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, BN, Mediapulse SA, SRG-SSR, REMP SA), 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 sont fondés sur une multiplicité de sources nationales – enquêtes ou statistiques de l'OFS (ESPA, EBM, STATENT, CN) ou d'autres offices fédéraux (OFCOM, OFDF) – et internationales. Pour la population, ils se basent essentiellement sur l'enquête bisannuelle sur l'utilisation d'Internet (Omnibus TIC).

INFORMATIONS CONTEXTUELLES

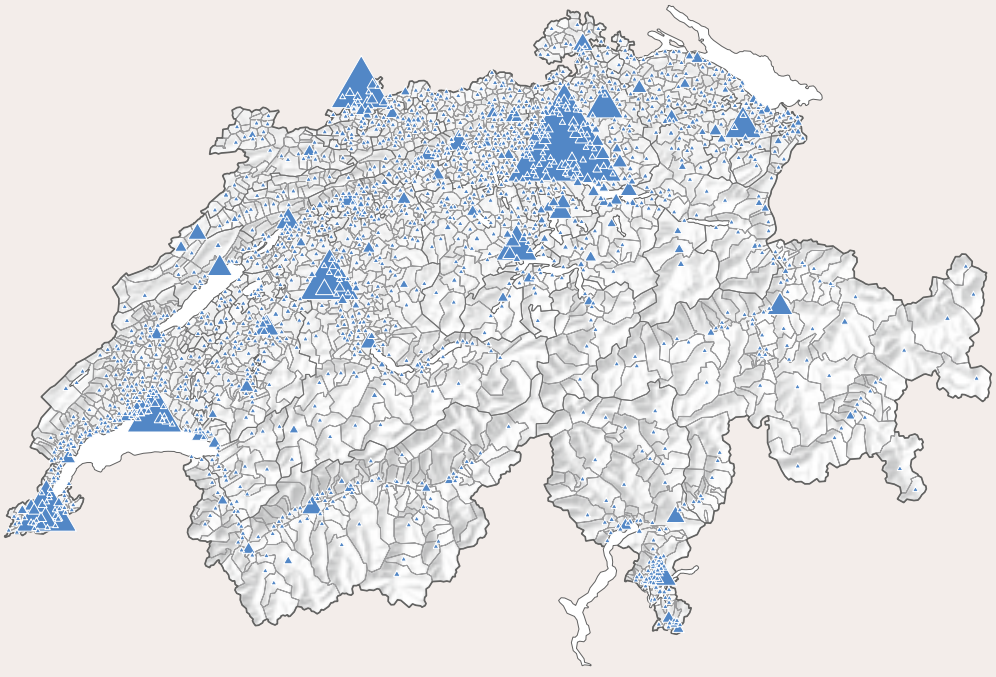
Champ thématique **Société** → p. 57
Thème transversal **Société de l'information** → p. 117

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 65 000 entreprises culturelles (y compris l’architecture, la publicité ou les jeux vidéo), ce qui correspond à 10,4% de toutes les entreprises (2021), et 268 000 travailleurs culturels, ou 5,4% de toutes les personnes actives (2022). On dénombre en Suisse en 2022 près de 1500 bibliothèques ouvertes au public, 1100 musées, ou encore, en 2023, 260 cinémas avec 616 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, 98% des ménages y ont accès en 2023. Deux tiers de la population a effectué des achats en ligne et quatre cinquièmes ont pratiqué le e-banking. Au niveau de l’économie, le secteur TIC (technologies de l’information et de la communication) et média compte 27 143 entreprises pour plus de 237 000 emplois en 2021. Les activités de ce secteur représentent 5,6% du produit intérieur brut (PIB).

Emplois de l’économie culturelle, en 2021



CULTURE

		État
Évolution des entrées de cinéma	+21%	2022–2023
Évolution utilisation VoD abo/streaming	+2%	2021–2022
Nombre de bibliothèques ouvertes au public	1480	2022
Nombre de musées	1081	2021
Nombre de monuments historiques protégés	75084	2016
Part de la population résidente qui a été à un concert	72%	2019
Financement public de la culture	2,99 mrds de fr.	2021
Dépenses des ménages privés pour la culture y c. médias	14,1 mrds de fr.	2021
Nombre d'entreprises culturelles	65369	2021
Nombre de travailleurs culturels	268000	2022

MÉDIAS

		État
Temps consacré à la radio (moyenne par jour)	81 min	2023
Temps consacré à la télévision (moyenne par jour)	110 min	2023
Personnes actives occupées dans le domaine des médias	367686	2022
Dépenses des ménages pour les médias (moyenne par mois)	259 fr.	2021

SOCIÉTÉ DE L'INFORMATION

		État
Accès Internet		
Part des ménages	98%	2023
Appareils utilisés (part de la population)		
Smartphone	96%	2023
Ordinateur portable	68%	2023
Ordinateur fixe	47%	2023
Activités en ligne (part de la population, les trois derniers mois)		
Achats en ligne	67%	2023
E-banking	80%	2023
Relations avec l'administration	82%	2023
Lire les nouvelles ou consulter les journaux	73%	2023
Télécharger ou écouter de la musique	65%	2023
Télécharger ou regarder des films/vidéos	68%	2023
Compétences numériques (part de la population)		
Compétences faibles	22%	2023
Compétences de base	34%	2023
Compétences plus avancées	39%	2023
Télétravail à domicile (part des personnes actives)		
… au moins 1× dans les quatre semaines précédentes	37%	2022
Secteur TIC et média dans l'économie suisse		
Nombre d'entreprises	27143	2021
Nombre d'emplois	237394	2021
Part du produit intérieur brut (PIB)	5,6%	2021

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. Le secteur vit depuis une lente reprise.

En 2022, on dénombrait en Suisse 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 2021, on comptait en Suisse 65 369 entreprises culturelles, ou 10,4% de toutes les entreprises. Les entreprises culturelles sont souvent petites et sont majoritairement situées en zone urbaine.

UNE ÉCONOMIE CULTURELLE PLUTÔT FÉMININE

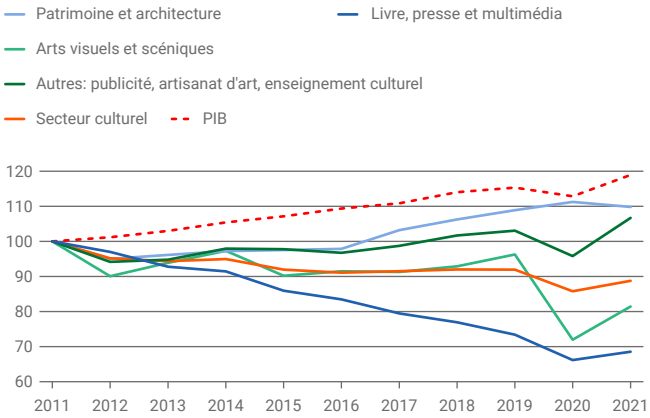
L'économie culturelle est plutôt féminine: avec 50,2%, la part des femmes parmi les personnes actives en 2022 était plus importante que dans l'économie totale (46,8%). On observe de grandes différences: si les Archives et Bibliothèques comptent 74,8% de femmes, en Architecture elles ne sont que 37,3%. 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.

LA VALEUR AJOUTÉE DÉPASSE À NOUVEAU 15 MRDS

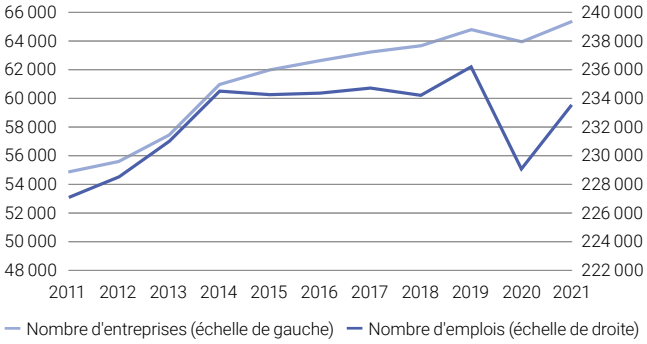
En 2020 l'économie culturelle avait produit une valeur ajoutée brute totale de 14,7 milliards de francs (2019: 15,5 milliards) aux prix courants. En 2021 elle atteignait à nouveau 15,2 milliards, ou 2,0% du PIB. Dans la plupart des groupes de domaines culturels, la valeur ajoutée, parfois volatile, avait baissé entre 2019 et 2020 avec la pandémie.

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

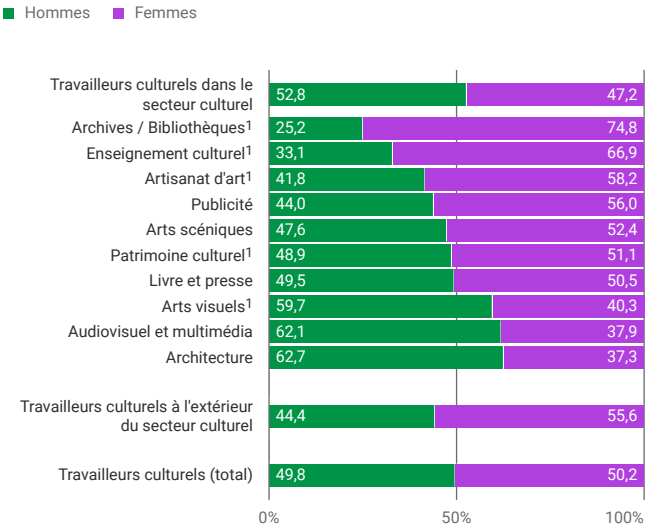
PIB, aux prix de l'année précédente, indice (2011 = 100)



Secteur culturel: nombre d'entreprises et d'emplois



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



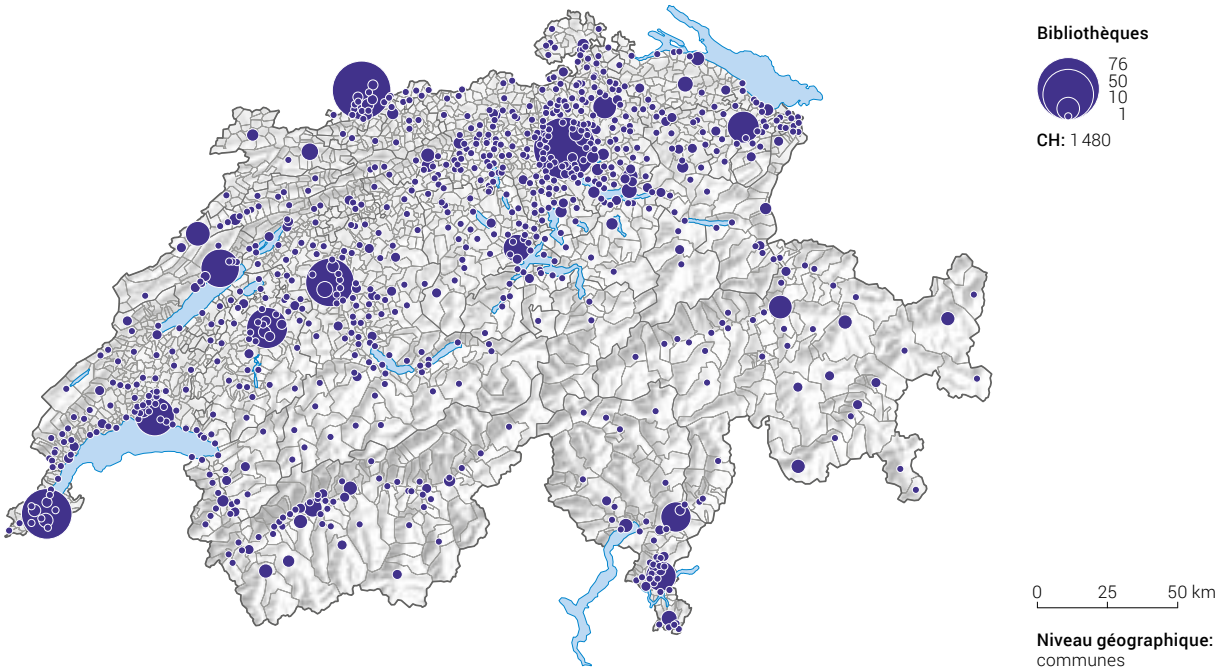
[1] Extrapolation basée sur < 160 observations; résultats à interpréter avec beaucoup de précaution.

INFORMATIONS COMPLÉMENTAIRES

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

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

Bibliothèques ouvertes au public, en 2022



MÉNAGES PRIVÉS: 14,1 MILLIARDS POUR LA CULTURE ET LES MÉDIAS

En 2021, les dépenses mensuelles moyennes d'un ménage privé pour la culture et les médias se sont montées à 294 francs, ce qui correspond à peu près à la somme dépensée l'année d'avant, elle aussi déjà touchée par la pandémie de COVID-19. Les dépenses pour la culture et les médias correspondaient ainsi à 6% des dépenses mensuelles de consommation d'un ménage privé suisse moyen. Extrapolé à tous les ménages, 14,1 milliards de francs ont été dépensés en 2021 pour la culture et les médias.

POUVOIRS PUBLICS: PRÈS DE 3 MRDS POUR LA CULTURE

En 2021, 2,99 milliards de francs ont été dépensés dans le cadre du financement public de la culture. De cette somme, ce sont environ 1,5 milliard de francs qui ont été dépensés par les communes, 1,2 milliard par les cantons et 340 millions par la Confédération. Les dépenses extraordinaires – comme par exemple pour lutter contre les effets de la pandémie de COVID-19 – ne sont pas contenues dans ces chiffres.

Les dépenses pour des mesures d'aide dans le secteur culturel dans le contexte de COVID-19 se sont montées à 884 millions de francs en 2021. 325 millions font partie des mesures d'aide spécifiques mises en place uniquement pour le secteur culturel; le reste est imputable aux mesures qui étaient à la disposition de l'économie dans son ensemble. En font partie les dépenses pour les indemnités en cas de réduction de l'horaire de travail (281 millions), les allocations pour perte de gain liée à la pandémie de COVID-19 (167 millions) et les sommes ayant servi à couvrir les dépenses effectuées dans le cadre des ordonnances COVID-19 cas de rigueur (111 millions). À ces dépenses s'ajoutent les pertes dans le cadre des crédits transitoires COVID-19.

Dépenses culturelles moyennes d'un ménage privé
Dépenses mensuelles moyennes
en francs, à prix courants

	2020		2021		
Dépenses de consommation totales	**4 564**	**b**	**4 648**	**b**	
Dépenses culturelles (y compris médias)	**298**	**b**	**294**	**b**	
Contenus et services	249	b	246	b	
Contenus et services audiovisuels	38	b	36	b	S
Imprimés	35	c	36	c	
Internet (y c. abonnements combinés)	152	b	151	b	
Musées, expositions, bibliothèques, jardins zoologiques, etc.	3	d	4	d	S
Théâtre et concerts	5	e	5	e	
Cours de musique et de danse	11	d	11	d	
Contributions à des associations culturelles	2	e	2	d	
Autres services dans le domaine de la culture et des divertissements	3	e	2	e	S
Matériel et biens	49	d	48	c	
Appareils de lecture et de réception	31	d	32	d	
Biens destinés à une activité créative	16	e	14	d	

S La différence entre les deux années 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

Tableau p. 318 OFS – Statistique du financement de la culture, Enquête sur le budget des ménages (EBM)

Données les plus récentes

nov. 2023

BIBLIOTHÈQUES: 40 MILLIONS DE PRÊTS PHYSIQUES

En 2022, l'OFS recensait 1480 bibliothèques ouvertes au public en Suisse, dont environ un tiers étaient des bibliothèques scientifiques et deux tiers des bibliothèques publiques. Leur répartition par région linguistique est proche de celle de la population.

Tant pour les bibliothèques scientifiques que pour les bibliothèques publiques, la majorité des dépenses est liée aux frais en personnel (58% respectivement 64%). La part du budget d'acquisition de médias dédié aux médias électroniques est élevée dans les bibliothèques scientifiques. En 2022, les bibliothèques suisses disposaient de près de 65,5 millions de médias imprimés. La majorité des bibliothèques propose des e-books (59%), des médias électroniques audiovisuels (58%) ou des journaux ou périodiques électroniques (55%). La part du budget d'acquisition de médias dédié aux médias électroniques est en forte augmentation dans les bibliothèques scientifiques.

En 2022, les bibliothèques suisses ont totalisé plus de 37,9 millions d'entrées physiques (contre 29,5 millions en 2021). On dénombrait plus de 1,6 million d'utilisateurs actifs, la majorité (1,1 million) dans des bibliothèques publiques. Au total, on a comptabilisé 40,0 millions de prêts de médias physiques, la grande majorité dans des bibliothèques publiques (34,0 millions). En 2022, près de 1,3 million de personnes (2021: 800 000) ont participé aux divers événements proposés par les bibliothèques.

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%) indique 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%).

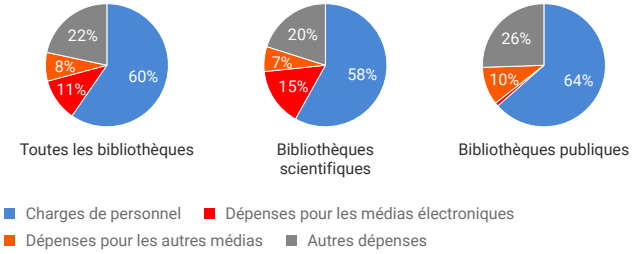
En 2021, un peu plus de 77 millions d'objets étaient conservés dans les musées en Suisse, la majorité (44 millions) dans des musées de sciences naturelles. Les musées suisses ont totalisé 10,3 millions d'entrées en 2021, en hausse par rapport à 2020, mais toujours moins que les 14,2 millions de 2019. 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: PLUS DE 10 MILLIONS D'ENTRÉES EN 2023

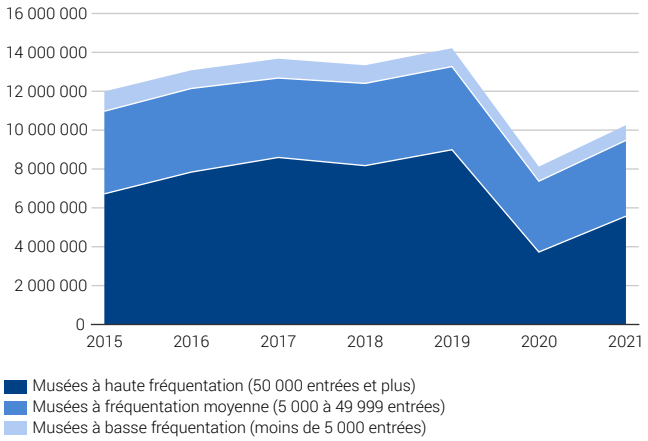
On dénombrait 260 cinémas et 616 salles actives en 2023 en Suisse. La tendance aux multiplexes s'observe toujours: contrairement au nombre de cinémas, le nombre de salles est en constante augmentation. 3405 films étaient à l'affiche, dont 440 films en première vision – par rapport à l'année précédente ce sont 100 films de plus mais 9 nouvelles sorties en moins.

Proportion des dépenses, en 2022

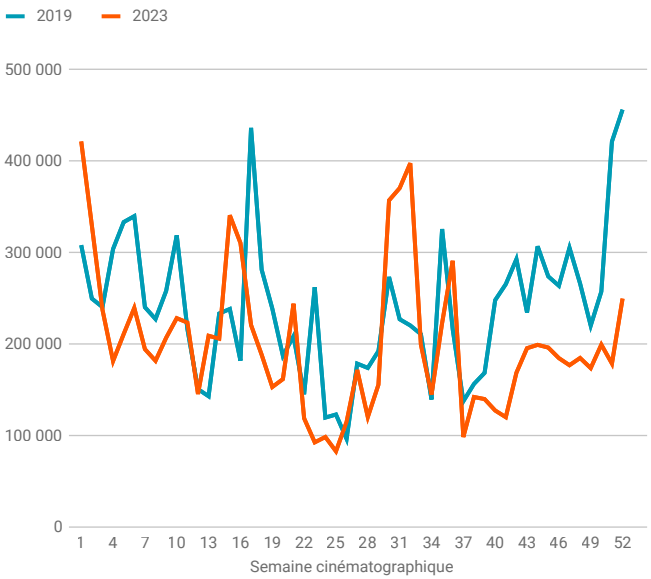
Au total et selon le type de bibliothèque



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



Nombre d'entrées de cinéma en Suisse



Les cinémas ont enregistré en 2023 plus de 10,5 millions d'entrées, 21% de plus qu'en 2022 (8,7 millions), mais toujours 16% de moins qu'en 2019 (12,5 millions). Bien que minoritaires, les films américains sont projetés plus souvent et atteignent

INFORMATIONS COMPLÉMENTAIRES

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

	Sources	Données les plus récentes
Carte p. 318 et diagramme en haut p. 319	OFS – Statistique suisse des bibliothèques	déc. 2023
Diagramme au centre p. 319	OFS – Statistique suisse des musées	nov. 2022
Diagramme en bas p. 319	OFS – Statistique du film et du cinéma	janv. 2024

un public plus nombreux: en 2023, ils représentaient 24% des films, 59% des projections et 68% des entrées. À eux seuls, les quatre films *Barbie*, *Avatar: The way of water*, *The Super Mario Bros. Movie* et *Oppenheimer* ont généré près du quart du total des entrées (23%). On observe le contraire pour les films suisses et européens: un très grand nombre de films sort en salle, mais ils sont projetés moins souvent et aussi vus plus rarement.

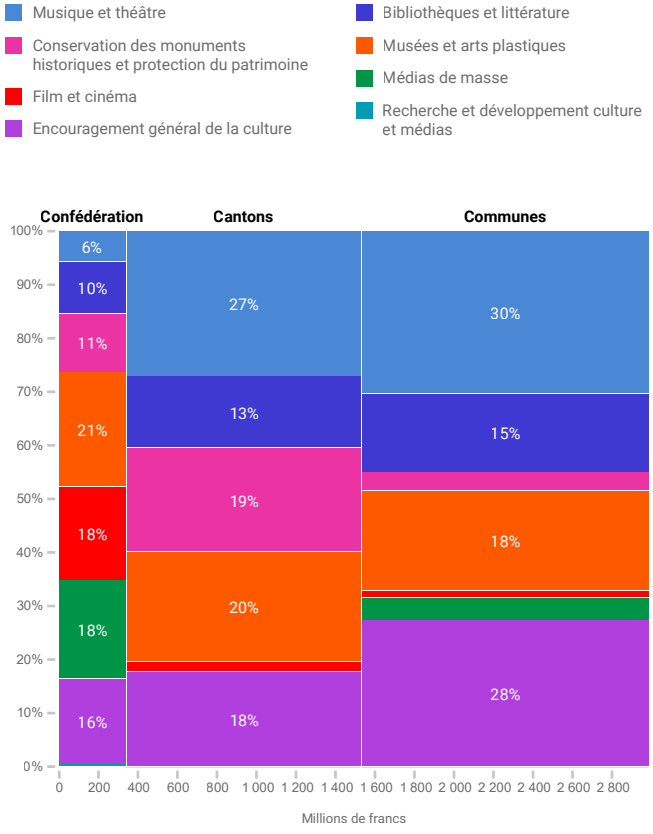
La part de marché des films suisses a de nouveau augmenté à 6,3% en 2023 et se rapproche davantage de la valeur enregistrée avant la pandémie en 2019 (6,7%). En Suisse italienne, elle a même dépassé cette marque: dans cette région, les productions nationales ont attiré environ 2,5 fois plus de spectateurs en 2023 qu'en 2019. Ce chiffre élevé de la région italophone est principalement dû au succès du film *Ciao-Ciao Bourbine* de Peter Luisi (titre original : *Bon Schuur Ticino*).

Le prix moyen du billet de cinéma en Suisse (montants nominaux, non corrigés de l'inflation) a augmenté de 2,6% en 2023, atteignant une moyenne nationale de 16 fr. 30. En Suisse alémanique, il se montait à 16 fr. 90. Le prix moyen du billet diffère cependant selon le type de cinémas: les mono-salles affichaient en 2023 un prix moyen de 14 fr. 10, les complexes multisalles de 15 fr. 60 et les multiplexes (8 salles et plus) de 17 fr. 70. Les multiplexes ont nettement plus de séances 3D qu'un cinéma mono-salle, et le billet de ces séances est plus cher: 21 fr. 90 en moyenne en 2023. Toutefois, même en excluant les séances 3D, le prix moyen du billet de cinéma en 2023 reste d'environ 2 fr. 90 plus élevé dans les multiplexes que dans les cinémas mono-salles.

VOD: UNE CROISSANCE MOINS MARQUÉE EN 2022

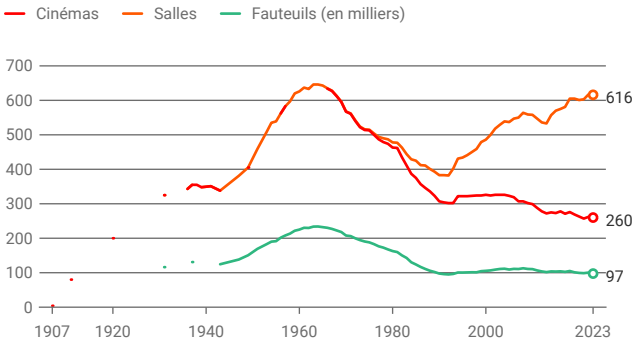
En 2022, on dénombrait 22 fournisseurs de vidéo à la demande payante (VoD) en Suisse. Le nombre de films proposés par ces plateformes est énorme, atteignant plus de 35000. En 2022, plus de 26000 films étaient proposés à l'achat, 28000 à la location et 19000 via des services d'abonnement et de streaming (SVoD). Le volume de visionnements de films (sans les séries) via la SVoD en 2022, était relativement comparable à celui enregistré en 2021. Après avoir affiché des augmentations annuelles importantes entre 2018 et 2021 (+80% en 2018, +51% en 2019, +57% en 2020, +19% en 2021), l'augmentation n'a été que de 2% en 2022. Comme au cinéma, les films américains prédominaient largement dans l'utilisation des différentes offres VoD (entre 69% et 78%).

Dépenses culturelles selon les niveaux institutionnels et les domaines culturels, en 2021



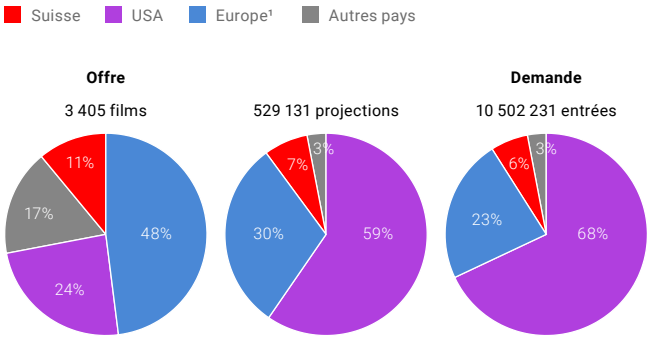
Perspective du financement – corrigé pour les transferts

Infrastructure cinématographique en Suisse



Année cinématographique 2023: diversité de l'offre et demande

Selon région d'origine des films



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 à gauche p. 320	OFS – Statistique du financement de la culture	mars 2024
Diagrammes à droite p. 320	OFS – Statistique du film et du cinéma	mars 2024

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 2023, la durée moyenne d'utilisation de la télévision était de 104 minutes par jour en Suisse alémanique (en 2018 il s'agissait encore de 124), contre 121 minutes (132) en Suisse romande et 145 minutes (170) en Suisse italienne. Le temps passé à écouter la radio a diminué depuis 2018. En 2023, il s'est élevé en moyenne quotidienne à 86 minutes (2018: 102) en Suisse alémanique, à 66 minutes (79) en Suisse romande et à 86 minutes (97) en Suisse italienne. En 2023, les personnes de 60 ans et plus écoutaient la radio 3,9 fois plus longtemps que les 15 à 29 ans en Suisse italienne, en Suisse alémanique 4,5 fois plus et en Suisse romande même 6,5 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 légèrement augmenté, avec au total 14948 titres en 2023 (contre 12828 en 2022). Avec 4600 titres en 2023, les livres en langue allemande représentent 31% des livres parus en Suisse. Les livres en langue française atteignent une part de quelque 15% et ceux en langue italienne 3%. Les livres publiés dans d'autres langues représentent 52% 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 (7210 contre 4600), suite à l'intégration en 2019 de la production (majoritairement

Nombre de lecteurs

Pour certains quotidiens et journaux dominicaux

	2014	2023	
Suisse alémanique			
20 Minuten (gratuit)	1507000	866000	−43%
Blick	647000	303000	−53%
Tages-Anzeiger	466000	309000	−34%
Die Nordwestschweiz	375000	320000	−15%
Berner Zeitung & Der Bund	348000	271000	−22%
Neue Zürcher Zeitung	263000	243000	−8%
Die Südostschweiz	157000	134000	−15%
Luzerner Zeitung	305000	245000	−20%
St. Galler Tagblatt	286000	248000	−13%
Basler Zeitung	130000	80000	−38%
SonntagsBlick	714000	347000	−51%
SonntagsZeitung	635000	468000	−26%
NZZ am Sonntag	421000	343000	−19%
Suisse romande			
20 Minutes (gratuit)	535000	355000	−34%
24 Heures	183000	159000	−13%
Tribune de Genève	119000	79000	−34%
Le Temps	89000	90000	+1%
Le Nouvelliste	123000	102000	−17%
La Liberté	96000	95000	−1%
Arcinfo (Express / Impartial)	70000[1]	63000	−10%
Le Matin Dimanche	474000	287000	−39%
Suisse italienne			
Corriere del Ticino	129000	94000	−27%
20 Minuti (gratuit)	100000	66000	−34%
La Regione Ticino	93000	83000	−11%
Il Mattino della Domenica (gratuit)	67000	46000	−31%
La Domenica (gratuit)	39000[2]	62000	+59%

1 Données de 2018, année de fusion de L'Express avec L'Impartial
2 Données de 2022, année de la première parution du journal

INFORMATIONS COMPLÉMENTAIRES

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

Sources	Données les plus récentes
Tableau p. 321 REMP SA (Bulletin des tirages 2023 / MACH Basic 2022-2)	juill. 2024

en anglais) du groupe Springer Nature dans le 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.

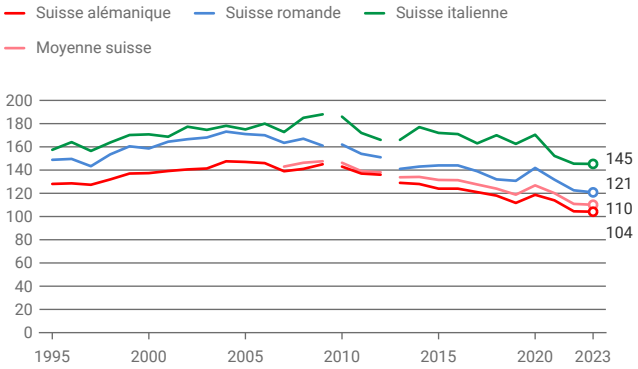
JOURNALISME: UNE PARITÉ HOMMES-FEMMES

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 9876 en 2022. 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 29% 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 2022. La répartition des femmes est inégale, elles ont plus souvent un statut d'indépendant, de salariée sans fonction dirigeante, mais beaucoup plus rarement une position de directrice ou de salariée avec une fonction de cheffe. Parmi les personnes exerçant une fonction dirigeante, seules 23% sont des femmes.

En 2021, les dépenses des ménages privés pour les médias en Suisse s'élevaient à 259 francs en moyenne par mois, ce qui correspond à environ 6% de toutes les dépenses de consommation. La majeure partie des dépenses consacrées aux médias, soit 223 francs en 2021, concernent les Contenus et services (dont plus de 67% pour la catégorie Internet), alors que 36 francs par mois sont dépensés pour le groupe Matériel et biens, dont 32 francs pour des appareils de lecture et de réception tels que des télévisions ou des ordinateurs.

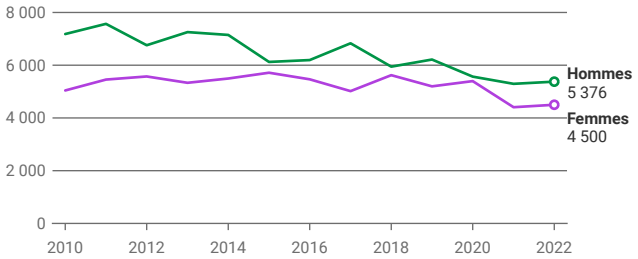
Télévision – Utilisation selon la région linguistique

En minutes par jour



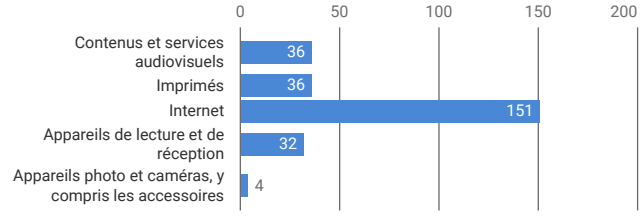
Une comparaison des données à long terme à partir de 2010 avec les années précédentes n'est pas possible (passage de la méthode de remplacement à la méthode de pondération journalière).
Une comparaison des données de 2013 avec les données des années précédentes n'est pas possible en raison de l'introduction 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

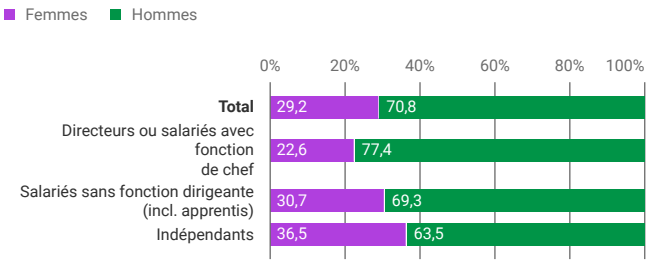


Dépenses des ménages pour les médias, en 2021

En francs par mois et par ménage (moyenne)



Personnes actives dans le domaine des médias selon la position professionnelle et le sexe, 2022



INFORMATIONS COMPLÉMENTAIRES

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

	Sources	Données les plus récentes
Diagramme à droite en haut p. 322	Mediapulse SA et SRG SSR	juill. 2024
Diagrammes à droite au centre et en bas p. 322	OFS – Relève structurel (RS)	juill. 2024
Diagramme à gauche p. 322	OFS – Enquête sur le budget des ménages (EBM)	juill. 2024

Société de l'information

92% de la population suisse utilise Internet pratiquement tous les jours et un accès à Internet est disponible – de différentes manières – dans 98% 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 continue depuis le début du XXIe siècle. Le télétravail à domicile est devenu une réalité pour une grande part de la population active.

Les infrastructures de télécommunication fixes et mobiles sont bien développées en Suisse. L'accès à haut débit est disponible partout: 98% des ménages sont connectés. Presque toute la population utilise Internet (97% au cours des trois derniers mois – 92% 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.

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.

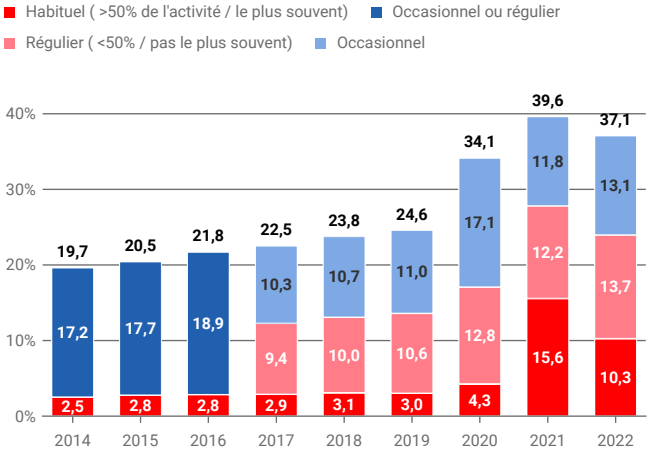
Cependant, la Suisse montre un certain retard dans le développement des réseaux de fibre optique, technologie la plus rapide. Cette situation peut notamment s'expliquer par la part importante de raccordements à large bande déjà existants, assurés par d'autres technologies (réseau Câble TV et DSL), et 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 2023, 96% de la population utilise Internet sur son smartphone. L'ordinateur portable est utilisé par 68% de la population, la tablette par 43% et un peu plus d'un tiers de la population utilise Internet sur d'autres types d'appareils (console de jeu, smartWatch, liseuse, etc.).

Télétravail à domicile

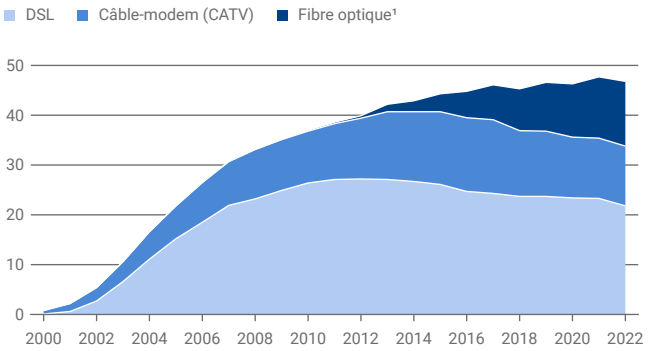
En pour-cent des personnes actives occupées (sans les apprentis)



Dès 2021, la question du lieu de travail a été reformulée et une période de référence (4 dernières semaines) introduite, entraînant une rupture de série. Pour cette raison, la comparaison directe avec les années précédentes n'est pas possible.

Abonnés à des raccordements Internet fixes à haut débit

Nombre d'abonnés (contrats) pour 100 habitants



¹ Dès 2007

INFORMATIONS COMPLÉMENTAIRES

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

	Sources	Données les plus récentes
Diagramme en haut p. 323	OFS – Enquête suisse sur la population active (ESPA)	juin 2024
Diagramme en bas p. 323	OFCOM	juin 2024

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 quels services ou applications sont utilisés et à quelle intensité.

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 trois derniers mois) passe de 56% à 67% de la population (4,8 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. En comparaison internationale, 71% des Suisses âgés de 16 à 74 ans ont effectué des achats en ligne au cours des trois derniers mois, plus que la moyenne européenne de 58%. La vente en ligne est moins pratiquée, par 29% de la population en Suisse.

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 2023, 35% des e-consommateurs n'ont effectué qu'un ou deux achats. Un tiers en a réalisé trois à cinq et le tiers restant, soit 1,5 million de personnes, a effectué six achats ou plus au cours des trois derniers mois.

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 (77% des 16 à 74 ans) disposant au minimum de compétences basiques et 42% de compétences numériques plus que basiques.

DES RISQUES PRÉOCCUPANTS: DÉSINFORMATION ET MESSAGES DE HAINE

Internet jouant désormais un rôle central pour l'information et la formation de l'opinion publique, la désinformation en ligne représente un risque sérieux pour la vie démocratique. En 2023, plus de la moitié de la population déclare avoir vu, sur des sites d'information ou sur les réseaux sociaux, des informations ou des contenus qui lui ont semblé faux ou douteux (51% en 2023 contre 45% en 2021). Parmi ces internautes, plus d'un demi-million reconnaît manquer de compétences pour vérifier la véracité de tels contenus.

En 2023, plus d'un tiers de la population (37%) déclare avoir vu en ligne des messages qu'ils considèrent comme hostiles ou dégradants envers des groupes de personnes ou des individus, par exemple dans des vidéos, sur des sites d'information ou sur les réseaux sociaux. Cette proportion masque de grandes différences selon les usages d'Internet et surtout selon l'âge. La proportion atteint 60% pour les 15–29 ans.

Activités en ligne

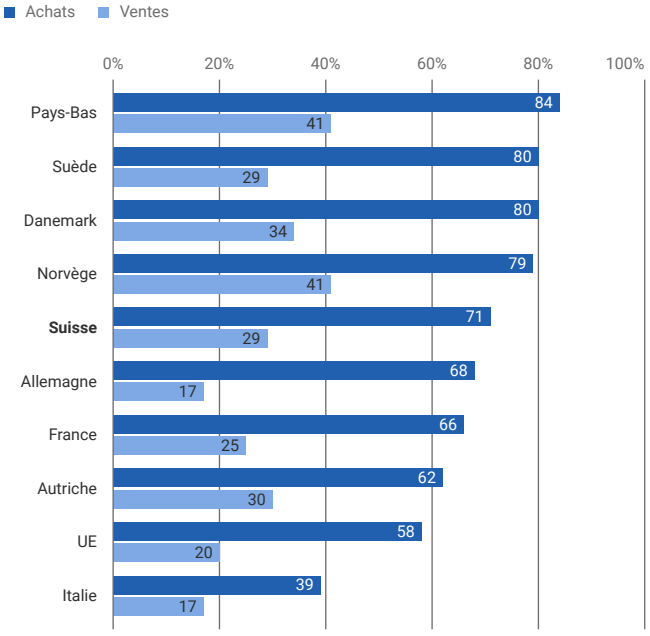
Part de la population entre 15 et 88 ans

	2021	2023
Envoyer ou recevoir des mails	88% ±1,2	90% ±1,0
Utiliser une messagerie instantanée, p. ex. WhatsApp	85% ±1,1	88% ±1,1
Chercher des informations administratives*	72% ±1,5	72% ±1,6
Téléphoner ou faire des vidéoconférences	72% ±1,6	71% ±1,5
Remplir des formulaires administratifs pour une transaction*	68% ±1,6	68% ±1,6
Rechercher des informations en relation avec la santé	70% ±1,6	67% ±1,7
Consulter un site comme Wikipedia, pour apprendre quelque chose	69% ±1,6	67% ±1,6
Télécharger des formulaires administratifs*	65% ±1,6	66% ±1,7
Participer à un réseau social	62% ±1,5	64% ±1,5
Utiliser des services en relation avec des voyages ou hébergements	45% ±1,8	63% ±1,7
Écouter la radio ou regarder la télévision	58% ±1,7	57% ±1,8
Utiliser de l'espace en ligne pour stocker ou sauvegarder des documents	50% ±1,7	55% ±1,7
Utiliser des applications en ligne pour créer ou modifier des documents	32% ±1,6	40% ±1,7
Prendre rendez-vous avec un médecin via le site de l'hôpital ou du cabinet	29% ±1,6	28% ±1,6
Utiliser du matériel d'apprentissage autre qu'un cours en ligne complet	22% ±1,4	27% ±1,5
Utilisation d'équipement domestique connecté (IoT)	15% ±1,3	24% ±1,5
Activités de formation: suivre un cours en ligne	27% ±1,5	21% ±1,5
Communiquer avec des enseignants / étudiants sur des portails scolaires	22% ±1,4	21% ±1,4

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.
± intervalle de confiance à 95%

Achat et vente en ligne[1], comparaison internationale, en 2023

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



[1] Au cours des trois derniers mois

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 proportion de personnes en télétravail redescend à 37% en 2022. Malgré cette baisse modeste, le changement d'époque est bien marqué.

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 2022.

SECTEUR TIC ET MÉDIA: 237 000 EMPLOIS

Les 27 143 entreprises du secteur TIC et média comptent 237 394 emplois en 2021. 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, la fabrication TIC et le commerce de gros. Dans l'ensemble, la proportion d'emplois du secteur TIC et média dans l'économie marchande varie peu, entre 4,8% et 5%.

Au niveau des 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.

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.

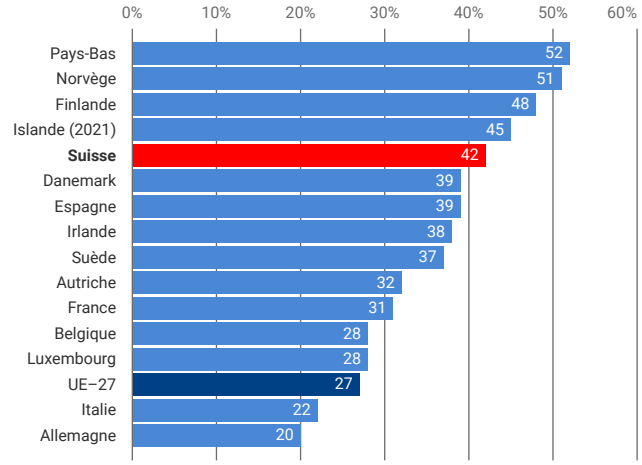
DES IMPACTS ENVIRONNEMENTAUX QUI AUGMENTENT

L'empreinte environnementale du numérique augmente rapidement avec l'accroissement du nombre d'appareils par personne et l'explosion du volume de données traitées.

Dans la mesure où le 80% de l'empreinte environnementale des TIC trouve son origine dans les appareils, et essentiellement lors de leur fabrication, les comportements des utilisateurs vis-à-vis de leurs équipements sont décisifs. En 2023, la prise de conscience reste minoritaire: près de la moitié des personnes conservent à domicile leur ancien smartphone inutilisé et seul un quart des internautes accorde de l'importance à des critères de durabilité lors de l'achat d'un nouvel appareil.

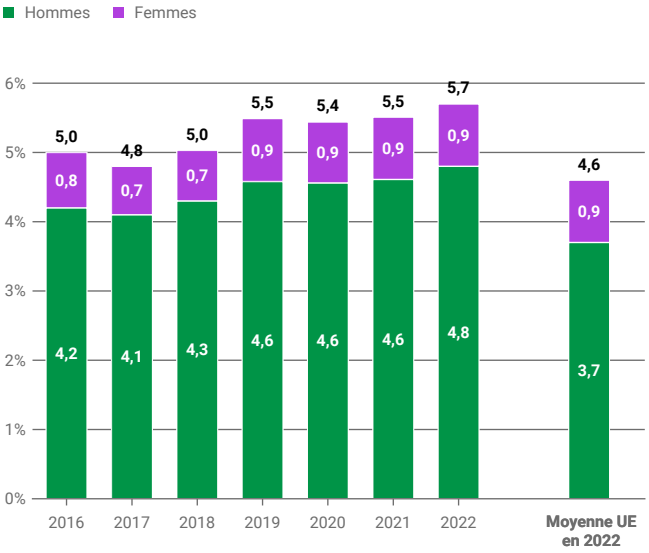
Compétences numériques avancées de la population, en comparaison internationale, en 2023

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



Part des spécialistes TIC en Suisse, selon le sexe, évolution et comparaison internationale

En pour-cent des personnes actives occupées de 15 à 74 ans



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
Tableau et diagramme p. 324	OFS – Omnibus TIC	juin 2024
Diagramme en haut p. 325	OFS – Omnibus TIC; Eurostat	juin 2024
Diagramme en bas p. 325	OFS – Enquête suisse sur la population active (ESPA); Eurostat	juin 2024