Médias de Bruxelles

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Bruxelles, le 13 mars 2025

BX1 présente les résultats de sa dernière étude d'image et de notoriété, accompagnés d'indicateurs sur l'audience et les habitudes de suivi du média. Cette étude, réalisée par IPSOS en décembre 2024, vise à évaluer la **perception de la chaîne par les Bruxellois**, ainsi que leur engagement et **leurs habitudes de consommation des différents médias de BX1.** Les résultats obtenus permettent de mieux comprendre les attentes du public et d'ajuster les stratégies de communication et de programmation.

BX1 se positionne plus que jamais comme le groupe de médias incontournable à Bruxelles.

Près de deux tiers des Bruxellois connaissent BX1, tous médias confondus. **Chaque jour, 140.000 Bruxellois** consultent au moins **un média de BX1** (TV, Radio ou Digital), et **chaque semaine, un tiers des Bruxellois suit au moins un média de BX1.**

Si la télévision reste le plus grand contributeur de l'audience globale de BX1, le poids croissant de la radio et du net confirme la stratégie de diversification entamée ces dernières années.

Une audience particulièrement fidèle, qui suit BX1 tout au long de la semaine.

De plus, l'étude souligne la fidélité dévolue au média. Ainsi, 35% de son audience est presque quotidienne en TV, 40% en radio et 50% consulte le site web ou les réseaux sociaux du média au moins 5 jours par semaine.

Le profil de l'audience de BX1 se caractérise par une **majorité d'hommes issus de catégories sociales supérieures**. Il est en outre notable que le public varie en fonction du média.

En effet en **télévision**, l'audience est majoritairement composée de personnes **de plus de 35 ans**, tandis que **la radio attire un public plus jeune**, principalement sous les 35 ans, avec une forte représentation des classes sociales moyennes. Enfin, en **digital**, l'audience est plus **diversifiée** et principalement composée de personnes de **moins de 55 ans**.

Les plateformes digitales de BX1 connaissent une forte audience et une grande interaction avec leur public.

C'est sur **Instagram** que BX1 se distingue particulièrement, en dépassant **le cap du million de vues de ses vidéos** au mois de janvier 2025. Sur **YouTube**, BX1 a franchi la barre des **10 millions d'impressions** et compte près de **10 000 spectateurs réguliers**. Par ailleurs, sur **Facebook**, BX1 a dépassé les **100 000 abonnés cumulés** sur l'ensemble de ses comptes.
A noter que BX1 se distingue comme le premier média belge à avoir lancé un compte **Bluesky** en 2024, consolidant ainsi sa présence sur les réseaux sociaux.

Les médias de BX1 fidélisent.

En effet, et c'est peut-être la meilleure nouvelle de cette enquête, les meilleurs taux de conversion entre « je connais BX1 » et « je regarde/écoute BX1 » **se constatent dans les tranches d'âge comprises entre 16 et 54 ans**, ce qui montre que les médias de BX1 réussissent à convaincre les publics plus jeunes…

Sur le plan qualitatif, l'étude IPSOS révèle en outre que près d'un Bruxellois sur deux considère que BX1 est le groupe de médias qui informe le mieux sur sa Région.

Cette perception conforte la position de BX1 en tant que référence de l'information bruxelloise, offrant une couverture complète et pertinente des événements bruxellois. Les habitants de la région-capitale apprécient la qualité de l'information et l'engagement du média à mettre en lumière des sujets qui les touchent directement. Le public fait particulièrement confiance à BX1 pour tout ce qui touche à la vie quotidienne et locale.

Quatre Bruxellois sur dix estiment enfin que BX1 met bien en valeur la diversité de la population bruxelloise. Ce constat montre que le média réussit à refléter dans ses contenus la pluralité culturelle et sociologique de la ville, offrant une représentation fidèle des différentes communautés. La capacité de BX1 à traiter de manière inclusive les sujets liés à cette diversité est un atout important, le média contribuant ainsi à la construction d'une identité bruxelloise caractérisée par l'unité dans la diversité.

Source : Etude IPSOS réalisée en décembre 2024, auprès de 1 000 Bruxellois.

Contacts

Pour de plus amples informations, n'hésitez pas à prendre contact avec :
Rédaction : actu@bx1.be
Marketing : marketing@bx1.be