

# La télévision, média préféré des Belges

**Étude Télé, radio, Web... la RMB fait le point sur nos habitudes de consommation.**

Les ordinateurs portables, smartphones et tablettes ont beau avoir envahi notre quotidien, la télévision reste le média préféré des Belges. C'est ce qui ressort d'une nouvelle étude baptisée MediaXperience, dévoilée ce mercredi par la RMB (la régie publicitaire de la RTBF, Be TV, Télé Bruxelles et AB3).

"MediaXperience est une des premières véritables études cross-médias menée en Belgique. Vidéo, audio, sites Internet, réseaux sociaux, journaux... Nous avons voulu analyser et mesurer la place des principaux grands médias au cours d'une journée de la vie des Belges", explique Yves Gérard, general manager de la RMB. Objectif: permettre aux diffuseurs et aux annonceurs de cerner au mieux les habitudes de leurs publics pour adapter leur offre en conséquence.

## Neuf heures de médias par jour

Menée dans le courant du mois de décembre 2015, l'étude de la RMB porte sur 3224 répondants âgés de 15 à 64 ans et disposant d'un accès à Internet.

Le verdict est clair (pour ceux qui en douteraient encore): les médias occupent une place centrale dans notre

vie. Nous passons près de 9 heures chaque jour à en consommer, soit 55% du temps éveillé d'un individu moyen. C'est moins que dans l'Europe de l'Ouest en général (9 heures 45 minutes), mais au-dessus de la consommation mondiale (8 heures et 12 minutes).

Malgré la place toujours plus importante occupée par Internet, la télévision reste bien l'outil leader, devant la radio et l'ordinateur. "Nous avons tous entendu dire au moins une fois qu'aujourd'hui Internet dépassait la télévision. Pourtant, la vidéo continue à dominer", remarque Lynda Calonne, brand marketing supervisor chez RMB. En termes

de volume, c'est-à-dire le temps passé par l'ensemble de la population à la consommation d'un média, "c'est clairement la télévision et la vidéo qui font tourner la roue".

## Le Web? Même pas peur

Nous consommons en moyenne 286 minutes de vidéos par jour (en ce compris les vidéos regardées en ligne), contre 186 minutes passées à parcourir des sites et des réseaux sociaux et 184 minutes à écouter la radio ou de la musique.

Si le petit écran doit tenir compte de la concurrence d'Internet, il a encore de beaux jours devant lui. Le Web "se caractérise par des contacts plus brefs, plus furtifs. Comme les sessions de consommation sont moins longues sur la Toile, le média occupe une position moins forte en volume", précise-t-on encore du côté de la RMB.

Cela n'a pas empêché la RTBF et le groupe RTL d'adapter leur offre à de nouveaux supports. Le service public a par exemple lancé "Auvio", sa plateforme de vidéo à la demande. Même si les chaînes traditionnelles gardent la

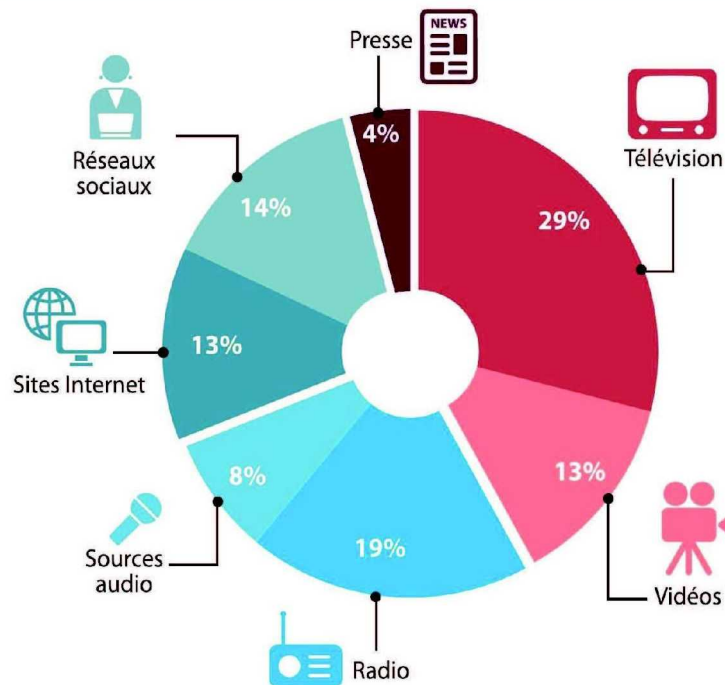
forme. "Que ce soit en vidéo, en audio ou avec ses sites Internet, le groupe RTBF absorbe 13% du volume média global consommé au sud. Avec le groupe RTL, c'est l'offre média la plus puissante en Wallonie en termes de volume", note encore Lynda Calonne.

Du côté des nouveaux médias, les géants du Web s'imposent. Facebook est consulté quotidiennement par trois millions de Belges. Youtube suit avec 600 000 visiteurs quotidiens dont une partie s'y connecte uniquement pour écouter de la musique. Netflix compterait quant à lui environ 400 000 adeptes (par jour) chez nous. La MediaXperience de la RMB entrera en septembre dans une deuxième phase consacrée au volet qualitatif de l'enquête.

Am. C.

**En moyenne, les Belges passent 286 minutes chaque jour à regarder des vidéos.**

## Temps global passé par les Belges à la consommation de médias



Source : Étude réalisée en décembre 2015 par la RMB en collaboration avec TNS. Au niveau national, portant sur 3224 Belges âgés de 15 à 64 ans.

IPMI Graphics