

## La télé de papa pèse moins de la moitié de la consommation de vidéo

La consommation de vidéo est de plus en plus éclatée. C'est ce qui ressort de l'étude Vidéo Observer réalisée par IP, régie pub de RTL. Elle porte sur la consommation de «vidéo» au sens large: du clip sur smartphone à l'écran de cinéma en passant par la télévision classique.

La télévision linéaire en direct ne représente même plus la moitié de la consommation de vidéo. La télévision en replay sur des plateformes comme Auvio ou RTLplay pèse 3,1% et les programmes enregistrés 18,5%. Dans le marché publicitaire, les optimistes diront que la télé représente encore 70% de la consommation, les pessimistes que les programmes enregistrés permettent de zapper la pub.

Plus interpellant, moins de 28% des 18-24 ans regardent encore la télé en direct. «Beaucoup nous disent au contraire être étonnés de constater qu'il y en a encore autant», ironise Marco Marini, directeur de la recherche chez IP. Une fois qu'ils sont devenus actifs et fondent une famille, la télé de papa reprend ses droits avec près de 54% du temps de consommation chez les 35-44 ans.

Le temps que les gens ne passent pas devant la télévision, ils le passent

devant des plateformes comme Netflix (7%), YouTube (près de 9%) ou à visionner des vidéos sur les réseaux sociaux (plus de 5%). Chez les 18-24 ans, le total TV (live, replay, enregistrements) ne pèse plus que 45% du temps et le digital triomphe avec 21% du temps alloué à YouTube, près de 14% à Netflix et consorts, à 8,7% à Facebook, Instagram, etc.

Le Belge passe 4H46 par jour devant un écran à regarder de la vidéo. Surtout le francophone: 5H07 contre 4H28 pour le Flamand. «Le francophone regarde près de 40 minutes de plus que le Flamand sur les plateformes digitales, c'est la même différence qu'à l'époque où il n'y avait que la télévision», observe Marco Marini. Toutes générations confondues, le visionnage de contenus vidéo se fait encore à domicile (88%), sur un poste de télévision (70%) et en solitaire (près de 55%).

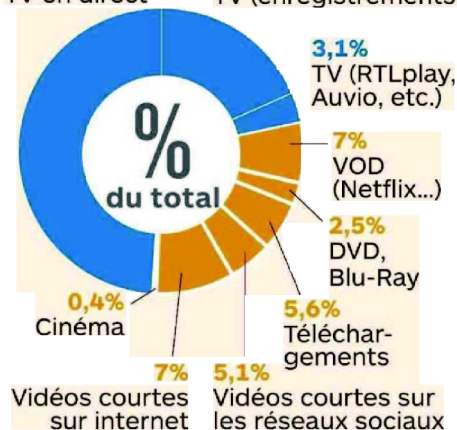
J.-F. S.

### LA CONSOMMATION VIDÉO DES BELGES

18-64 ans

Total TV **71%**

49,1% TV en direct 18,5% TV (enregistrements)



Source: IP