mieux saisir les nouvelles évolutions dans le domaine des médias (notamment la montée des abonnements combinés pour la téléphonie, internet et la télévision), la méthode de calcul a été révisée en 2018. Selon la nouvelle méthode, en 2018, les ménages privés ont dépensé presque 15,8 milliards de fr. pour la culture et les médias, ce qui correspond à 347 fr. par mois et par ménage, respectivement à 6,5% des dépenses de consommation totales des ménages privés. Par rapport à 2012, les dépenses totales pour la culture (y c. les médias) de tous les ménages ont légèrement progressé (passant de 15,2 à 15,8 milliards de fr. par an). En revanche, les dépenses mensuelles d'un ménage moyen ont parallèlement reculé de 370 à 347 francs. Un nombre un peu plus grand de ménages dépense donc globalement un peu plus pour la culture et les médias, alors que le montant moyen par ménage a légèrement diminué.

L'analyse détaillée des dépenses culturelles (moyenne 2015–2017) montre que les ménages privés dépensent le plus pour les médias. Les dépenses pour l'accès à internet (y c. abonnements combinés) sont le poste culturel de loin le plus important, avec 7,2 milliards de fr. Pour les contenus et services audio-visuels, qui comprennent entre autres les dépenses pour la radio, la télévision et le cinéma, les ménages privés ont dépensé en moyenne 2,4 milliards de fr. par an. Environ 9% des dépenses annuelles pour la culture (médias compris) concerne les appareils de réception et de lecture de contenus médiatiques (TV, radio, lecteur DVD, ordinateurs, etc.) et 12% les contenus imprimés (journaux, magazines, livres, etc.). Si l'on fait abstrac-

tion des médias, les dépenses les plus élevées sont celles pour le théâtre et les concerts, avec 768 millions de fr.

Glossaire

ADSL (Asymmetrical Digital Subscriber Line)

Technologie d'accès à Internet à haut débit (large bande) par les deux fils de cuivre du téléphone. Il existe plusieurs variantes de ligne d'abonné numérique (Digital Subscriber Line). La plus répandue est l'ADSL. Cette technologie est qualifiée d'asymétrique parce que le flux de données descendant dispose de plus de capacité que le flux montant.

Cinéma

Un **cinéma** est un établissement spécialement équipé dans lequel ont lieu des projections, privées ou publiques, de films. Un cinéma peut regrouper une ou plusieurs salles. Un **complexe** cinématographique est un établissement regroupant de deux à sept salles de cinéma sur un même site. Un **multiplexe** cinématographique est un établissement regroupant au moins huit salles de cinéma sur un même site.

Une **salle de cinéma** est un lieu de projection public de films, avec des fauteuils et un équipement de projection et audio. Chaque salle doit obligatoirement être enregistrée auprès de l'Office fédéral de la culture. Selon les cantons, une salle doit obtenir une autorisation administrative pour projeter des films.

Dépenses culturelles des ménages privés

Dépenses des ménages privés en Suisse pour des contenus, services, biens et appareils dans le domaine de la culture. La source pour les dépenses culturelles des ménages privés est l'Enquête sur le budget des ménages (EBM). Les postes de l'EBM relevant de la culture ont été définis selon les recommandations d'Eurostat. Ils comprennent aussi les dépenses dans le domaine des médias.

Diffusion (journaux)

Nombre d'exemplaires d'un journal vendus et/ou distribués par édition. Les associations de la branche ont défini la méthode de relevé dans un accord.

e-commerce

Par commerce électronique ou e-commerce, on entend les transactions effectuées sur internet ou sur d'autres réseaux informatiques (EDI, p. ex.). Les biens ou services sont commandés via de tels réseaux; les paiements et la livraison peuvent s'effectuer en ligne ou selon la voie traditionnelle. (Nota bene: les commandes passées en envoyant un simple e-mail n'entrent pas dans la catégorie du e-commerce).

Economie culturelle

La définition de l'économie culturelle utilisée ici s'appuie sur les recommandations d'Eurostat, telles qu'elles ont été fixées en 2012. Elle part d'une acception traditionnelle de la culture, mais élargie à des secteurs d'activité dans lesquels la créativité joue un rôle majeur, comme l'architecture, l'industrie des jeux vidéo, l'artisanat d'art ou la publicité. Par opposition à la perspective plus large de l'économie créative, qui inclut également l'informatique et les logiciels en général, ainsi que le marketing, l'attention se porte ici sur la culture au sens strict du terme.

Dans la **perspective des entreprises**, le secteur culturel comprend 36 codes NACE (Nomenclature statistique des Activités économiques) à quatre chiffres, compatibles à ce niveau avec la NOGA suisse (Nomenclature générale des activités économiques).

Dans la **perspective des personnes**, 35 codes à quatre chiffres de l'ISCO (International Standard Classification of Occupations) correspondant à des occupations (ou professions) culturelles ont été définis. Les «travailleurs culturels» au sens plus large englobent trois combinaisons:

- 1) Personnes exerçant une profession culturelle dans le secteur culturel (p. ex. musicien d'orchestre)
- 2) Personnes exerçant une profession culturelle, mais en dehors du secteur culturel (p. ex. photographe dans une entreprise chimique)
- 3) Personnes exerçant une profession non culturelle dans le secteur culturel (p. ex. comptable dans un théâtre).

Lors du **calcul de la valeur ajoutée** du secteur culturel, seul le secteur marchand (business sector) est considéré, à savoir les acteurs économiques dont la finalité est le profit et qui mettent en œuvre des stratégies pour augmenter leur rentabilité. Contrairement au produit intérieur brut (PIB), le secteur marchand exclut la valeur ajoutée de l'administration publique et des institutions sans but lucratif au service des ménages (ISBLSM).

Edifice sacré

Un édifice sacré est une construction qui est ou qui a été utilisée par une communauté religieuse comme lieu sacré, comme lieu de culte ou pour y pratiquer des rites religieux. L'architecture sacrée comprend différents types de constructions: mausolées, sépultures, églises, chapelles, lieux de culte, mosquées, synagogues, temples, etc. L'édifice sacré s'oppose à l'édifice profane, construction destinée à un usage laïque.

Film

Un film dans le sens de la statistique du film et du cinéma est une œuvre audiovisuelle produite pour la projection en salle de cinéma ou sortie

en salle de cinéma indépendamment de savoir si la sortie en salle a été prévue ou pas, et/ou proposée contre paiement en Video-on-Demand (VoD). Ces films peuvent aussi être montrés à la télévision linéaire, être vendus sur des supports physiques (DVD, Blu-ray etc.) ou être offerts gratuitement (financé légalement par la publicité, ou illégalement) sur internet, mais actuellement l'OFS ne relève pas de données sur ces canaux d'exploitation. Un film peut être défini par un certain nombre d'attributs comme p.ex. le titre, le réalisateur, le producteur, les acteurs, etc. Le contenu alternatif dans les cinémas, comme la diffusion d'opéras ou d'événements sportifs, n'est pas pris en compte..

Un film de **première vision** est un film dont la sortie sur les écrans a eu lieu dans l'année en cours. Un film de **reprise** est défini de façon complémentaire aux premières visions comme un film dont la projection en salles a commencé l'année d'avant et a continué ou – au sens plus classique d'une reprise – comme un film qui, après une interruption, a à nouveau été intégré dans la programmation d'une salle. L'ensemble des films exploités sur une année comprend les films de première vision et les films de reprise. Un film de moins de 60 minutes est un court-métrage. Dès 60 minutes, on parle de **long-métrage**.

Financement public de la culture

Total des dépenses consolidées des communes, des cantons et de la Confédération pour les domaines culturels suivants (après déduction des transferts en provenance d'un autre niveau administratif): bibliothèques et littérature, musées et arts plastiques, musique et théâtre, encouragement général de la culture, conservation des monuments historiques et protection du patrimoine, film et cinéma, mass media ainsi que recherche et développement dans la culture et les médias.

Internet haut débit (connexion large bande)

Il n'existe pas de définition uniforme; généralement on considère comme large bande un débit de transmission supérieur à 256 Kbit/s. Les technologies «large bande» les plus répandues sont l'ADSL et le câble-modem (CATV). Les autres techniques de connexion à haut débit comprennent les connexions Internet par satellite, par fibre optique, par le réseau électrique (PLC: Powerline Communications), les LAN (Local Area Network) Ethernet et les services hertziens (WiMAX, UMTS). En Suisse toutes les connexions internet fixes entrent dans cette définition du haut débit, le débit minimum du service universel étant fixé à 300 Kbit/s depuis 2017.

Journaux mis en vente

Journaux payants contenant des informations d'intérêt général, destinés au grand public et paraissant au moins une fois par semaine.

Mesure archéologique

Une mesure archéologique est une série de travaux, par exemple des excavations ou des opérations de sauvegarde, réalisés directement sur le site, sans les travaux ultérieurs d'évaluation de l'excavation. Une mesure est dite prévue si des indices ou des informations préalables signalent l'existence de vestiges archéologiques sur un site donné, si le site se situe dans une zone réputée archéologique ou si les promoteurs d'un projet de construction ont annoncé de possibles découvertes sur un de leurs chantiers. Une mesure est dite non prévue si elle a lieu sur un site où aucun indice ne laissait présager une découverte ou si la découverte est fortuite.

Monument historique

Sont définis comme monuments historiques les bâtiments et les ouvrages fixes (à l'exclusion des objets mobiles comme les meubles et les artefacts par exemple). Les installations et complexes composés de plusieurs éléments ne sont pas considérés comme un tout, mais sont subdivisés en autant d'objets individuels. Bon nombre de constructions entrent en ligne de compte comme objets individuels, tels que les bâtiments d'habitation, les édifices sacrés, les ouvrages industriels, les bâtiments agricoles, les ponts, les statues, etc. Les objets qui ne sont pas recensés en tant qu'ouvrages individuels, mais qui sont protégés seulement au sens de la protection des sites construits, n'entrent pas dans la catégorie des monuments historiques.

Objets recensés et protégés: sont considérés comme recensés les monuments historiques (objets individuels) répertoriés (listes, inventaires, etc.) par les autorités leur reconnaissant ainsi une valeur particulière. Sont considérés comme protégés les objets qui bénéficient d'une protection liant les propriétaires (c'est-à-dire qui engage ces derniers juridiquement) sur la base d'un règlement général (loi, plan d'affectation, etc.), d'une décision, d'une inscription au registre foncier ou d'un contrat.

Monuments historiques d'importance nationale: les monuments d'importance nationale sont des objets individuels protégés au niveau cantonal et inscrits comme objets A dans l'inventaire PBC. N'entrent pas dans cette catégorie les objets réputés d'importance nationale par suite d'un subventionnement, d'une expertise ou d'une classification effectuée par d'autres services fédéraux. Certains cantons connaissent des classifications propres; des objets individuels qui sont classés d'importance nationale seulement dans un système cantonal ne sont pas inclus dans cette catégorie.

Musée

Selon le Conseil international des musées (ICOM), un musée est «une institution permanente sans but lucratif au service de la société et de son développement ouverte au public, qui acquiert, conserve, étudie, expose et transmet le patrimoine matériel et immatériel de l'humanité et de son environnement à des fins d'études, d'éducation et de délectation» (Statuts de l'ICOM, art. 3, section 1). Différentes institutions possédant un caractère muséal ne sont pas incluses dans l'enquête, comme les lieux d'exposition qui n'ont pas de collection, les collections sans espace d'exposition, les zoos et les jardins botaniques, ainsi que les archives et bibliothèques exposant une partie de leur fonds dans leur foyer par exemple.

Pratiques culturelles

Le terme «**culture**» peut renvoyer à des phénomènes plus ou moins larges jusqu'à englober les modes de vie et croyances. La culture est définie ici de manière restreinte. On entend par **pratiques culturelles** la fréquentation d'une série de lieux, d'institutions et d'événements (aller au concert, au théâtre, au cinéma, à des festivals, visiter le patrimoine, etc.), des activités propres pratiquées en amateur (jouer d'un instrument, peindre, etc.) et l'utilisation des médias écrits et audiovisuels (livres, bandes dessinées, TV, radio, etc.). Des activités de loisirs plus larges peuvent ponctuellement être intégrées aux analyses.

Subventions culturelles

Le terme de subvention s'emploie dans des contextes très divers et il en existe plusieurs définitions. Une subvention est essentiellement une aide financière publique non remboursable versée à une entité publique ou privée aux fins d'encourager une activité déterminée.

Concrètement, le terme de subvention recouvre, dans la statistique du financement public de la culture, les aides et indemnités aux prestations culturelles, la péréquation culturelle intercantonale (là où elle existe) et les contributions aux investissements dans le domaine de la culture. Elle comprend également deux formes particulières de prêts: les prêts conditionnellement remboursables avec interdiction de changement d'affectation et les prêts conditionnellement remboursables de type «à-fonds-perdus».

TIC

Technologies de l'information et de la communication.

Zone archéologique protégée

On appelle zone archéologique protégée une surface répertoriée comme telle dans les instruments juridiques de l'aménagement du territoire (plans de zones, ordonnances de protection, etc.). A l'inverse de la région archéologique, ces zones sont recensées officiellement et ont un effet sur le plan légal.