

# Culture, médias et société de l'information

## Panorama

### La palette des médias dans la société de l'information

La télévision a pris son essor en Suisse dans les années 1960 à 1970; ce média est aujourd'hui présent dans la grande majorité des ménages de notre pays. Trente ans auparavant, la radio avait connu une évolution semblable.

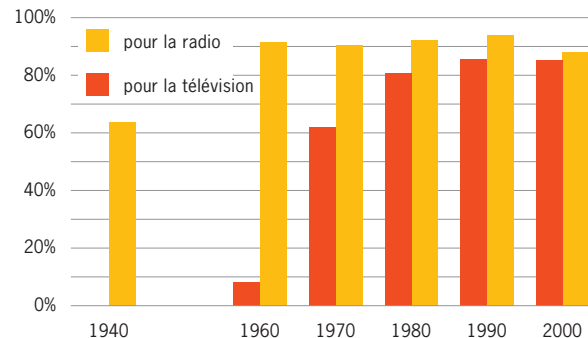
Aujourd'hui, c'est Internet qui est en plein essor: le nombre d'utilisateurs réguliers (plus d'une fois par semaine) est passé de 0,7 million en 1998 à 4,8 millions au premier trimestre 2011. Plus de quatre ménages sur cinq (81,4% en 2008) disposent d'un PC et près des trois quart (73,7%) d'une imprimante; 77% des ménages ont un accès à Internet à domicile en 2010. A fin 2010, on compte 2,9 millions d'abonnés au haut débit (ADSL, câble-modem ou fibre optique).

En revanche, l'offre de journaux mis en vente ne cesse de diminuer depuis le milieu des années 1980, notamment dans le domaine de la presse quotidienne. Ces dernières années, les

### Radio et télévision

G 16.1

Pourcentage des ménages payant une redevance



journaux distribués gratuitement ont gagné en importance en Suisse: ils sont les journaux le plus fréquemment lus en Suisse romande comme en Suisse alémanique.

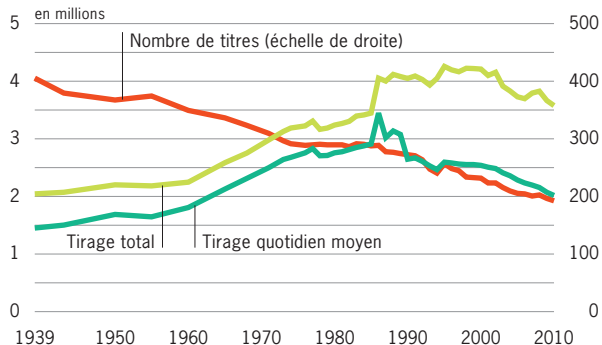
La production de livres semble peu affectée par la concurrence qui règne dans le monde des médias électroniques. Ainsi, on compte aujourd'hui plus de 11 000 nouveaux titres chaque année, un chiffre qui a plus que doublé depuis les années 1960.

Le volume des documents accessibles par l'intermédiaire des bibliothèques est lui aussi très important. Les dix bibliothèques les plus importantes selon l'offre possèdent des collections totalisant plus de 57 millions d'exemplaires. Ces collections se sont accrues de 3,9% en moyenne en cours d'année 2010, principalement celles de la Cinémathèque suisse et de la Bibliothèque universitaire de Berne. La plus grande bibliothèque en terme d'offre cette année est la bibliothèque nationale suisse (avec près de 10 millions de documents) suivie par les bibliothèques de l'EPFZ et universitaire de Bâle (gérant chacune plus de 7 millions de documents).

### Utilisation des médias

L'expansion de l'offre de médias électroniques a entraîné un fort allongement du temps consacré à ces derniers. A long terme, c'est surtout la durée d'utilisation de la télévision qui a progressé: entre 1985 et 2009, le temps consacré à cette dernière est passé de 123 minutes par jour à 145 en Suisse alémanique, de 129 à 161 minutes en Suisse romande et de 149 à 188 minutes en Suisse italienne. En 2008, 97% de la population résidente a regardé la télévision dans l'année, et près de six personnes sur dix même tous les jours.

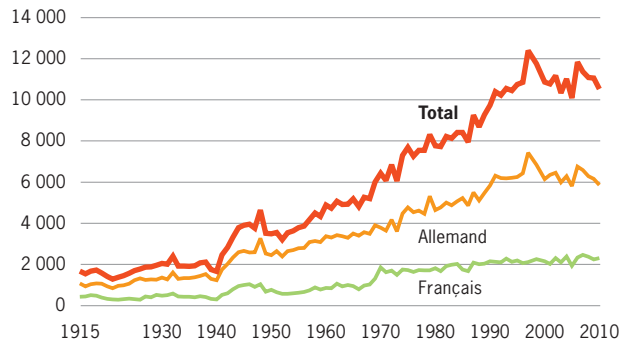
### Evolution des journaux payants<sup>1</sup> G 16.2



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

### Production de livres G 16.3

Ouvrages édités en Suisse et parus en librairie



## Les trois quotidiens les plus lus, en 2011

TT 16.1

Titre	Lecteurs <sup>1</sup> en milliers
<b>Suisse allemande</b>	
20 Minuten (D-CH; journal gratuit)	1 315
Blick	628
Tages-Anzeiger	472
<b>Suisse romande</b>	
20 minutes (F-CH; journal gratuit)	495
Le Matin	251
24 Heures	231
<b>Suisse italienne</b>	
Corriere del Ticino	123
La Regione Ticino	103
Giornale del Popolo	53

<sup>1</sup> Lecteurs par édition  
Source: REMP – (LpA) MACH Basic 10/II

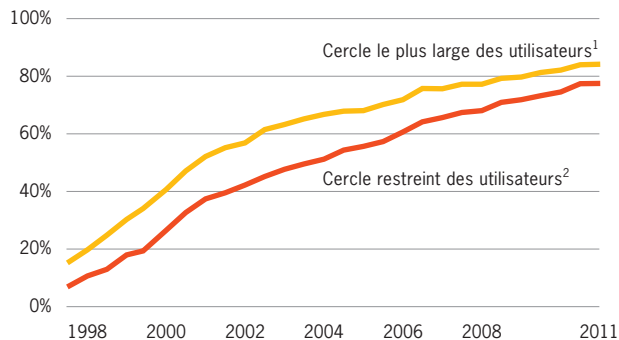
En revanche, le temps passé à écouter la radio a légèrement diminué depuis 2000. En 2009, celui-ci s'est élevé en moyenne à 119 minutes en Suisse alémanique, à 106 minutes en Suisse romande et à 108 minutes au Tessin. L'analyse des pratiques culturelles en Suisse montre qu'en 2008, les personnes de 60 ans et plus étaient nettement plus nombreuses à écouter la radio tous les jours (74%) que les 15–29 ans (54%).

L'utilisation d'Internet connaît aujourd'hui un fort développement. En 1997, seulement 7% de la population surfait sur Inter-

## Utilisation d'internet

G 16.4

Part des personnes âgées de 14 ans et plus, en %



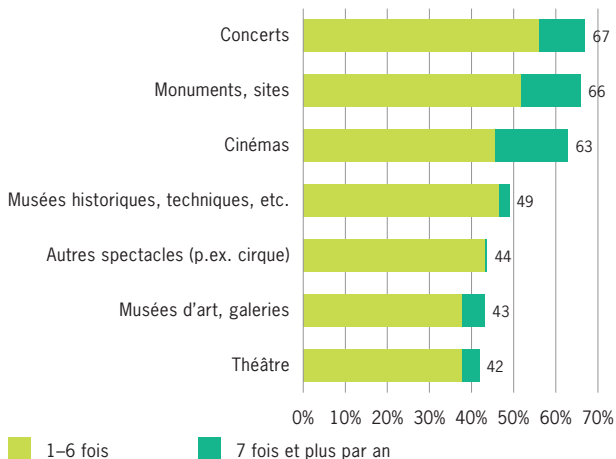
<sup>1</sup> Personnes ayant utilisé Internet au moins une fois au cours des six derniers mois  
<sup>2</sup> Personnes utilisant Internet plusieurs fois par semaine

net en Suisse, une proportion qui est passée à 32% en 2000; en 2010, 77,5% des personnes âgées de 14 ans et plus utilisaient Internet chaque jour ou plusieurs fois par semaine. Il existe toujours de fortes disparités d'utilisation selon le revenu, le niveau de formation et l'âge; en revanche, la différence selon le genre disparaît pour les plus jeunes (14–19 ans).

En Suisse en 2008, 97% de la population a lu des journaux, 81% des livres (toutes finalités confondues), 79% des magazines et 20% des bandes dessinées (BD). La lecture des livres est davantage pratiquée par les femmes, les moins de trente ans, les diplômés du tertiaire et les personnes au bénéfice d'un revenu du ménage élevé. On lit aussi davantage des livres en Suisse alémanique ainsi que dans les villes et agglomérations. La lecture des

## Les pratiques culturelles, en 2008

Taux de fréquentation les plus élevés

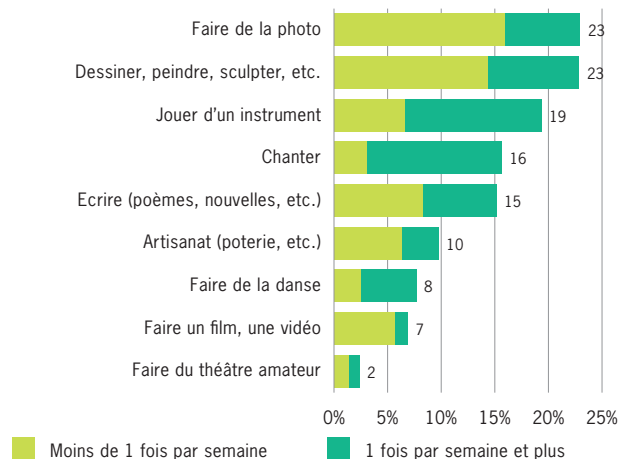


Population concernée: ensemble de la population résidente

journaux et magazines, en revanche, ne varie que faiblement. Si l'on distingue la finalité, la lecture pour les loisirs (74% de la population résidente) l'emporte sur celle pour la formation ou le travail (43%). On constate par ailleurs qu'il existe autant de personnes qui lisent et se rendent dans une bibliothèque que de celles qui lisent et ne s'y rendent pas. Finalement, les BD ont davantage la cote auprès des hommes et en Suisse romande.

## G 16.5

Activités pratiquées en amateur



## Les pratiques culturelles en général

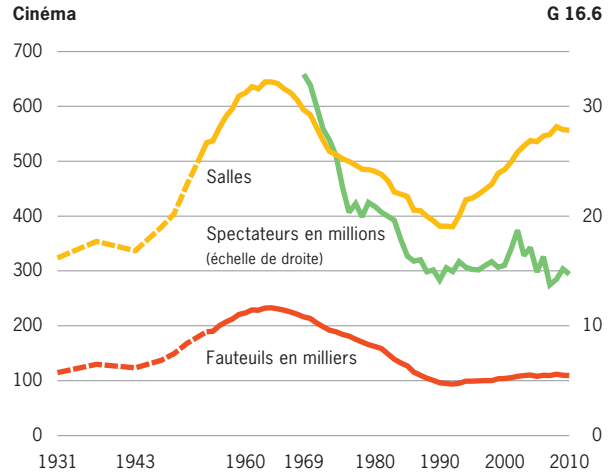
La fréquentation de concerts, la visite de monuments ainsi que le cinéma sont les trois activités culturelles les plus pratiquées (environ les deux tiers de la population). L'offre culturelle attire davantage les jeunes. Le cinéma et les festivals en particulier ont un public plutôt jeune. Les personnes 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.

L'analyse approfondie a montré que les personnes qui pratiquent une activité culturelle en amateur fréquentent davantage les institutions culturelles du même domaine que les individus qui n'effectuent pas cette activité (p.ex., jouer d'un instrument et aller à des concerts). Cumuler la fréquentation d'un large éventail d'institutions culturelles est davantage le fait de personnes de haut niveau de formation, à revenus du ménage élevés et de moins de 30 ans. Le niveau de formation des parents influe sur les pratiques culturelles des individus, mais ceci dépend aussi du niveau de formation atteint par les répondants. Ainsi, avoir atteint un niveau de formation tertiaire facilite l'accès à la culture, indépendamment de l'origine familiale.

### Les pratiques cinématographiques

63% de la population résidante va 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. L'analyse par catégorie de revenu du ménage donne les mêmes tendances: 57% de la population à revenu modeste n'est pas allée au cinéma en 2008, contre 25% seulement de celle à revenu élevé. Les personnes vivant en ville fréquentent plus souvent les salles de cinéma que celles vivant à la campagne.

40% de la population souhaiterait aller plus souvent au cinéma. Les obstacles à la fréquentation cinématographique cités en premier sont le temps à disposition, les horaires, le coût et



l'entourage familial ou social. Cette dernière raison est plus souvent avancée par des femmes que par des hommes (resp. 24% et 17%). Le facteur «temps» joue le rôle le plus important chez les personnes ayant un niveau de formation supérieur. Le facteur «coûts» est par contre cité avant tout par les jeunes.

Près de 60% de la population a regardé en 2008 des films en vidéo, DVD ou vidéo à la demande (Video on Demand; VoD). Le public du cinéma et celui de la vidéo/DVD/VoD se ressemblent: la majorité des personnes qui ne vont pas au cinéma ne regardent pas non plus des films en vidéo; et celles qui vont le plus au cinéma sont aussi celles qui «consomment» le plus de films en vidéo. Si les personnes vivant en zone rurale vont plus rarement au

cinéma que les citadins, elles regardent aussi nettement moins souvent des films en vidéo/DVD/VoD.

### **Evolution du paysage cinématographique suisse**

En 1931, la Suisse comptait 325 cinémas. Ce nombre augmente régulièrement avec le succès grandissant du 7<sup>e</sup> art dans le pays, le «pic» étant atteint en 1963/64 avec 646 établissements. Sur cette même période, il y a près de 40 millions de spectateurs dans les cinémas suisses. Vient ensuite une période de déclin qui va durer jusqu'au début des années 1990, le «creux» se situant entre 1992/93 avec 302 cinémas et 15 millions de spectateurs. L'implantation de complexes et multiplexes cinématographiques a permis d'accroître à nouveau le nombre de salles de cinéma, mais cela n'a pas été le cas du nombre des spectateurs (2010: 558 salles et 14,8 millions de spectateurs). L'offre de films a elle aussi beaucoup changé. Au début des années 1980, environ 3000 films étaient exploités en Suisse chaque année; ce nombre oscille aujourd'hui autour de 1400. A cet égard, les films projetés en première vision sont de plus en plus nombreux et se succèdent à l'affiche de plus en plus rapidement. En contrepartie, l'offre de reprises et de classiques au cinéma est en recul.

### **Financement de la culture**

De 1990 à 2009, les dépenses publiques en faveur de la culture se sont accrues de 57%, passant de 1,55 milliard de francs à 2,43 milliards de francs. Corrigée de l'inflation, cette hausse représente 19% en termes réels. Quant au montant de 2009, il correspond à 1,7% des dépenses totales des pouvoirs publics. Sur les 2,43 milliards de francs de dépenses en faveur de la culture,

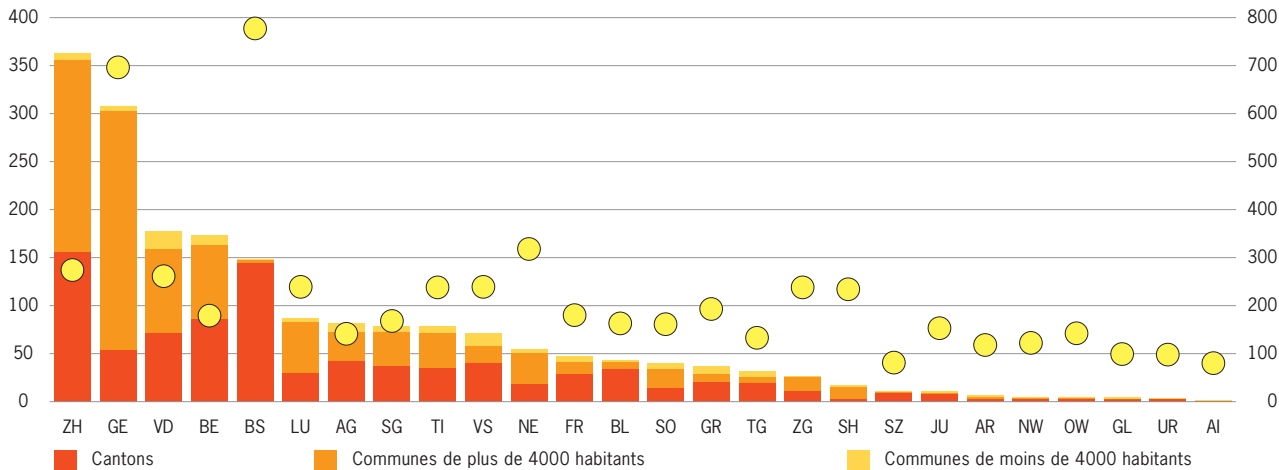
48% ont été pris en charge par les communes, qui se situent au premier échelon de la promotion culturelle, 41% par les cantons et 11% par la Confédération. Le domaine «Théâtres, concert» a été le principal bénéficiaire avec 525 millions de francs.

Les communes, les cantons et la Confédération financent les divers domaines culturels de manière différenciée. Ainsi les communes privilégient l'offre culturelle proche de la population et sous responsabilité locale, par exemple les bibliothèques. Les cantons interviennent parallèlement aux communes, et en complément de celles-ci, par exemple en faveur de la conservation des monuments historiques et de la protection du paysage. La Confédération, de son côté, s'engage en faveur de domaines culturels qui entrent spécifiquement dans ses attributions ou qui sont d'importance nationale, tel le domaine «Mass media».

## Dépenses culturelles des cantons et de leurs communes, en 2007

G 16.7

En millions de francs



Le canton de Bâle-Ville inclut la ville de Bâle (cas spécial); la subdivision des communes en deux catégories (plus ou moins de 4000 habitants) est un choix méthodologique lié aux relevés de l'AFF.

# 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, caractérisé par sa capacité en fauteuils et ses équipements de projection et audio. Chaque salle doit obligatoirement s'enregistrer auprès de l'Office fédéral de la culture. Selon les cantons, une salle doit obtenir une autorisation administrative d'exercer pour projeter des films (patente).

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 publiques pour la culture

Somme des dépenses consenties par les communes, les cantons et la Confédération pour les domaines suivants: bibliothèques, musées et arts plastiques, théâtres/**concert, culture, non mentionné ailleurs, conservation** des monuments historiques et protection du paysage, mass média.

## 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** est une œuvre cinématographique produite pour la projection en salle de cinéma. Elle peut par la suite être diffusée à la télévision ou reproduite en cassette vidéo ou DVD. Cette entité peut être définie par un certain nombre d'attributs comme: le titre, le réalisateur, le producteur, les acteurs, le genre, etc.

Le film de **première vision** est celui dont la sortie sur les écrans a lieu dans l'année. 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**. Au-delà, 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 copro-

duction, c'est le pays majoritaire en termes financiers essentiellement qui définit la nationalité d'un film pour le traitement à des fins de distribution statistique. On parle aussi par similitude 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 la reconnaissance.

### **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. 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, comme une série de lieux, d'institutions et d'événements fréquentés à l'extérieur de chez soi (aller au concert, au théâtre, au cinéma, à des festivals, visiter le patrimoine, etc.) et d'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.