

Le Belge avale 9 heures de médias par jour

Le Belge est un véritable média-vore. C'est ce qui ressort d'une vaste étude (3.200 personnes interrogées) réalisée par RMB, la régie publicitaire de la RTBF, en collaboration avec l'institut TNS.

Chaque jour, le Belge

consomme 9 heures de médias, quel que soit le support. C'est plus de la moitié du temps éveillé d'un individu! L'étude révèle que, malgré l'apparition de nouveaux médias, outils et plateformes, le Belge reste un utilisateur de médias assez traditionaliste. Il les

consomme surtout en soirée, chez lui et avec des appareils classiques: téléviseur, poste de radio, PC. Les chaînes de télévision linéaires et les stations de radio FM restent privilégiées. De même, bien qu'elle diverge, la consommation des jeunes n'est pas aussi différente qu'on ne pourrait le croire de celle de leurs aînés. **P. 19**

Le Belge passe la moitié de son temps éveillé à consommer des médias

LE RÉSUMÉ

Le Belge passe **9 heures par jour** à consommer des médias.

Que ce soit le média ou le support utilisé, il reste assez **traditionnel** dans sa consommation.

Logiquement, les **jeunes** présentent un **type de consommation différent**, mais ce n'est pas flagrant.

Que représentent les médias dans notre vie quotidienne? Quand et comment les consommons-nous? Quels sont ceux que nous privilégions? C'est ce qu'a voulu savoir RMB, la régie pub de la RTBF. Elle a interrogé, via l'institut TNS, plus de 3.200 Belges de 15 à 64 ans. Dévoilée hier, l'étude MediaXperience révèle un Belge média-vore, mais traditionaliste dans sa consommation. En moyenne, le Belge consacre 9 heures à consommer des médias, soit 55% de son temps éveillé! C'est moins que la moyenne européenne (9h46) mais plus que la moyenne mondiale (8h12). Le francophone est plus média-vore que le Flamand (9h13 contre 8h48). En moyenne, le Belge est exposé à 14 contacts médias, c'est-à-

dire des marques: «L'Echo», «La Première», «RTL-TVi», Facebook...

La consommation médias bat son plein en soirée: 70% se fait entre 18h et 22h avec un pic à 21h. C'est surtout valable pour la télévision et internet, le prime-time de la radio étant le matin. Le Belge est aussi très casanier: 72% de la consommation médias se fait à la maison. Logique pour la télé, moins pour internet...

Les outils traditionnels restent privilégiés pour consommer du média: le téléviseur est utilisé chaque jour par 70% des Belges, devant le poste de radio (58%) et le PC (51%). Le smartphone n'est utilisé que par un tiers des gens et la tablette par 20%. On passe aussi plus de temps devant les supports traditionnels: on lit ainsi plus longtemps un journal dans sa version papier (34 minutes) que numérique (22 minutes).

Même si le Belge est suréquipé, il n'utilise que 3,5 supports différents pour consommer du média. Seul un sur cinq en utilise deux simultanément, ce qui est plutôt rassurant pour les publicitaires car cela montre que l'attention du consommateur de médias ne s'éparpille pas.

La «vidéo», média n°1

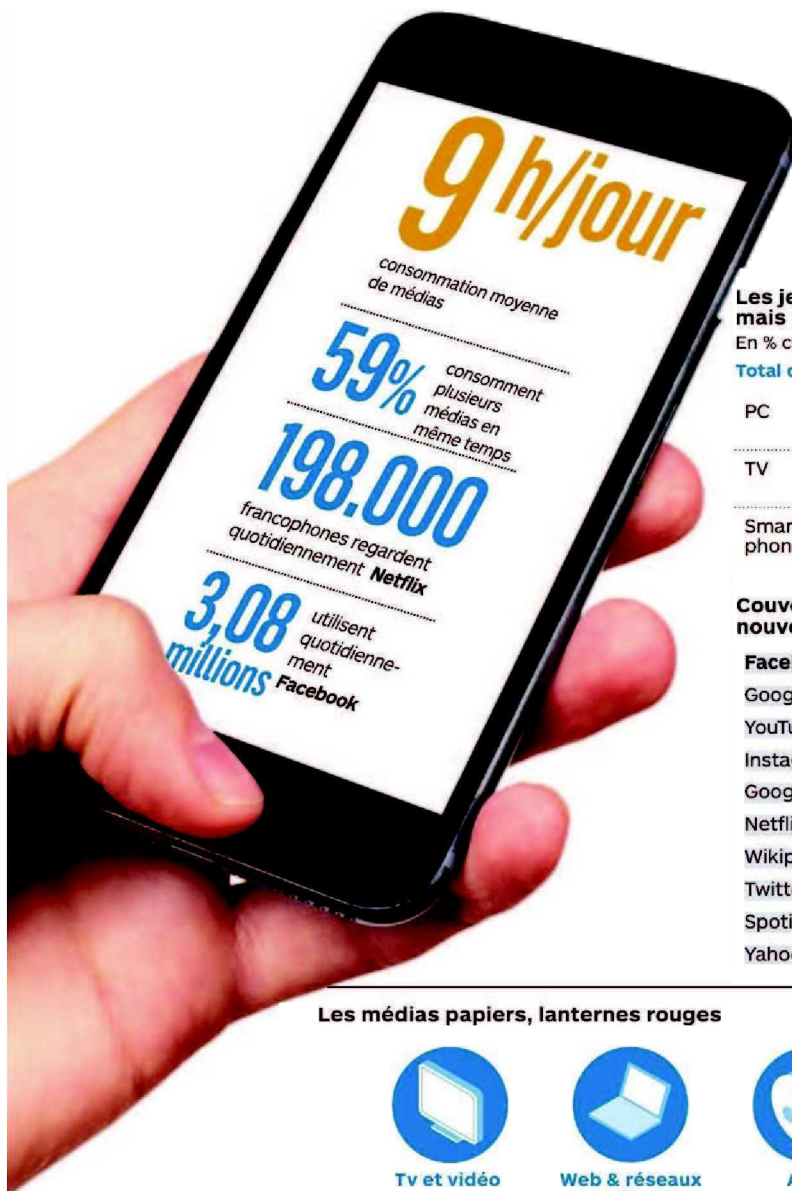
La «vidéo» (télé, vidéo, VOD...) est le média n° 1. Elle attire chaque jour 9 Belges sur 10 qui y consacrent 4h46, tous supports confondus. Suivent

internet et les réseaux sociaux (77%). En volume (temps passé devant le média), la vidéo représente 42% avec une nette domination pour la télé linéaire classique. Elle précède internet et l'audio (27%). A noter que Netflix séduit 400.000 Belges par jour, soit 2,6% du volume de vidéo consommé. Le constat est le même dans l'audio. La radio FM est écoutée par 6 personnes sur 10 chaque jour. La musique téléchargée ne pèse que 11% et des services comme Spotify 8%.

Quant à internet, il est vampirisé par les réseaux sociaux. Si près de 60% des gens se connectent chaque jour à des sites web et 4 sur 10 aux réseaux sociaux, en termes de durée d'utilisation, ces derniers, très chronophages, nous accaparent pendant 1h36 contre 1h30 pour les sites. Une fois encore, le Belge est classique, 70% de la consommation internet se faisant via PC, et 20% via mobile.

Tous ces chiffres sont à nuancer en fonction des catégories d'âge. Logiquement, mais pas autant qu'on ne pouvait le supposer, les 15-24 utilisent plus d'appareils différents que leurs aînés, leur consommation est plus mobile et ils passent plus de temps sur les réseaux sociaux et les nouvelles plateformes (VOD...). Par contre, leur consommation globale quotidienne est inférieure de 36 minutes à celle de leurs aînés. **J.-F. S.**

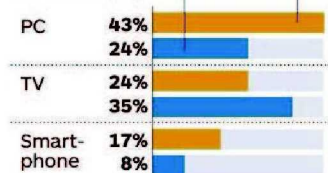
Les Belges sont des médiavores



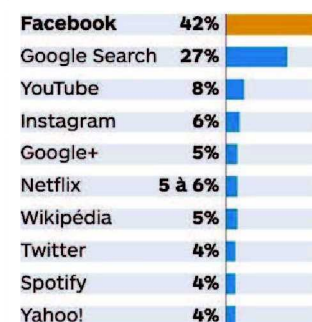
Les jeunes sont mobiles, mais pas tant que cela

En % conso. moyenne quotidienne

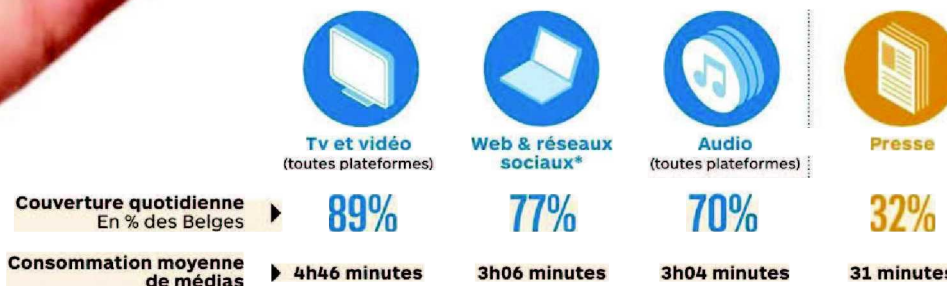
Total de la population 15-24 ans



Couverture quotidienne des nouvelles marques médias



Les médias papiers, lanternes rouges



*Hors audio et vidéo - Source: RMB MediaXperience