



Feuille d'information 2 concernant la loi sur les médias électroniques (projet mis en consultation)

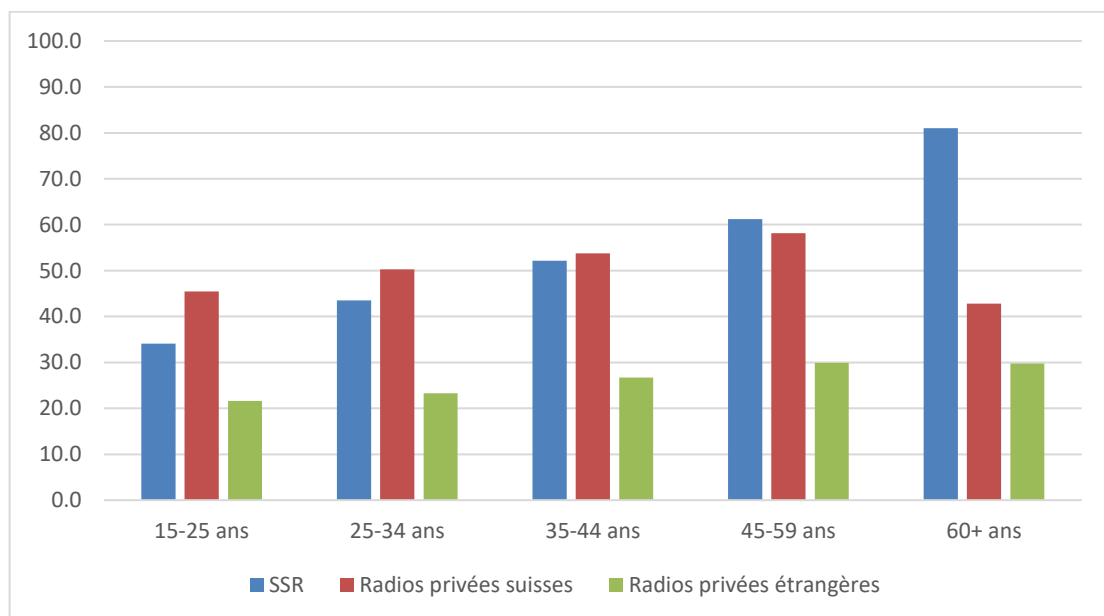
Utilisation des médias électroniques en Suisse

Les médias sont de plus en plus utilisés en ligne, de manière mobile et indépendamment du moment.

Radio

- En Suisse, la part de marché des radios de la SSR atteint environ 65% et celle des radios privées suisses environ 30%.
- L'utilisation de la radio varie considérablement selon l'âge. Les radiodiffuseurs enregistrent l'audience la plus élevée parmi le public plus âgé.

Utilisation de la radio: pénétration nette par catégorie de diffuseurs et d'âge, en pour cent, 2017

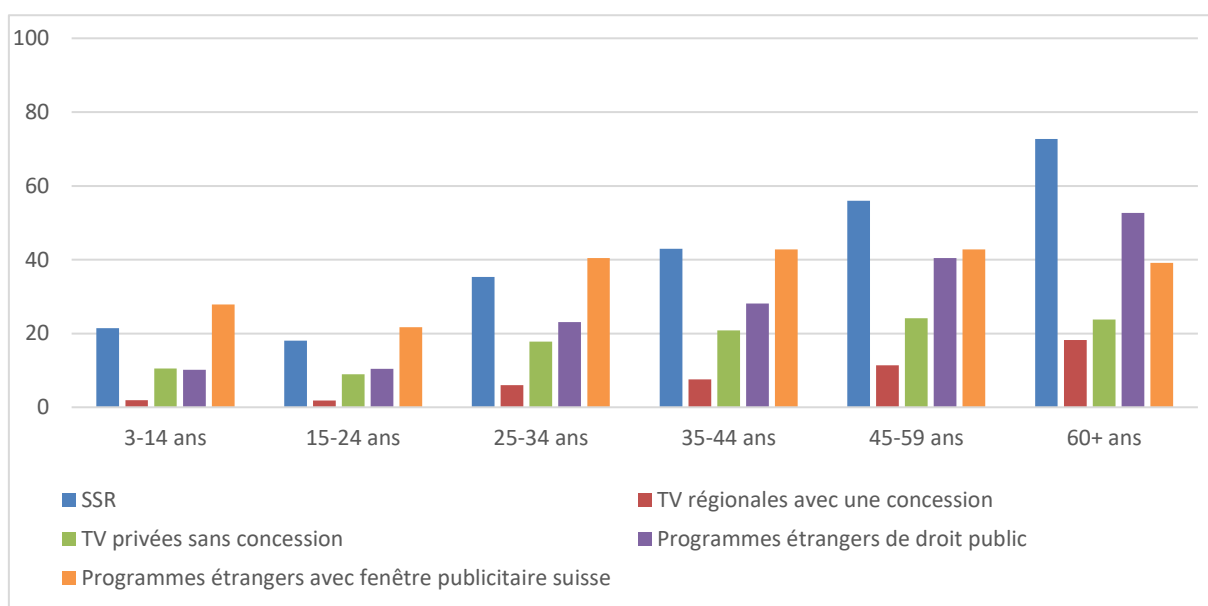


Source: Mediapulse 2018, moyenne annuelle 2017

Télévision

- En Suisse, les programmes de télévision étrangers sont ceux qui remportent le plus grand succès. Leur part de marché est de 60%.
- Les programmes de la SSR atteignent une part de marché de 30%. Les programmes régionaux et régionaux linguistiques privés arrivent à une part de marché totale d'un peu moins de 10%.
- L'utilisation de la télévision varie selon l'âge à double titre. D'une part, les plus jeunes regardent moins la télévision. S'ils le font, ils consomment principalement des programmes étrangers. D'autre part, le public plus âgé consomme davantage les programmes de la SSR; dans l'ensemble, les taux d'audience de cette partie de la population sont beaucoup plus élevés.

Utilisation de la TV: pénétration nette par catégorie de diffuseurs et d'âge, en pour cent, 2017



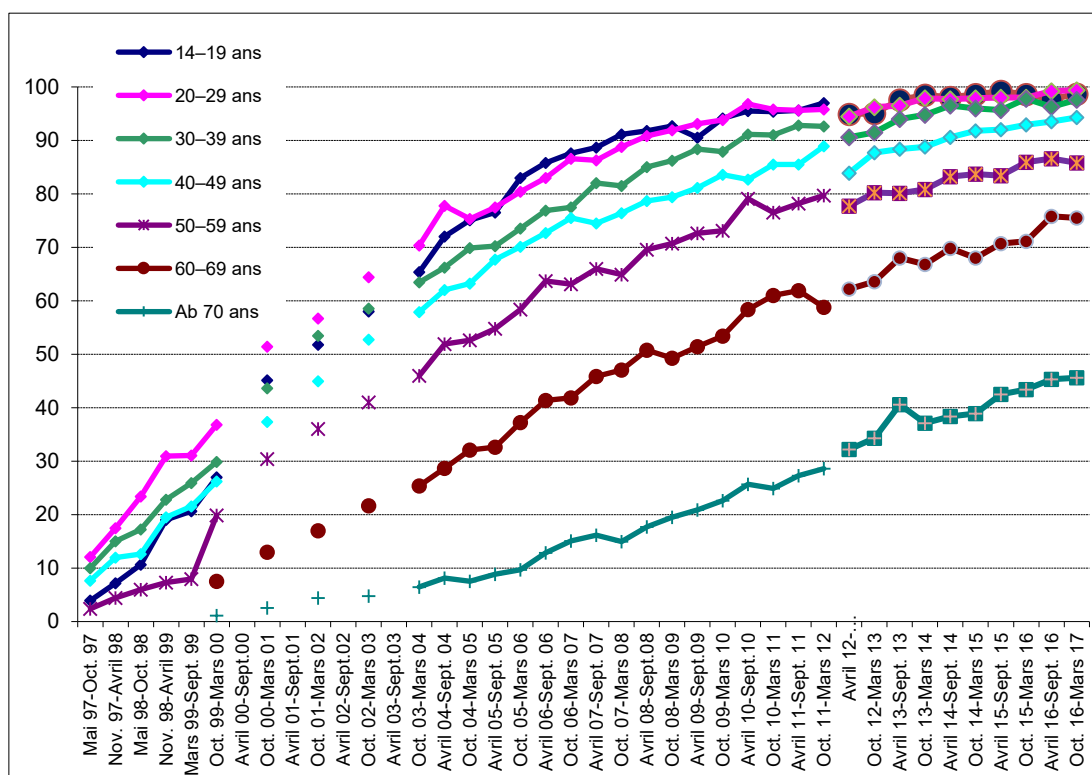
Source: Mediapulse 2018, utilisation moyenne en 2017

Domaine en ligne

- De tous les types de médias, l'internet est celui qui connaît depuis 2002 la croissance la plus marquée. Son utilisation fait désormais partie de la vie quotidienne de la plupart des personnes.
- Alors que presque 100% des jeunes utilisent aujourd'hui régulièrement l'internet, le pourcentage chez les personnes de 75 ans et plus est de 45%.

Utilisation de l'internet en Suisse selon l'âge, sur le long terme

Utilisateurs réguliers, en % des personnes à partir de 14 ans.



Source: OFS 2017

- Une large palette d'applications est utilisée sur l'internet. La consultation d'offres d'information n'est qu'une des fonctions. En Suisse, c'est aux offres des géants mondiaux de l'internet comme Google, Facebook, Youtube, Instagram ou WhatsApp que les utilisateurs consacrent le plus de temps. Leur temps d'utilisation est quatre fois plus élevé que celui des cinq sites internet des médias suisses les plus visités ensemble.
- En ce qui concerne les offres journalistique en ligne, dans toutes les régions linguistiques, les offres des entreprises de médias traditionnelles sont les plus fréquemment consultées. En Suisse alémanique, l'offre de 20min.ch rencontre le plus grand succès dans toutes les catégories d'âge, devant celles du Blick, de la SRF, de la NZZ et du Tages-Anzeiger. En Suisse romande aussi, l'offre en ligne de 20 minutes est la plus consultée, suivie de celle de la RTS et des quotidiens Le Matin, 24heures et la Tribune de Genève. En Suisse italienne, les offres en ligne de Ticinonline (tio.ch et 20min) sont de loin les plus utilisées dans tous les groupes d'âge, devant celles de la RSI, de Ticinonews et du Corriere del Ticino.