

Résumé de l'étude IGEM-Digimonitor 2025

L'étude représentative sur la Suisse numérique



Note : traduit automatiquement de l'allemand avec DeepL Pro

Nouveaux résultats de l'étude sur l'utilisation des médias en Suisse :

L'IA est arrivée au cœur de la société. Le gaming progresse, X perd des utilisateurs.

Zurich, 26.8.2025. **Pour la première fois, une majorité de la population suisse utilise des outils d'IA. C'est ce que révèle l'étude Digimonitor réalisée par la Communauté d'intérêts pour les médias électroniques (IGEM) et la société WEMF AG pour la recherche sur les médias publicitaires. Il existe toutefois un fossé important entre les groupes d'âge : plus les personnes interrogées sont jeunes, plus elles utilisent ChatGPT et autres outils similaires. Les messageries instantanées, les actualités numériques et le streaming TV ou vidéo sont les plus répandus dans l'ensemble de la population, suivis par la télévision classique et le streaming audio.**

Les résultats sont représentatifs de la population suisse âgée de 15 à 75 ans qui utilise Internet (6,3 millions de personnes).

- **L'utilisation de l'IA est en nette augmentation** : 60 % de la population utilise des outils d'IA, contre seulement 40 % l'année dernière. Les personnes âgées utilisent davantage l'IA à des fins privées, tandis que les jeunes l'utilisent davantage pour leur travail ou leur formation.
- **X perd des utilisateurs, Instagram renforce sa position de leader** : X (anciennement Twitter) perd un tiers de son audience en Suisse alémanique. Instagram passe à 4 millions d'utilisateurs.
- **Le smartphone est en tête dans le domaine du streaming vidéo** : pour la première fois, les vidéos sont plus souvent visionnées en streaming sur smartphone que sur téléviseur. YouTube reste la plateforme de streaming vidéo la plus utilisée, notamment sur mobile et ordinateur. La télévision classique domine sur grand écran.
- **Les jeunes consomment l'actualité via les réseaux sociaux et YouTube** : l'actualité numérique touche 97 % de la population, soit pratiquement toute la Suisse. Pour les jeunes, les réseaux sociaux et YouTube sont les principaux canaux d'information quotidiens.

L'utilisation de l'IA augmente considérablement, passant de 40 % à 60 %

L'intelligence artificielle est passée en un temps record d'un sujet de niche à un sujet grand public. En 2025, la population utilisant l'IA sera pour la première fois majoritaire : 60 % des personnes utiliseront au moins occasionnellement des outils d'IA. Cela correspond à environ 3,8 millions de personnes. L'écart entre les générations est toutefois important : 79 % des 15-34 ans utilisent l'IA, contre seulement 40 % des plus de 55 ans. Les hommes utilisent ChatGPT et d'autres outils d'IA nettement plus souvent que les femmes.

L'IA au travail : un phénomène plutôt jeune

Les outils d'IA sont un peu plus utilisés dans la sphère privée que dans la sphère professionnelle. Mais c'est surtout chez les plus jeunes (15 à 34 ans) que l'IA est déjà largement répandue sur le lieu de travail ou dans la formation (69 %). Chez les plus de 55 ans, seule une personne sur quatre utilise l'IA dans son travail. L'IA est principalement utilisée pour la rédaction de textes, la traduction et comme moteur de recherche. À un niveau plus approfondi, son utilisation dans le domaine graphique pour la génération d'images a presque doublé. Environ une personne sur sept (15 %) utilise l'IA pour obtenir des conseils d'achat, des recommandations de produits et faire ses achats, soit une augmentation de 10 points de pourcentage par rapport à 2024.

Les actualités numériques touchent l'ensemble de la population

Parmi tous les types de médias, l'information numérique est la plus répandue. 6,1 millions de personnes (97 % des 15-75 ans) lisent au moins occasionnellement des informations numériques, et plus des deux tiers (4,3 millions, soit 68 %) les consultent même quotidiennement. Les principaux canaux d'information

Résumé de l'étude IGEM-Digimonitor 2025

L'étude représentative sur la Suisse numérique



numérique de la population jeune sont les réseaux sociaux et YouTube : 41 % s'informent quotidiennement via ces plateformes.

Les fournisseurs d'informations privés suisses sont plus populaires

Les fournisseurs d'informations en ligne privés suisses sont légèrement plus populaires que les offres publiques. 46 % de la population consulte quotidiennement des sites tels que 20min.ch, blick.ch ou watson.ch. Les plateformes d'information de la SRF, de la RTS ou de la RSI sont consultées quotidiennement par 28 % de la population. L'utilisation quotidienne des plateformes d'information suisses est plus élevée chez les hommes, toutes tranches d'âge confondues. Pour la majorité, consommer des informations numériques équivaut à lire des articles en ligne. Dans la tranche d'âge la plus jeune, les vidéos d'actualité sont toutefois légèrement plus populaires que les informations sous forme écrite. En Suisse romande, les informations numériques sont nettement plus souvent consommées via des connexions gratuites que dans d'autres régions du pays.

Près des deux tiers de la population utilisent quotidiennement les réseaux sociaux.

L'utilisation des réseaux sociaux reste stable en Suisse. Instagram reste la plateforme la plus importante avec une portée de 4 millions de personnes (63 %), devant Facebook avec 3,2 millions (51 %) et LinkedIn avec 2,7 millions (43 %). Snapchat atteint 1,5 million (24 %) et TikTok 1,4 million (22 %). Parmi toutes les plateformes de réseaux sociaux, X (anciennement Twitter) a enregistré la plus forte baisse de portée l'année dernière, avec une réduction d'un tiers du nombre d'utilisateurs en Suisse alémanique. Son concurrent Threads n'a pu en profiter que de manière limitée.

Le public télévisuel vieillit

La télévision reste un média de masse : 93 % des personnes interrogées, soit 5,9 millions, regardent la télévision au moins occasionnellement. La consommation quotidienne de télévision a diminué chez les moins de 35 ans et en Suisse romande. En revanche, elle a augmenté chez les plus de 35 ans et en Suisse alémanique. Le public télévisuel a donc tendance à vieillir.

Le sport est principalement diffusé sur les chaînes gratuites

Près de deux Suisses sur trois regardent au moins occasionnellement des programmes sportifs. La différence entre les sexes est marquée : 73 % des hommes regardent le sport, contre 57 % des femmes. Les contenus sportifs sont le plus souvent consommés à la télévision ou sur les sites web ou les applications de la SRF, de la RTS et de la RSI. Les offres sportives de la SSR devançant ainsi les sites web ou les applications des chaînes de télévision privées suisses et les offres sportives des chaînes payantes étrangères.

YouTube reste le plus grand fournisseur de vidéos, mais pas sur les téléviseurs

YouTube reste le plus grand acteur international dans le domaine du streaming vidéo. La plateforme enregistre certes une légère baisse par rapport à l'année précédente, mais atteint toujours 4,8 millions de spectateurs (76 %), devant Netflix avec 3,4 millions (54 %) et Disney+ avec 1,6 million (25 %). Parmi les fournisseurs de streaming suisses, l'offre de Play SRF/RTS/RSI atteint le plus grand nombre de spectateurs (3,8 millions), devant PlaySuisse (1,9 million) et Zattoo (1 million).

L'écran sur lequel le streaming est regardé évolue. Pour la première fois, les vidéos sont plus souvent regardées en streaming sur un smartphone que sur un téléviseur. YouTube est donc avant tout un phénomène lié aux smartphones et aux ordinateurs : sur 1,8 million d'utilisateurs quotidiens, 600 000 (9 %) regardent YouTube sur leur téléviseur. Il en va tout autrement pour la télévision classique : sur 3,6 millions de téléspectateurs quotidiens, plus de 2,9 millions (46 %) regardent directement leur téléviseur. Le grand écran reste donc fermement entre les mains de la télévision en direct et en différé.

L'audio accompagne la Suisse tout au long de la journée

93 % des Suisses écoutent au moins occasionnellement de la musique ou la radio en streaming, 88 % écoutent la radio classique et 63 % consomment des podcasts. Si l'on combine ces trois offres audio,

Résumé de l'étude IGEM-Digimonitor 2025

L'étude représentative sur la Suisse numérique



presque toute la Suisse est couverte : 6,3 millions d'auditeurs (99 %). Une grande majorité, soit 5,1 millions (80 %), écoute même quotidiennement des formats audio.

Le gaming gagne du terrain

La Suisse joue de plus en plus : 3,6 millions de personnes (57 % de la population) jouent au moins occasionnellement à des jeux vidéo, soit une augmentation d'un quart de million de joueurs (année précédente : 3,4 millions / 53 % de la population). Les hommes (64 %) et les jeunes (15-34 ans : 69 %) sont nettement plus représentés. En ce qui concerne le jeu quotidien, les différences entre les sexes et les catégories d'âge sont toutefois minimales dans l' : près d'une personne sur quatre, hommes, femmes, jeunes et personnes âgées confondus, joue quotidiennement, principalement sur son smartphone.

Temu et Cie nettement plus répandus en Suisse latine

Le smartphone prend également de plus en plus d'importance pour les achats en ligne : 65 % l'utilisent pour faire leurs achats sur Internet. Le smartphone est donc pratiquement aussi important que l'ordinateur portable ou le PC comme canal d'achat. 35 % des moins de 55 ans ont déjà essayé des plateformes chinoises telles que Temu, Shein ou AliExpress. Les achats en ligne sur des plateformes chinoises sont plus répandus au Tessin (50 %) et en Suisse romande (41 %) qu'en Suisse alémanique (27 %).

Twint reste le leader du secteur

Que ce soit pour faire ses achats sur Internet ou dans le magasin du coin, les services de paiement numérique ont de nouveau gagné en popularité. 95 % des 15-75 ans les utilisent. Twint est le leader du secteur (88 %). Un quart de la population a déjà effectué des achats avec Klarna.

À propos de l'étude IGEM-Digimonitor 2025

Depuis 2014, l'étude Digimonitor recense chaque année l'utilisation des médias et appareils électroniques en Suisse. À partir de 2024, les données seront représentatives de la population suisse âgée de 15 à 75 ans qui utilise Internet (6,3 millions de personnes). L'enquête en ligne a été réalisée entre mars et avril 2025. Intervista a interrogé 1 959 personnes pour le compte de l'IGEM (Communauté d'intérêts pour les médias électroniques) et de la WEMF AG pour la recherche sur les médias publicitaires, dont 1 004 en Suisse alémanique, 756 en Suisse romande et 199 en Suisse italienne. L'intervalle de confiance est de +/- 2,2 points de pourcentage au maximum. Les résultats sont mis gratuitement à la disposition des membres de l'IGEM. Les non-membres peuvent se procurer l'étude au prix de CHF 5000.

Plus d'informations : www.igem.ch

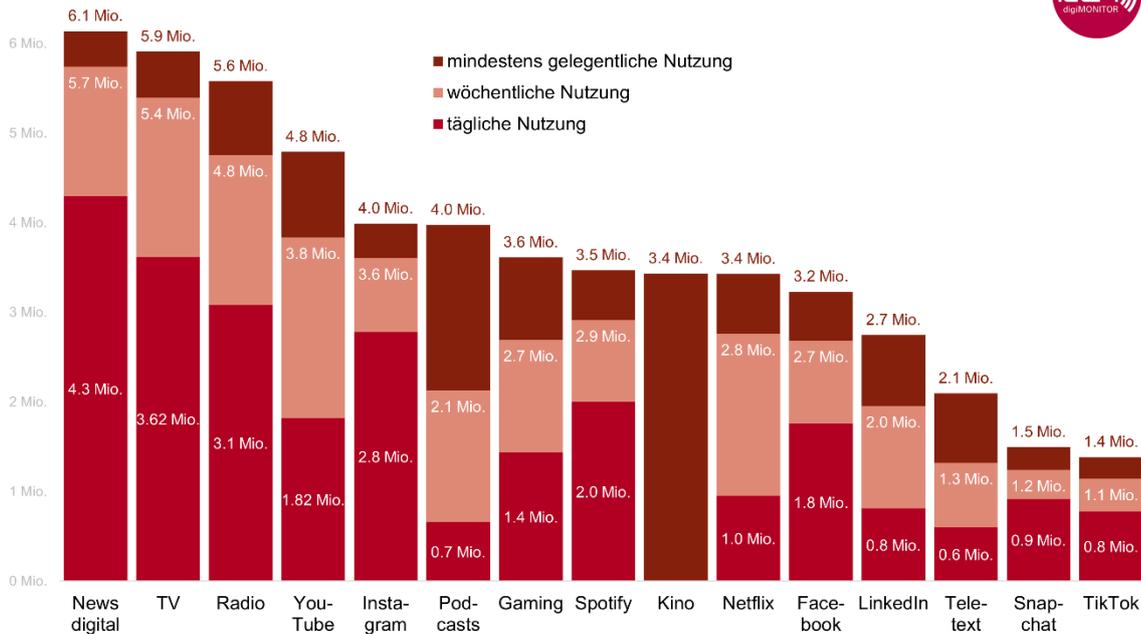
Résumé de l'étude IGEM-Digimonitor 2025

L'étude représentative sur la Suisse numérique



Graphique 1

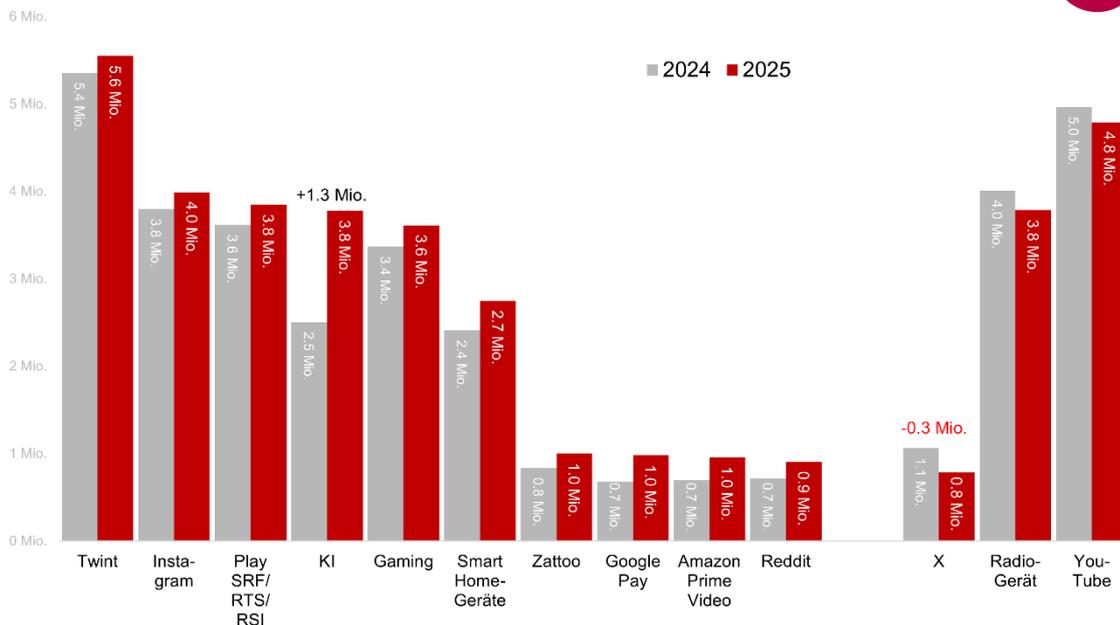
Nutzung elektronischer Medien und ausgewählter Plattformen in der Schweiz 2025
Bevölkerung 15-75 Jahre



Quelle: IGEM-Digimonitor 2025, Schweizer Bevölkerung zwischen 15 und 75 Jahren mit Internetnutzung (6.3 Mio. Personen), n=1'959 Befragte.

Graphique 2

Elektronische Medien und Geräte in der Schweiz mit der grössten Nutzungsveränderung 2024 - 2025
Bevölkerung 15-75 Jahre (mindestens gelegentliche Nutzung)



Quelle: IGEM-Digimonitor 2025, Schweizer Bevölkerung zwischen 15 und 75 Jahren mit Internetnutzung (6.3 Mio. Personen), n=1'959 Befragte.

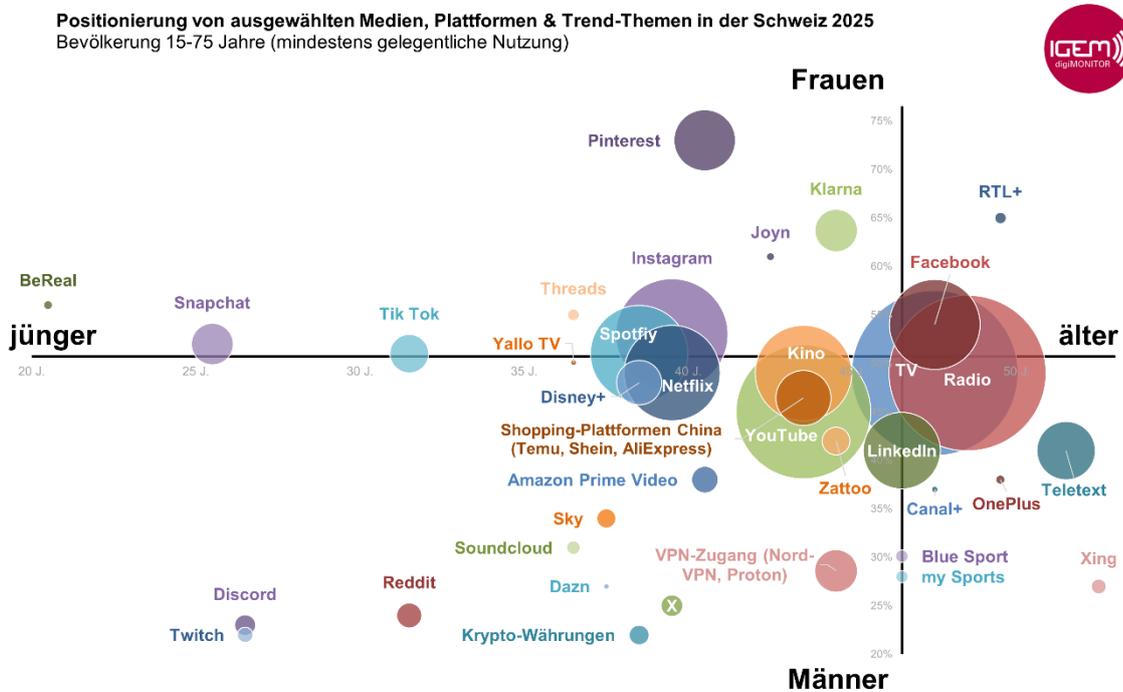
Résumé de l'étude IGEM-Digimonitor 2025

L'étude représentative sur la Suisse numérique



Graphique 3

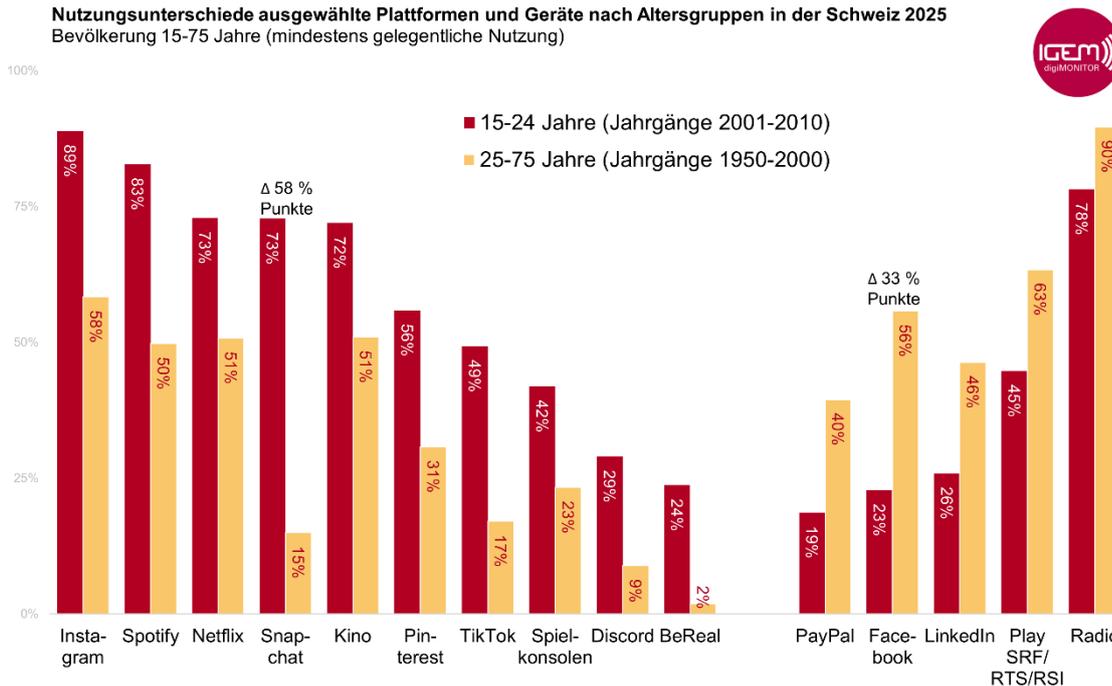
Positionierung von ausgewählten Medien, Plattformen & Trend-Themen in der Schweiz 2025
Bevölkerung 15-75 Jahre (mindestens gelegentliche Nutzung)



Quelle: IGEM-Digimonitor 2025, Schweizer Bevölkerung zwischen 15 und 75 Jahren mit Internetnutzung (6.3 Mio. Personen), n=1'959 Befragte. Grösse der Kreise entspricht dem weitesten Nutzerkreis bei Gesamtbevölkerung; x-Achse: Durchschnittsalter der Nutzer, ø Alter Bevölkerung = 46 Jahre (Median); y-Achse: Frauenanteil an allen Nutzern.

Graphique 4

Nutzungsunterschiede ausgewählte Plattformen und Geräte nach Altersgruppen in der Schweiz 2025
Bevölkerung 15-75 Jahre (mindestens gelegentliche Nutzung)



Quelle: IGEM-Digimonitor 2025, Schweizer Bevölkerung zwischen 15 und 75 Jahren mit Internetnutzung (6.3 Mio. Personen), n=1'959 Befragte. Mindestens gelegentliche Nutzung.

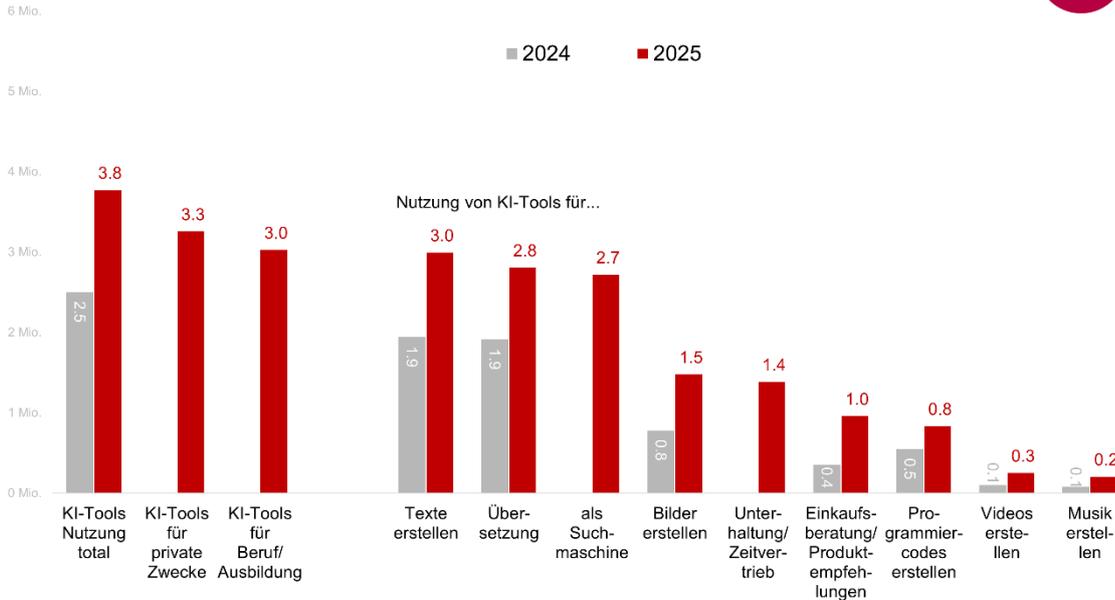
Résumé de l'étude IGEM-Digimonitor 2025

L'étude représentative sur la Suisse numérique



Graphique 5

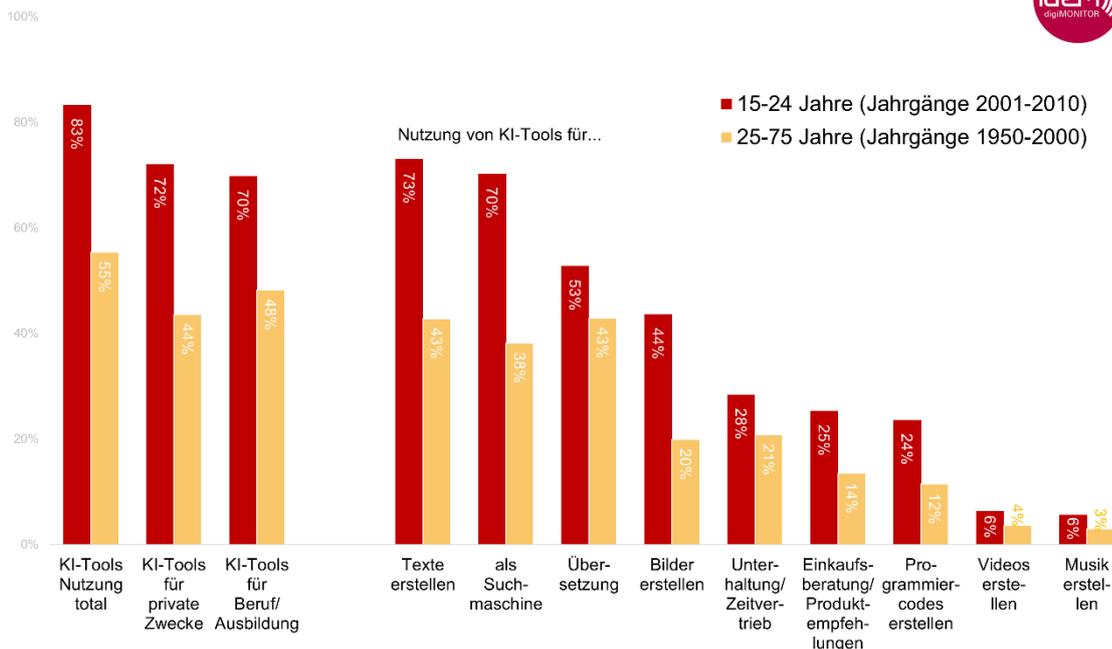
Nutzungsveränderung von KI-Tools und KI-Nutzungszwecken in der Schweiz 2024 - 2025
Bevölkerung 15-75 Jahre in Mio. Personen (mindestens gelegentliche Nutzung)



Quelle: IGEM-Digimonitor 2025, Schweizer Bevölkerung zwischen 15 und 75 Jahren mit Internetnutzung (6.3 Mio. Personen), n=1'959 Befragte. Mindestens gelegentliche Nutzung. 2024 wurde KI noch nicht separat nach Beruf/Ausbildung und privaten Zwecken abgefragt. 2024 wurde die Nutzung von KI als Suchmaschine oder zur Unterhaltung/zum Zeitvertrieb noch nicht abgefragt.

Graphique 6

Nutzungsunterschiede von KI-Tools und KI-Nutzungszwecken nach Alter in der Schweiz 2025
Bevölkerung 15-75 Jahre (mindestens gelegentliche Nutzung)



Quelle: IGEM-Digimonitor 2025, Schweizer Bevölkerung zwischen 15 und 75 Jahren mit Internetnutzung (6.3 Mio. Personen), n=1'959 Befragte. Mindestens gelegentliche Nutzung.