

Communiqué de presse

Personne-ressource : Isabel Box

Titre : Gestionnaire principal du marketing et des communications

Tél : +32 (0)2 302 25 51

Téléphone portable : +32 (0)485 31 79 63

Courriel : ibox@deloitte.com

Les consommateurs Belges achètent et conservent leurs appareils numériques plus longtemps

Le rapport Digital Consumer Trends 2024 de Deloitte donne un aperçu de l'utilisation des technologies, de l'IA, du streaming et de la connectivité chez les consommateurs belges.

Bruxelles, Belgique – 5 novembre 2024

Deloitte Belgique lance aujourd'hui la dernière édition de son *rapport Digital Consumer Trends*, qui analyse les évolutions les plus récentes du comportement numérique des consommateurs belges. L'étude examine l'utilisation des appareils numériques, des services de diffusion de contenu, des applications d'IA générative et du niveau de connectivité. Ce rapport illustre à quel point la technologie est profondément ancrée dans la vie quotidienne des consommateurs belges. C'est ce que révèlent les éléments clés du rapport : les consommateurs utilisent leurs appareils pendant de plus longues périodes, les services de streaming vidéo sont plus populaires que jamais malgré la hausse des coûts et l'IA générative devient de plus en plus pertinente, en particulier dans le contexte professionnel et des entreprises.

Ci-dessous quelques points forts du rapport :

- **Les consommateurs utilisent leurs appareils numériques pendant de plus longues périodes** : 46 % des Belges ne prévoient pas d'acheter un nouvel appareil électronique dans les 12 prochains mois et 31 % des Belges ont au moins un appareil d'occasion. Cela souligne une tendance croissante vers une utilisation plus éco-responsable des technologies.
- **Le marché du streaming se redresse après avoir baissé** : en 2024, le nombre d'abonnements streaming a connu une certaine croissance, malgré une fluctuation des prix et l'intensification de la concurrence. L'année dernière, 23 % des Belges ont souscrit un nouvel abonnement vidéo, tandis que 12 % ont abandonné un abonnement existant.
- **Plus d'un tiers des travailleurs belges utilisent l'IA générative (GenAI)** : il y a eu une forte croissance de l'utilisation par les entreprises, notamment en ce qui concerne la génération d'idées et la recherche d'information. Pourtant, il existe encore un fossé énorme dans l'adoption et le support de l'IA au sein de nombreuses organisations.
- **Satisfaction en hausse en ce qui concerne le niveau de connectivité à Internet** : 74 % des consommateurs belges sont satisfaits de leur connexion Internet, ce qui représente une légère amélioration par rapport à l'année dernière. La demande au niveau de la fiabilité et couverture internet dépasse celle de la composante vitesse, en particulier parmi les plus jeunes qui choisissent plus souvent le haut débit mobile comme connexion principale.

Les consommateurs utilisent leurs appareils numériques de plus en plus longtemps

L'adoption des smartphones (94 %), des téléviseurs intelligents (58 %), des *wearables* (37 %) et des haut-parleurs à contrôle vocale (11 %) a atteint un niveau record en 2024. Cela montre que les appareils intelligents jouent un rôle de plus en plus important dans la vie quotidienne. En Belgique, le smartphone reste l'appareil électronique le plus utilisé. Presque tous les répondants utilisent leur téléphone quotidiennement. Les téléviseurs intelligents, en particulier, gagnent en popularité : 58 % des personnes interrogées possèdent un téléviseur intelligent, et quatre sur cinq l'utilisent également quotidiennement. En conséquence, les téléviseurs intelligents sont désormais largement plus utilisés que les ordinateurs portables et les tablettes. L'adoption des casques VR, en

revanche, stagne. Leur taille et le coût élevé des casques VR limitent leur adoption de manière générale, malgré le potentiel de la technologie VR/AR.

L'enquête montre également que près de la moitié des consommateurs (46 %) ne souhaitent pas acheter de nouveaux appareils au cours des 12 prochains mois, ce qui peut indiquer une tendance vers un comportement plus éco-responsable des consommateurs. Ceux qui souhaitent acheter un appareil dans l'année à venir envisagent principalement un smartphone (14%).

« La demande de nouvelles fonctionnalités semble diminuer, car les consommateurs utilisent leurs appareils plus longtemps, gardant souvent leurs anciens téléphones en option de recharge et optant de plus en plus pour des appareils d'occasion ou remis à neuf. Par exemple, 31 % des Belges possèdent au moins un appareil d'occasion, le marché de l'occasion étant particulièrement populaire à Bruxelles (44 %) et moins en Flandre (26 %). Cette tendance met en évidence la nécessité pour les entreprises technologiques de répondre à la demande de produits durables et circulaires, par exemple en proposant des programmes de remise à neuf et de recyclage », a déclaré Vincent Fosty, responsable de l'industrie Technologie, Médias et Télécommunications chez Deloitte.

Le marché du streaming se redresse après sa toute première baisse en 2023

Le marché de l'abonnement au streaming fait preuve de résilience en 2024, avec une légère croissance après une baisse en 2023. 23% des Belges ont souscrit un nouvel abonnement vidéo au cours de l'année écoulée, tandis que 12% en ont annulé un. Les considérations de prix, l'évolution des préférences en matière de contenu et la concurrence croissante entre les services de streaming, en particulier de la part de nouveaux entrants tels que HBO Max, contribuent à ces changements continus en matière d'abonnements.

La moitié (49 %) des consommateurs belges ont désormais un abonnement vidéo, Netflix jouissant d'une position dominante, puisque quatre Belges sur dix (39 %) sont actuellement abonnés à sa plateforme. Pour le streaming musical, un tiers (33%) des Belges ont un abonnement Spotify, qui est en tête avec plus de la moitié de tous les abonnements musicaux. Bien que la croissance de la consommation de contenu numérique en Belgique soit significative, le nombre d'abonnements reste inférieur à celui de pays comme le Royaume-Uni. Pas moins de 75 % des consommateurs sont abonnés à des services de streaming vidéo (tels que Netflix ou Disney+) et la moitié (50 %) ont un abonnement à un streaming musical. Ces chiffres indiquent un potentiel de croissance pour le marché belge par rapport aux pays où la pénétration du streaming est déjà plus élevée.

En raison des mesures visant à limiter le partage de comptes de streaming vidéo, 15 % des consommateurs belges ont cessé de partager leur compte avec d'autres foyers. Cet effet est particulièrement perceptible chez les jeunes utilisateurs : environ un tiers des personnes interrogées âgées de 18 à 34 ans ont cessé de partager des comptes, contre seulement 3 à 6 % des personnes plus âgées, ce qui indique que les jeunes en particulier partageaient des comptes avant l'introduction de la mesure. Malgré ces changements, le nombre d'annulations d'abonnements a à peine augmenté, les ménages choisissant de s'abonner eux-mêmes, limitant ainsi les pertes potentielles pour les plateformes de streaming.

Plus d'un Belge actif sur trois utilise l'IA générative

L'IA générative gagne rapidement du terrain en Belgique, avec 58 % des Belges étant familier avec des outils tels que ChatGPT et Microsoft Copilot, soit une hausse de 14 points de pourcentage par rapport à l'année dernière. Plus d'un tiers des personnes interrogées ont déjà utilisé l'IA générative, la technologie étant principalement adoptée par les jeunes générations dites « digital native ». Dans le cadre des entreprises, nous constatons également une forte adoption, avec 38 % des utilisateurs utilisant l'IA à des fins professionnelles, avec des tâches telles que la génération d'idées nouvelles (41 %) et la recherche d'informations (41 %) comme utilisation principale.

Bien que l'IA générative offre des avantages significatifs en termes de productivité, de nombreux utilisateurs rencontrent encore des obstacles. Près de 40 % utilisent l'IA de manière sporadique, souvent en raison de doutes sur la fiabilité des réponses (15 %) et de préoccupations concernant la confidentialité des données (11 %). De plus, la moitié des personnes interrogées craignent que l'IA ne remplace certains emplois à l'avenir, tandis que plus de la moitié disent avoir peu confiance dans la communication générée par l'IA, comme les e-mails ou les interactions avec le service client. Deloitte souligne l'importance de la gouvernance et de la formation pour atténuer les risques tels que le « biais d'hallucination » et renforcer la confiance dans cette technologie.

Satisfaction croissante des consommateurs belges à l'égard de la qualité de leur connectivité Internet

Dans l'ensemble, 74 % des personnes interrogées se disent satisfaites de leur connexion Internet, contre 71 % en 2023. Il est à noter que les jeunes utilisateurs ont tendance à être plus critiques et à avoir des exigences plus élevées en matière de connexion, mais dans l'ensemble, la qualité des connexions Internet en Belgique reste suffisante pour des applications telles que le streaming et les appels vidéo. Il est intéressant de noter que 62 % des Belges ne connaissent pas leur vitesse Internet à la maison, avec une préoccupation plus faible chez les femmes (77 %) et les personnes âgées (73 % chez les 65-75 ans). Les Belges semblent plus préoccupés par la fiabilité et la couverture que par la vitesse de leur connexion, ce qui renforce l'adoption d'alternatives flexibles telles que les données mobiles principalement parmi les jeunes générations. Pour les jeunes de 18 à 24 ans, les données sur les réseaux mobiles constituent une alternative attrayante, principalement en raison de leur mobilité et de leur besoin d'options abordables et flexibles.

L'adoption de la 5G augmente, avec 45 % des Belges qui l'utilisent actuellement, contre 34 % en 2023. Pourtant, seuls deux utilisateurs sur cinq constatent une amélioration notable par rapport à la 4G.

Lien vers le rapport complet : www.deloitte.com/be/digital-consumer-trends

Deloitte en Belgique

Avec plus de 5 700 collaborateurs et 11 bureaux en Belgique, Deloitte est la plus grande organisation dans le domaine de l'audit, de la comptabilité, du conseil juridique et fiscal, de la consultance, du conseil financier et du conseil en gestion des risques.

Deloitte Belgique s'adresse aux plus grandes entreprises nationales et internationales ainsi qu'aux PME, au secteur public et aux organisations sans but lucratif. Deloitte Belgique est une organisation indépendante et autonome et un cabinet membre de Deloitte Touche Tohmatsu Limited. Un chiffre d'affaires de 819,4 millions EUR a été réalisé pour l'exercice 2024.

Deloitte Belgium SRL est la filiale belge de Deloitte NSE LLP, un cabinet membre de Deloitte Touche Tohmatsu Limited qui vise la qualité la plus élevée en matière de prestation de services et de conseils professionnels. Ses services reposent sur une stratégie mondiale couvrant plus de 150 pays. À cette fin, l'expertise de plus de 460 000 professionnels est disponible sur tous les continents. Pour l'exercice 2024, le chiffre d'affaires de Deloitte Touche Tohmatsu Limited s'est élevé à plus de 67,2 milliards USD.

Deloitte fait référence à un cabinet membre de Deloitte, à une ou plusieurs entreprises associées ou à Deloitte Touche Tohmatsu Limited, qui est une société privée à responsabilité limitée au Royaume-Uni (« DTTL »). DTTL et ses cabinets membres sont chacun des entités juridiquement distinctes et indépendantes. DTTL (également connu sous le nom de « Deloitte Global ») ne fournit pas de services aux clients. Rendez-vous sur la page <http://www.deloitte.com/about> pour une description plus détaillée de la structure juridique de DTTL et de ses cabinets membres.