

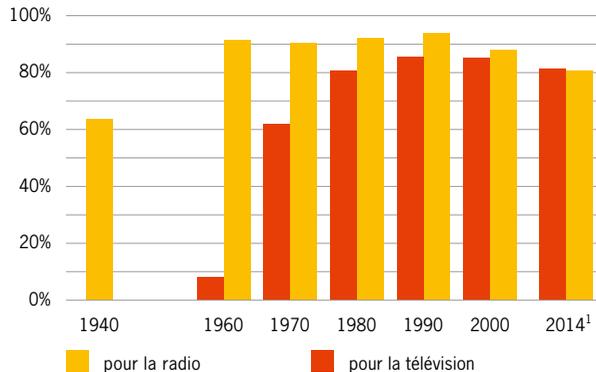
Culture, médias et société de l'information

Panorama

Radio et télévision

G 16.1

Part des ménages payant une redevance

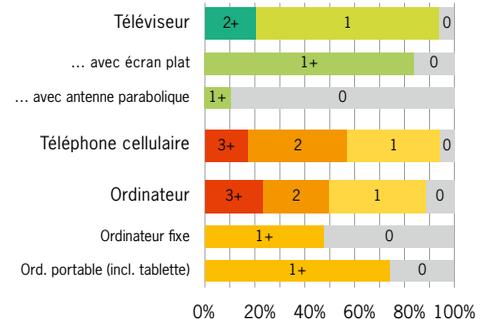


¹ En considérant les ménages dispensés de l'obligation de verser la redevance (bénéficiaires de prestations complémentaires à l'AVS ou AI), en 2014, 90% des ménages disposent d'une concession de réception pour la TV et 89% pour la radio.

Equipement en biens TIC¹

G 16.2

Part des ménages, en 2013



¹ Technologies de l'information et de la communication

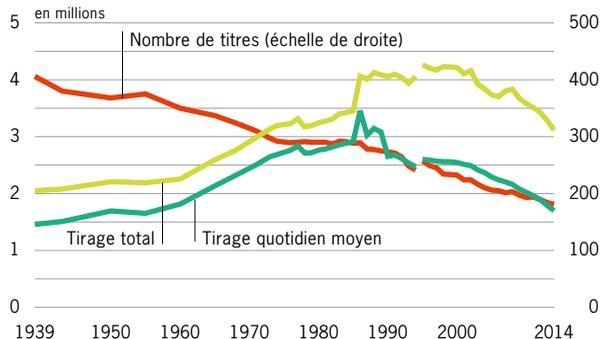
La palette des médias dans la société de l'information

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 (plus d'une fois par semaine) est passé de 0,7 million en 1998 à 5,4 millions au premier trimestre 2015. En 2014, 83% des ménages avaient un accès à internet, la quasi-totalité à haut débit. A fin 2014, on comptait 3,5 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. Au sein des ménages, les ordinateurs portables ont supplanté les ordinateurs fixes et les smartphones se sont multipliés. En 2014, 79% des ménages utilisent l'ordinateur portable pour se connecter à internet, 79% le smartphone, 57% l'ordinateur fixe et 47% la tablette numérique.

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 en tant que source d'informations.

Malgré l'arrivée en force des médias électroniques, le nombre des livres parus en Suisse (sans E-Books) a plus que doublé depuis les années 1960, atteignant aujourd'hui près de 13 000 titres par an.

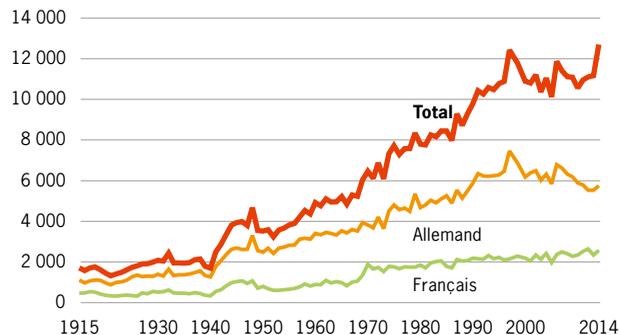
Evolution des journaux payants¹ G 16.3



1 Ne sont pas compris les journaux gratuits, les feuilles d'annonces officielles et les journaux spécialisés.

Production de livres G 16.4

Ouvrages édités en Suisse et parus en librairie



Utilisation des médias

L'expansion de l'offre de médias électroniques a entraîné un allongement du temps consacré à ces derniers. A long terme, c'est surtout la durée d'utilisation de la télévision qui a 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 toutefois pas directement comparables. En 2014, la durée moyenne d'utilisation de la télévision était de 128 minutes par jour en Suisse alémanique, contre 143 minutes en Suisse romande et 177 minutes en Suisse italienne.

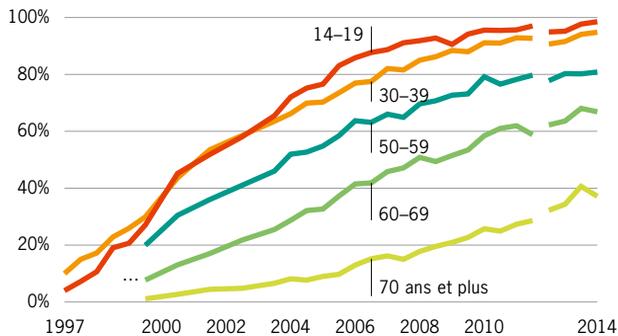
En revanche, le temps passé à écouter la radio a diminué depuis 2001. En 2014, il s'est élevé en moyenne quotidienne à 105 minutes (2009: 119) en Suisse alémanique, à 86 minutes (106) en Suisse romande et à 102 minutes (108) en Suisse italienne. En 2014, les personnes de 60 ans et plus écoutaient la radio 2,8 fois plus longtemps que les 15–29 ans en Suisse alémanique, en Suisse italienne 2,3 fois plus et en Suisse romande même presque 4 fois plus.

Internet, comme média d'information, prend toujours plus d'importance. La proportion de personnes qui s'informent sur internet progresse: 76% des internautes (2010: 73%), c'est-à-dire des personnes qui ont utilisé internet au cours des 3 derniers mois, lisent les nouvelles ou consultent les journaux sur

Utilisation d'internet

G 16.5

Part des utilisateurs réguliers¹, selon les groupes d'âges



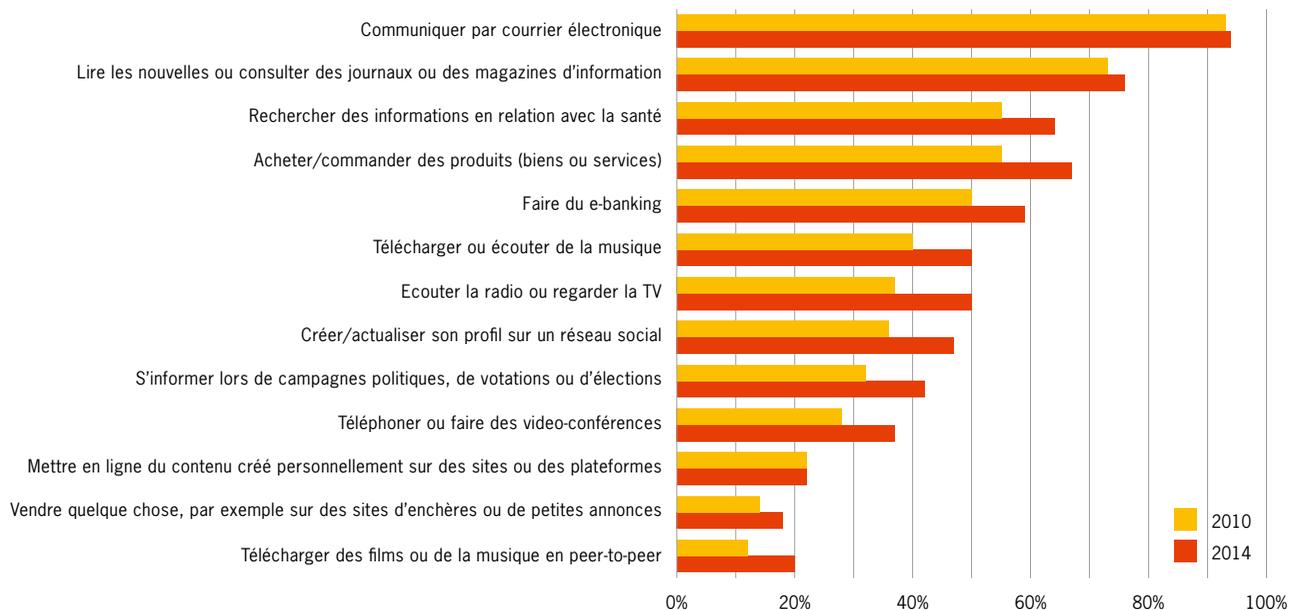
1 Personnes utilisant Internet plusieurs fois par semaine

internet et 50% écoutent la radio ou regardent la télévision en ligne (2010: 37%).

Internet dans la vie quotidienne

En moins de 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 83% au printemps 2015.

Il existe toujours de fortes disparités d'utilisation d'internet selon l'âge, le niveau de formation et le revenu. 98% des personnes de moins de 30 ans, 68% des sexagénaires et 39% des personnes de 70 ans et plus utilisent régulièrement internet. En fonction du niveau de formation, l'utilisation régulière d'internet



passé de 65% (école obligatoire) à 96% (degré tertiaire). Pour les bas revenus (jusqu'à 4000 fr. par mois), la proportion d'utilisateurs réguliers franchit la barre des 50%, alors qu'elle atteint 96% 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 2014, 66% des

internautes utilisent internet hors de la maison ou du travail. Cette proportion n'était que de 43% en 2010.

Les activités en ligne se multiplient et se diversifient. La communication par courrier électronique (94% des internautes) reste la première raison d'utilisation privée d'internet en 2014. Le e-commerce (67%), la recherche d'information en relation

avec la santé (64%) et les réseaux sociaux (47%) gagnent en importance. Dans le cadre des activités culturelles et de loisirs, 60% des internautes regardent des films ou des vidéos en ligne et le téléchargement ou l'écoute de la musique est pratiqué par 50% des internautes.

Les pratiques culturelles en général

La fréquentation de concerts, la visite de monuments (châteaux, palais, églises, jardins, etc.) et aller au cinéma sont les trois activités culturelles les plus pratiquées (environ les deux tiers de la population). L'offre culturelle, et plus particulièrement le cinéma et les festivals, attire davantage les jeunes. Les personnes ayant un niveau de formation élevé sont plus actives sur le plan culturel. Le revenu a aussi une influence importante sur la plupart des activités culturelles. Celles-ci sont davantage pratiquées en ville qu'à la campagne.

Sur la base de l'enquête 2013 sur les revenus et conditions de vie en Suisse (SILC), le lien entre pratiques culturelles et qualité de vie a été exploré. Cette analyse a montré que la fréquentation de spectacles de culture classique (théâtre, musique classique, ballet) et de manifestations de culture populaire (musique folklorique, théâtre populaire ou amateur) est liée aux chances de faire partie des personnes très satisfaites dans la vie. Il en ressort en même temps que des aspects comme le revenu, la situation de travail ou d'habitation, la santé ainsi que l'âge jouent un rôle plus décisif dans la satisfaction dans la vie.

Bibliothèques

Le volume des documents accessibles par les bibliothèques en Suisse est très important. En 2014, les dix bibliothèques les plus grandes en terme d'offre en totalisent plus de 54 millions. La plus grande bibliothèque est la Bibliothèque universitaire de Bâle (avec près de 8,5 millions de documents) suivie par la Bibliothèque de l'Ecole polytechnique fédérale de Zurich (7,9 millions) et la Bibliothèque cantonale et universitaire de Lausanne (7,8 millions).

Le paysage cinématographique suisse

Près des deux tiers de la population résidante vont au cinéma au moins une fois par année. L'âge, la formation et le revenu sont des paramètres qui ont une incidence importante sur la fréquentation des salles obscures. Les 15 à 24 ans sont les plus assidus à aller au cinéma. Parmi les personnes ayant un niveau de formation supérieur, 24% sont allées plus de 6 fois au cinéma en 2008, alors que la proportion correspondante est de 6% seulement chez les personnes diplômées du degré secondaire I. Et plus le revenu du ménage est élevé, plus on va au cinéma.

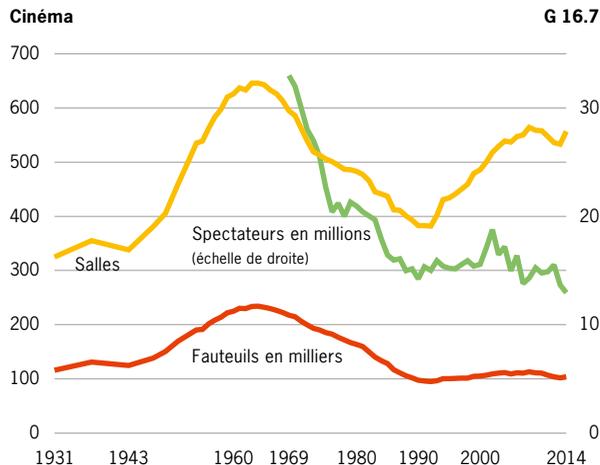
En 1931, la Suisse comptait 325 cinémas (monosalles). Le «pic» a été atteint en 1963 et 1964 avec 646 établissements (et près de 40 millions d'entrées). Vient ensuite un déclin jusqu'au début des années 1990, avec un premier «creux» en 1992 (302 cinémas, soit 382 salles, et 15 millions d'entrées). L'implantation de complexes et multiplexes cinématographiques a permis d'accroître à nouveau le nombre de salles, mais pas le nombre des spectateurs (2014: 557salles et 12,9 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: autour de 1700). 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 augmentée et est passée depuis 2000 de 10% à 16% environ (138 de 1328 films en 2000 contre 262 de 1683 films en 2014). Au cours de la même période, la part de films européens est passée de 39% à 46% 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 2014 toujours à près de 62%.

Production des films en Suisse

En 2013, 715 entreprises principalement actives dans la production de films ont généré un chiffre d'affaires annuel brut global d'environ 361 millions de fr. avec plus de 14 000 films de commande (films publicitaires, films d'entreprise etc.) et films indépendants (films de cinéma, téléfilms etc.).

La branche de la production cinématographique a occupé en 2013 environ 1500 employés fixes – dont un tiers était des femmes – et a dépensé plus de 77 millions de fr. pour leurs salaires. De plus, ces entreprises ont payé 73 millions de fr. à des collaborateurs indépendants et attribué des commandes pour 93 millions de fr. à des entreprises externes.



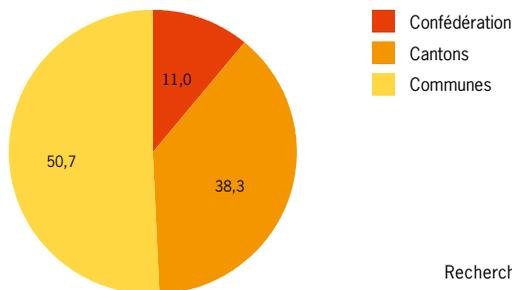
Financement de la culture

De 1990 à 2013, les dépenses publiques en faveur de la culture se sont accrues de 75%, passant de 1,55 milliard à 2,72 milliards de fr. La hausse est de 34% en termes réels (chiffres corrigés de l'inflation). Le montant alloué à la culture en 2013 correspond à 0,43% du produit intérieur brut. Sur les 2,72 milliards dépensés pour la culture, 50,7% ont été pris en charge par les communes (premier échelon de la promotion culturelle), 38,3% par les cantons et 11,0% par la Confédération. Le domaine «Concerts et théâtre» en a été le principal bénéficiaire (693 millions de fr. en tout).

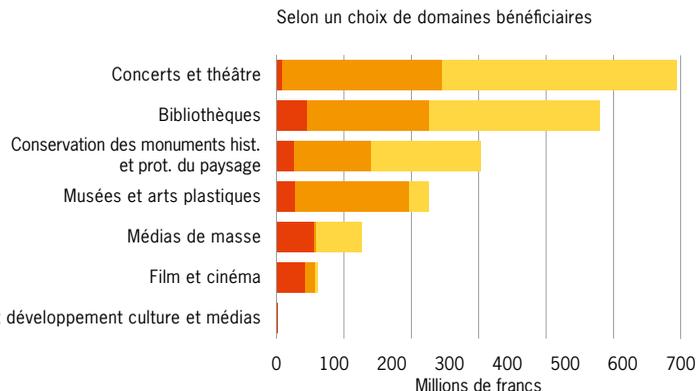
Financement de la culture par les collectivités publiques, en 2013

G 16.7

Total: 2724,0 millions de francs



632,8 million de francs ne sont pas répartis dans les domaines bénéficiaires ci-dessus.



Les communes, les cantons et la Confédération financent la culture de manière différenciée. Les premières investissent avant tout dans une culture de proximité, soutenant notamment les bibliothèques, les concerts et le théâtre. Les cantons interviennent en parallèle ou en complément des communes, en contribuant par exemple à la conservation des monuments historiques et à la protection du paysage. 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 dépenses pour la culture (y compris les médias) des ménages privés sont nettement plus élevées que celles des pouvoirs publics. En 2013, ils ont dépensé 10,1 milliards de fr.

pour la culture, ce qui correspond à 238 fr. par mois et ménage, respectivement à 4,3% des dépenses de consommation totales des ménages privés. Avec 11,4 milliards de fr., respectivement 283 fr. par mois et ménage, les dépenses culturelles en 2010 étaient nettement plus élevées qu'en 2011, 2012 et 2013. L'analyse détaillée des dépenses culturelles (moyenne 2009–2011) montre que les ménages privés dépensent le plus pour les médias. Pour les contenus et services audio-visuels par exemple, qui comprennent entre autres les dépenses pour la radio, la télévision et le cinéma, les ménages privés ont dépensé en moyenne 2,6 milliards de fr. par an. Un cinquième du montant total concerne les appareils de réception et de lecture de contenus médiatiques (TV, radio, lecteur DVD, ordinateurs etc.),

un autre cinquième les contenus imprimés (journaux, magazines, livres etc.). Les dépenses pour l'accès à internet sont aussi parmi les quatre postes culturels les plus importants, avec 1,3 milliards de fr. Si l'on fait abstraction des médias, les dépenses les plus élevées sont celles pour le théâtre et les concerts, avec 745 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.

Une salle de cinéma «commerciale» est une salle exploitant des films à des fins purement commerciales et qui est soumise à un décompte strict des entrées et recettes envers un distributeur ainsi qu'à un devoir d'annonce envers les autorités (fiscales, commerciales, culturelles, ...). Les ciné-clubs, cinémathèques ainsi que la plupart des festivals n'entrent pas dans cette catégorie.

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.

Film

Un **film dans le sens de la statistique du film et du cinéma** est une œuvre cinématographique produite pour la projection en salle de cinéma. Un film peut aussi être diffusé à la télévision, reproduit en vidéo, DVD ou BluRay et rendu accessible sur internet ou via des services de vidéo à la demande (VoD, ou VàD) . Un film peut être défini par un certain nombre d'attributs comme: le titre, le réalisateur, le producteur, les acteurs, etc.

Le film de **première vision** est celui dont la sortie sur les écrans a eu lieu dans l'année en cours. Le film de **reprise** est un film ayant déjà été projeté dans une année antérieure. 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**.

La nationalité d'un film résulte des certificats d'origine délivrés par les instances cinématographiques des pays concernés. En cas de coproduction, c'est le pays majoritaire en termes financiers qui définit la nationalité d'un film. On parle aussi de **l'origine** d'un film. L'Office fédéral de la culture est l'instance de reconnaissance des coproductions entre la Suisse et l'étranger. Les accords de coproductions internationaux régissent cette reconnaissance.

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, musées et arts plastiques, théâtres./concerts, encouragement général de la culture, conservation des monuments historiques, protection du paysage, mass media ainsi que recherche et développement en matière culturelle et médiatique.

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).

Journaux mis en vente

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

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.).

TIC

Technologies de l'information et de la communication.