

Résumé de l'étude IGEM-Digimonitor 2022

L'étude représentative sur la Suisse numérique



Nouveaux résultats d'études sur l'utilisation des médias en Suisse :

Le streaming atteint des sommets : Netflix, Spotify et Disney+ gagnent chacun 400'000 nouveaux utilisateurs. Malgré la concurrence : la télévision, la radio, les nouvelles numériques et le cinéma atteignent les masses.

Zurich, 1.9.2022. La numérisation progresse en Suisse. L'utilisation de l'e-banking et des services de streaming augmente de manière significative. Cela apporte de nouveaux utilisateurs à Twint, Netflix, Spotify et Disney+. Malgré la concurrence, les Suisses utilisent les médias classiques que sont la télévision, la radio, les actualités numériques et le cinéma en masse, des plus jeunes aux plus âgés. C'est ce que montre l'étude annuelle Digimonitor de la Communauté d'intérêts pour les médias électroniques (IGEM) et de la REMP SA pour la recherche sur les médias publicitaires.

- **TikTok, Instagram et LinkedIn gagnent entre 150'000 et 200'000 nouveaux utilisateurs.** Avec 2,8 millions (44% de la population), Facebook est le réseau social qui compte le plus grand nombre d'utilisateurs. Il est suivi par Instagram avec 2,5 millions (39%), LinkedIn avec 1,8 million (28%), Pinterest avec 1,4 million (21%) et Snapchat avec 1,0 million (16%). TikTok compte 860'000 (13%) et Discord 630'000 (10%) utilisateurs occasionnels.
- **Netflix franchit la barre des 3 millions d'utilisateurs avec 400 000 nouveaux utilisateurs.** Seul YouTube compte plus de personnes en streaming avec 4,5 millions (70%). Play Suisse, l'offre de streaming suisse de la SSR, compte 1,1 million de téléspectateurs (17%) et Disney+ 1,0 million (16%). Avec 5,9 millions (91%), la télévision classique compte presque deux fois plus de téléspectateurs que Netflix et 1,4 million de plus que YouTube.
- **4 spectateurs de cinéma sur 5 ont déjà retrouvé le chemin des salles obscures.** 2,5 millions (39% de la population) sont allés au cinéma au cours des six derniers mois.
- **Plus de 3 personnes sur 4 lisent les informations en ligne : Seul un cinquième de la population paie pour cela.** Avec 5,0 millions de personnes, la lecture de News en ligne est largement répandue dans tous les groupes d'âge. 1,1 million (18% de la population) paient un abonnement numérique à News.
- **La radio compte 5,6 millions d'auditeurs, les podcasts 2,6 millions et Spotify diffuse à lui seul 2,5 millions de musique en streaming.** Avec ses 5,6 millions (87% de la population), la radio compte plus du double d'auditeurs que les podcasts (40%) ou Spotify (39%).
- **Un peu moins d'un tiers s'informe via le télétexte.** Par rapport à l'année précédente, l'utilisation du télétexte a diminué de près de 400'000 personnes et s'élève à 1,9 million d'utilisateurs (30% de la population).
- **Avec 700'000 nouveaux utilisateurs, l'application de paiement Twint remporte la palme de la croissance.** 53% de la population, soit 3,4 millions de personnes, utilisent au moins occasionnellement l'application de paiement suisse Twint.
- **Les crypto-monnaies, un domaine réservé aux hommes.** Près d'un demi-million de personnes (7% de la population) utilisent des crypto-monnaies en Suisse. Les crypto-utilisateurs sont presque exclusivement des hommes.
- **Même après le home office, la visioconférence reste un élément incontournable du quotidien au bureau.** 4,0 millions (61% de la population) continuent à utiliser au moins occasionnellement un outil de visioconférence. 1,1 million (18%) ont toujours une visioconférence quotidienne.

Plus de 3 personnes sur 4 lisent les informations en ligne : Seul un cinquième de la population paie pour cela

5,0 millions (77% de la population) lisent au moins occasionnellement des nouvelles sur Internet. 2,7 millions (41%) utilisent pour cela un login ou un enregistrement gratuit. 1,9 million (29%) n'utilisent pas les offres de news pour lesquelles il faut s'inscrire. 1,1 million (18%) paient pour un abonnement numérique aux news.

IGEM - Groupe d'intérêt des médias électroniques

Wildbachstr. 3 - CH-8008 Zurich

T +41 44 242 23 12 - info@igem.ch

<http://www.igem.ch>

Résumé de l'étude IGEM-Digimonitor 2022

L'étude représentative sur la Suisse numérique



Les abonnements numériques payants dépendent fortement du revenu. Seule une personne sur 11 appartenant à un ménage dont le revenu mensuel brut est inférieur ou égal à 6 000 francs s'offre un abonnement numérique pour les news (150 000 personnes, 9% de cette catégorie de revenus), mais une personne sur 3 appartenant à un ménage dont le revenu est supérieur à 10 000 francs (500 000 personnes / 31% de cette catégorie de revenus).

Plus d'un quart de la population suit un influenceur, une personne sur neuf a déjà utilisé le social shopping

Au total, 4,7 millions de personnes (72% de la population) utilisent au moins occasionnellement une plateforme de médias sociaux. 1,9 million de personnes (29% de la population) suivent un influenceur. Deux tiers de ces followers (1,2 million) ont moins de 35 ans. 740 000 personnes (11% de la population) achètent au moins occasionnellement quelque chose directement à partir d'une publication sur les médias sociaux. Ce que l'on appelle le social shopping est surtout utilisé par les personnes âgées de 30 à 40 ans.

Instagram se rapproche de Facebook

Avec 170'000 nouveaux utilisateurs, Instagram se rapproche de Facebook. 2,5 millions (39% de la population) sont désormais occasionnellement sur Instagram, et encore 2,8 millions (44%) sur Facebook. Chez les plus jeunes, Instagram est déjà nettement plus populaire que Facebook depuis 2017 : Instagram compte 610'000 utilisateurs entre 15 et 24 ans (83% de cette tranche d'âge), Facebook n'en compte plus que 200'000 (27%). Snapchat (70%), TikTok (43%), Pinterest et la plateforme de jeux Discord (tous deux 37%) sont également utilisés par davantage de jeunes Suisses que Facebook (27%).

TikTok, LinkedIn et Discord gagnent des utilisateurs, Pinterest en perd

Avec 190'000 nouveaux utilisateurs, la croissance de TikTok est légèrement supérieure à celle d'Instagram. TikTok compte désormais 860'000 utilisateurs au moins occasionnels (13% de la population) en Suisse. La plateforme professionnelle LinkedIn gagne 150'000 nouveaux utilisateurs. 1,8 million (28% de la population) utilisent LinkedIn de temps en temps. Bien que LinkedIn se développe surtout chez les femmes, un peu plus de six utilisateurs de LinkedIn sur dix sont encore des hommes. Discord, en revanche, ne se développe pratiquement que chez les hommes. Sur les 90'000 nouveaux utilisateurs, 85'000 sont des hommes. Au total, 630'000 personnes (9,8% de la population) utilisent Discord au moins occasionnellement. Parmi les plateformes de médias sociaux, seul Pinterest a connu une perte plus importante avec 130'000 utilisateurs en moins. 1,4 million (21% de la population) utilisent Pinterest au moins occasionnellement. Twitter reste pratiquement stable avec 780'000 utilisateurs (12% de la population) : deux utilisateurs sur trois sont des hommes.

Les utilisateurs de Snapchat et Discord ont environ 20 ans de moins que les utilisateurs de Facebook ou LinkedIn

Un million (16%) utilise Snapchat en Suisse. Plus de la moitié d'entre eux ont moins de 25 ans. Snapchat et Discord font partie des plateformes ayant les utilisateurs les plus jeunes. Sur Snapchat, un utilisateur a en moyenne 24 ans et sur Discord 25 ans. En revanche, un utilisateur moyen de Facebook ou de LinkedIn est âgé de 44 ans.

Netflix franchit la barre des 3 millions de spectateurs

Netflix franchit la barre des 3 millions d'utilisateurs avec 400 000 nouveaux utilisateurs. Près de la moitié de la population (48%) regarde Netflix au moins occasionnellement. Avec 400'000 nouveaux spectateurs également, Disney+ atteint le million de spectateurs (16% de la population). Play Suisse, le portail suisse de streaming de la SSR, est utilisé au moins occasionnellement par 1,1 million de personnes (17% de la population). Blue+, l'ancienne offre de Teleclub, compte 450'000 (7%) utilisateurs. Les fournisseurs de web TV suisses "Swisscom blue TV App" ont 1.1 million (18%) de spectateurs, Zattoo 630'000 (10%) et Wilmaa 290'000 (4.5%).

D'autres fournisseurs de vidéos rivalisent sur le marché suisse pour attirer les spectateurs et les abonnés. Twitch compte 445'000 spectateurs (6.9%), Sky 390'000 (6.1%), Amazon Prime 340'000 (5.3%), RTL+ 310'000 (4.8%) et Apple TV Plus 300'000 (4.9%) utilisateurs. Mais ils sont tous encore loin derrière l'utilisation de YouTube (70%), Netflix (48%) ou de la télévision classique (91%).

TV a 5,9 millions de téléspectateurs, YouTube 4,5 millions et Netflix 3,1 millions

La télévision classique est populaire en Suisse : avec 5,9 millions (91% de la population), le grand public regarde la télévision. Et ce très souvent : deux personnes sur trois (62%) en Suisse allument la télévision

IGEM - Groupe d'intérêt des médias électroniques

Wildbachstr. 3 - CH-8008 Zurich

T +41 44 242 23 12 - info@igem.ch

<http://www.igem.ch>

Résumé de l'étude IGEM-Digimonitor 2022

L'étude représentative sur la Suisse numérique



tous les jours. Les plus jeunes regardent également la télévision : 3 personnes sur 4 de moins de 30 ans (70%) la regardent au moins une fois par semaine. Et une sur trois même tous les jours (30%). La télévision classique a presque deux fois plus de téléspectateurs que Netflix (48%). Comparée à YouTube (70%), la télévision classique compte également 1,4 million de téléspectateurs de plus.

4 spectateurs sur 5 ont déjà retrouvé le chemin des salles de cinéma

2,5 millions (39% de la population) sont allés au cinéma au cours des six derniers mois. En 2020, ils étaient encore 3,2 millions (51%). Deux personnes de moins de 25 ans sur trois (65%) sont allées au moins une fois au cinéma au cours des six derniers mois. Alors que les plus jeunes vont à nouveau au cinéma presque dans les mêmes proportions qu'avant la pandémie, ce sont surtout les personnes âgées de 60 ans et plus qui n'ont pas encore retrouvé le chemin des salles obscures dans la même mesure.

Près d'un tiers s'informe sur le télétexte

Par rapport à l'année précédente, l'utilisation du télétexte diminue de près de 400 000 personnes. Mais ils sont encore 1,9 million (30% de la population) à s'informer au moins occasionnellement sur le télétexte. 1,2 million (18%) utilisent même le télétexte au moins une fois par semaine : un homme sur 5 et une femme sur 6 en Suisse.

La radio compte 5,6 millions d'auditeurs, les podcasts 2,6 millions et Spotify est utilisé par 2,5 millions de personnes uniquement pour le streaming musical.

Sur les 2,6 millions d'auditeurs de podcasts (40% de la population), la plupart sont des auditeurs occasionnels. Seules 300'000 personnes (5%) écoutent des podcasts quotidiennement. Les plateformes de podcast les plus utilisées en Suisse sont Spotify (18%), les sites web et les applications de SRF/RTS (17%) et YouTube (15%).

Spotify est la plateforme de streaming musical la plus populaire avec 2,5 millions d'utilisateurs (39% de la population). 1,4 million (22%) utilisent Spotify quotidiennement. En l'espace d'un an, Spotify a gagné 400 000 nouveaux utilisateurs. 9 nouveaux utilisateurs de Spotify sur 10 s'offrent la version payante. La moitié des utilisateurs de Spotify ont moins de 35 ans.

Malgré le streaming musical et les podcasts, la radio reste populaire en Suisse. Avec 5,6 millions (87% de la population), presque tout le monde écoute la radio, 3,8 millions (59%) même tous les jours. Trois personnes sur quatre de moins de 30 ans écoutent la radio (74%), un peu moins d'un tiers même tous les jours (31%). Avec ses 5,6 millions d'auditeurs, la radio compte plus du double d'auditeurs que Spotify (2,5 millions, 39%).

L'application de paiement suisse Twint augmente de 700'000 utilisateurs, Apple Pay de 200'000

3,7 millions (58% de la population) utilisent au moins occasionnellement des services de paiement mobile comme Twint et Apple ou Google Pay. En 2020, Twint ne comptait que 1,7 million (27%) d'utilisateurs masculins et plus. Après une forte croissance, Twint a atteint un équilibre entre les sexes et se place, avec 3,4 millions (53%), devant Apple Pay avec 570'000 (8,9%) et Google Pay avec 215'000 (3,3%) utilisateurs dans tous les groupes de population.

Les crypto-monnaies, un domaine réservé aux hommes : un homme sur cinq âgé de 20 à 40 ans utilise une crypto-monnaie

470 000 personnes (7,2% de la population) utilisent une crypto-monnaie. Les crypto-utilisateurs ont en moyenne 33 ans et sont presque exclusivement des hommes. Les hommes âgés de 20 à 40 ans et les personnes disposant de revenus élevés sont particulièrement nombreux à utiliser des crypto-monnaies.

Les vidéoconférences restent même après le travail à domicile

Par rapport à l'année précédente, l'utilisation au moins occasionnelle d'outils de visioconférence a diminué. Néanmoins, 4,0 millions (61% de la population) utilisent encore au moins occasionnellement un outil de visioconférence. L'utilisation quotidienne est même restée stable pour 1,1 million de personnes (18%). Microsoft Teams est la plateforme la plus utilisée avec 2,5 millions d'utilisateurs (38%), suivie de Zoom avec 2,2 millions (35%), tandis que Skype compte 1,7 million d'utilisateurs (26%) et Google Meet 640'000 utilisateurs (10%).

Résumé de l'étude IGEM-Digimonitor 2022

L'étude représentative sur la Suisse numérique



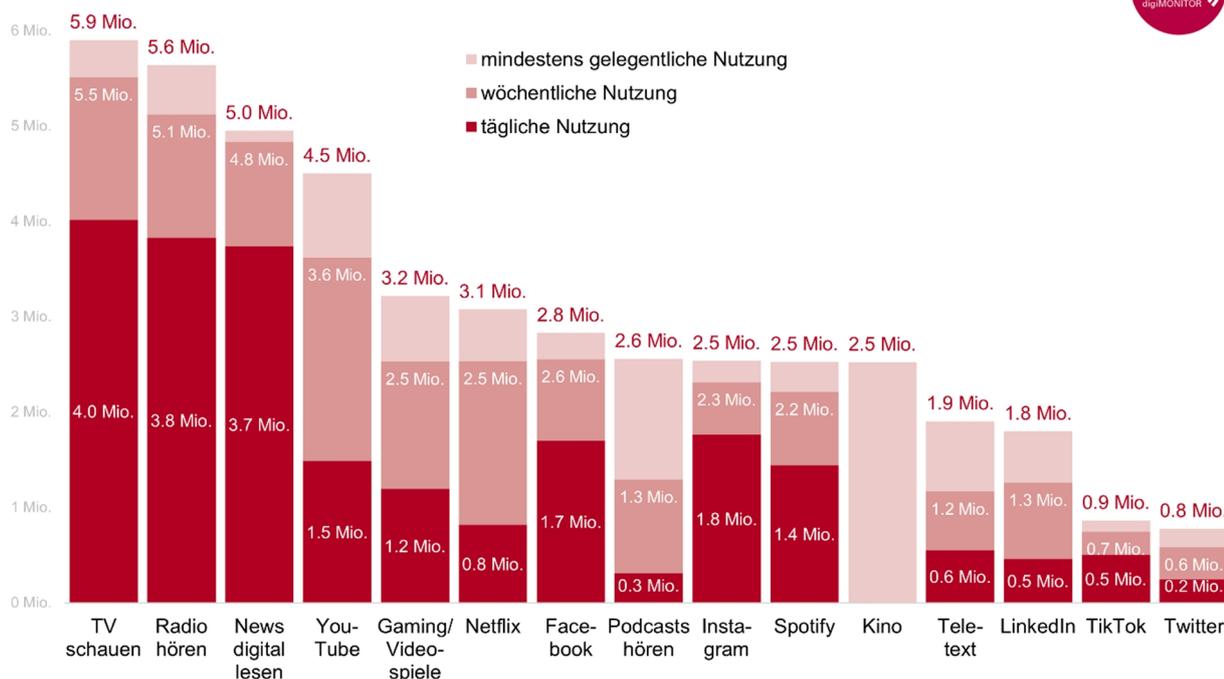
À propos de l'étude IGEM-Digimonitor 2022

Depuis 2014, l'étude Digimonitor recense chaque année l'utilisation des médias et appareils électroniques en Suisse. Les données sont représentatives de la population âgée de 15 ans et plus en Suisse alémanique et en Suisse romande (6,5 millions de personnes), car les offliners et les personnes sans raccordement au réseau fixe sont également interrogés. L'enquête téléphonique et en ligne a eu lieu de début avril à mi-juin 2022. Sur mandat de l'IGEM Interessengemeinschaft elektronische Medien et de la REMP AG für Werbemedienforschung, LINK a interrogé 1'842 personnes, dont 1'058 en Suisse alémanique et 784 en Suisse romande. L'intervalle de confiance se situe au maximum à +/- 2,3 points de pourcentage. Les résultats sont mis gratuitement à la disposition des membres de l'IGEM. Les non-membres peuvent se procurer l'étude pour 5000 CHF.

Plus d'infos : www.igem.ch / **Contact :** Siri Fischer, directrice d'IGEM, info@igem.ch, tél. 044 242 23 12

Graphique 1

Nutzung elektronischer Medien und ausgewählter Plattformen in der Schweiz 2022
Gesamtbevölkerung ab 15 Jahren



Quelle: IGEM-Digimonitor 2022, Bevölkerung ab 15 Jahren in der Deutsch- & Westschweiz (6.5 Mio. Personen), n=1'842.

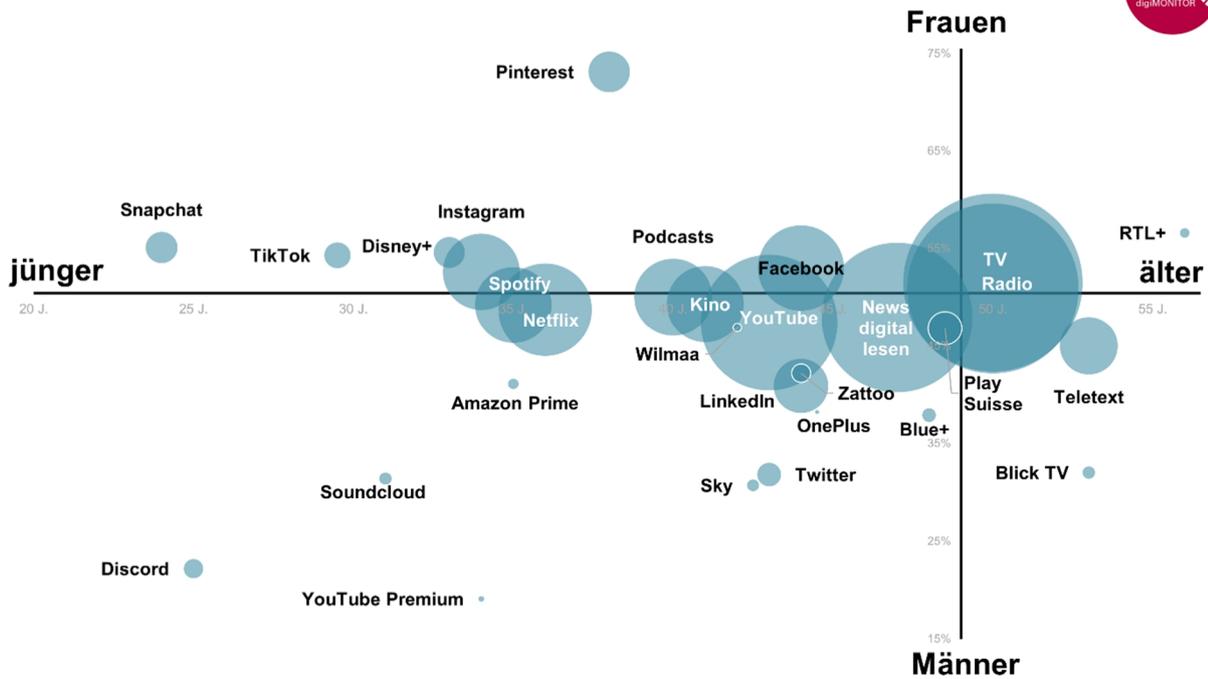
Résumé de l'étude IGEM-Digimonitor 2022

L'étude représentative sur la Suisse numérique



Graphique 2

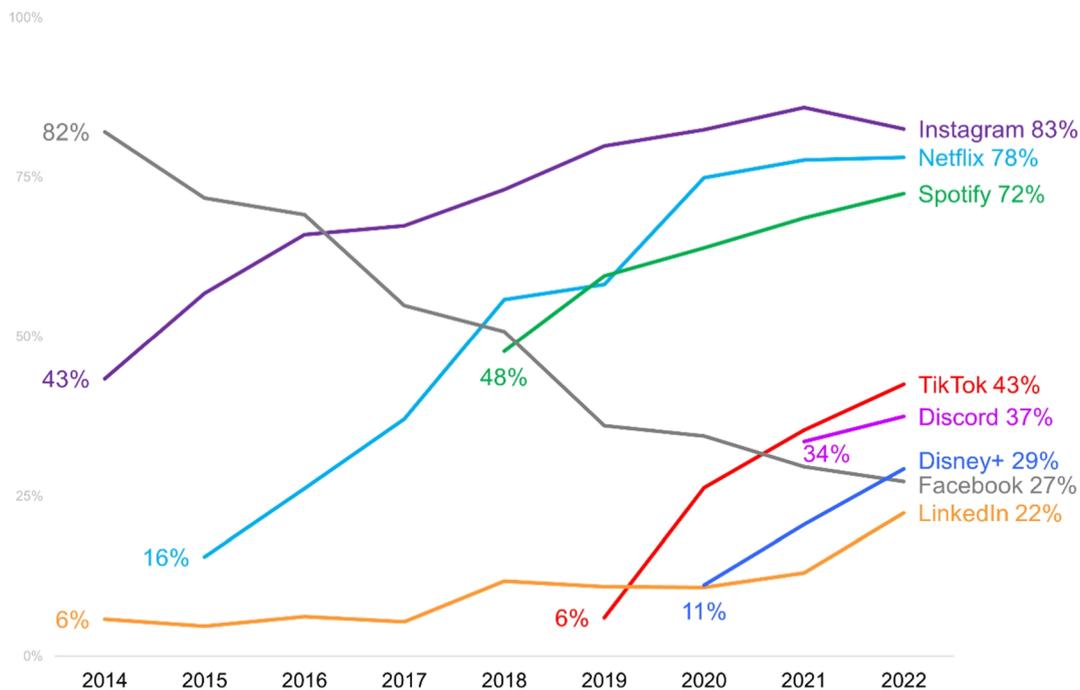
Positionierung ausgewählter Medien und Plattformen 2022
Gesamtbevölkerung ab 15 Jahren (mindestens gelegentliche Nutzung)



Quelle: IGEM-Digimonitor 2022, Bevölkerung ab 15 Jahren in Deutsch- & Westschweiz (6.5 Mio. Personen), n=1'842. Grösse der Kreise entspricht dem weitesten Nutzerkreis bei Gesamtbevölkerung; x-Achse: Durchschnittsalter der Nutzer, ø Alter Gesamtbevölkerung = 49 Jahre (Median); y-Achse: Frauenanteil an allen Nutzern.

Graphique 3

Entwicklung 2014-2022 ausgewählter Social Media und Streaming Plattformen in der Schweiz
Junge Personen 15-24 Jahre (mindestens gelegentliche Nutzung)



Quelle: IGEM-Digimonitor 2022, Personen 15-24 Jahre in der Deutsch- & Westschweiz (744'000 Personen), n=212. Mindestens gelegentliche Nutzung.

IGEM - Groupe d'intérêt des médias électroniques

Wildbachstr. 3 - CH-8008 Zurich
T +41 44 242 23 12 - info@igem.ch
<http://www.igem.ch>

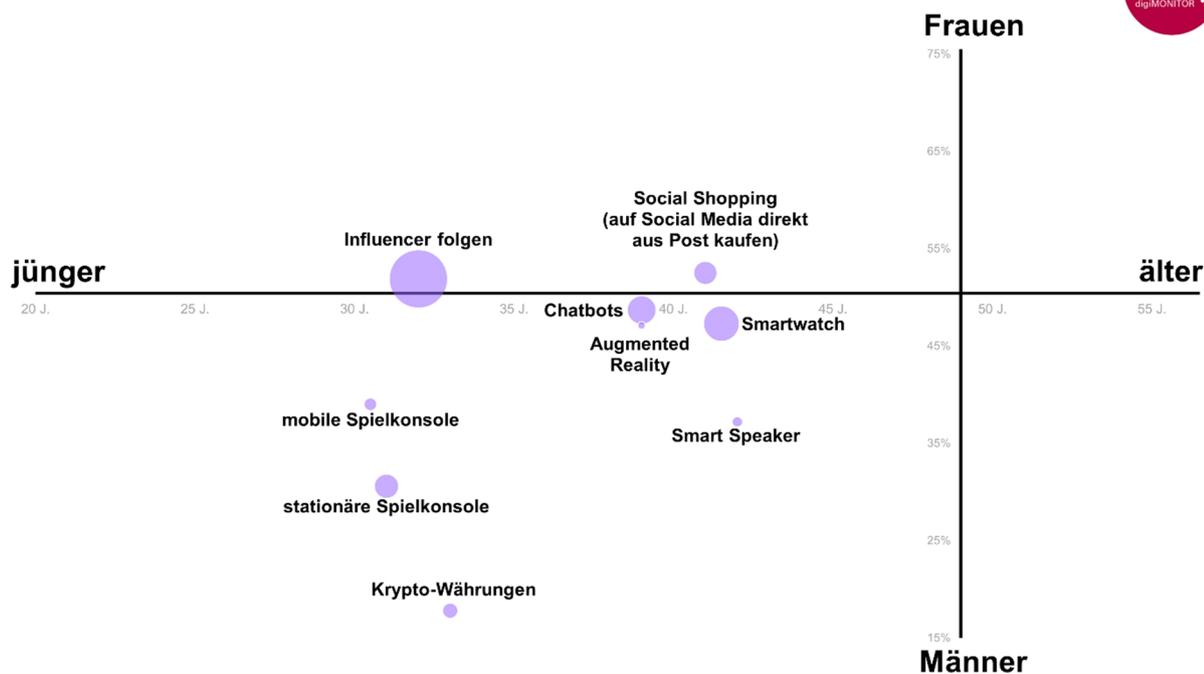
Résumé de l'étude IGEM-Digimonitor 2022

L'étude représentative sur la Suisse numérique



Graphique 4

Positionierung ausgewählter Technologien und Trend-Themen 2022
Gesamtbevölkerung ab 15 Jahren (mindestens gelegentliche Nutzung)



Quelle: IGEM-Digimonitor 2022, Bevölkerung ab 15 Jahren in Deutsch- & Westschweiz (6.5 Mio. Personen), n=1'842. Grösse der Kreise entspricht dem weitesten Nutzerkreis bei Gesamtbevölkerung; x-Achse: Durchschnittsalter der Nutzer, ø Alter Gesamtbevölkerung = 49 Jahre (Median); y-Achse: Frauenanteil an allen Nutzern.