

# Baromètre Médias en ligne

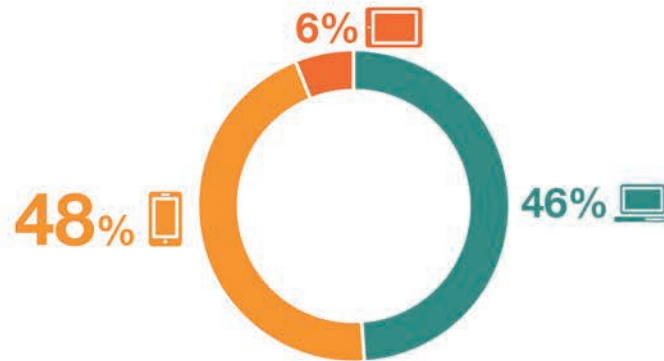
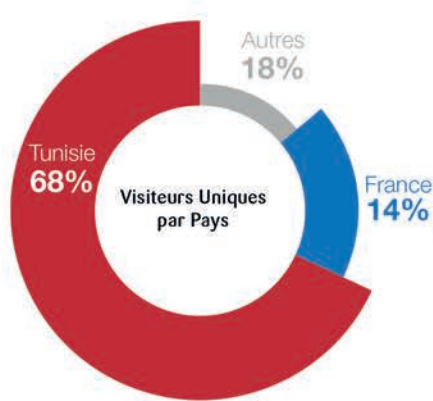
# 2016

Evolution des accès mobiles 2013-2016  
Chiffres WMC Portail 2016

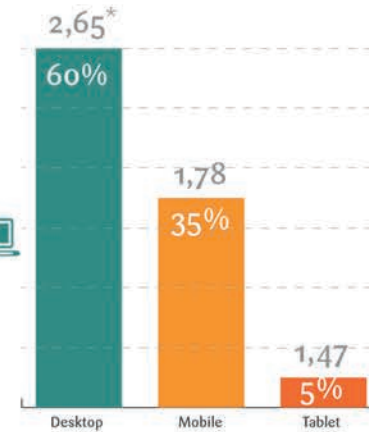


# Principaux indicateurs

(Chiffres WMC Portail Google Analytics 2016)

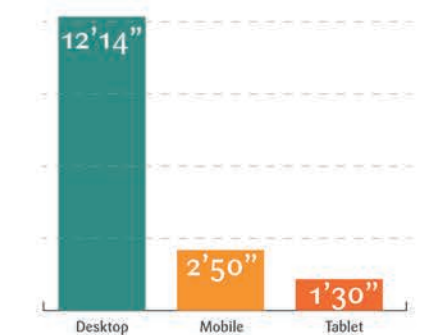


En % des visites par types d'appareils



Pages Vues par types d'appareils

\*Pages Vues par visites et par types d'appareils



Temps moyen passé par types d'appareils

Temps moyen global : 6'19"

Pour l'optimisation des campagnes publicitaires sur Internet, 3 indicateurs sont à prendre en considération:

- L'origine des accès PAYS des VISTEURS UNIQUES, cet indicateur est important pour l'évaluation de l'importance de la population par marché cible
- La part des PAGES VUES par TYPE D'APPAREIL, cet indicateur permet de souligner l'importance de l'adaptation des FORMATS aux différents types d'appareils

- Le TEMPS MOYEN PASSE par TYPE D'APPAREIL, cet indicateur important montre que la durée moyenne globale n'est pas significative, si l'on ne tient pas compte des TEMPS MOYENS PASSES PAR TYPE D'APPAREIL. Les chiffres montrent qu'en plus des FORMATS, il est primordial d'adapter les MESSAGES aux différents types d'appareils (Desktop, Mobile); sur DESKTOP, on dispose de plus de 12' par visite contre seulement 1'30" sur MOBILE.

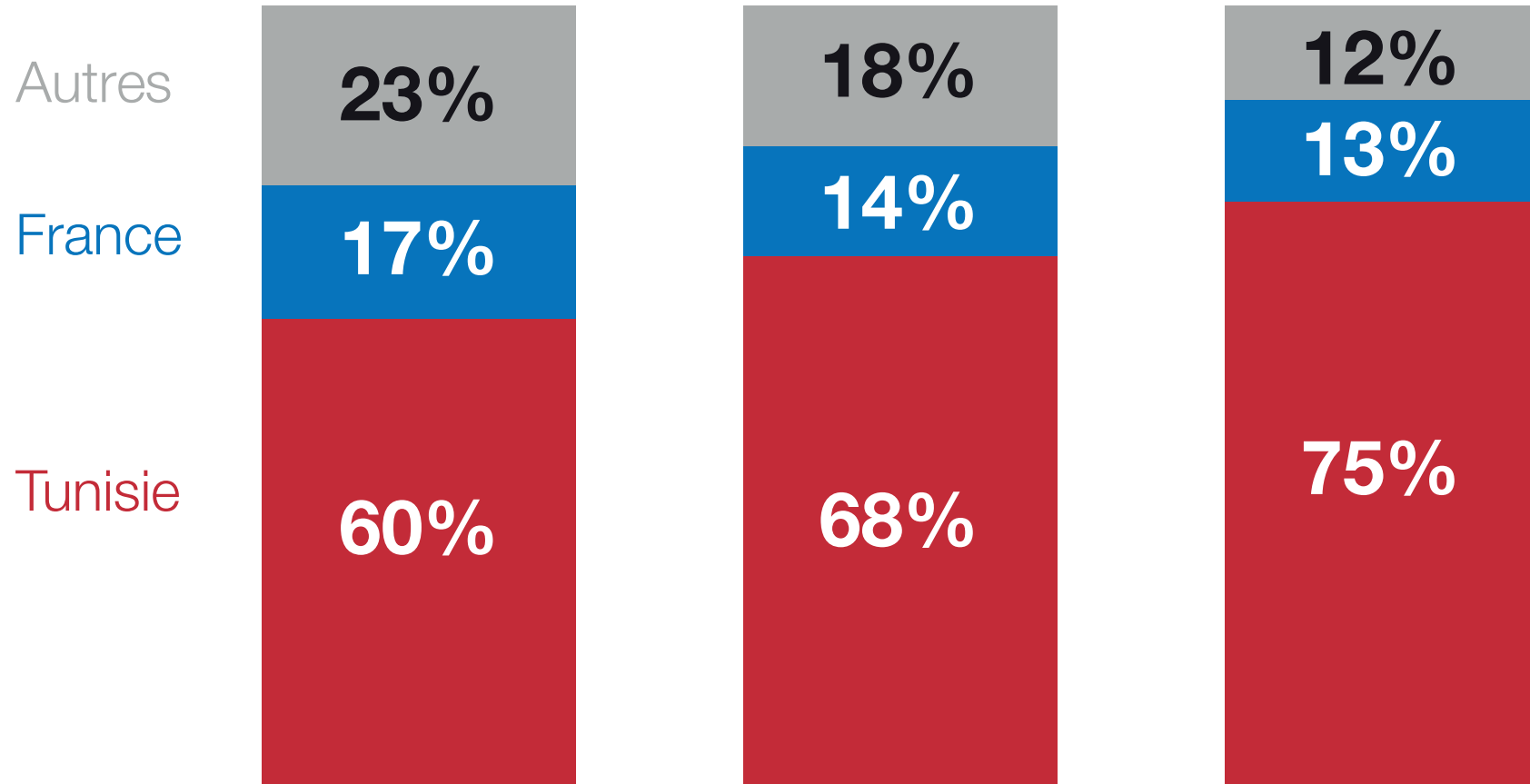
# Données de base

(Chiffres WMC Portail Google Analytics 2016)

Visites  
**12.000.000**

Visiteurs Uniques  
**6.500.000**

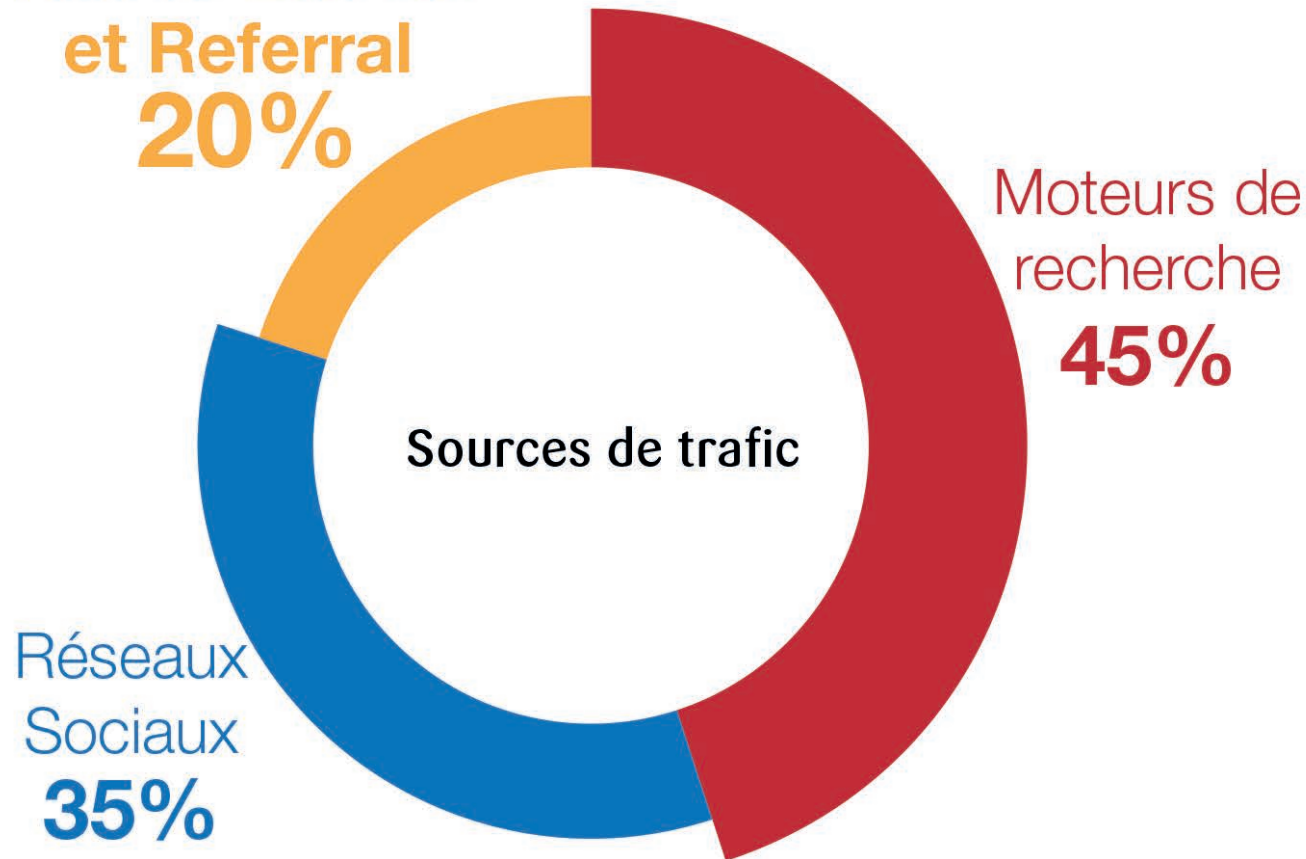
Pages Vues  
**24.000.000**



# Sources du trafic

(Chiffres WMC Portail Google Analytics 2016)

Accès Directs  
et Referral  
**20%**



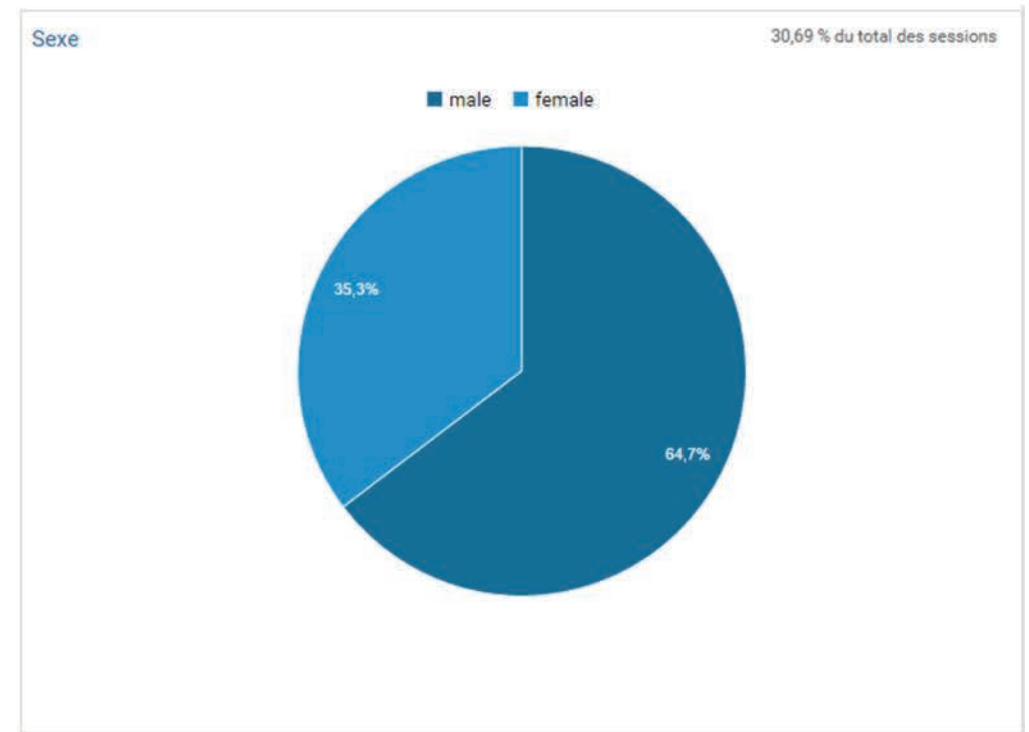
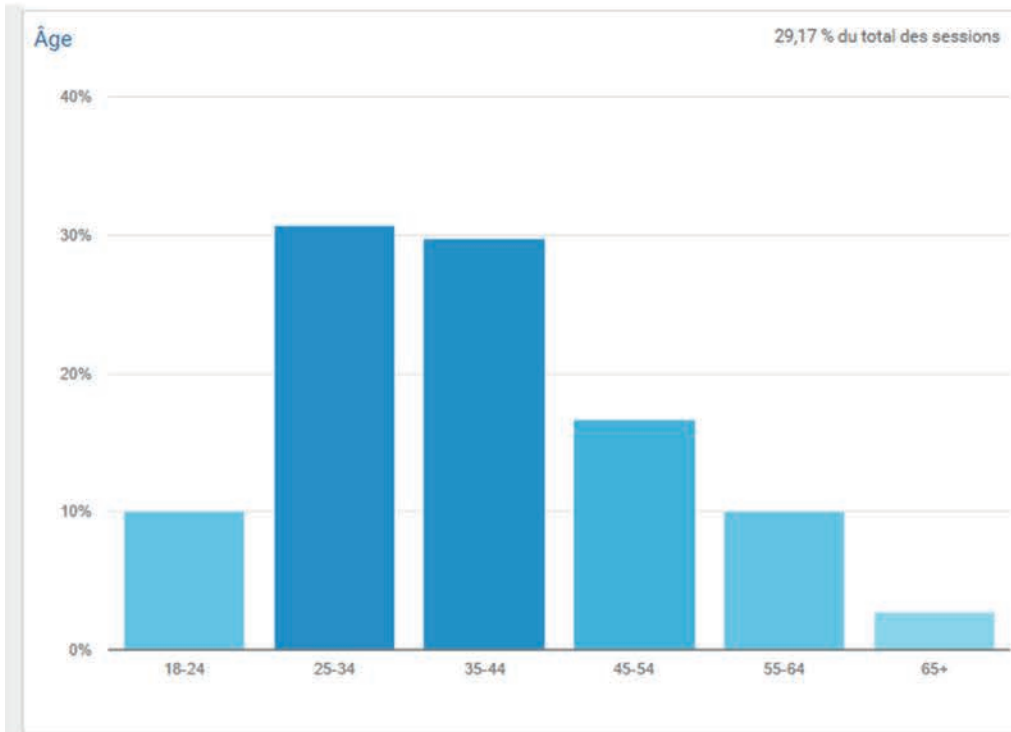
Moteurs de  
recherche  
**45%**

Réseaux  
Sociaux  
**35%**

En % des visites totales 2016

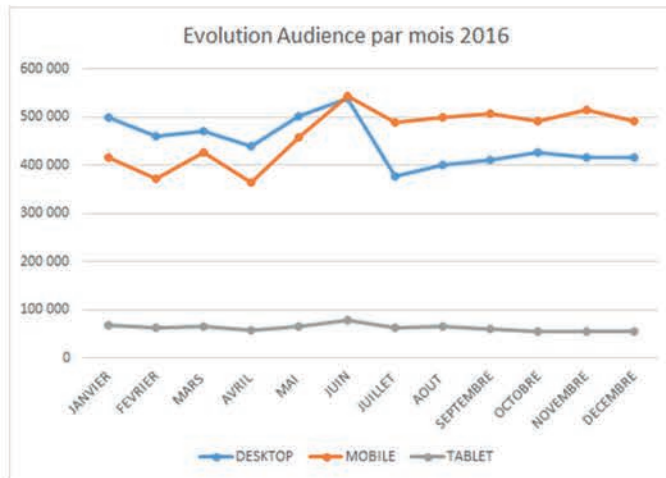
# Données Démographiques

(Chiffres WMC Portail Google Analytics 2016)

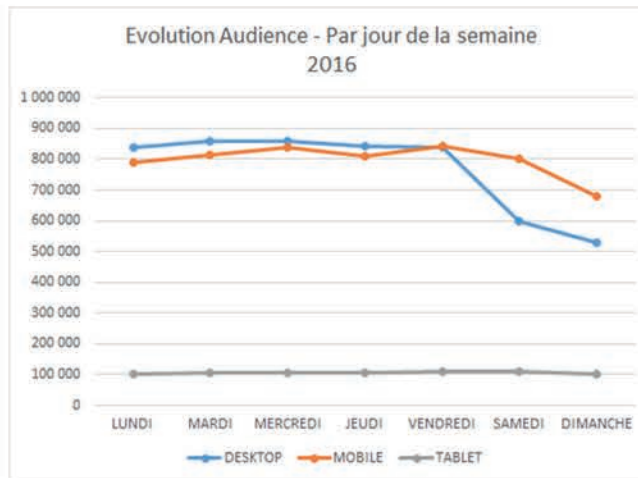


# Analyse de l'audience

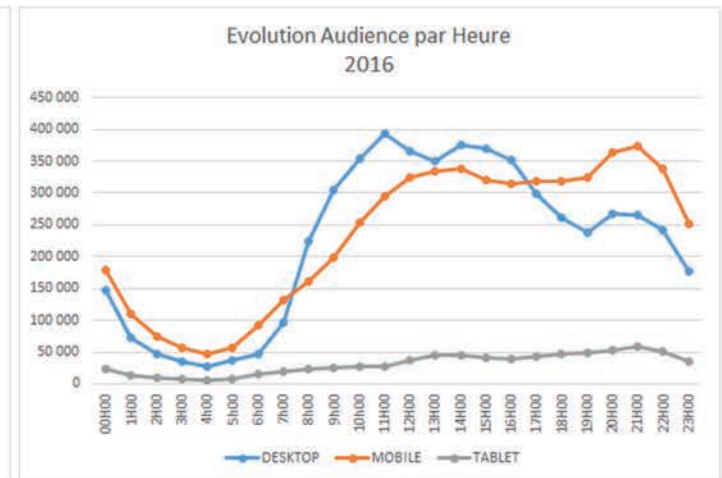
(Chiffres WMC Portail Google Analytics 2016)



Au cours de l'année 2016, l'accès via ordinateur a dominé le trafic sur les sites WMC Portail jusqu'au mois de mai, il est rattrapé par le Mobile au cours du mois de juin (période de Ramadan). A partir du mois de juillet (fin du Ramadan et début des vacances d'été), le Mobile a dominé le trafic mensuel.



En cours de semaine, le trafic est légèrement dominé par les accès Ordinateur (du Lundi au Vendredi) et au cours du Week-End, le Mobile prend le dessus avec un écart assez significatif.



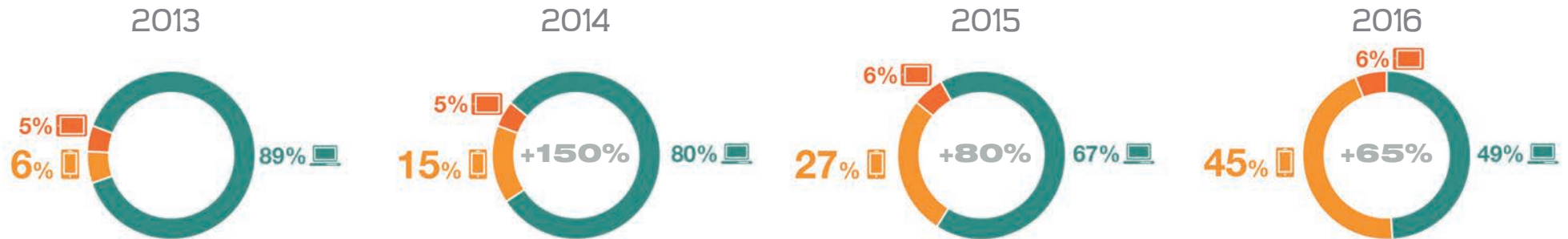
L'analyse du trafic horaire montre une domination des accès Ordinateurs de 8H à 16H, une domination des accès Mobile à partir de 18H.

Le trafic reste assez soutenu jusqu'à 22H, toujours avec une dominante Mobile.

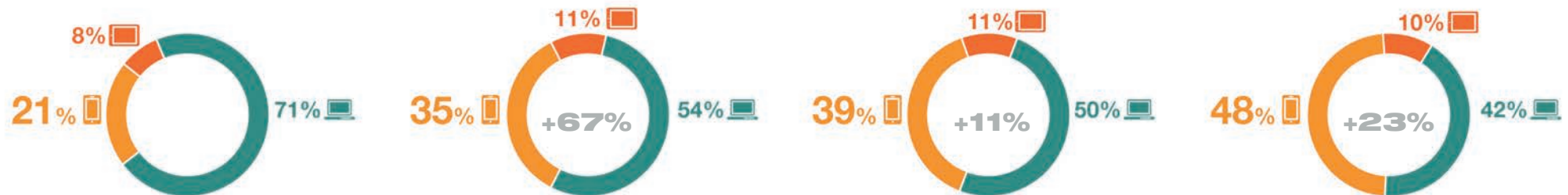
# Évolution des Accès par types d'appareils 2013-2016

(Chiffres WMC Portail Google Analytics 2016)

## Tunisie



## France



- Pour les chiffres de la FRANCE, il s'agit du résultat de l'analyse des ACCES aux sites WMC PORTAIL à partir de la France, soit 17% du total des visites 2016.

- Une étude réalisée par AT internet sur un échantillon de médias grand public français pour la période (juin 2014-juin 2015) a donné les chiffres suivants par types d'appareils:

\* Desktop : 52% (50% sur l'échantillon accès France WMC Portail 2015)

\* Mobile : 38% (39% sur l'échantillon accès France WMC Portail 2015)

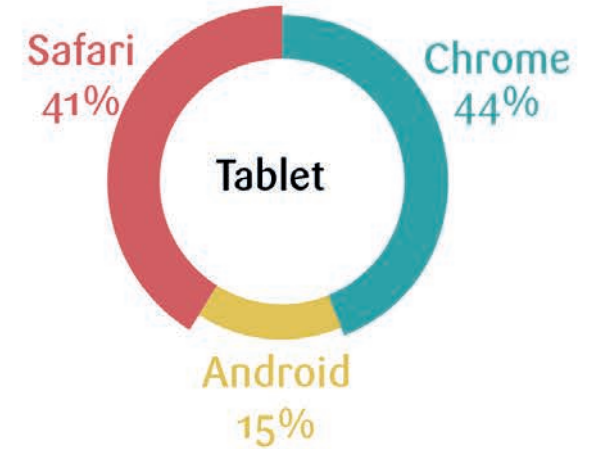
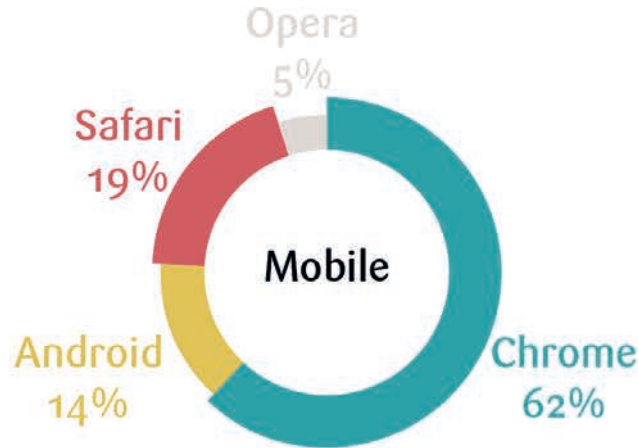
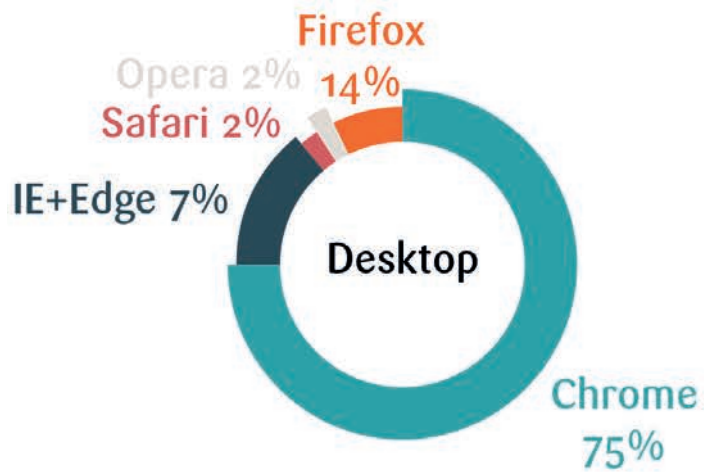
\* Tablet : 10% (11% sur l'échantillon accès France WMC Portail 2015)

- A souligner l'importante accélération des accès mobiles aux sites d'information en TUNISIE à partir de 2015, +80% en 2015 et +65% en 2016, soit une augmentation de plus de 7 fois en 3 ans.

- En 3 ans l'écart entre la Tunisie et la France dans l'utilisation du mobile pour l'accès à l'information a été réduit fin 2016 à seulement 3 points (45% pour la Tunisie et 48% pour la France), cet écart était de 20 points en 2014 et de 12 points en 2015.

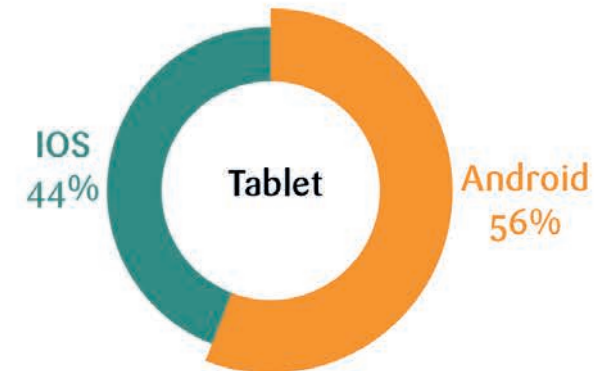
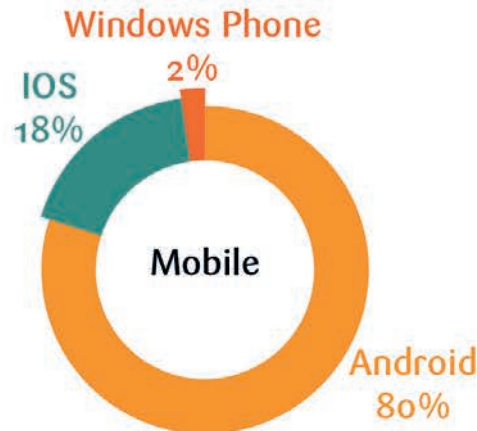
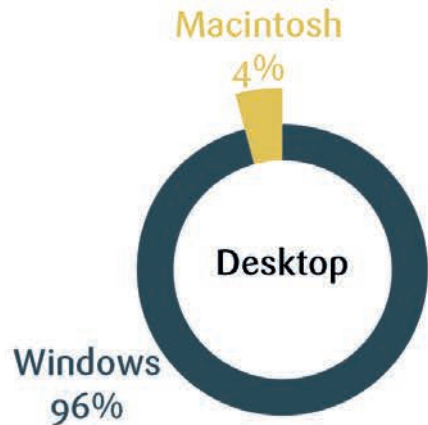
# Navigateurs / Système d'Exploitation

(Chiffres WMC Portail Google Analytics 2016)



## NAVIGATEURS:

- Sur DESKTOP, Google Chrome contrôle 75% des navigations sur Internet, Safari se contente de 14% devant Internet Explorer et Edge 7%
- Sur MOBILE, Google Chrome et Android Browser assurent 76% de la navigation Internet sur Mobile, suivi par Apple Safari 19%
- Sur TABLET, Chrome et Android Browser assurent 59% de la navigation contre 41% pour Apple Safari



## SYSTEMES D'EXPLOITATION

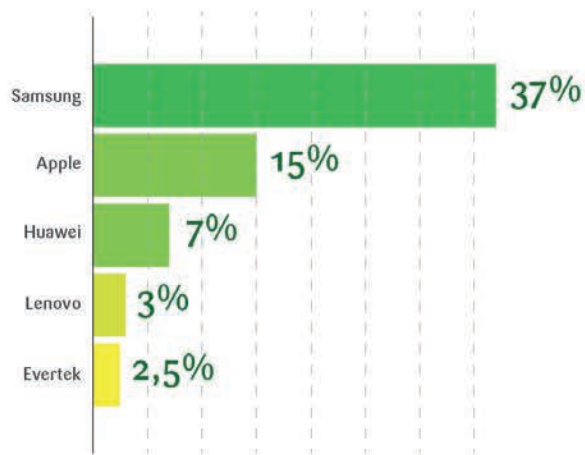
- Sur DESKTOP, Microsoft Windows équipe 96% des ordinateurs contre 4% pour le MAC
- Sur MOBILE, Android équipe 80% des mobiles, contre 18% pour Apple IOS et 2% pour Windows Phone
- Sur TABLET, Android reste majoritaire avec 56% contre 44% pour Apple IOS



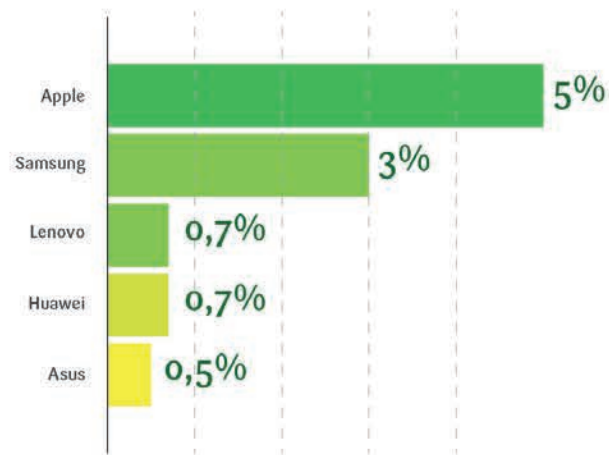
# Marques Mobiles

(Chiffres WMC Portail Google Analytics 2016)

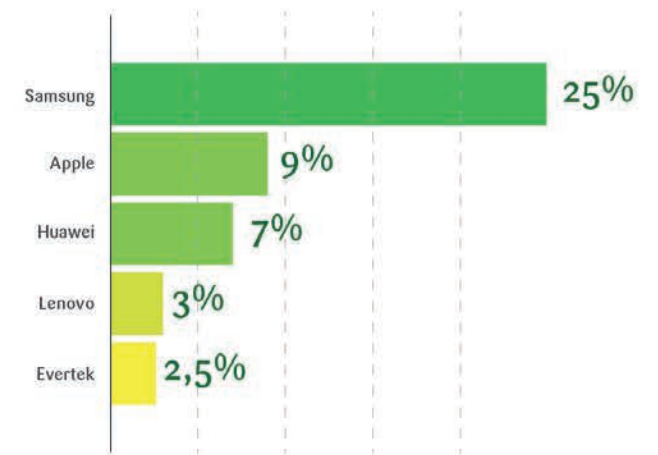
Top 5 Mobile



Top 5 Tablet



Top 5 Accès Tunisie



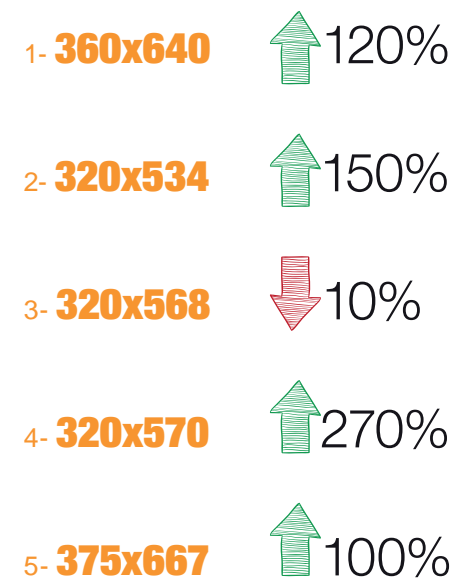
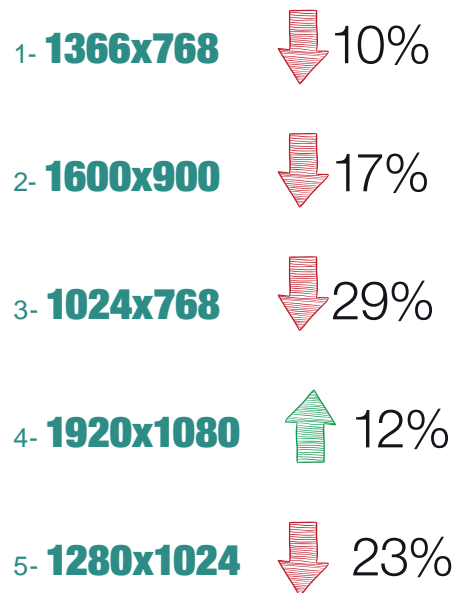
en % du total des visites Mobile (Smartphones, Tablet) et quelle que soit l'origine Pays

Analyse des marques mobiles (Smartphones, Tablet) pour le segment Accès à partir de la Tunisie

Attention : Ce classement n'est valable que pour les données de cet échantillon. Ils ne peuvent nullement être interprétés comme des parts de marché des Marques citées.

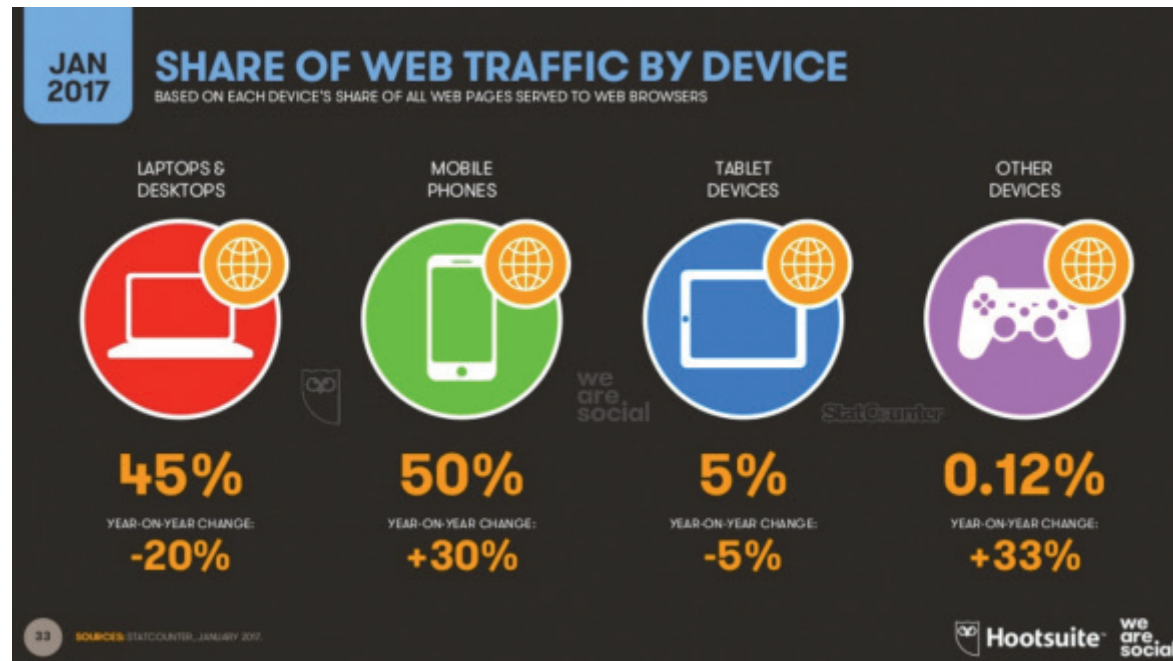
# Résolutions d'Écrans

(Chiffres WMC Portail Google Analytics 2016)

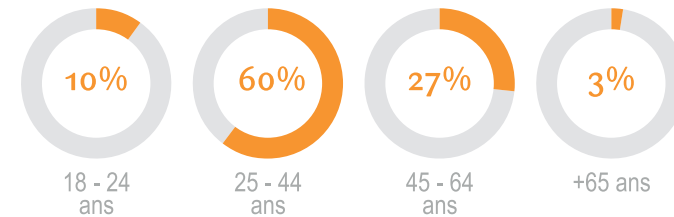
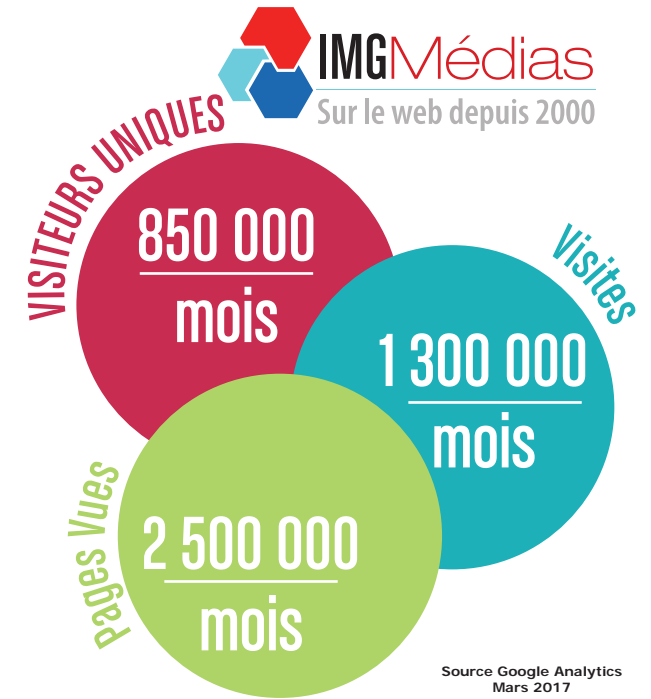


# Dans le Monde

- Plus de **50%** de la population mondiale utilise désormais un smartphone
- Près de **2/3** de la population mondiale possède un téléphone portable
- Plus de **50%** du trafic internet mondial s'effectue désormais à partir de téléphones mobiles
- Plus de **50%** des connexions mobiles dans le monde sont désormais à haut débit
- Plus d'une personne sur cinq dans le monde a réalisé un achat en ligne au cours des 30 derniers jours



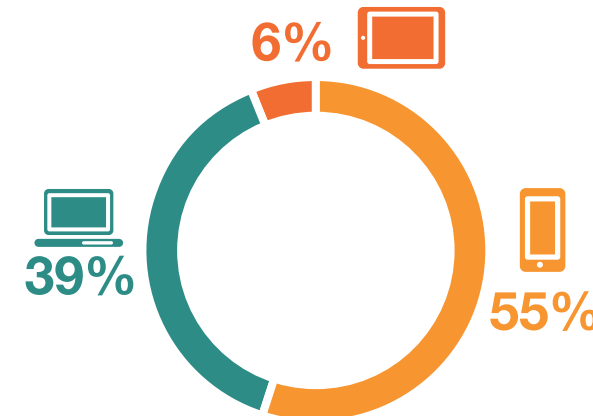
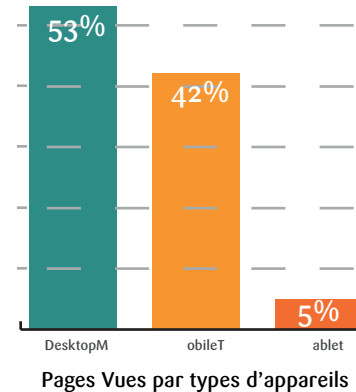
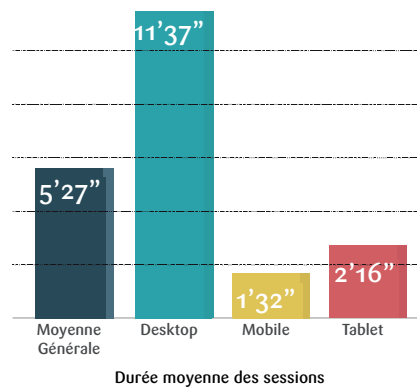
(Source : We are Social)



## L'OFFRE DE CIBLAGE INTÉGRÉE LA PLUS PUISSANTE DU WEB TUNISIEN

CSP+, Cadres, Dirigeants... associé à un ciblage large public (depuis 2000)

-  Plus de 420 000 Fans sur nos différentes pages
-  Plus de 73 000 Abonnés sur nos différents comptes
-  1 119 929 vues / 1 160 Abonnés



# 1



## Plan de diffusion hebdomadaire

Plan de campagne par semaine de diffusion

Formats différents 1er et 2e semaine

# 2



## Multi-Formats

La campagne ne se limitera pas à un seul format.

La campagne sera déclinée en plusieurs formats afin d'optimiser l'impact et la réactivité des internautes.

Avec possibilité de diffuser plusieurs messages dans la même campagne.

# 3



## Ciblage

Selon la campagne et la cible recherchée, la rotation des visuels auront des poids différents selon les contenus des zones de diffusion.

# 4



## Multi-Supports

Les visuels des campagnes seront adaptés aux formats d'affichages des ordinateurs, des tablettes et des smartphones.

# Audience Internet : Visites, visiteurs uniques ou pages vues... Que choisir?

LA QUESTION DE SAVOIR QUEL SERAIT LE CRITÈRE LE PLUS PERTINENT POUR MESURER L'AUDIENCE D'UN SITE WEB REVIENT RÉGULIÈREMENT SUR LE TAPIS, NOTAMMENT AVEC L'ÉVOLUTION DES FRÉQUENTATIONS INTERNET, DES TYPES DE CONTENUS ET DES SUPPORTS, AVEC, AU COURS DE CES DERNIÈRES ANNÉES, UNE AUGMENTATION ACCÉLÉRÉE DES ACCÈS À PARTIR DES MOBILES (SMARTPHONES ET TABLETTES).

## Pages vues

Le nombre de pages vues reste un indicateur à prendre avec beaucoup de précautions. Cet indicateur dépend du type de contenu (un site d'annonces ferait un nombre de pages vues plus important qu'un site d'actualité par exemple), des techniques utilisées par les sites (l'utilisation du rafraîchissement automatique des pages, même s'il est aujourd'hui admis dans des limites – la durée du rafraîchissement doit être suffisante pour une lecture sans coupure-) ont un impact direct sur le volume des pages vues affichées par le site.

## Visites

Pendant longtemps ce critère a été considéré comme le critère de base de l'audience d'un site Internet. Les visites sont calculées sur la base des accès des internautes, sachant que la durée d'une visite est de 30 minutes, au-delà, le système comptabilisera une nouvelle visite toutes les 30 minutes.

Ainsi, si vous laissez la page d'un site web active dans votre navigateur pendant 4 heures, le système d'analyse statistique comptabilisera 8 visites. Cette situation est amplifiée dans le cas des sites web radio ou des sites de streaming. Ainsi, plus vous restez à l'écoute de la radio, plus le nombre de visites comptabilisées augmente.

## Synthèse des chiffres de la marque



Ce critère de «visites» rapproché aux «visiteurs uniques» va permettre, notamment, d'avoir des indications sur le profil des internautes qui fréquentent un site web. Une dizaine de visites par jour et par visiteur unique, par exemple, indique une grande disponibilité des internautes.

Selon la catégorie d'un site web, le ratio «Visites/Visiteurs uniques» présentera des écarts importants selon le contenu des sites et les profils des visiteurs. Un site d'information professionnel aura un ratio beaucoup plus faible qu'un site de Buzz.

## Visiteurs uniques

Aujourd'hui le critère des «visiteurs uniques» s'impose comme l'indicateur le plus fiable pour l'évaluation et la comparaison des audiences des sites web.

D'abord, sur le plan technique, le visiteur unique est identifié par la technique des cookies ou à défaut par d'autres techniques permettant d'obtenir des données sur le nombre d'internautes fréquentant un site web. Ce critère a l'avantage de ne pas subir les effets multiplicateurs des «pages vues» (avec le rafraîchissement automatique) ou celles des «visites» (sous l'influence des types de contenus ou du profil des visiteurs). Par contre, un «visiteur unique» est «1 seul internaute ou lecteur (il s'agit en fait du matériel utilisé pour accéder à internet -1 ordinateur, une tablette ou un smartphone)» quel que soit le nombre des visites ou le nombre de pages vues qu'il a consultées ou provoquées.

Il faut rappeler que pour la presse écrite on demande le nombre de lecteurs (estimé en se basant sur les chiffres des ventes réelles et non des tirages – En Tunisie et depuis janvier 2015 quelques magazines seulement ont eu le courage de se soumettre à la certification d'OJD France), pour la télé on cherche le nombre de téléspectateurs atteints selon les émissions et les tranches horaires, pour la radio le nombre d'auditeurs et leur part d'audience.

L'indicateur des «Visiteurs uniques» est aujourd'hui le critère le plus fréquemment utilisé pour présenter l'audience d'un site web. Des sites d'informations internationaux utilisent ce seul critère dans leurs média-kits.

**w/m/c** PORTAIL

**tekjano**

**Baya**.tn



 **webmanagercenter**

Ness, Tek & Kult

Le magazine des femmes  
et de la famille

 **DIRECTINFO**  
Information de dernière minute 24/24-7/7

 **www.almazdar.tn**

 **Finance**

 **LE CERCLE**  
DE LA FINANCE

 **Galérie**  
des Entreprises



Tél. : 71 96 27 75 - 71 96 26 17 - Fax: 71 96 24 29

Mobile : 26 31 33 15 - 21 18 18 18

Email: [img@planet.tn](mailto:img@planet.tn) - Site Web: [www.img.tn](http://www.img.tn)



Rue Lac Victoria – Résidence Flamingo  
- 1053 – Les Berges du lac – Tunis