



AUVIO : UNE AFFAIRE D'HOMMES OU DE FEMMES ?

JANVIER 2020

VIBE, la cellule Data & Insights de RMB, dévoile un nouvel insight issu des logs bruts des plateformes RTBF récoltés via sa DMP.

Au 31 décembre 2019, on compte **2,862,364 comptes actifs et dédoublés sur AUVIO**. Une majorité d'internautes masculins ou féminins ? La réponse en quelques chiffres.

Sur la période avril-décembre 2019, **60% des internautes sur AUVIO sont des hommes** alors qu'ils sont **49% dans la population belge**.

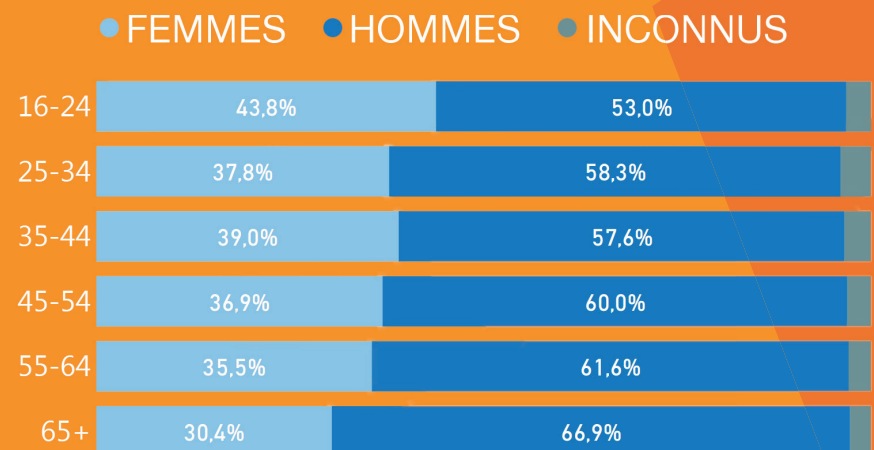
Toutefois, cette proportion majoritaire d'internautes masculins a tendance à se réduire en fonction de l'âge : en effet, **chez les 16-24 ans, ils ne représentent plus que 53% de la cible**.

Si elles sont minoritaires en nombre, **les femmes ont par contre une durée moyenne de consommation supérieure de 22% à celle des hommes**. Cette durée étant plus importante quelle que soit la tranche d'âge.

Profil genre/Total



Profil genre/Age

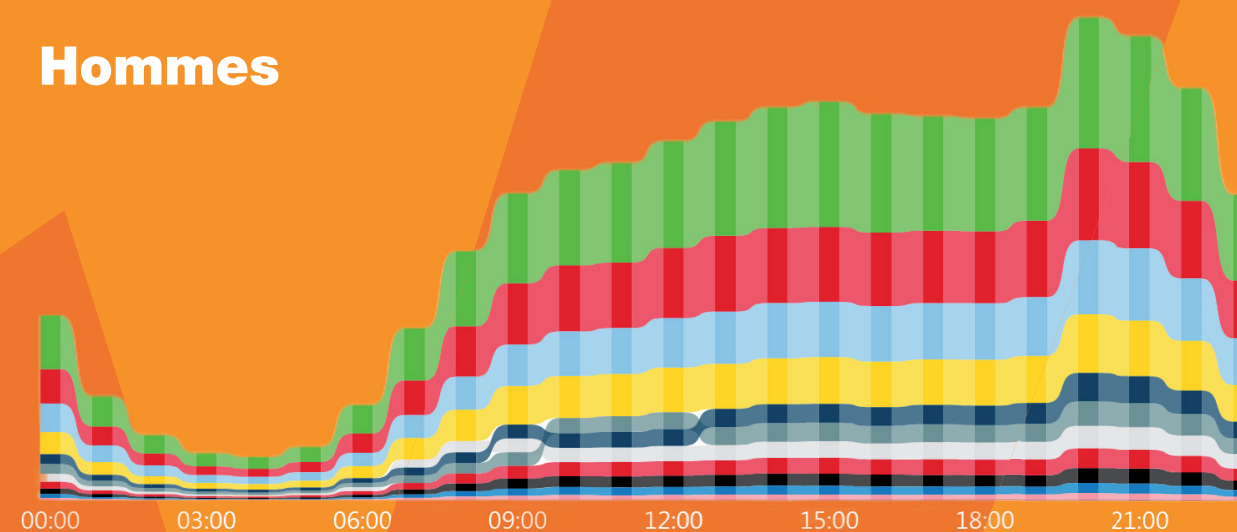


La consommation au fil des jours de la semaine est également différente selon le genre : la **propension des femmes à consommer AUVIO le week-end est moindre qu'en semaine, soit un schéma inverse du comportement masculin**. La raison de ce phénomène ? Le sport qui atteint des pics de consommation le dimanche ;-)

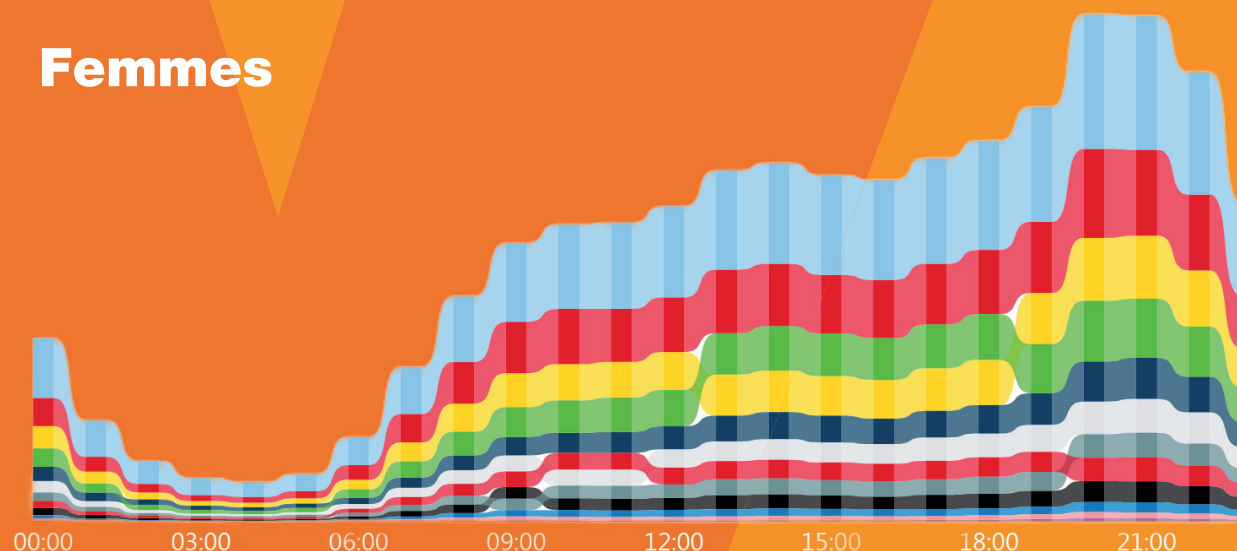
L'audience du top 3 des catégories de contenus consommés sur Auvio (**sport, info, séries**) est **majoritairement masculine**, même si les **femmes sont plus fidèles aux séries tout au long de la journée**.

Sur une **journée type**, ce sont donc logiquement les **séries** qui dominent chez les femmes, suivies par l'info et le divertissement. Chez les hommes, la première catégorie est sans surprise liée aux contenus sportifs, suivie par l'info et le divertissement (ou les séries à partir de 19h).

Hommes



Femmes



PLUS D'INFOS ?

Contactez **Barbara Van Caubergh**
Head of Data & Insights
b.vancaubergh@rmb.be - T. 02 730 45 13

Source : DMP RMB données avril-décembre 2019 (consommation Auvio hors app)

Base : logs des plateformes RTBF avec min. une info utile à la segmentation (âge ≥ 16 ans, genre ou code postal) et devices avec un CRM ID associé.