

# La télévision a toujours la cote

**Audimétrie** La RMB lance un nouveau baromètre sur la consommation TV en Belgique.

**L**a RMB (régie publicitaire de la RTBF, Be TV, Télé Bruxelles et AB3) a lancé un nouveau baromètre TV. *“La télévision est un média qui évolue sans cesse, que ce soit dans la manière de la consommer ou de la mesurer, indique l’organisme par voie de communiqué. L’audimétrie nous renseigne aujourd’hui sur la consommation classique du média mais elle nous permet également de tirer des enseignements sur des pratiques moins habituelles comme l’usage de l’écran pour d’autres activités.”*

Ce baromètre TV ne relève donc pas les audiences réalisées par les différents programmes (à l’image du Centre d’information sur les médias, le Cim). Il s’agit davantage d’un suivi trimestriel de l’évolution de la consommation du média au Sud et au Nord du pays. On peut par exemple y trouver le pourcentage de la population qui regarde la télévision via l’écran TV classique ou des DVD, des cassettes vidéo (!), des vidéos à la demande et des programmes en différé via leur décodeur. Le baromètre

enregistre également la part des invités dans l’audience TV. Soit la part des téléspectateurs qui regardent la télévision chez un voisin, un ami, un autre membre de la famille.

## Le différé, en hausse

Ainsi, apprend-on que dans le sud du pays, le média touche quotidiennement 67 % de la population avec une durée de vision moyenne de 3h14. Cette situation est stable, voire en légère progression pour la durée de vision. *“Le cannibalisme de l’audience qu’on avait prédit lors de multiplication des écrans ne s’est donc pas produit. Au contraire”,* explique Lynda Calonne de la RMB.

La consommation des programmes télé en différé est également en nette augmentation depuis l’arrivée des décodeurs. En 2015, elle représentait 6 % de l’audience TV en partie francophone et 8 % au Nord du pays. *“On constate toutefois que tous les types de programmes ne sont pas concernés, nuance Lynda Calonne. Les gens re-*

*gardent des programmes en différé, surtout pour la fiction : les films, les séries, etc.”*

Enfin, l’usage de l’écran TV pour d’autres activités est aussi en hausse par rapport à 2014 et s’élève à 18 % de la consommation totale dans le Sud du pays (12 % au Sud).

## Un seul et même baromètre

Ces analyses, déjà réalisées par d’autres acteurs du marché publicitaire, ne sont pas nouvelles. *“Ce baromètre apporte toutefois deux nouveautés, poursuit la responsable. Elle centralise l’ensemble des données dans un seul et même outil de mesure de manière concise pour le Nord et le Sud du pays à l’aide de graphiques dynamiques et commentés. Ce dernier est par ailleurs accessible à tout le monde. Et il sera renouvelé trois à quatre fois par an.”*

Bien que *“voué à évoluer”*, indique la responsable, ce baromètre n’enregistre pas encore les données relatives à la SVOD (vidéo à la demande par abonnement, type Netflix).

**Au.M.**

# 67

## POUR CENT

Dans le Sud du pays, la télévision touche quotidiennement 67 % de la population.