

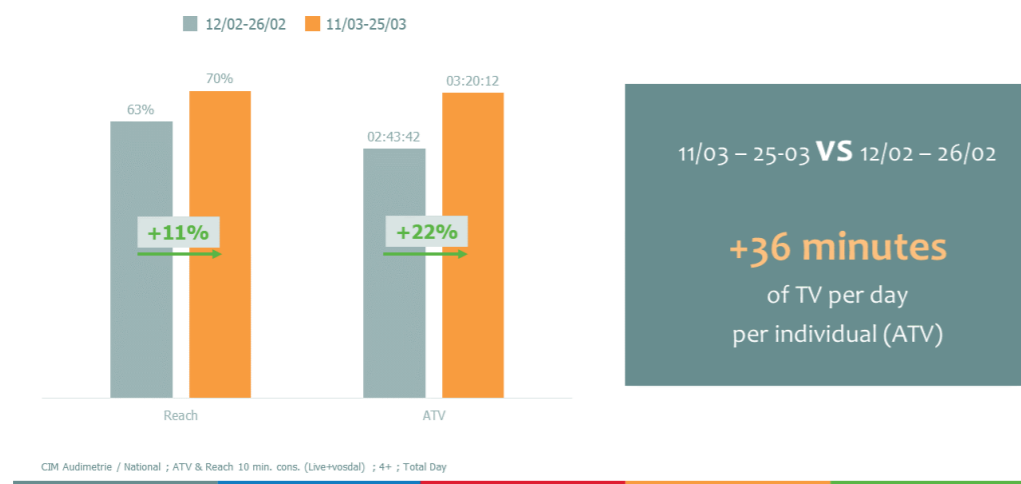
27/03/2020

## LA CONSOMMATION MÉDIA DES BELGES EN TEMPS DE CRISE

La Belgique doit faire face à l'épidémie du Coronavirus. Les médias relaient sans relâche l'actualité liée à cette crise sanitaire mondiale. La consommation de l'information affiche une forte croissance. Voici, en résumé, les principaux constats à propos de l'évolution des audiences en télévision et sur internet.

En télévision, sur la période du 11 au 25 mars, on observe une augmentation de l'audience globale de +11% par rapport à la même période de février (du 12/02 au 26/02). Si les Belges sont plus nombreux à se tourner vers la télévision, ils y consacrent surtout plus de temps. La durée de consommation du média progresse de 22%; ce qui correspond à 36 minutes de vision supplémentaires par individu (base = univers national 4+).

### Rising TV audiences during critical period

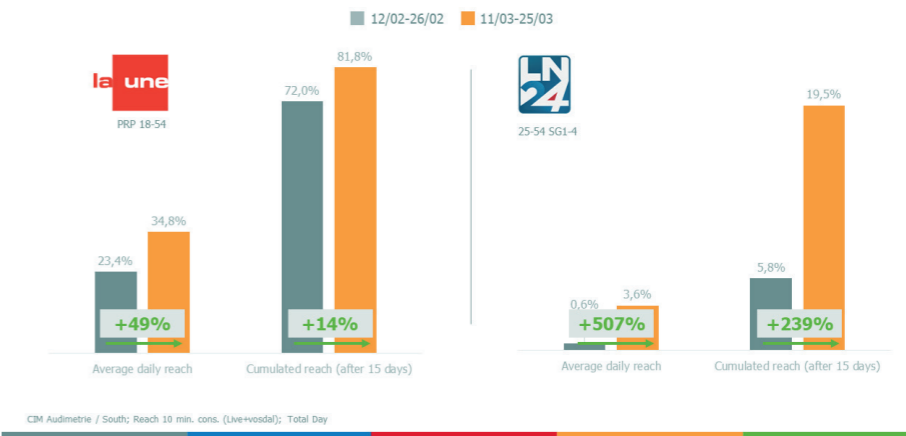


Les évolutions sont plus élevées chez les 15-34 ans qui, d'ordinaire, sont de moins grands consommateurs TV que la moyenne des individus. Sur ce groupe des 15-34 ans, le daily reach de la TV progresse de +24% (vs +11% sur 4+).

Les index de progression d'audience sont les plus élevés lors des deux principales tranches horaires de l'information : sur le temps de midi (vers 13h) et en début de soirée (vers 19h).

Les chaînes d'information en régie chez RMB réalisent également des records d'audience. Du 11 au 25 mars, auprès des PRA 18-54, La Une affiche une hausse de +19% en parts de marché. Le nombre total de téléspectateurs a augmenté de +27% (+49% de PRA 18-54). La part de marché des journaux de 13h00 et de 19h30 grimpe de respectivement +29% et +46% par rapport aux semaines équivalentes du mois dernier.

### A large part of new TV viewers



Depuis les débuts de la crise sanitaire, LN24 démontre la pertinence et la complémentarité d'une chaîne d'info en continu dans le paysage média belge. Auprès de sa cible de référence, les 25-54 GS 1-4, LN24 progresse de +371% en parts de marché et de +251% en nombre de téléspectateurs quotidiens (+507% de 25-54 SG 1-4). Les rendez-vous de l'information en matinée scorent particulièrement bien.

En digital, la publication des résultats du CIM Internet pour le mois de mars permettra des analyses plus détaillées. Selon les sources propres des partenaires média, il est clair que l'information Coronavirus est également très suivie sur le net.

Du 09 au 22 mars, les sites de la RTBF accueillent chaque jour près de 1.390.000 visiteurs uniques. Soit une hausse de +138% par rapport à la moyenne de février (582.000 visiteurs uniques) !

Sur Auvio, la conférence de presse du Conseil national de sécurité du 17/03 a rassemblé 65.600 visiteurs uniques. Cette même conférence comptabilise 100.000 vues en replay.

Enfin, le contenu LN24 proposé en digital a généré plusieurs milliers de vues. Près de 156.303 visiteurs ont suivi au cours du mois de mars l'actualité sur le site et l'application de LN24.

En période de crise, l'information est cruciale et les citoyens augmentent leur consommation média de manière exponentielle.

#### CONTACT

**LYNDA CALONNE** - HEAD OF BRAND MARKETING  
L.CALONNE@RMB.BE

**ANNE DE KERCHOVE** - BRAND MARKETING EXPERT  
A.DEKERCHOVE@RMB.BE

