

La télé est de plus en plus interactive

Une étude menée par IP Network révèle que la consommation de télé a encore augmenté en 2013 en Europe. Et la TV est plus que jamais «Social TV».

• Marc UYTTERHAEGHE

Quelles sont les grandes tendances de la télé ? L'a-t-on plus ou moins regardée en 2013 ? Quelle est l'influence de l'arrivée des nouvelles technologies (smartphones, tablettes...) ? Quels sont les programmes qui ont fonctionné ? Et qu'est-ce qui marchera demain ? Ces questions – et beaucoup d'autres – sont évoquées dans un volumineux rapport rédigé par IP Network – consultant publicitaire – et RTL Group depuis vingt ans. Des données qui intéressent évidemment les annonceurs, mais qui révèlent aussi quelques comportements intéressants de notre société. En voici les grandes lignes.

1. Avènement de la «Social TV». «La télé a toujours été sociale, depuis sa créa-

tion, avance Marc Schorestene, General Manager chez IP. *D'une part, parce qu'on la regarde ensemble et d'autre part parce que la télé s'occupe des gens, elle va vers les autres* (NDLR : via des émissions de service, notamment). *Aujourd'hui, elle est aussi sociale par le développement de l'interactivité. On peut échanger sur un programme avec tout le monde via les réseaux sociaux. C'est une tendance lourde.*»

2. Le temps passé devant la télé augmente encore. En 2013, le temps moyen passé devant la télé par adulte en Europe est de 246 minutes, soit quatre minutes de plus qu'en 2012. «C'est quelque chose d'inattendu car il n'y a pas eu d'événement majeur en 2013», note Marc Schorestene. Les raisons de cette augmentation sont multi-

ples. Selon les auteurs de l'enquête, l'évolution de l'équipement (écrans plats plus grands, moins chers, meilleure définition...) incite à regarder plus la TV. L'offre de chaînes est aussi en constante augmentation. En 1993, lors de la première étude du genre, on dénombrait 700 chaînes en Europe. Aujourd'hui, on en compte 5 000 ! On note aussi que

les pays de l'Est sont en train de combler leur retard en la matière et donc font grimper la moyenne. Par contre, en Belgique, les chiffres restent stables.

Enfin, une part de cette augmentation est sans doute à attribuer à l'amélioration des outils de mesure d'audience.

3. La qualité de l'équipement s'améliore. On l'a déjà évoqué plus haut, les Européens sont bien équipés. Alors que la norme 4K arrive (et que l'on parle déjà de 8K !), l'écran plat et la télé HD se trouvent dans environ 70 % des foyers européens. La Smart TV, par contre, a dû mal à s'implanter. «Sans doute encore trop compliquée», note Marc Schorestene.

4. L'utilisation des smartphones et des tablettes est en croissance. La présence de plusieurs écrans de TV dans le foyer stagne. Par contre, l'utilisation du smartphone est en net progrès (+24,1 %, à 53,4 %) et l'utilisation de la tablette se situe à 10,1 %, sans que l'on soit capable de chiffrer sa progression, l'utilisation étant trop récente.

5. Les Européens regardent plutôt de la non-fiction. Quand on scrute le top 100 des programmes par genre en Europe, c'est d'abord le sport qui arrive en tête (28 %) devant la fiction (26,6 %), le divertissement (22,9 %) et les infos (22,5 %). Mais cela peut varier très fort d'un pays à l'autre. En Autriche, en 2013, c'est l'élection du pape François qui a créé l'événement. En Chine, c'est le Nouvel an chinois qui arrive en tête des programmes les plus regardés... En Belgique, c'était le film *Rien à déclarer*, diffusé sur RTL TVI.

6. Quid de Netflix ? «Netflix, on ne sait pas très bien encore ce que cela va changer», nous affirme Marc Schorestene. Mais pour lui, Netflix est encore un nain dans la production audiovisuelle. «Les six plus grands studios ont dépensé 3,4 milliards de dollars dans des séries. Ils en ont produit 53 et diffusé 35. Netflix, c'est 160 millions de dollars et deux séries en 2013...» Ce qui ressort également, c'est que ce sont les séries nationales qui marchent le mieux. Sauf... en Wallonie ! ■