Domaine statistique 16
Culture, médias, société de l'information, sport

Ce chapitre regroupe des statistiques sur quatre domaines. Le domaine de la Culture contient sept statistiques. Certaines sont sectorielles: bibliothèques, musées, monuments et sites archéologiques, film et cinéma. D'autres sont transversales: pratiques culturelles de la population, financement de la culture (pouvoirs publics et ménages) et économie culturelle. Le domaine des Médias donne un aperçu de la structure et de l'évolution des médias en Suisse. Il met en évidence l'évolution de l'offre des médias dits traditionnels (télévision, radio, presse écrite et livres) et propose des informations sur l'utilisation des médias ainsi que sur les conditions économiques et juridiques de leur diffusion. Dans le domaine de la Société de l'information, l'enquête bisannuelle sur l'utilisation d'Internet permet de décrire la diffusion des activités en ligne au sein de la population et les inégalités d'usages et de compétences. Enfin, bien que l'OFS dispose de quelques données sur le sujet, le domaine du sport est couvert statistiquement par l'Observatoire Sport et activité physique Suisse et l'Office fédéral du sport (OFSPO).

PRINCIPALES SOURCES DE DONNÉES

Les statistiques culturelles se basent sur des enquêtes propres (bibliothèques, musées, monuments, cinémas et vidéo à la demande, pratiques culturelles), sur l'utilisation de données d'autres enquêtes de l'OFS (économie culturelle: surtout STATENT et ESPA; financement culturel – ménages: EBM) et sur l'utilisation de données externes (financement culturel – pouvoirs publics: AFF). La statistique des médias est une statistique de synthèse. Les chiffres-clés se basent sur diverses sources de données suisses et internationales (OFCOM: données sur les redevances TV/radio; BNS: données sur la production de livres; Mediapulse SA: données sur l'utilisation de la télévision et de la radio; SRG-SSR: données sur l'offre de programmes; REMP SA: données sur les journaux et les magazines; instances de plaintes: Conseil de la presse, Commission pour la loyauté), sur les enquêtes de l'OFS auprès des ménages et des entreprises et ses relevés auprès des registres. Les indicateurs de la société de l'information se basent, pour la population, essentiellement sur l'enquête Omnibus sur l'utilisation d'Internet et sur différentes sources nationales et internationales.

INFORMATIONS CONTEXTUELLES

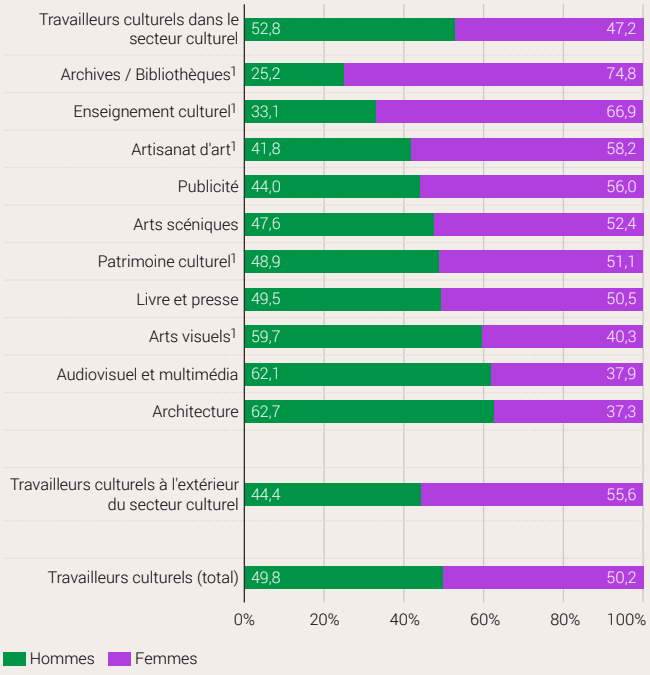
Champ thématique **Société** → p. 57
Thème transversal **Société de l'information** → p. 117

L'essentiel en bref

La culture, les médias ainsi que la société de l'information sont des aspects qui touchent la vie de presque toute la population. Le paysage culturel de la Suisse est riche et varié, avec près de 64 000 entreprises culturelles (y compris l'architecture, la publicité ou les jeux vidéo), ce qui correspond à 10,4% de toutes les entreprises, et 268 000 travailleurs culturels, ou 5,4% de toutes les personnes actives. On dénombre en Suisse en 2021 près de 1500 bibliothèques ouvertes au public, 1100 musées, ou encore, en 2022, 262 cinémas avec 617 salles. En 2016, le pays comptait 75 000 monuments historiques protégés. Les monuments et sites sont fréquentés par 74% de la population, les musées et les expositions par 71%, les cinémas par 67% et les bibliothèques par 43% (chiffres 2019).

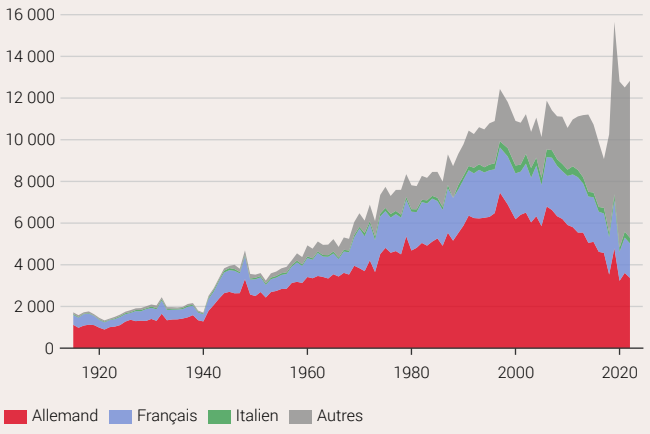
Les médias traditionnels tel que les éditions papier des journaux, la radio ou encore la télévision sont en baisse, mais cela ne veut pas dire que l'information n'est plus disponible, elle change de support au profit d'Internet. L'utilisation de ce dernier s'est généralisée auprès de presque toute la population. En Suisse, 96% des ménages y ont accès en 2021. Deux tiers de la population a effectué des achats en ligne et près des trois quarts ont pratiqué le e-banking. Au niveau de l'économie, le secteur TIC (technologies de l'information et de la communication) et média compte 26 303 entreprises pour plus de 230 000 emplois en 2020. Les activités de ce secteur représentent 5,8% du produit intérieur brut (PIB).

Travailleurs culturels: parts selon le sexe, total et par domaines culturels, 2022



[1] extrapolation basée sur < 160 observations; résultats à interpréter avec beaucoup de précaution

Médias imprimés: ouvrages édités en Suisse et parus en librairie (titres) selon la langue



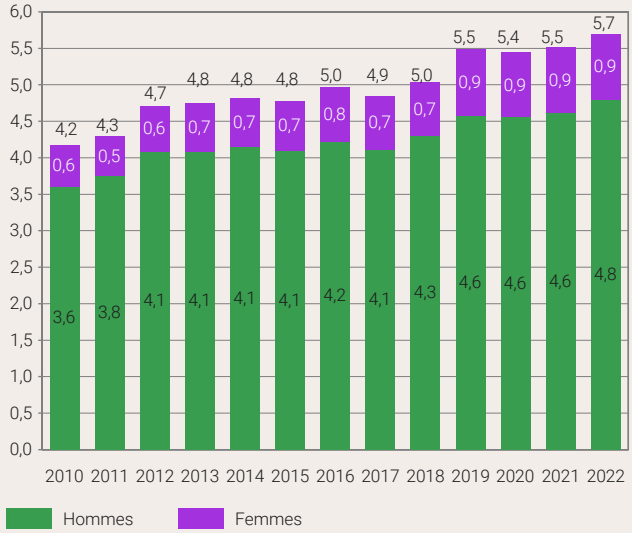
CULTURE

		État
Évolution des entrées de cinéma	+62%	2021–2022
Évolution utilisation VoD abo/streaming	+19%	2020–2021
Nombre de bibliothèques ouvertes au public	1 490	2021
Nombre de musées	1 081	2021
Nombre de monuments historiques protégés	75 084	2016
Part de la population résidente qui a été à un concert	72%	2019
Financement public de la culture	2,97 mrds de fr.	2020
Dépenses des ménages privés pour la culture y c. médias	14,1 mrds de fr.	2020
Nombre d'entreprises culturelles	63 943	2020
Nombre de travailleurs culturels	268 000	2022

MÉDIAS

		État
Temps consacré à la radio (moyenne par jour)	80 min	2022
Temps consacré à la télévision (moyenne par jour)	111 min	2022
Personnes actives occupées dans le domaine des médias	354 229	2021
Dépenses des ménages pour les médias (moyenne par mois)	264 fr.	2020

Part des spécialistes TIC en Suisse, selon le sexe, évolution
En pour-cent des personnes actives occupées de 15 à 74 ans



SOCIÉTÉ DE L'INFORMATION

		État
Accès Internet		
Part des ménages	96%	2021
Appareils utilisés (part de la population)		
Smartphone	94%	2021
Ordinateur portable	66%	2021
Ordinateur fixe	45%	2021
Activités en ligne (part de la population, les trois derniers mois)		
Achats en ligne	67%	2021
eBanking	73%	2021
Relations avec l'administration	80%	2021
Lire les nouvelles ou consulter les journaux	75%	2021
Télécharger ou écouter de la musique	61%	2021
Télécharger ou regarder des films/ vidéos	67%	2021
Compétences numériques (part de la population)		
Compétences faibles	26%	2021
Compétences de base	28%	2021
Compétences plus avancées	40%	2021
Télétravail à domicile (part des personnes actives)		
… au moins 1× dans les quatre semaines précédentes	40%	2021
Secteur TIC et média dans l'économie suisse		
Nombre d'entreprises	26 303	2020
Nombre d'emplois	230 447	2020
Part du produit intérieur brut (PIB)	5,8%	2020

Répertoire statistique

Les pages ci-après présentent une sélection de données et de visualisations statistiques. Pour des informations plus détaillées et mises à jour en continu, l'OFS propose une riche palette de publications et de canaux d'information. L'offre complète – tableaux, diagrammes, cartes thématiques, cubes de données et bien d'autres encore – est disponible sur le portail en ligne de la statistique suisse: **www.statistique.ch**. De là, vous accédez aussi aux offres statistiques spécialisées d'autres autorités et organisations.
Le domaine statistique Culture, médias, société de l'information, sport contient les rubriques et contenus suivants:

RUBRIQUE 16A
Culture

Travailleurs culturels • Entreprises culturelles • Valeur ajoutée du secteur culturel
Impact de la pandémie de COVID-19 sur la culture • Dépenses culturelles des ménages privés
Bibliothèques • Musées • Film et cinéma → p. 317

RUBRIQUE 16B
Médias

Médias classiques • Médias électroniques • Utilisation de la télévision
Journaux imprimés • Livres • Journalisme → p. 321

RUBRIQUE 16C
Société de l'information

Infrastructures de télécommunication • Utilisation d'Internet • Commerce électronique
Compétences numériques de la population • Télétravail • Emplois dans le secteur des TIC et des médias → p. 323

RUBRIQUE 16D
Sport

Observatoire suisse de l'activité physique et du sport → sportobs.ch

Culture

Dense et globalement bien fréquenté, le paysage culturel en Suisse a été frappé par la pandémie de COVID-19. Les aides publiques ont permis d'atténuer le choc, mais le secteur vit depuis une reprise difficile.

La pandémie de COVID-19 a durement touché la culture. Entre 2019 et 2020, le nombre de travailleurs culturels, qui avait augmenté chaque année de 1,3% en moyenne depuis 2010, a diminué de 4,7%, alors que le nombre de personnes actives a légèrement augmenté dans l'économie totale (+0,2%). Entre 2019 et 2020, le nombre d'entreprises culturelles a lui aussi diminué, de 1,3%, contre −0,1% d'entreprises dans l'économie totale.

En 2022, on dénombrait 268 000 travailleurs culturels, représentant 5,4% de toutes les personnes actives. 27,0% des travailleurs culturels actifs occupés étaient des indépendants, le double de l'économie totale (13,8%). En 2020, on comptait en Suisse 63 943 entreprises culturelles, ou 10,4% de toutes les entreprises – les entreprises culturelles sont donc souvent petites. Les trois quarts des entreprises culturelles (74,8%) se trouvent en zone urbaine.

UNE ÉCONOMIE CULTURELLE PLUTÔT FÉMININE

L'économie culturelle est plutôt féminine: avec 50,2%, la part des femmes parmi les personnes actives en 2022 était plus importante que dans l'économie totale (46,8%). On observe de grandes différences: si les Archives et Bibliothèques comptent 74,8% de femmes, en Architecture elles ne sont que 37,3%. Il existe aussi des différences de position: si 42,1% des hommes ont une fonction de chef, c'est le cas de 28,5% des femmes.

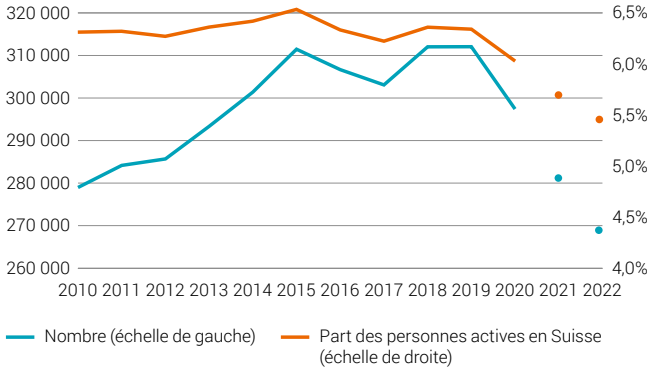
2020: BAISSE DE LA VALEUR AJOUTÉE

Le secteur marchand de l'économie culturelle a produit en 2020 une valeur ajoutée brute totale de 14,7 milliards de francs (2019: 15,5 milliards) aux prix courants, ou 2,1% du PIB. Dans la plupart des groupes de domaines culturels, la valeur ajoutée, parfois volatile, a baissé entre 2019 et 2020 avec la pandémie de COVID-19.

MOINS DE DÉPENSES DES MÉNAGES POUR LA CULTURE

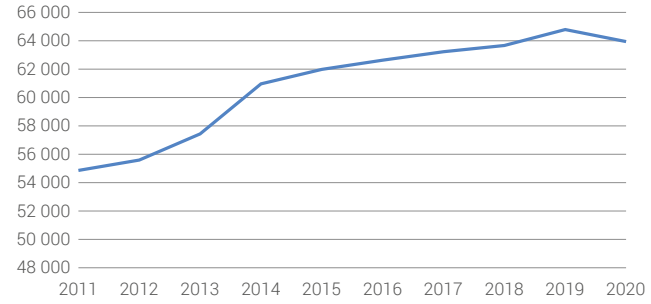
Dans l'année de pandémie 2020, les dépenses mensuelles moyennes pour la culture (y c. les médias) d'un ménage privé ont été de 298 francs, en baisse par rapport à 2019 (317 francs). Les dépenses ont surtout diminué dans la catégorie des contenus et des services. Une légère baisse se manifeste pour les contenus et services audiovisuels (p. ex. film, cinéma, musique, télévision, radio) et pour les imprimés (p. ex. livres, journaux, magazines). Les dépenses pour les musées ou les bibliothèques ainsi que pour les théâtres et les concerts ont, elles, nettement diminué. Les dépenses pour Internet et des cours de musique et de danse sont restées stables.

Travailleurs culturels: nombre et part de personnes actives



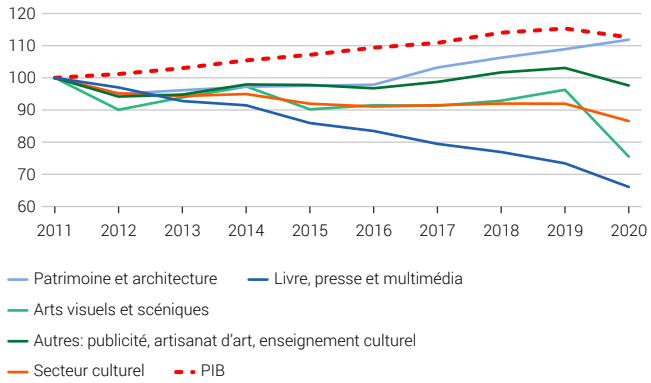
Remarque: rupture méthodologique 2020–2021 et 2021–2022

Secteur culturel: nombre d'entreprises et d'emplois



Entreprises culturelles: valeur ajoutée brute du secteur culturel et de l'économie totale

PIB, aux prix de l'année précédente, indice (2011=100)



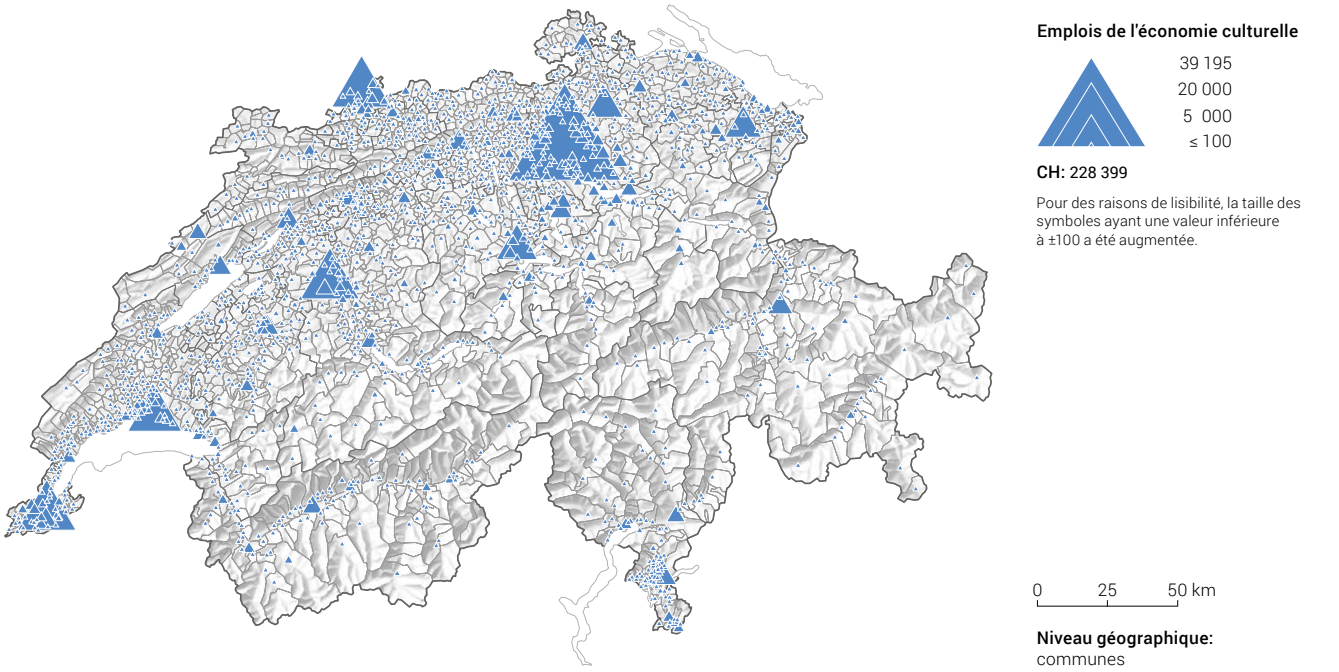
16

INFORMATIONS COMPLÉMENTAIRES

Télécharger des graphiques, des tableaux, etc. à ce sujet

	Sources	Données les plus récentes
Diagramme en bas à gauche p. 314 diagramme en haut p. 317	OFS – Statistique de l'économie culturelle, ESPA	mai 2023
Diagramme au centre p. 317	OFS – Statistique de l'économie culturelle, STATENT	nov. 2022
Diagramme en bas p. 317	OFS – Statistique de l'économie culturelle, CN, WS	nov. 2022

Emplois de l'économie culturelle, en 2020



DES AIDES COVID-19 DE 1,1 MILLIARD DE FRANCS

Afin d'atténuer les effets de la pandémie de COVID-19, des mesures économiques globales et spécifiques ont été mises en œuvre pour la culture. Dans le cadre des mesures globales pour l'économie, le secteur culturel a reçu un peu plus de 540 millions de francs d'indemnités en cas de réduction de l'horaire de travail (RHT), soit 5,3% du total. En plus, 230 millions de francs d'allocations pour perte de gain COVID-19 ont été versées aux entreprises culturelles, ou un peu plus de 11% du total. Par ailleurs, dans le cadre des mesures d'aide spécifiques mises sur pied ici (comme pour le tourisme ou le sport, p. ex.), plus de 312 millions de francs ont été dépensés pour le secteur culturel. Le tout représente un total de 1,1 milliard de francs d'aides.

En 2020, les dépenses culturelles ordinaires de la Confédération, des cantons et des communes n'ont été qu'à peine plus basses qu'en 2019: 2,97 milliards de francs (−50 millions).

BIBLIOTHÈQUES: 41 MILLIONS DE PRÊTS PHYSIQUES

En 2021, l'OFS recensait 1490 bibliothèques ouvertes au public en Suisse: 472 bibliothèques scientifiques et 1018 bibliothèques publiques. Leur répartition par région linguistique est proche de celle de la population (71,0% en Suisse alémanique, 24,8% en Suisse romande et 4,2% en Suisse italienne).

Tant pour les bibliothèques scientifiques que pour les bibliothèques publiques, la majorité des dépenses est liée aux frais en personnel (59,2% respectivement 65,0%). La part du budget d'acquisition de médias dédié à des médias électroniques est

Dépenses culturelles moyennes d'un ménage privé

Dépenses mensuelles moyennes
en francs, à prix courants

	2019		2020		
Dépenses de consommation totales	**4985**	**b**	**4564**	**b**	**S**
Dépenses culturelles (y compris médias)	**317**	**b**	**298**	**b**	**S**
Contenus et services	272	b	249	b	S
Contenus et services audiovisuels	41	b	38	b	S
Imprimés	38	c	35	c	S
Internet (y c. abonnements combinés)	156	b	152	b	
Musées, expositions, bibliothèques, jardins zoologiques, etc.	6	d	3	d	S
Théâtre et concerts	16	e	5	e	S
Cours de musique et de danse	11	d	11	d	
Contributions à des associations culturelles	2	d	2	e	S
Autres services dans le domaine de la culture et des divertissements	4	e	3	e	
Matériel et biens	44	d	49	d	
Appareils de lecture et de réception	25	d	31	d	S
Biens destinés à une activité créative	16	e	16	e	

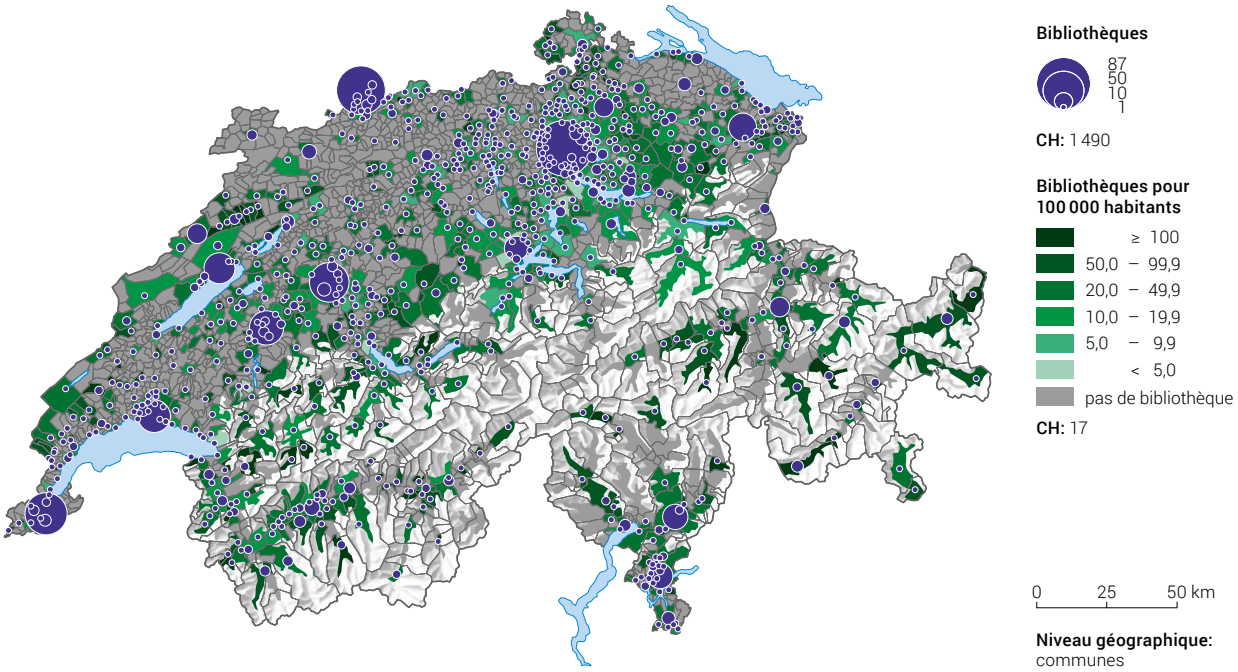
S La différence entre 2020 et 2019 est statistiquement significative.
Qualité des estimateurs:
a Très bon: coefficient de variation < 1%.
b Bon: coefficient de variation de ≥ 1% à < 2%.
c Moyen: coefficient de variation de ≥ 2% à < 5%.
d Suffisant: coefficient de variation de ≥ 5% à < 10%.
e Mauvais: coefficient de variation ≥ 10%.
Réparations, œuvres d'art: nombre d'observations insuffisant pour publier des résultats.

INFORMATIONS COMPLÉMENTAIRES

Télécharger des graphiques, des tableaux, etc. à ce sujet

	Sources	Données les plus récentes
Carte p. 318	OFS – Statistique de l'économie culturelle, STATENT	mai 2022
Tableau p. 318	OFS – Statistique du financement de la culture, Enquête sur le budget des ménages (EBM)	nov. 2022

Bibliothèques ouvertes au public, en 2021



élevée dans les bibliothèques scientifiques. En 2021, les bibliothèques suisses disposaient de près de 95,5 millions de médias physiques. La majorité des bibliothèques propose des e-books (61,8%), des médias électroniques audiovisuels (58,9%) ou des journaux ou périodiques électroniques (56,0%). La part du budget d'acquisition de médias dédié à des médias électroniques est en forte augmentation dans les bibliothèques scientifiques.

En 2021, les bibliothèques suisses ont totalisé plus de 29,5 millions d'entrées. On dénombrait plus de 1,6 million d'utilisateurs actifs, la majorité (1,1 million) dans des bibliothèques publiques. Au total, on a comptabilisé 40,9 millions de prêts de médias physiques, la grande majorité de bibliothèques publiques (34,1 millions). Plus de 800 000 personnes ont participé aux divers événements proposés par les bibliothèques en 2021.

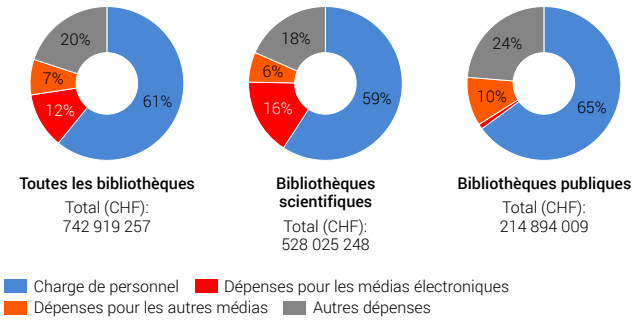
64% DES MUSÉES OCCUPENT DES BÉNÉVOLES

En 2021, on dénombrait en Suisse 1081 musées ouverts au public. Avec 23,4 musées pour 100 000 habitants, la Suisse italienne possède la plus forte densité muséale du pays. Si la majorité des musées (71,3%) est en main de structures relevant du droit privé, plus de la moitié (51,9%) indiquent un acteur public comme financeur principal.

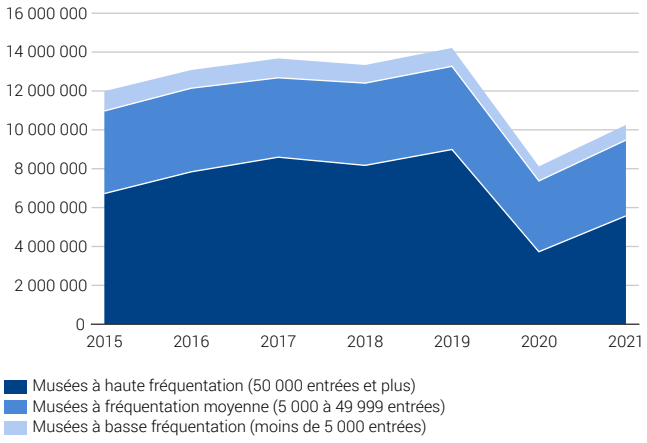
Le personnel des musées se monte à 11 400 collaborateurs salariés (6200 équivalents plein temps) et à 7500 bénévoles – près des deux tiers des musées en occupent (64,0%). Le personnel salarié des musées est davantage composé de femmes (61,8%), mais les trois quarts (75,1%) d'entre elles ont une fonction sans conduite de personnel, contre deux tiers des hommes (65,6%).

Proportion des dépenses, en 2021

Au total et selon le type de bibliothèque



Nombre total d'entrées selon la classe de fréquentation des musées

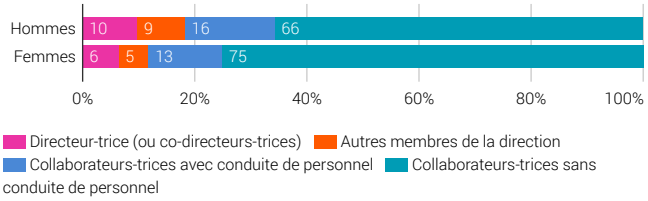


INFORMATIONS COMPLÉMENTAIRES

Télécharger des graphiques, des tableaux, etc. à ce sujet

	Sources	Données les plus récentes
Carte en haut et diagramme au centre p. 319	OFS – Statistique suisse des bibliothèques	déc. 2022
Diagramme en bas p. 319	OFS – Statistique suisse des musées	nov. 2022

Situation dans la profession du personnel salarié des musées



En 2021, un peu plus de 77 millions d'objets étaient conservés dans les musées en Suisse, la majorité (44 millions) dans des musées de sciences naturelles. En 2021, les musées suisses ont totalisé 10,3 millions d'entrées, en hausse par rapport à 2020, mais toujours moins que les 14,2 millions de 2019. Les 46 musées à haute fréquentation (50 000 entrées et plus) concentrent plus de la moitié des entrées. Plus de 24 500 événements ont eu lieu dans les musées en 2021, soit une hausse de 76,5% par rapport à l'année précédente.

CINÉMAS: 8,7 MILLIONS D'ENTRÉES EN 2022

On dénombrait 262 cinémas et 617 salles actives en 2022 en Suisse. La tendance aux multiplexes s'observe toujours: contrairement au nombre de cinémas, le nombre de salles est en constante augmentation. 3305 films étaient à l'affiche, dont 449 films en première vision – un score qui se rapproche de celui d'avant la pandémie où l'on dénombrait 499 nouveaux films.

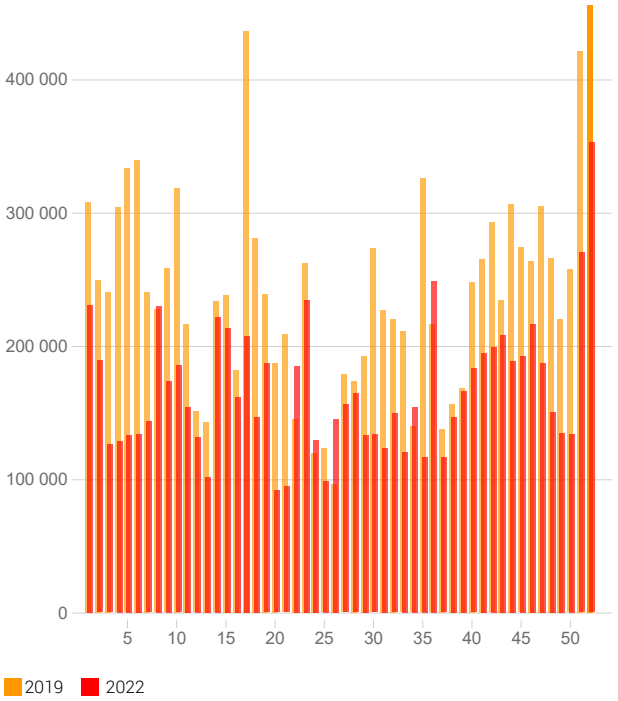
Les cinémas ont enregistré en 2022 8,7 millions d'entrées, 62% de plus qu'en 2021 (5,4 millions), mais toujours 30% de moins qu'avant la pandémie (2019 : 12,5 millions). Bien que minoritaires, les films américains sont projetés plus souvent et atteignent un public plus large: en 2022, ils représentaient 25% des films, 59% des projections et 69% des entrées. On observe le contraire pour les films suisses et européens: un très grand nombre de films sort en salles, mais ils sont projetés moins souvent et aussi vus plus rarement.

Après avoir nettement baissé entre 2020 et 2021 (de 13,8% à 4,3%), la part de marché des films suisses a de nouveau légèrement augmenté, pour atteindre 5,1% en 2022.

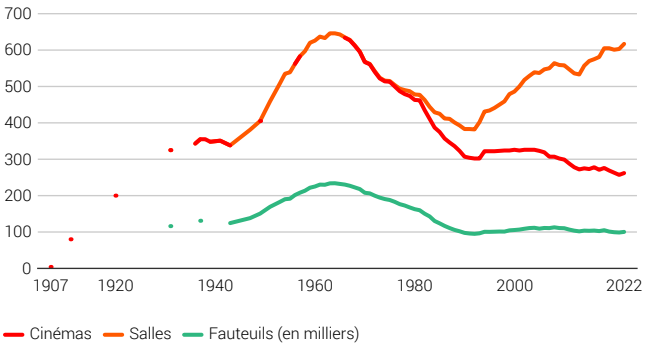
VOD: UNE CROISSANCE MOINS MARQUÉE EN 2021

En 2021, il y avait en Suisse 20 fournisseurs de vidéo à la demande (VoD) qui exploitaient 26 plateformes. Le nombre de films proposés par ces plateformes est énorme, atteignant plus de 35 000 chaque année. En 2021, plus de 25 000 films étaient proposés à l'achat, 28 000 à la location et près de 17 000 via des services d'abonnement et de streaming (SVoD). Le volume des films (sans les séries) visionnés via la SVoD continue de croître, même si moins qu'avant (+51% en 2019, +57% en 2020, +19% en 2021). Les films américains prédominaient largement dans l'utilisation des différentes offres VoD (69–78%).

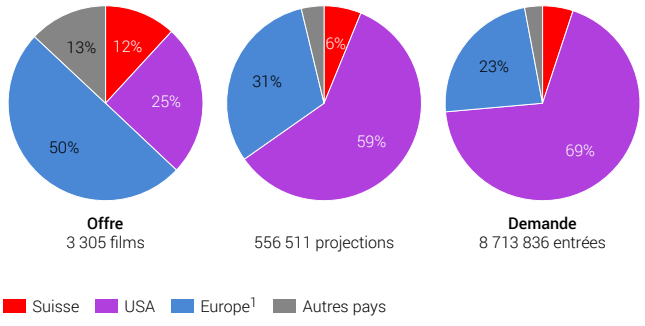
Nombre d'entrées de cinéma en Suisse
Selon les semaines cinématographiques



Infrastructure cinématographique en Suisse



Année cinématographique 2022
Diversité de l'offre et demande



[1] Europe: États membres du Conseil de l'Europe (sauf la Suisse)

INFORMATIONS COMPLÉMENTAIRES

Télécharger des graphiques, des tableaux, etc. à ce sujet

	Sources	Données les plus récentes
Diagramme en haut à gauche p. 320	OFS – Statistique suisse des musées	nov. 2022
Diagramme en haut à droite p. 320	OFS – Statistique du film et du cinéma	janv. 2023
Diagramme au centre à droite p. 320	OFS – Statistique du film et du cinéma	mars 2022
Diagramme en bas à droite p. 320	OFS – Statistique du film et du cinéma	sept. 2022

Médias

Les médias électroniques supplantent de plus en plus les médias classiques. Cela se manifeste notamment par le recul des heures d'utilisation de nombreuses chaînes de télévision et de radio.

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 2022, la durée moyenne d'utilisation de la télévision était de 104 minutes par jour en Suisse alémanique (en 2014 il s'agissait encore de 128), contre 123 minutes (143) en Suisse romande et 146 minutes (177) en Suisse italienne. Le temps passé à écouter la radio a diminué depuis 2001. En 2022, il s'est élevé en moyenne quotidienne à 85 minutes (2009: 119) en Suisse alémanique, à 64 minutes (106) en Suisse romande et à 85 minutes (108) en Suisse italienne. En 2022, les personnes de 60 ans et plus écoutaient la radio 3,3 fois plus longtemps que les 15 à 29 ans en Suisse italienne, en Suisse alémanique 4,4 fois plus et en Suisse romande même 5,2 fois plus.

TOUJOURS MOINS DE JOURNAUX IMPRIMÉS

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.

PLUS DE LIVRES EN ANGLAIS QU'EN ALLEMAND

L'édition de livres en Suisse a également fortement diminué. Avec 3370 titres en 2022, les livres en langue allemande représentent 26% des livres parus en Suisse. Les livres en langue française atteignent une part de quelque 13% et ceux en langue italienne 2%. Les livres publiés dans d'autres langues représentent 59% des ouvrages édités, dont 94% sont en langue anglaise. Les ouvrages édités en Suisse en langue anglaise dépassent actuellement le nombre d'ouvrages édités en langue allemande (7107 contre 3370), suite à l'intégration en 2019 de la production (majoritairement en anglais) du groupe Springer Nature dans le

Nombre de lecteurs

Pour certains quotidiens et journaux dominicaux

	2014	2022	
Suisse alémanique			
20 Minuten (gratuit)	1 507 000	888 000	−41%
Blick	647 000	301 000	−53%
Tages-Anzeiger	466 000	319 000	−32%
Die Nordwestschweiz	375 000	321 000	−14%
Berner Zeitung & Der Bund	348 000	264 000	−24%
Neue Zürcher Zeitung	263 000	203 000	−23%
Die Südostschweiz	157 000	131 000	−17%
Luzerner Zeitung	305 000	231 000	−24%
St. Galler Tagblatt	286 000	250 000	−13%
Basler Zeitung	130 000	72 000	−45%
SonntagsBlick	714 000	351 000	−51%
SonntagsZeitung	635 000	462 000	−27%
NZZ am Sonntag	421 000	305 000	−28%
Suisse romande			
20 Minutes (gratuit)	535 000	357 000	−33%
24 Heures	183 000	132 000	−28%
Tribune de Genève	119 000	79 000	−34%
Le Temps	89 000	84 000	−6%
Le Nouvelliste	123 000	100 000	−19%
La Liberté	96 000	89 000	−7%
Arcinfo (Express / Impartial)	51 000	55 000	+8%
Le Matin Dimanche	474 000	250 000	−47%
Suisse italienne			
Corriere del Ticino	129 000	88 000	−32%
20 Minuti (gratuit)	100 000	64 000	−31%
La Regione Ticino	93 000	82 000	−18%
Il Mattino della Domenica (gratuit)	67 000	39 000	−42%
La Domenica (gratuit)	*	39 000	*

INFORMATIONS COMPLÉMENTAIRES

Télécharger des graphiques, des tableaux, etc. à ce sujet

	Sources	Données les plus récentes
Diagramme en bas à droite p. 314	Bibliothèque nationale suisse	juill. 2023
Tableau p. 321	REMP SA (Bulletin des tirages 2022/ MACH Basic 2022-2)	juill. 2022

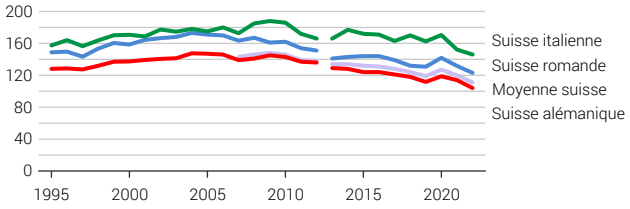
catalogue de la Bibliothèque nationale. Il faut également relever que la catégorie «Autres» a fortement augmenté depuis 2014 suite à un changement méthodologique impliquant une nouvelle catégorisation des ouvrages multilingues.

JOURNALISME: UNE PARITÉ HOMMES-FEMMES

Du point de vue de l'activité professionnelle dans le domaine des médias, le nombre de personnes actives dans le métier de journaliste a diminué, passant de 12 224 en 2010 à 9701 en 2021. Notons que le nombre de femmes journalistes s'est dans le même temps maintenu ou n'a que légèrement diminué, ce qui fait que l'on observe actuellement quasiment le même nombre d'hommes que de femmes dans la profession. Ceci n'est pas le cas dans tous les types de professions des médias qui, au total, comptent en moyenne 30% de femmes. Ceci est dû, entre autres, aux professions des technologies de l'information et de la communication où l'on ne comptait que 15% de femmes en 2021. La répartition de ces dernières est inégale, elles ont plus souvent un statut d'indépendant, de salariée sans fonction dirigeante, mais beaucoup plus rarement (dans 23% des cas) une position de directrice ou de salariée avec une fonction de cheffe.

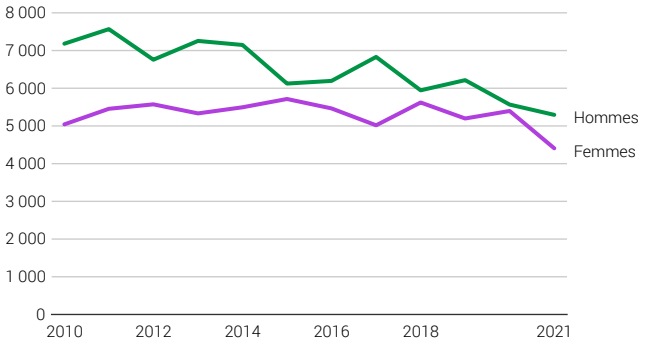
Télévision
Utilisation selon la région linguistique

En minutes par jour

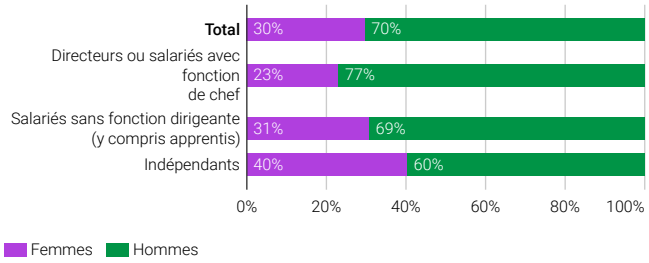


Une comparaison des données à long terme à partir de 2010 avec les années précédentes n'est pas possible (passage de la méthode de remplacement à la méthode de pondération journalière).
Les données 1995–2012 concernant les groupes d'âges 15–29, 30–44, 45–59 et 60+ sont présentées sans tenir compte des personnes en visite dans le ménage.
Une comparaison des données de 2013 avec les données des années précédentes n'est pas possible en raison de l'introduction en 2013 d'un nouveau système pour mesurer l'utilisation télévisuelle. Outre la mesure de la consommation en direct, sont également mesurées l'utilisation différée et la consommation télévisuelle à l'ordinateur.

Personnes actives occupées dans le métier de journaliste selon le sexe



Personnes actives dans le domaine des médias selon la position professionnelle et le sexe, 2021



INFORMATIONS COMPLÉMENTAIRES

Télécharger des graphiques, des tableaux, etc. à ce sujet

	Sources	Données les plus récentes
Diagramme en haut p. 322	Mediapulse SA et SRG SSR	juill. 2022
Diagrammes au centre et en bas p. 322	OFS – Relève structurel (RS)	juill. 2022

Société de l'information

88% de la population suisse utilise Internet pratiquement tous les jours, un accès à Internet est disponible – de différentes manières – dans 96% des ménages. L'utilisation d'Internet par les 75 ans et plus a fortement augmenté ces dernières années.

La transformation numérique de la société et de l'économie impacte l'ensemble des activités de la vie quotidienne. La crise pandémique de 2020–2021 a clairement accéléré la diffusion de certains usages, par exemple le recours aux services en ligne des administrations publiques, tandis que d'autres activités en ligne sont en progression depuis le début du XXIe siècle.

Les infrastructures de télécommunication fixes et mobiles sont bien développées en Suisse. L'internet à large bande est disponible partout: 96% des ménages sont connectés. Presque toute la population utilise Internet (96% au cours des trois derniers mois – 88% chaque jour ou presque), dans des proportions variables selon les activités. Il subsiste cependant des différences significatives dans les usages d'Internet selon l'âge et le niveau de formation. En termes de compétences numériques, la population suisse apparait globalement parmi les pays les plus avancés dans la numérisation.

La proportion de spécialistes TIC dans la population active augmente année après année. Les infrastructures, les compétences et les technologies étaient disponibles, il ne manquait que le choc exogène de la pandémie pour faire changer les pratiques: le télétravail à domicile est devenu une réalité pour une grande part de la population active, dans des proportions toutefois très variables selon la branche économique.

DES RÉSEAUX FIXES BIEN DÉVELOPPÉS

Le nombre d'abonnés pour 100 habitants à des raccordements Internet fixe à haut débit (nombre de contrats permettant cet accès) est élevé en Suisse. Il se situe nettement en-dessus de la moyenne des pays membres de l'OCDE.

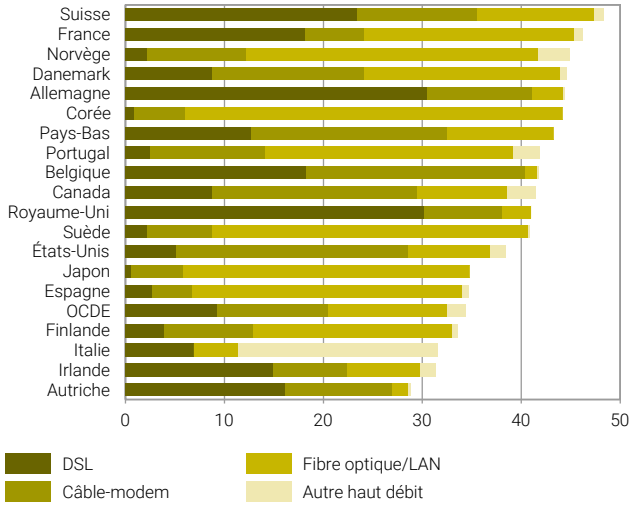
Cependant, la Suisse montre un certain retard dans le développement des réseaux de fibre optique, technologie la plus rapide. Le nombre de raccordements à la fibre pour 100 habitants reste relativement faible en Suisse. Cette situation peut notamment s'expliquer par la part importante de raccordements à large bande déjà existants, assurés par d'autres technologies (réseau Câble TV et DSL), et par le développement du réseau mobile, notamment la 5G qui promet également des vitesses très élevées.

UNE UTILISATION MOBILE GÉNÉRALISÉE

L'utilisation mobile d'Internet représente un des principaux aspects de l'évolution des usages depuis le début du XXIe siècle. En 2021, 94% de la population utilise Internet sur son smartphone. L'ordinateur portable est utilisé par 66% de la population,

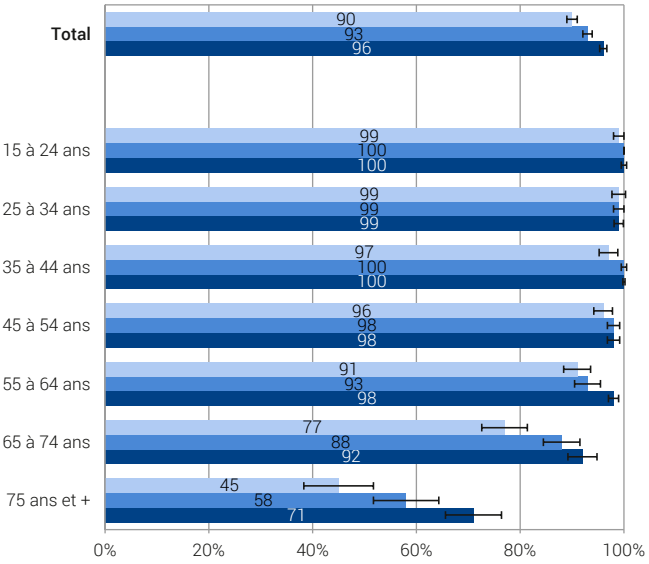
Abonnés à des raccordements Internet fixes à haut débit, comparaison internationale, en 2021

Nombre d'abonnés pour 100 habitants



Internautes[1] en Suisse

En pour-cent de la population[2]



[1] utilisation d'Internet au cours des trois derniers mois
[2] personnes âgées de 15 à 88 ans

16

INFORMATIONS COMPLÉMENTAIRES

Télécharger des graphiques, des tableaux, etc. à ce sujet

	Sources	Données les plus récentes
Diagramme en haut p. 323	Organisation de coopération et de développement économiques (OCDE)	déc. 2021
Diagramme en bas p. 323 Tableau et diagramme p. 324	OFS – Omnibus TIC	déc. 2021

la tablette par 44% et un tiers de la population utilise Internet sur d'autres types d'appareils (consoles de jeu, smartWatch, liseuse, etc.).

TOUTES ET TOUS INTERNAUTES

La diffusion de l'utilisation d'Internet est pratiquement achevée pour la population en âge de travailler. Il n'existe plus de différence selon le sexe ou l'âge pour les personnes de moins de 65 ans et elle diminue rapidement ces dernières années pour les personnes plus âgées.

Le niveau de formation – en-dessous de 60 ans – ne joue plus aucun rôle dans le fait d'être internaute ou pas, mais différencie encore beaucoup les usages d'Internet, quelles activités sont exercées, à quelle intensité, quels services ou applications sont utilisés.

E-COMMERCE EN PROGRESSION

Les achats en ligne des particuliers sont une des manifestations les plus marquantes de la transformation numérique. En dix ans, la proportion de e-consommateurs (achat en ligne au cours des douze derniers mois) passe de 50% à 78% de la population (5,5 millions de personnes). Les différences selon le sexe, l'âge et surtout le niveau de formation s'amenuisent mais subsistent. Elles illustrent le fossé numérique existant dans les usages d'Internet.

L'importance du e-commerce et son impact sur les circuits économiques dépend de la fréquence des achats et de la diversité des produits commandés. En 2021, 36% des 4,7 millions de personnes ayant fait des achats au cours des trois derniers mois n'ont effectué que un ou deux achats. Un tiers (33%) a effectué trois à cinq commandes et les 30% restants, soit 1,4 million de personnes, ont effectué six achats ou plus.

DES COMPÉTENCES NUMÉRIQUES DE BASE POUR LA MAJORITÉ DE LA POPULATION

À l'heure de la transformation numérique, la question des compétences de la population devient cruciale. L'enjeu est celui d'une mise à niveau pour suivre le rythme de l'évolution et éviter qu'une partie de la population ne se trouve en difficulté, tant sur le marché du travail que dans la vie quotidienne.

En comparaison internationale la Suisse est très bien positionnée avec une grande majorité de la population disposant au minimum de compétences numériques basiques (78% des 16 à 74 ans) et 40% de compétences numériques plus avancées.

EXPLOSION DU TÉLÉTRAVAIL À DOMICILE

En 2019, un quart de la population active occupée avait effectué du télétravail à domicile, au moins occasionnellement. Avec la crise du COVID-19, la proportion bondit à 40% en 2021. Cette proportion est une moyenne annuelle qui ne rend pas compte des périodes de télétravail généralisé suite aux mesures de protection de la population.

La part des actifs occupés faisant du télétravail à domicile varie fortement selon la branche d'activité économique. Dans la branche «Information et communication», plus des quatre cinquièmes des actifs occupés ont effectué du télétravail au moins occasionnellement en 2021. L'augmentation du télétravail à domicile apparait particulièrement forte dans la finance et les assurances (de 34% en 2019 à 76% en 2021), démontrant par là même le haut degré de numérisation de cette branche d'activité.

Activités en ligne

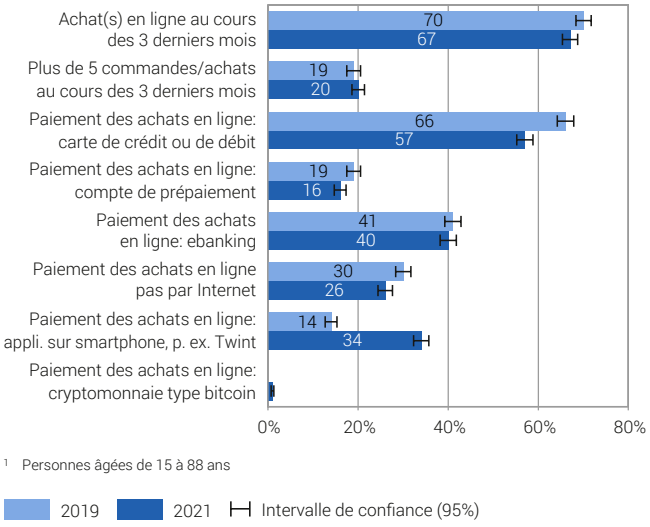
Part de la population entre 15 et 88 ans

	2019	2021
Remplir des formulaires administratifs pour une transaction*	43% ±1,9	68% ±1,7
Activités de formation: suivre un cours en ligne	11% ±1,2	27% ±1,6
Prendre rendez-vous avec un médecin via le site de l'hôpital ou du cabinet	15% ±1,4	29% ±1,6
Télécharger des formulaires administratifs*	56% ±1,9	65% ±1,7
Chercher des informations administratives*	63% ±1,8	72% ±1,6
Utiliser des services de cyberadministration*	71% ±1,7	80% ±1,4
Communiquer avec des enseignants/étudiants sur des portails scolaires	14% ±1,3	22% ±1,5
Téléphoner ou faire des vidéoconférences	65% ±1,8	72% ±1,6
Utiliser du matériel d'apprentissage autre qu'un cours en ligne complet	15% ±1,3	22% ±1,5
Utiliser de l'espace en ligne pour stocker ou sauvegarder des documents	44% ±1,9	50% ±1,8
Utiliser des applications en ligne pour créer ou modifier des documents	26% ±1,6	32% ±1,7
Télécharger ou écouter de la musique	55% ±1,9	61% ±1,7
Utiliser une messagerie instantanée, p. ex. WhatsApp, etc.	80% ±1,5	85% ±1,3
Rechercher des informations en relation avec la santé	64% ±1,8	70% ±1,6
Utiliser des services de eBanking	68% ±1,7	73% ±1,6
Utilisation d'equipement domestique connecté (IoT)	11% ±1,1	15% ±1,3
Écouter la radio ou regarder la télévision	55% ±1,9	58% ±1,8
Télécharger ou regarder des films ou vidéos	64% ±1,8	67% ±1,7
Lire les nouvelles ou consulter des journaux	73% ±1,7	75% ±1,6
Jouer ou télécharger des jeux	25% ±1,6	26% ±1,6
Envoyer ou recevoir des mails	87% ±1,3	88% ±1,2
Consulter un site comme Wikipedia, pour apprendre quelque chose	69% ±1,7	69% ±1,7
Utiliser des services en relation avec des voyages ou hébergements	60% ±1,8	45% ±1,8

Les activités indiquées ci-dessus ont été exercées à des fins privées au cours des trois derniers mois. Les lignes marquées d'un * se rapportent à des activités exercées au cours des douze derniers mois.
Les différentes activités sont classées par ordre décroissant de variation 2019-2021.
± intervalle de confiance à 95%

Commerce en ligne

En pour-cent de la population[1]



[1] Personnes âgées de 15 à 88 ans

Avec l'enseignement, les professions libérales et les activités scientifiques et techniques, l'administration publique voit également plus de la moitié des actifs occupés effectuer du télétravail à domicile en 2021.

En queue de peloton, apparaissent les activités impliquant des contacts personnels et les activités artisanales.

SECTEUR TIC ET MÉDIA: 230 000 EMPLOIS

Les entreprises du secteur TIC et média comptent 230 447 emplois en 2020. Dès 2011, les emplois dans les services TIC (logiciels et bases de données et télécommunications) augmentent tandis qu'ils stagnent ou diminuent légèrement dans les autres composantes du secteur TIC. Dans l'ensemble, la proportion d'emplois du secteur TIC et média dans l'économie marchande varie peu, entre 4,8% et 5% des emplois des entreprises marchandes.

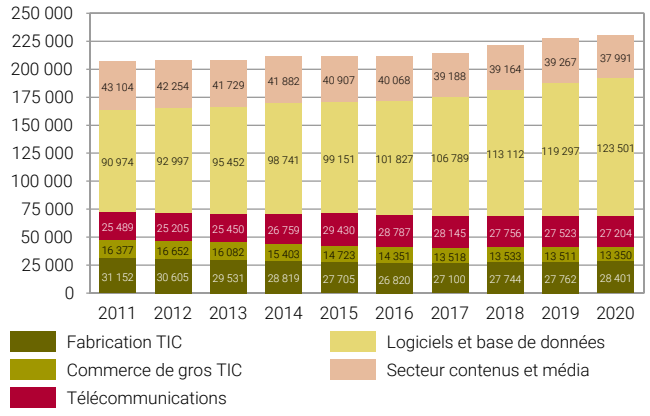
Cependant, au niveau du nombre d'entreprises (REE/STATENT), la répartition selon le type d'activités TIC confirme la tendance d'un renforcement dans les services informatiques et d'un affaiblissement des activités productrices.

Comme pour le secteur TIC, on note une augmentation du nombre d'entreprises actives dans le secteur Contenus et médias au cours de ces dernières années.

UNE PROGRESSION MESURÉE DE LA PROPORTION DE SPÉCIALISTES TIC

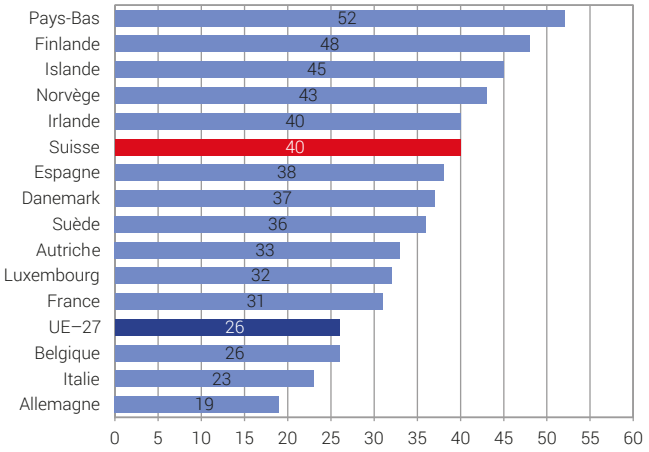
La part de spécialistes TIC dans la population active occupée, et sa progression au cours de la dernière décennie est une illustration de la transformation numérique. Le manque de spécialistes TIC est souvent évoqué comme obstacle à la numérisation au sein des entreprises. Étant donné l'écrasante majorité d'hommes dans ces professions de spécialistes TIC, un potentiel existe en encourageant les carrières féminines.

Nombre d'emplois dans le secteur TIC et média en Suisse



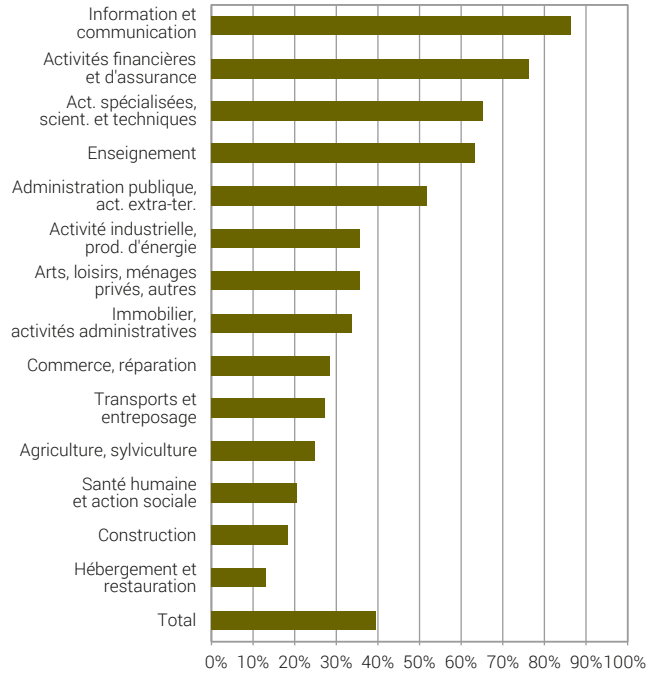
Compétences numériques avancées de la population, en comparaison internationale, en 2021

En pour-cent de la population âgée de 16 à 74 ans



Télétravail à domicile[1] selon la branche d'activité NOGA, en 2021

En pour-cent des personnes actives occupées



[1] au moins une fois au cours des quatre dernières semaines

INFORMATIONS CONTEXTUELLES

Thème transversal **Société de l'information** → p. 117

INFORMATIONS COMPLÉMENTAIRES

Télécharger des graphiques, des tableaux, etc. à ce sujet

	Sources	Données les plus récentes
Diagramme p. 315	OFS – Enquête suisse sur la population active (ESPA)	mai 2023
Diagramme en bas à gauche p. 325	OFS – STATENT	nov. 2022
Diagramme en haut à droite p. 325	OFS – Omnibus TIC; Eurostat	janv. 2023
Diagramme en bas à droite p. 325	OFS – Enquête suisse sur la population active (ESPA)	mai 2022