

25  
—  
01  
—  
14

# OPEN SIGMA 2014

**Tunis – 25/01/2014**



Open Sigma 2014

Photos by  
**OneTake**



Open Sigma 2014

Photos by  
**OneTake**



Open Sigma 2014

Photos by  
**OneTake**



Open Sigma 2014

Photos by  
**OneTake**



Open Sigma 2014

Photos by  
**OneTake**



Tout ce qui ne se mesure pas  
n'existe pas

[www.e-sigmaconseil.com](http://www.e-sigmaconseil.com)

Open SIGMA

25

01

14

SIGMA

0

0

2

1

6

SIGMA en chiffres



MÉDIAS



GRANDE  
CONSOMMATION



SERVICES



OPINIONS



STRATÉGIES  
D'ENTREPRISES



Investing in new perspectives

# SIGMA 2013 EN CHIFFRES

- **15 ans** depuis la fondation
- **60 salariés permanents, 1200 salariés vacataires**
- **6 MDT** de chiffre d'affaires, **85%** à l'international
- **20 pays** de la région **Afrique Moyen Orient** couverts
- **100 positions** dans le **Call Center SIGMA** pour les enquêtes **CATI**
- **100 missions** par an couvrant **3 activités essentielles** : **Marketing, Médias et Opinions**
- **50 partenaires** des **4 continents** par an
- **800 000 interviews** en quanti, **400 focus group** et **2000 interviews** en profondeur
- **4 techniques** de recueil de l'information : **Enquêtes quantitatives, études qualitatives, desk research** et **études par observation**
- **10<sup>ème</sup> OPEN SIGMA**



Open Sigma 2014

Photos by  
OneTake



Open  
SIGMA  
2014



Open Sigma 2014

Photos by  
OneTake





MÉDIAS



GRANDE  
CONSUMMATION



SERVICES



OPINIONS



STRATÉGIES  
D'ENTREPRISES

[www.e-sigmaconseil.com](http://www.e-sigmaconseil.com)

# Open SIGMA

Tout ce qui ne se mesure pas  
n'existe pas

Conjoncture Socio-Economique  
et Politique



25

01

14

0

0

2

1

6



# 2013, L'INSTABILITE POLITIQUE CONTINUE

- **4 Présidents de la République (2010 - 2013)**
- **6 Gouvernements (2010 - 2013)**
- **5 Présidents de gouvernement (2010-2013)**
- **2 Assassinats politiques (2013)**
- **2 Manifestations populaires géantes (2013)**
- **16 Jours de deuil national (2013)**
- **186 Immolations par le feu (2010-2013)**
- **90<sup>e</sup> sur 167 pays pour l'Indice de démocratie**
- **138<sup>e</sup> sur 167 pays pour l'Indice de liberté de presse**

# 2013, ANNEE DIFFICILE SUR LE PLAN ECONOMIQUE



- **2.6% Croissance économique**
- **15.7% Taux de chômage**
- **6.1% Taux d'inflation**
- **50% Endettement**
- **-7.3% Déficit courant**
- **-10.7% Dépréciation DT/EUR**
- **-11 808 M DT Balance commerciale**



**Algérie**  
Croissance : 3.1%  
Chômage : 9.8%  
Inflation : 3.3%



**Maroc**  
Croissance : 4.5%  
Chômage : 8.7%  
Inflation : 1.9%

Source : BM



# 2013, PERCEPTION DES TUNISIENS VIS-À-VIS DE LA SITUATION ECONOMIQUE

**Quel est le problème le plus important que rencontre le pays aujourd'hui?**

**Tunisie**


**Le Chômage : 26%**

**La cherté de la vie : 18%**

**La précarité de la situation économique : 13%**




**Algérie**



- Chômage : 21%
- Crise de logement : 16%
- Corruption financière : 5%

**Maroc**



- Chômage : 23%
- La pauvreté : 8%
- La situation économique : 6%

Source : SIGMA 2013

# 2013, PERCEPTION DES TUNISIENS VIS-À-VIS DE LA SITUATION ECONOMIQUE

**Comment voyez-vous la situation économique actuelle du pays?**

## Tunisie


**Bonne : 17%**  
**Mauvaise : 81%**



**NSP : 2%**

## Algérie


**Bonne : 60%**  
**Mauvaise : 35%**



**NSP : 5%**

## Maroc

**Bonne : 46%**  
**Mauvaise : 52%**




**NSP : 2%**

Source : SIGMA 2013


# 2013, PERCEPTION DES TUNISIENS VIS-À-VIS DE LA SITUATION FINANCIERE AU SEIN DU FOYER

**Comment voyez-vous la situation financière actuelle de votre famille, comparée à celle de l'année dernière ?**


<b>Tunisie</b>		
<b>Meilleure</b>	<b>15%</b>	
<b>Équivalente</b>	<b>29%</b>	
<b>Plus mauvaise</b>	<b>55%</b>	

**NSP : 1%**

**Comment voyez-vous la situation financière actuelle de votre famille?**

**Algérie**   
**Bonne : 65%**  
**Mauvaise : 32%**

**NSP : 3%**

**Maroc**   
**Bonne : 65%**  
**Mauvaise : 33%**

**NSP : 2%**

Source : SIGMA 2013


# 2013, ETAT EMOTIONNEL ET SOCIAL

## Les choses vont-elles dans la mauvaise ou la bonne direction au pays?

**Tunisie** 


**Bonne Direction : 16%**  
**Mauvaise Direction : 79%**

**NSP : 5%**

**Algérie** 

**Bonne : 58%**  
**Mauvaise : 28%**

**NSP : 14%**

**Maroc** 

**Bonne : 49%**  
**Mauvaise : 42%**

**NSP : 9%**

Source : SIGMA 2013

# 2013, ETAT EMOTIONNEL ET SOCIAL

Comment voyez-vous l'avenir des futures générations dans notre société, comparé à l'état actuel?

Tunisie	
Meilleur	62%
Équivalent	2%
Plus mauvais	29%

NSP : 7%

## Algérie



Meilleur : 41%

Équivalent : 34%

Mauvais : 20%

NSP : 5%

## Maroc



Meilleur : 48%

Équivalent : 17%

Mauvais : 28%

NSP : 7%

Source : SIGMA 2013



Σ Open Sigma 2014 Photos by Onetake



Σ SIGMA

Open Sigma 2014 Photos by Onetake



Σ Open Sigma 2014 Photos by Onetake



Σ Open Sigma 2014 Photos by Onetake



Tout ce qui ne se mesure pas  
n'existe pas

[www.e-sigmaconseil.com](http://www.e-sigmaconseil.com)

# Open SIGMA



25  
—  
01  
—  
14  
—  
0  
—  
0  
—  
2  
—  
1  
—  
6

## Audiences TV 2013 en Tunisie



MÉDIAS



GRANDE  
CONSOMMATION



SERVICES



OPINIONS



STRATÉGIES  
D'ENTREPRISES



SIGMA  
GROUP  
15 YEARS  
Investing in new perspectives

# PRINCIPES ET MÉTHODES

- **Taux d'audience (ou pénétration) pour la télévision ou taux d'écoute pour la radio d'une chaîne ou une station (émission, quart d'heure, ...) par jour : est la part du nombre des individus ayant regardé/écouté cette chaîne au moins une fois durant ce jour sur le total des individus concernés**
- **Parts d'audience ou d'écoute d'une chaîne (émission, support...), on parle aussi de parts de marchés : Elles correspondent aux rapports des volumes d'écoutes pendant une durée déterminée.**

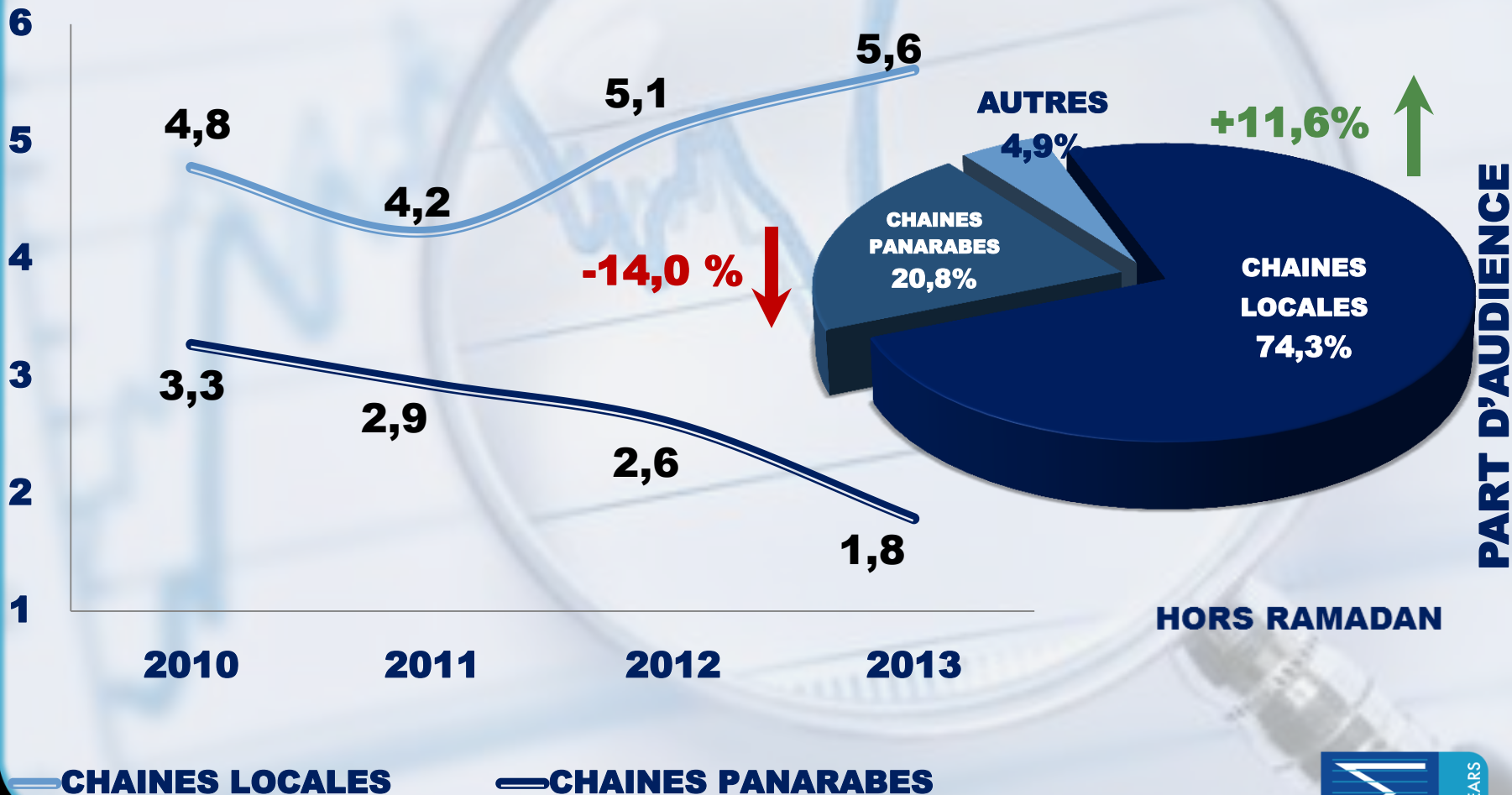


# PAYSAGE TV TUNISIEN 2013



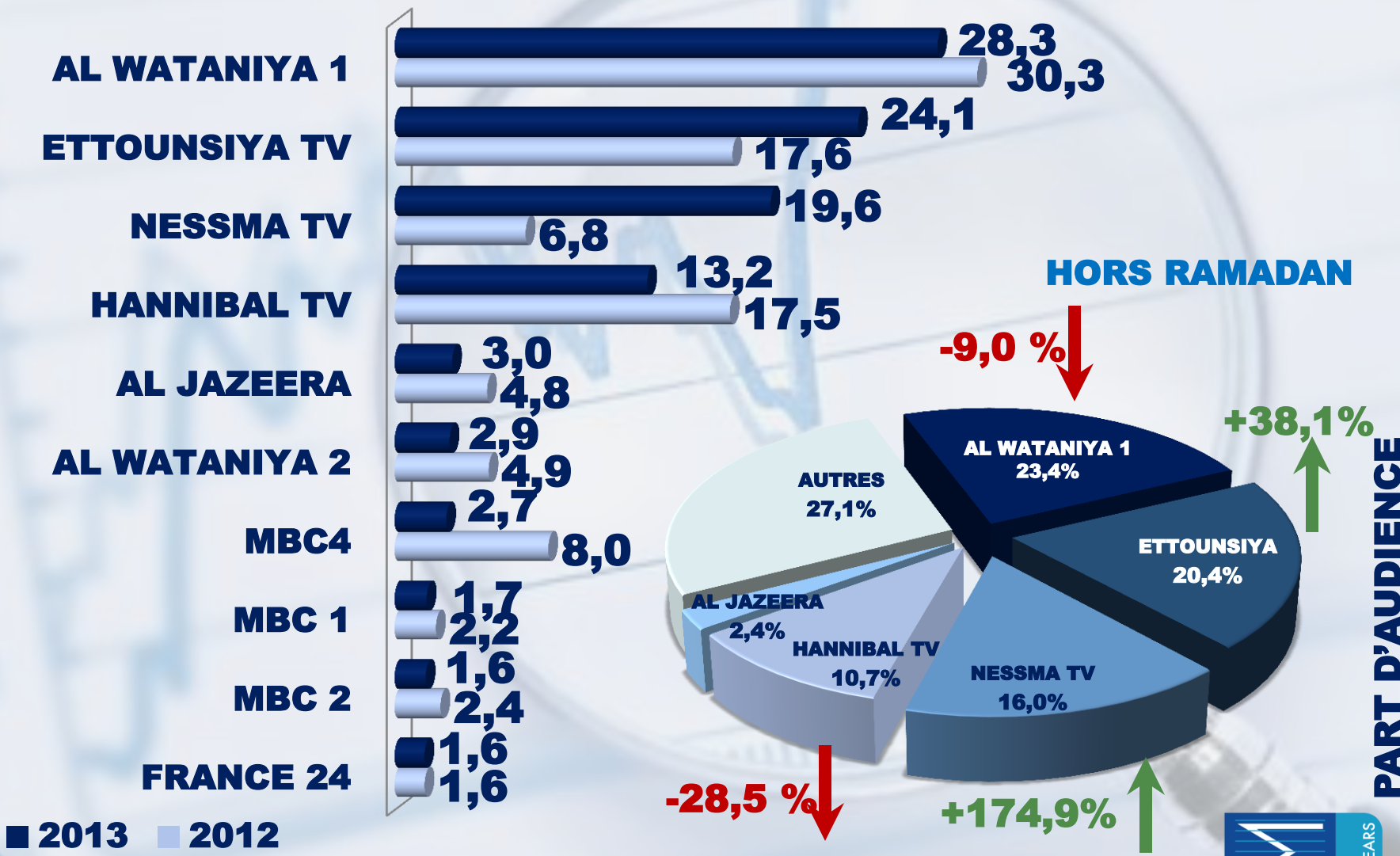
# EVOLUTION AUDIENCES TV QUOTIDIENNES TUNISIE 2010-2013 (MILLIONS)

LES CHAINES LOCALES EN HAUSSE ET LES CHAINES PANARABES EN BAISSSE  
EN MILLIONS DE TELESPECTATEURS



# TOP 10 AUDIENCES QUOTIDIENNES DES PRINCIPALES CHAINES TV EN TUNISIE 2013

Echantillon : 212 737

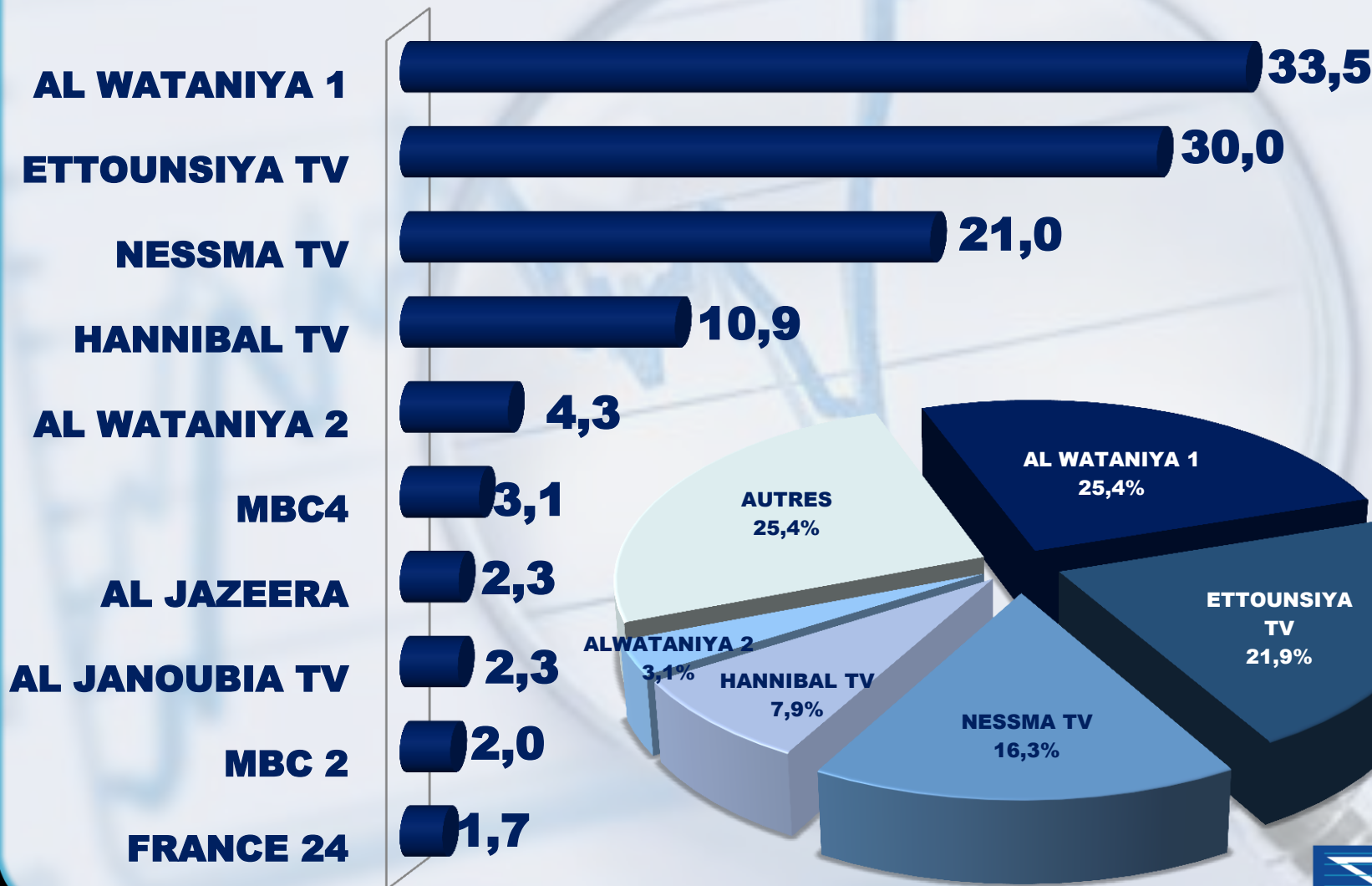


HORS RAMADAN

PART D'AUDIENCE

# TOP 10 AUDIENCES QUOTIDIENNES DES PRINCIPALES CHAINES TV EN TUNISIE DECEMBRE 2013

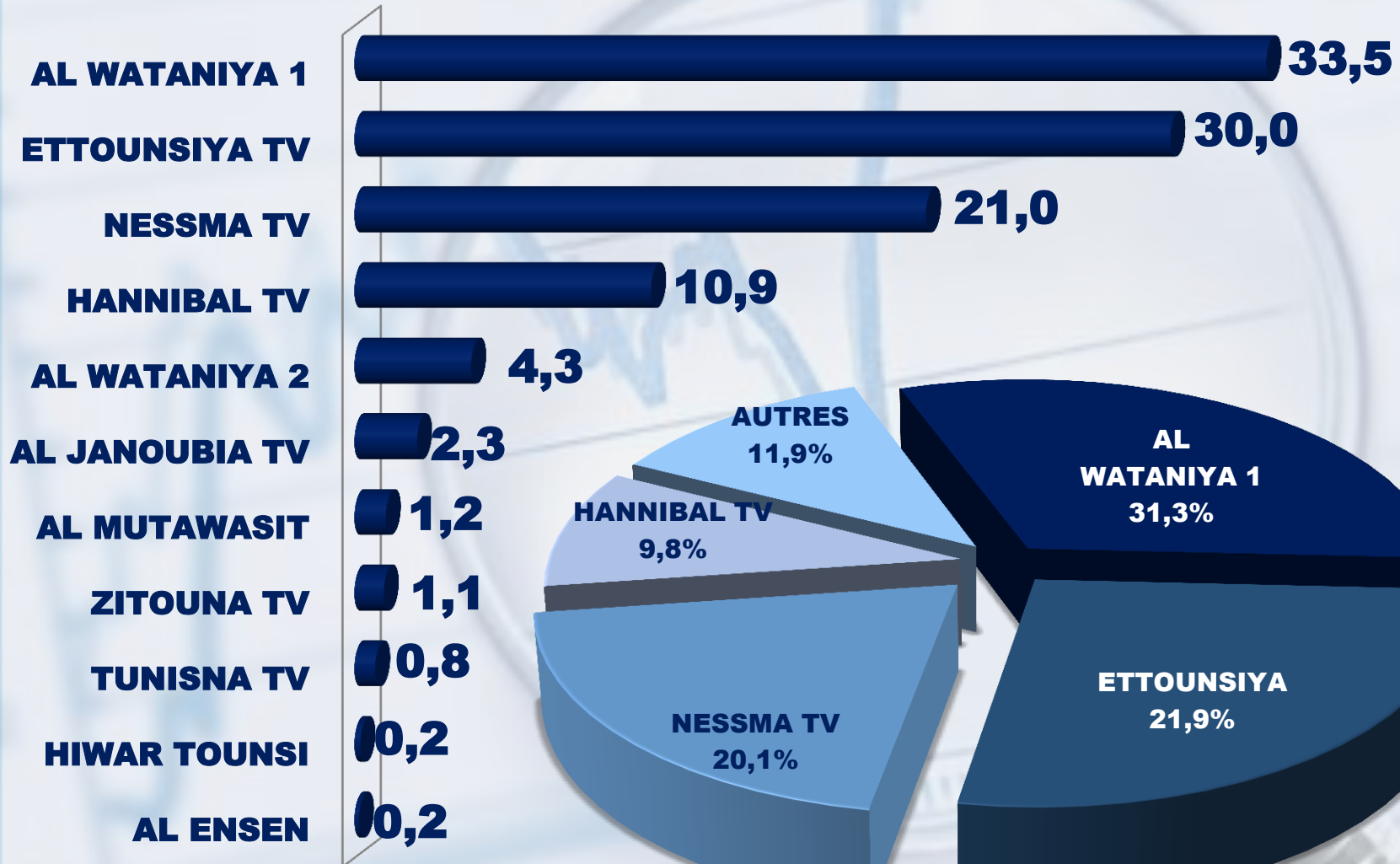
Echantillon : 17 578



PART D'AUDIENCE

# AUDIENCES QUOTIDIENNES DES CHAINES LOCALES DECEMBRE 2013 TUNISIE

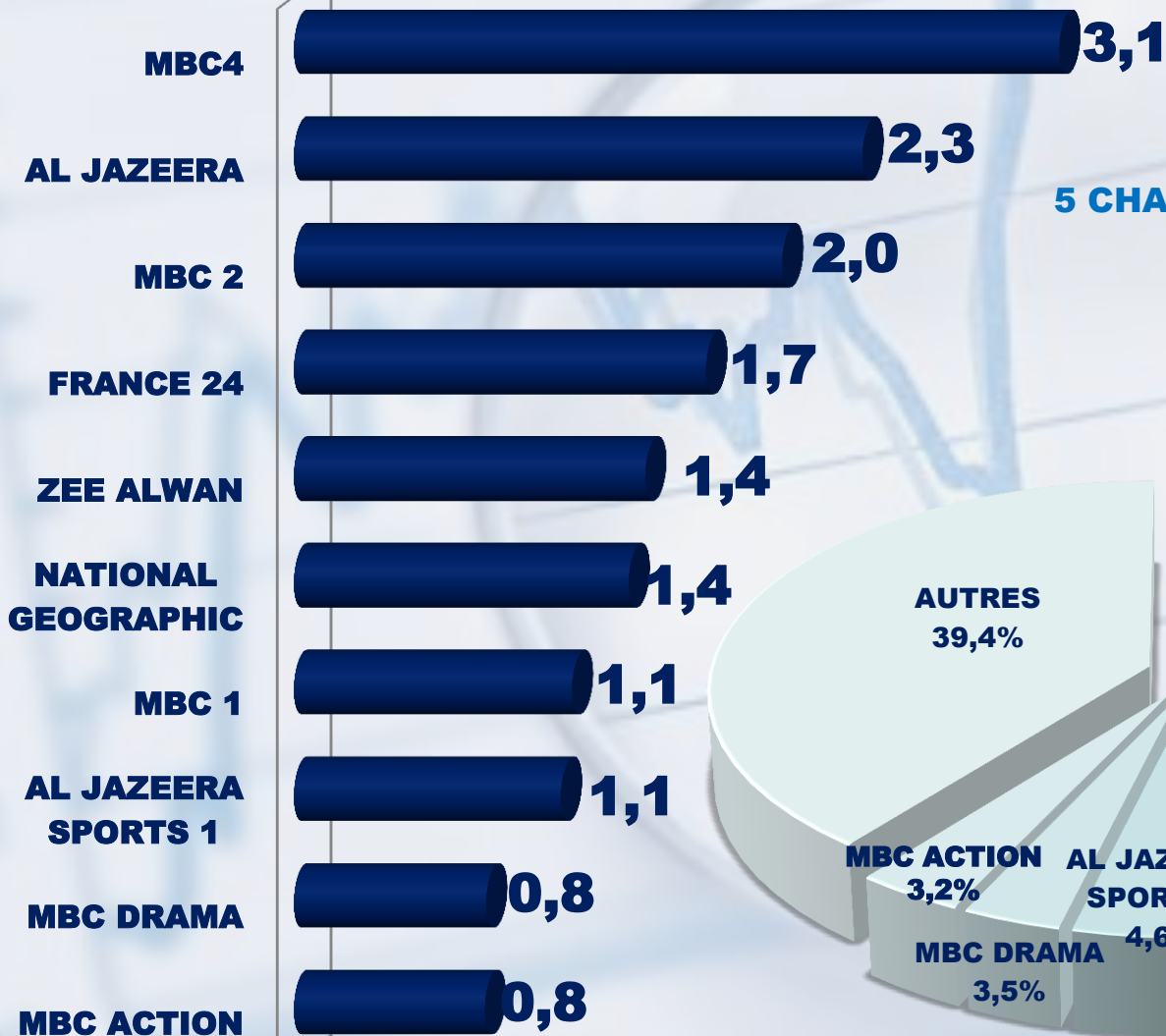
Echantillon : 17 578



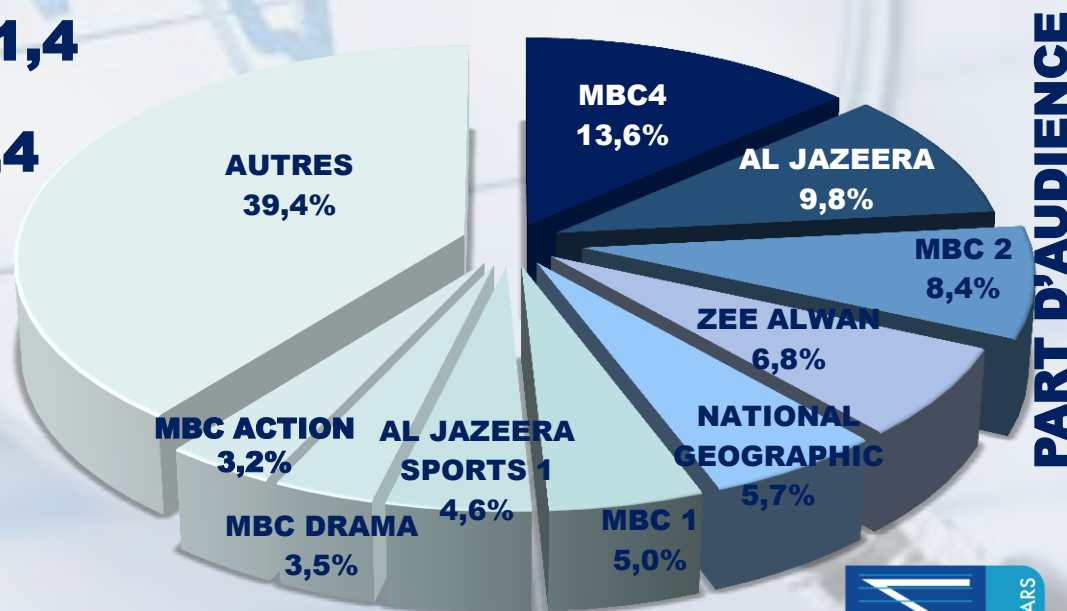
PART D'AUDIENCE

# TOP 10 AUDIENCES QUOTIDIENNES DES PRINCIPALES CHAINES TV NON LOCALES DECEMBRE 2013 TUNISIE

Echantillon : 17 578

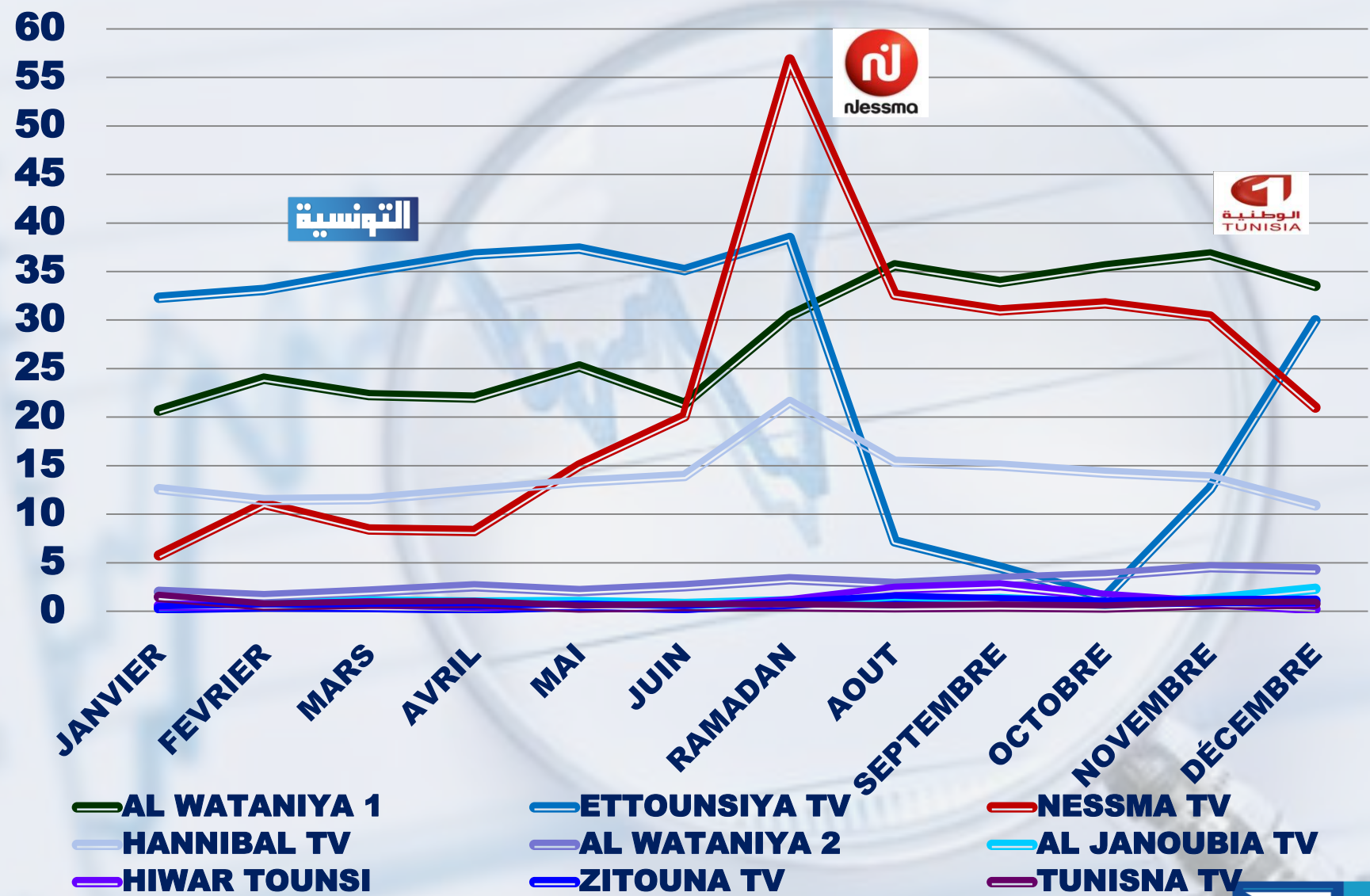


5 CHAINES DU GROUPE MBC DANS LE TOP 10














PART D'AUDIENCE

# EVOLUTION DE L'AUDIENCE QUOTIDIENNE DES CHAINES LOCALES PAR MOIS EN TUNISIE 2013



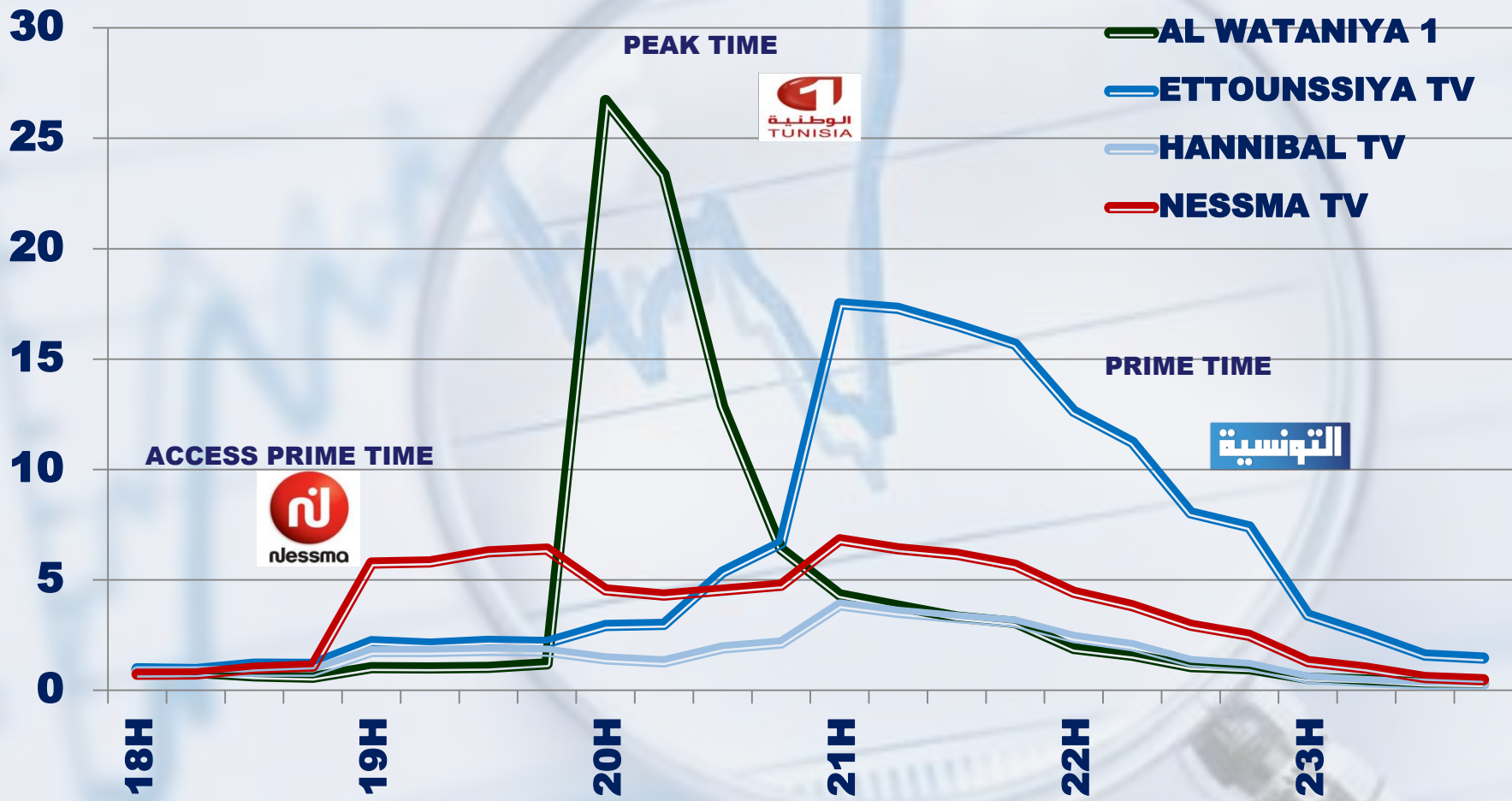
# PALMARÈS DES PRINCIPALES EMISSIONS SUR LES CHAINES LOCALES EN TUNISIE 2013-HORS RAMADAN

MOIS	CHAINE	EMISSION	TAUX	NB TELESPECTATEURS (MILLIERS)	
JANVIER	ETTOUNSIYA TV	ANDI MA NKOLEK	31,0	2 551	
FEVRIER	ETTOUNSIYA TV	ANDI MA NKOLEK	32,4	2 671	
MARS	ETTOUNSIYA TV	ATTASIAA MASAA	31,2	2 574	
AVRIL	ETTOUNSIYA TV	ANDI MA NKOLEK	36,8	3 030	
MAI	ETTOUNSIYA TV	ANDI MA NKOLEK	34,7	2 859	
JUIN	ETTOUNSIYA TV	ANDI MA NKOLEK	31,1	2 563	
AOÛT	AL WATANIYA 1	JOURNAL 20H00	23,3	1 917	
SEPTEMBRE	AL WATANIYA 1	JOURNAL 20H00	25,5	2 103	
OCTOBRE	NESSMA TV	HIWAR KHASS BEJI CAÏD ESSEBSI	28,8	2 373	
NOVEMBRE	AL WATANIYA 1	JOURNAL 20H00	28,9	2 385	
DÉCEMBRE	AL WATANIYA 1	JOURNAL 20H00	27,2	2 415	

L'EMISSION TV LA PLUS REGARDÉE EST « ANDI MA NKOLEK » ANIMÉE PAR ALA CHEBBI



# EVOLUTION DE L'AUDIENCE DES PRINCIPALES CHAINES LOCALES SUR UNE JOURNEE DECEMBRE 2013



L'AUDIENCE TV DU MORNING TIME ET DAY TIME EST TRES FAIBLE EN TUNISIE

# TOP 10 AUDIENCES QUOTIDIENNES DES PRINCIPALES CHAINES TV EN ALGERIE 2013

Echantillon : 202 682



# TOP 10 AUDIENCES QUOTIDIENNES DES PRINCIPALES CHAINES TV EN LIBYE 2013

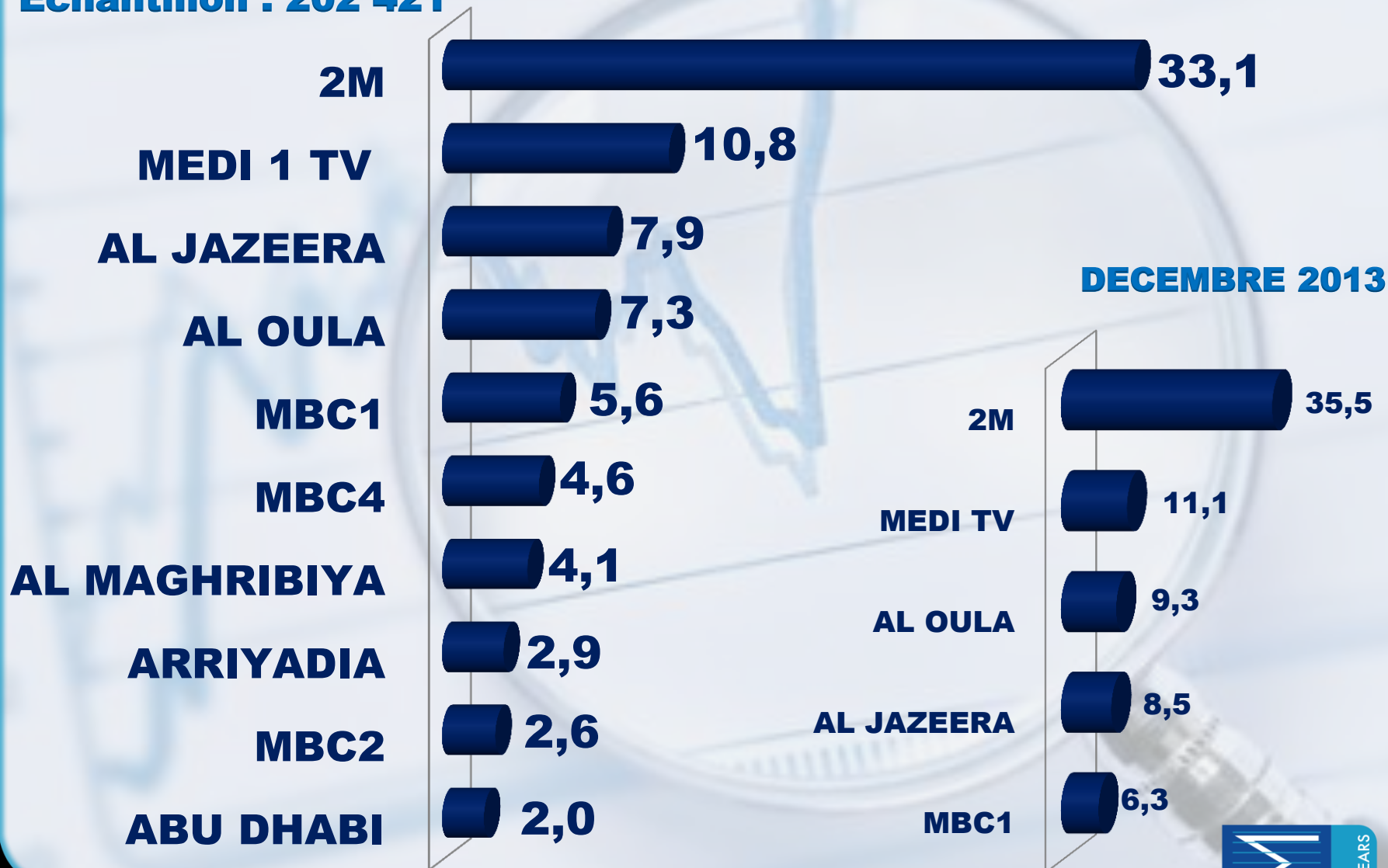
Echantillon : 101 390



DECEMBRE 2013

# TOP 10 AUDIENCES QUOTIDIENNES DES PRINCIPALES CHAINES TV AU MAROC 2013

Echantillon : 202 421



# TOP 10 AUDIENCES QUOTIDIENNES DES PRINCIPALES CHAINES TV DANS LE MAGHREB

Echantillon : 719 230





Open Sigma 2014

Photos by Onetake



Open Sigma 2014

Photos by Onetake



Open Sigma 2014

Photos by Onetake



Open Sigma 2014

Photos by Onetake

Tout ce qui ne se mesure pas  
n'existe pas

[www.e-sigmaconseil.com](http://www.e-sigmaconseil.com)

# Open SIGMA



25  
01  
14  
0  
0  
2  
1  
6

Ecoutes RADIO 2013  
en Tunisie



MÉDIAS



GRANDE  
CONSOMMATION



SERVICES



OPINIONS

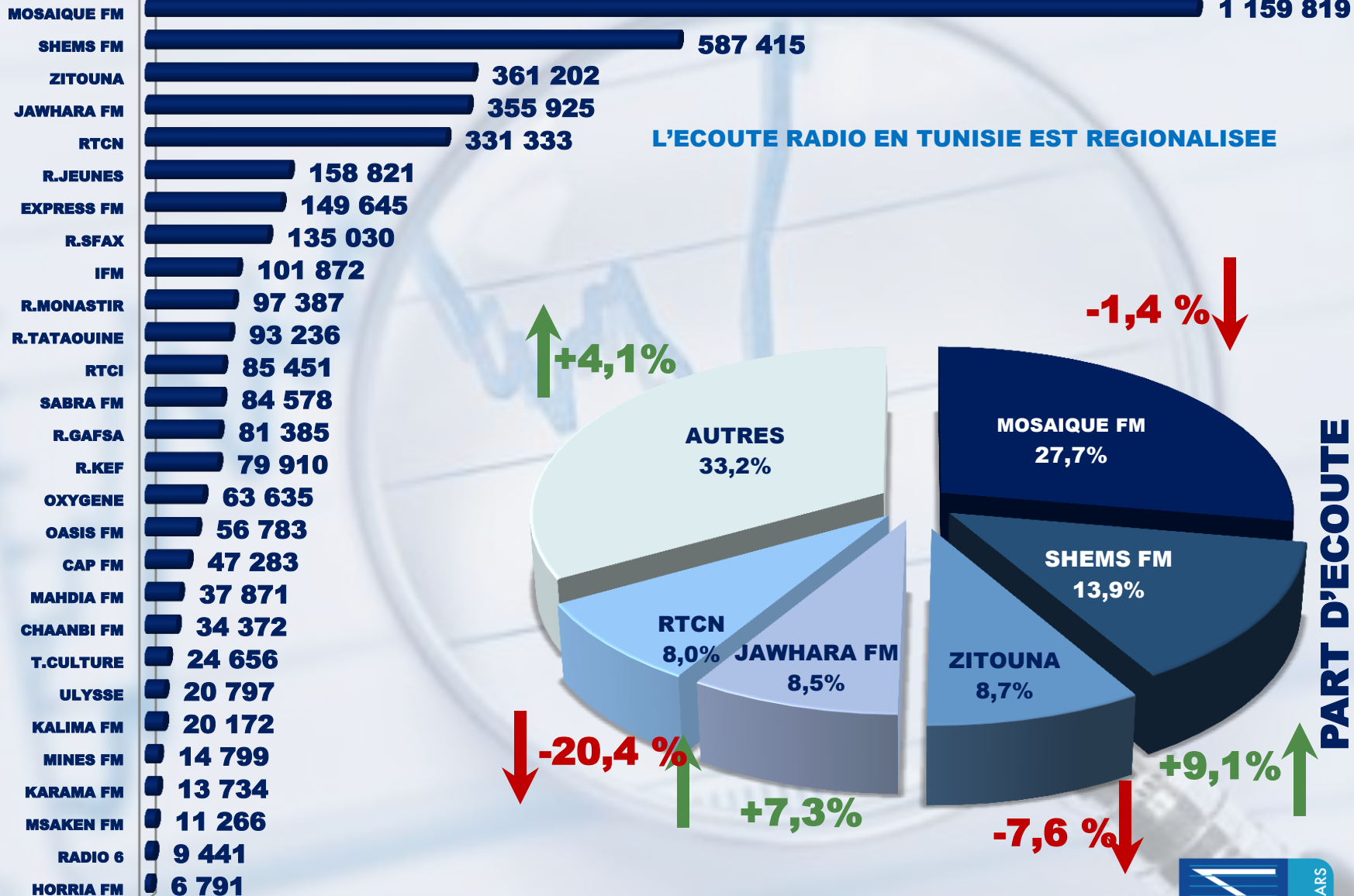


STRATÉGIES  
D'ENTREPRISES



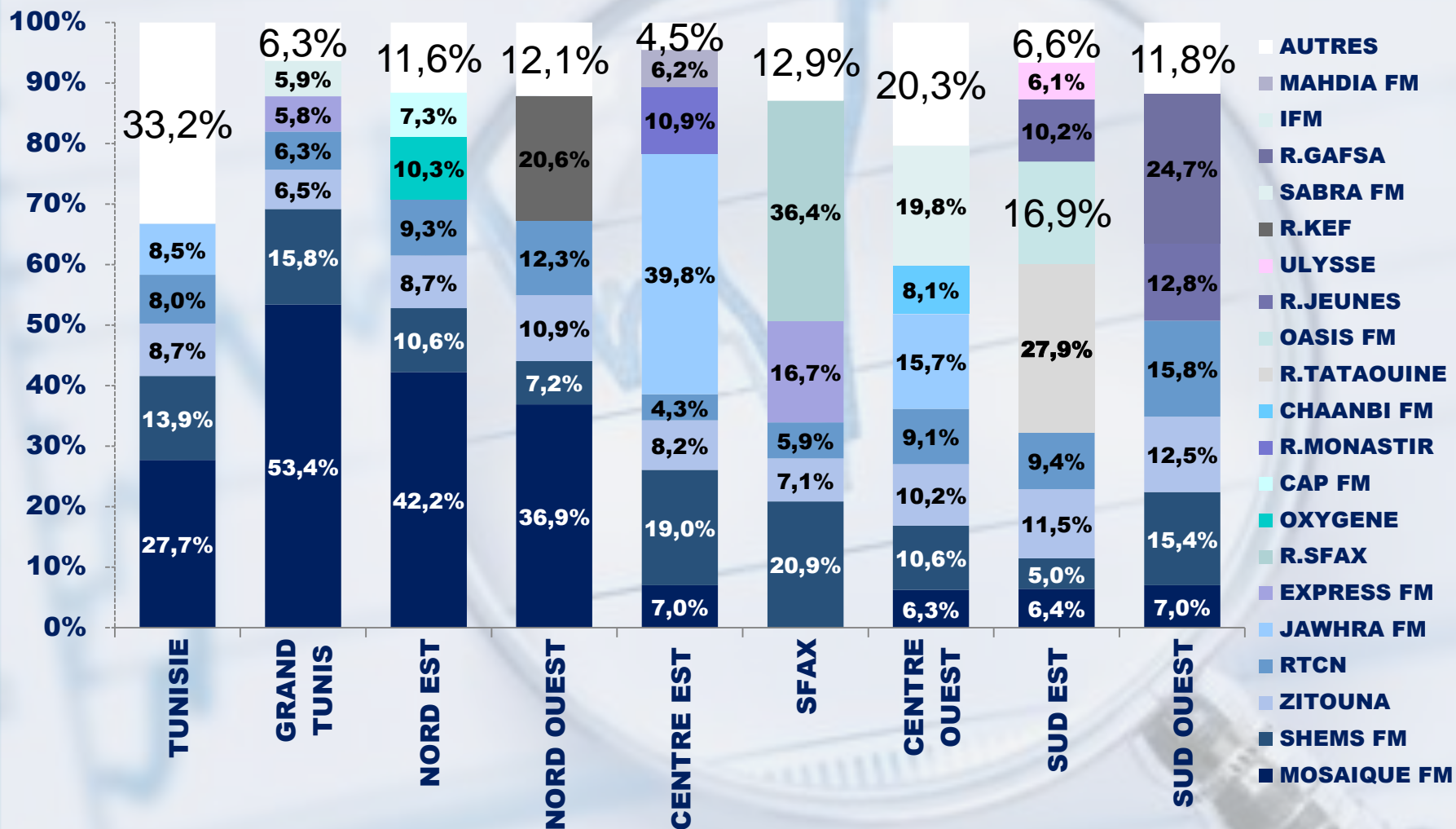
Investing in new perspectives

# ECOUTE QUOTIDIENNE DES PRINCIPALES CHAINES RADIO EN TUNISIE ANNEE 2013

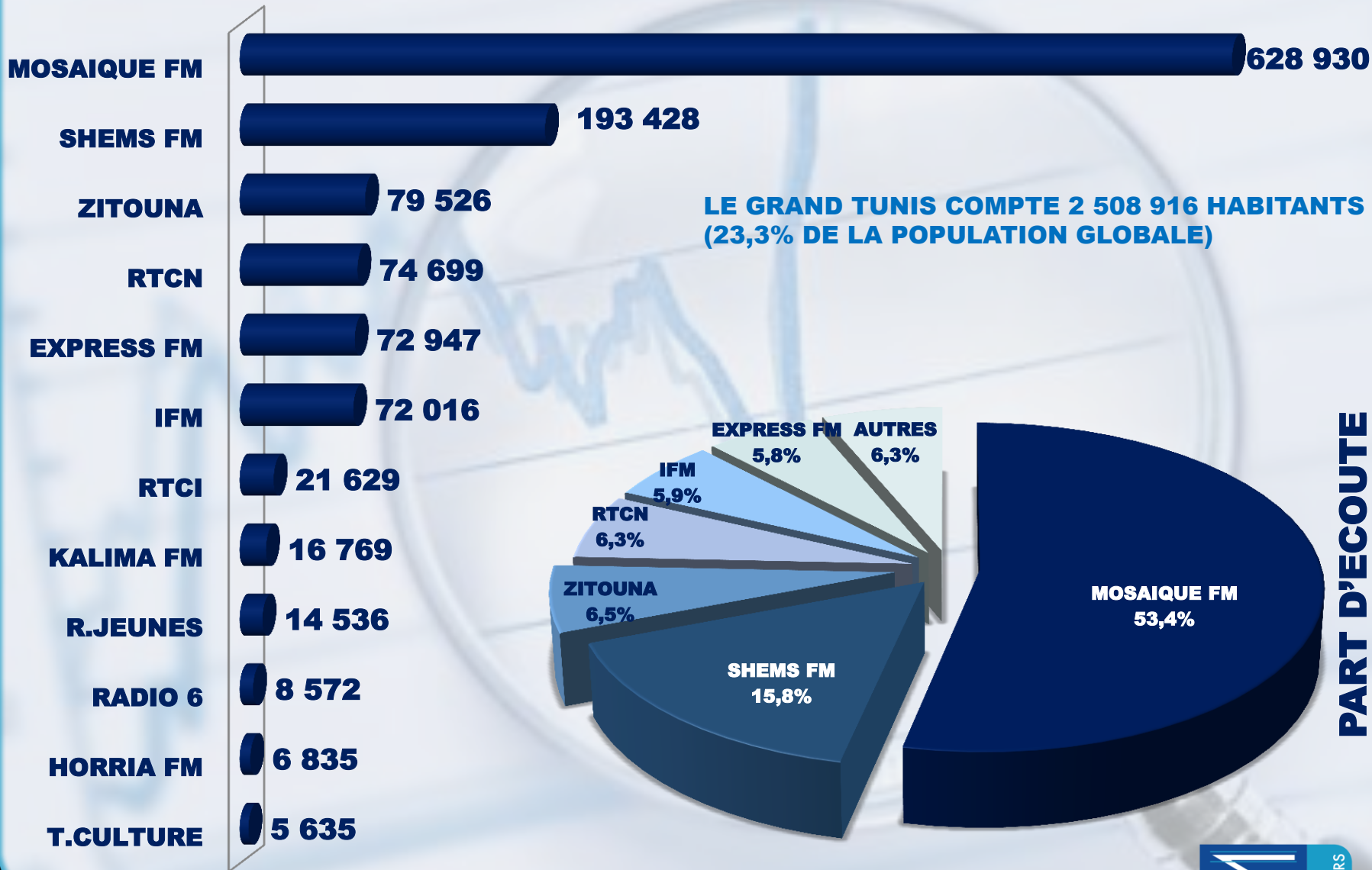




# PART D'ECOUTE DES PRINCIPALES CHAINES RADIO DANS LES REGIONS ANNEE 2013

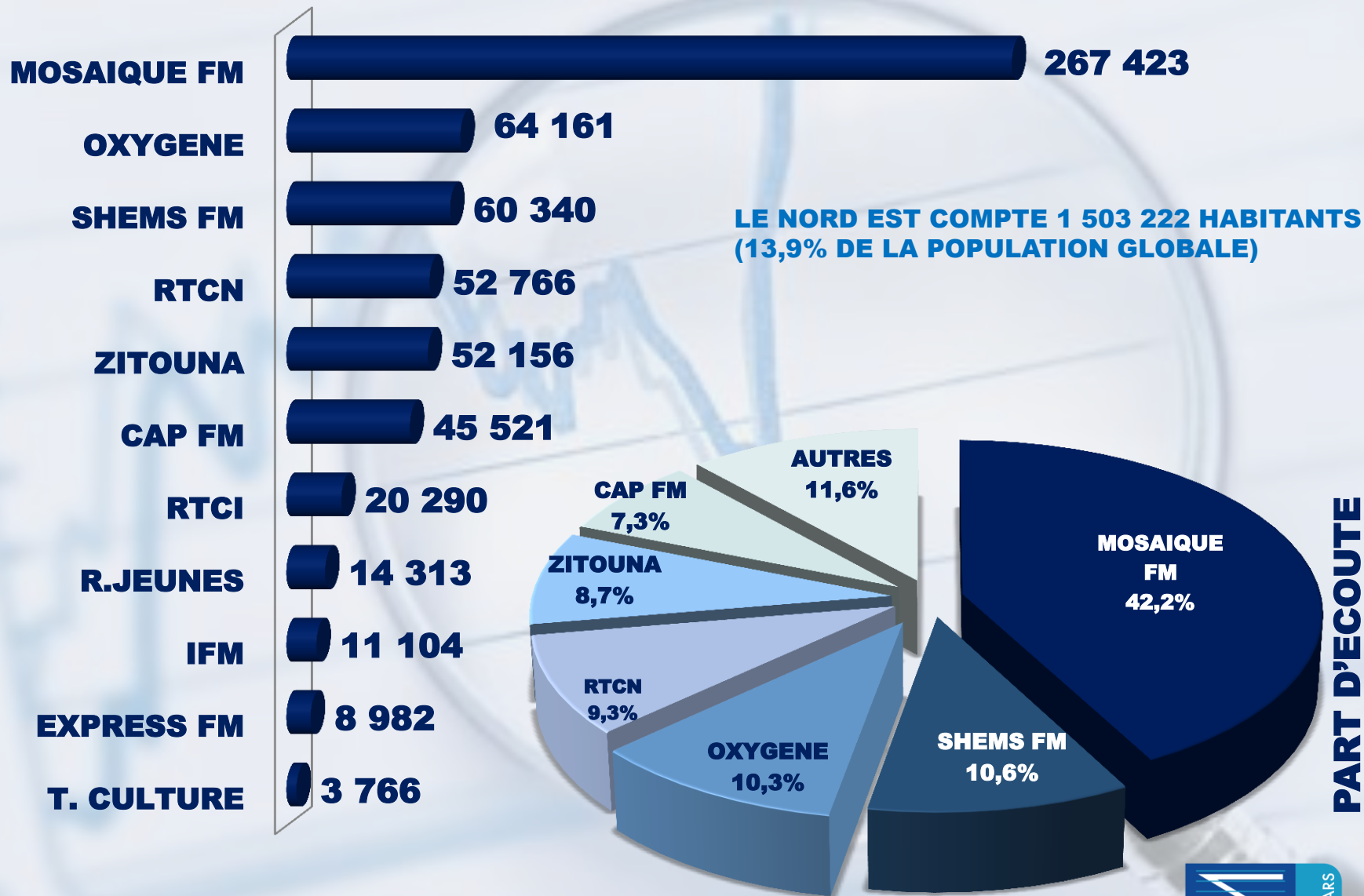


# ECOUTE QUOTIDIENNE DES PRINCIPALES CHAINES RADIO (GRAND TUNIS) ANNEE 2013



**PART D'ECOUTE**

# ECOUTE QUOTIDIENNE DES PRINCIPALES CHAINES RADIO (NORD EST) ANNEE 2013



**PART D'ECOUTE**

# ECOUTE QUOTIDIENNE DES PRINCIPALES CHAINES RADIO (NORD OUEST) ANNEE 2013

**MOSAIQUE FM**



**R.KEF**



**RTCN**



**ZITOUNA**



**SHEMS FM**



**R.JEUNES**



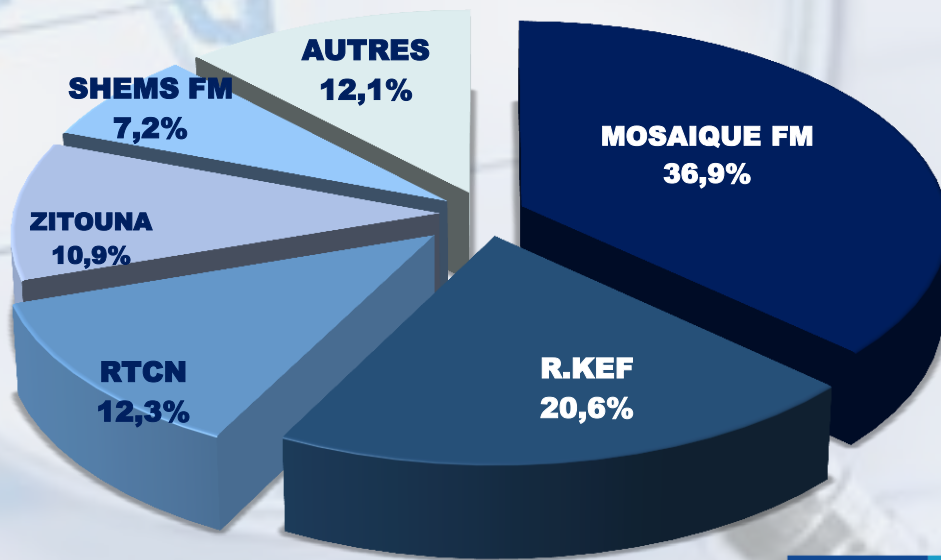
**RTCI**



**T.CULTURE**

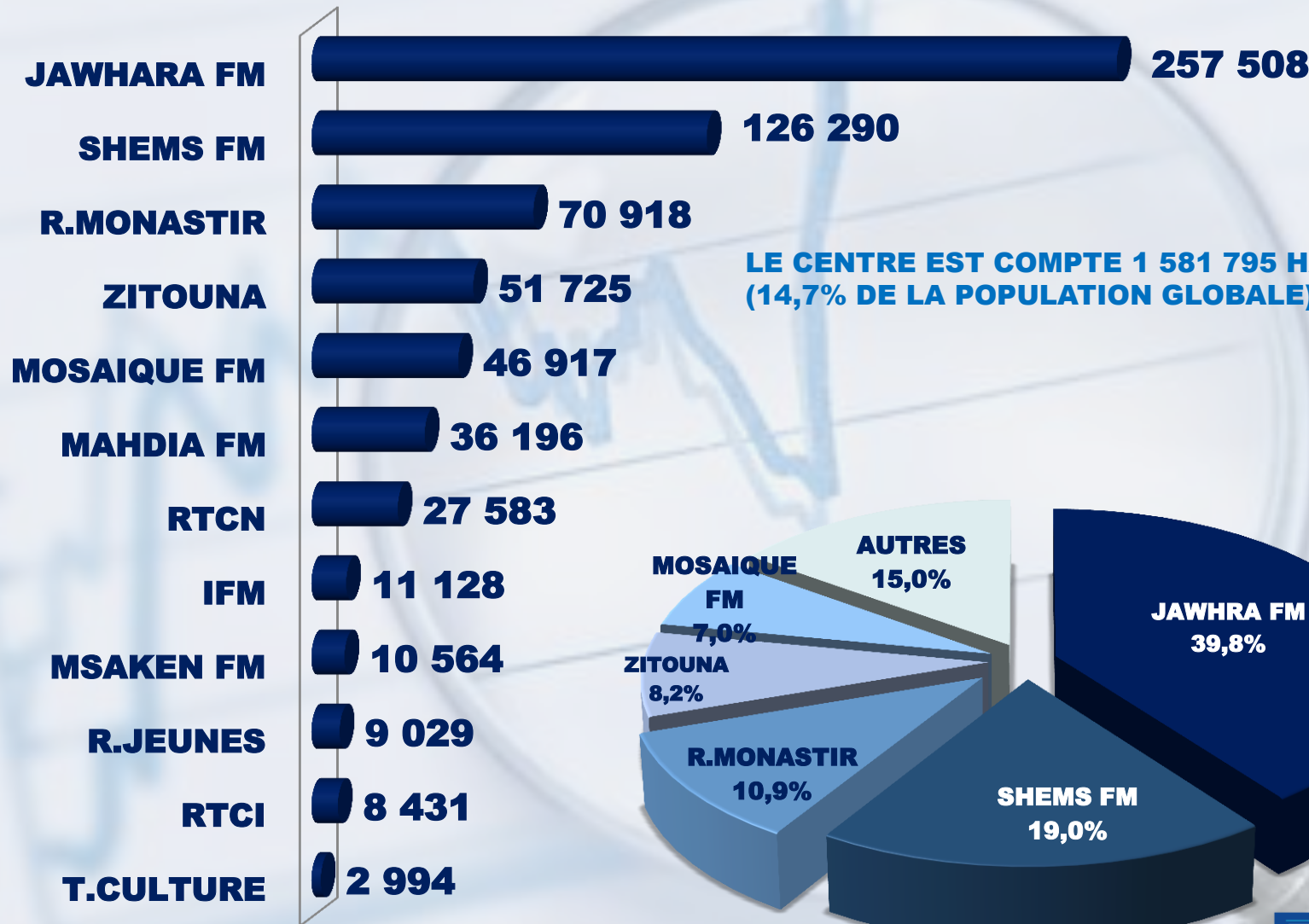


LE NORD OUEST COMPTE 1 218 967 HABITANTS  
(11,3% DE LA POPULATION GLOBALE)

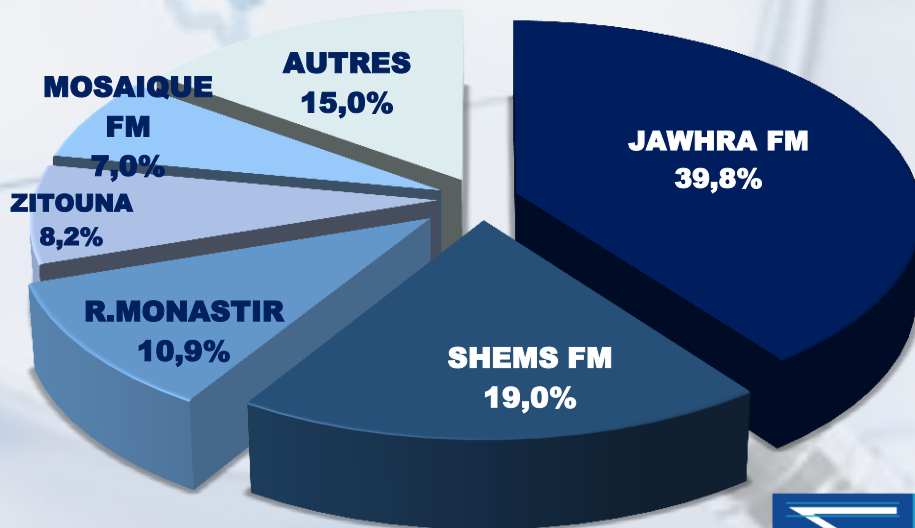


**PART D'ECOUTE**

# ECOUTE QUOTIDIENNE DES PRINCIPALES CHAINES RADIO (CENTRE EST) ANNEE 2013

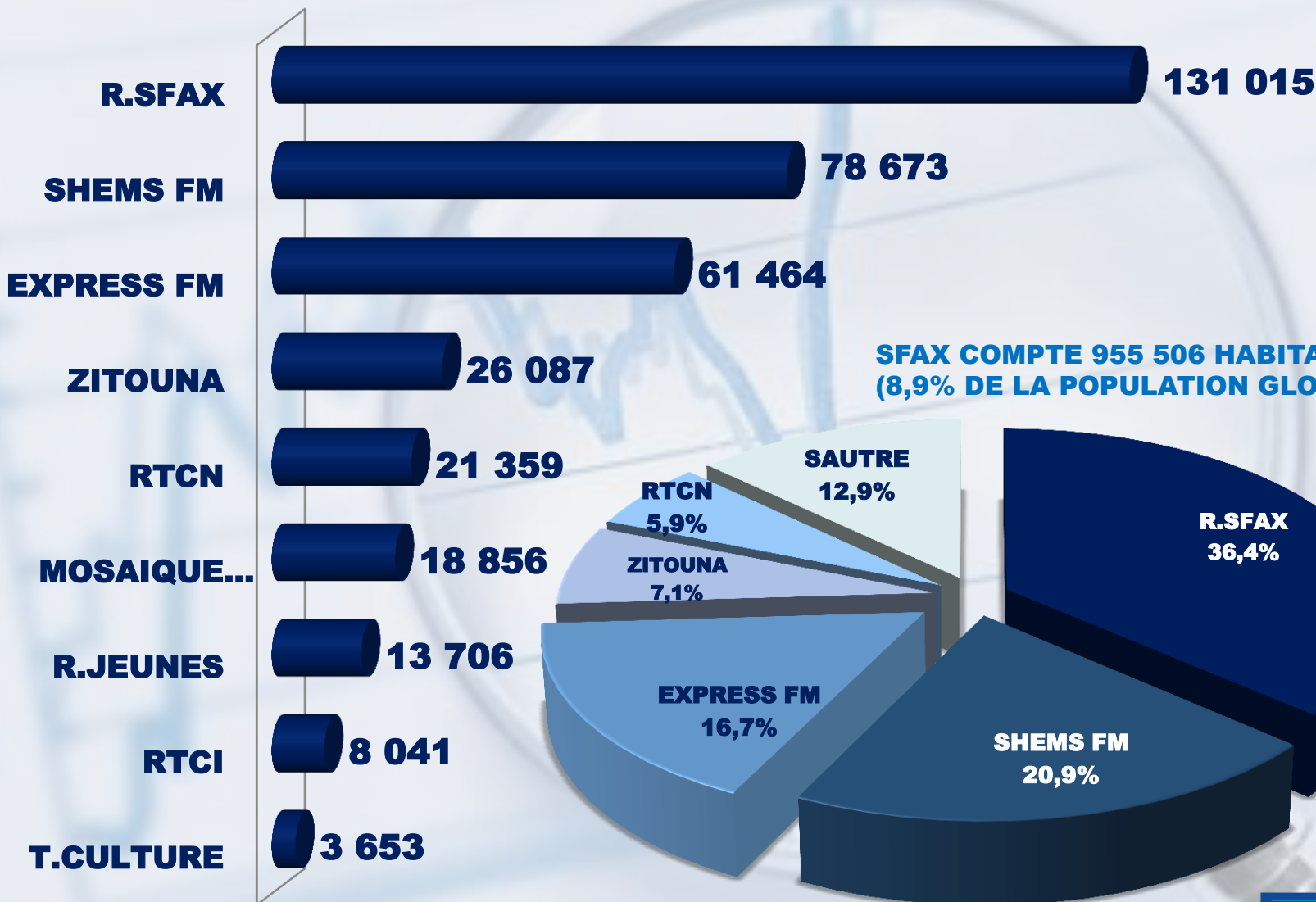


LE CENTRE EST COMPTE 1 581 795 HABITANTS (14,7% DE LA POPULATION GLOBALE)



PART D'ECOUTE

# ECOUTE QUOTIDIENNE DES PRINCIPALES CHAINES RADIO (SFAX) ANNEE 2013

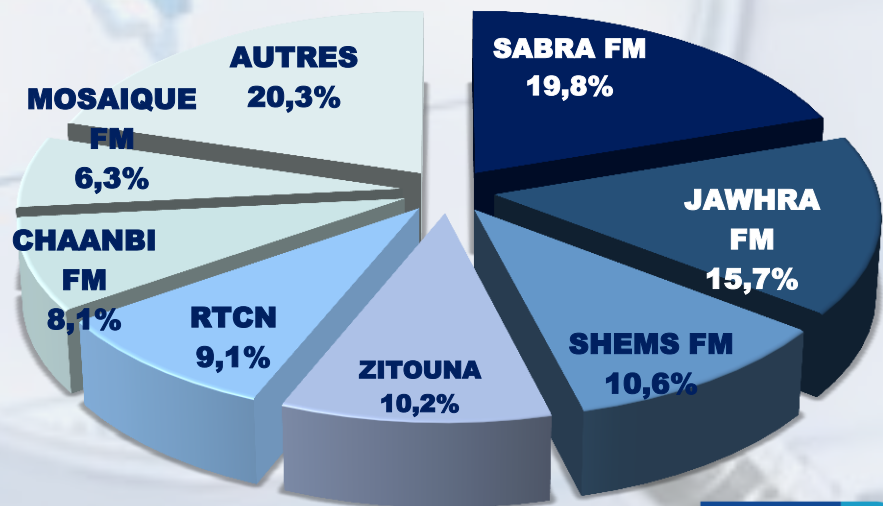


**PART D'ECOUTE**

# ECOUTE QUOTIDIENNE DES PRINCIPALES CHAINES RADIO (CENTRE OUEST) ANNEE 2013

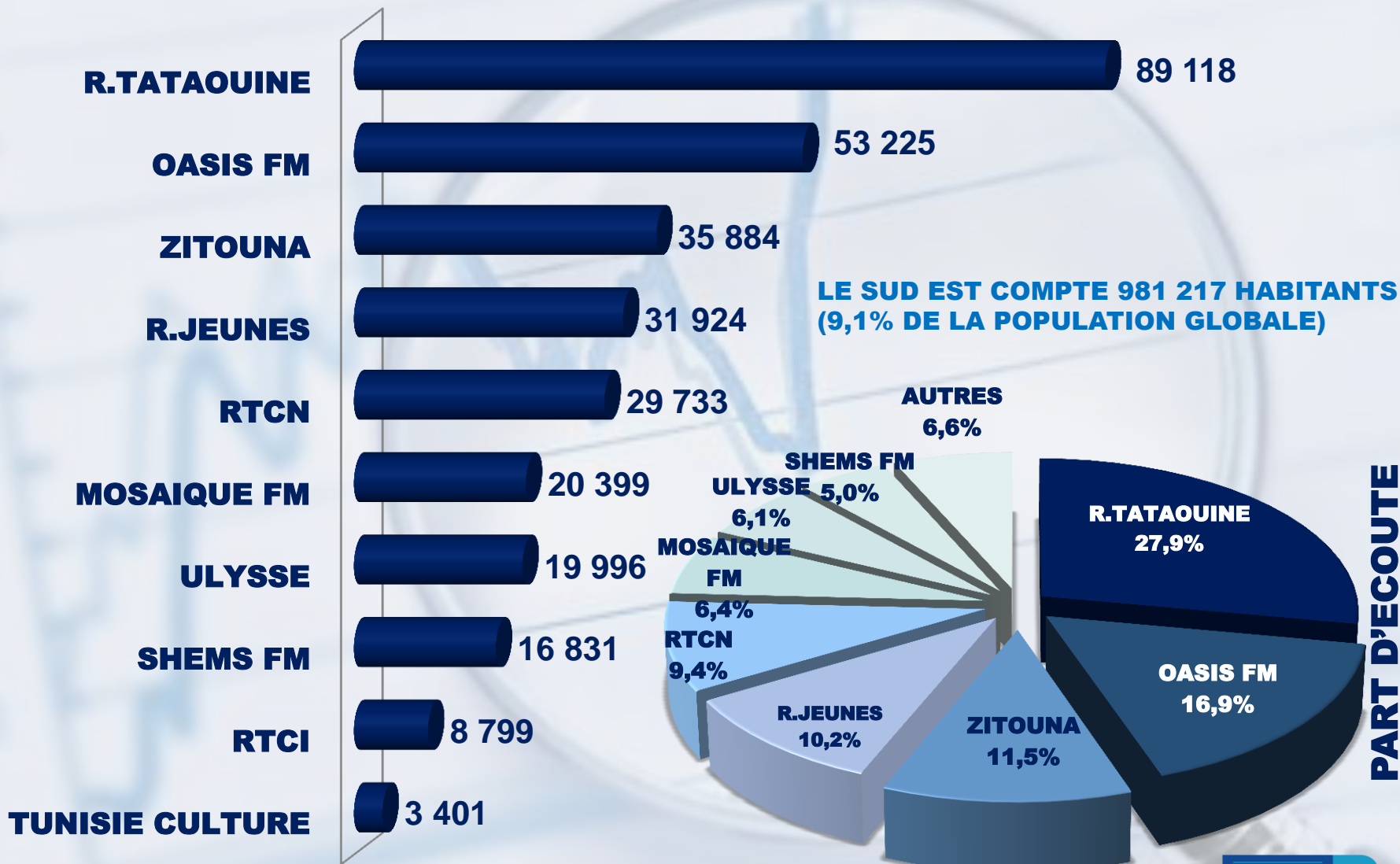


LE CENTRE OUEST COMPTE 1 423 088 HABITANTS (13,2% DE LA POPULATION GLOBALE)



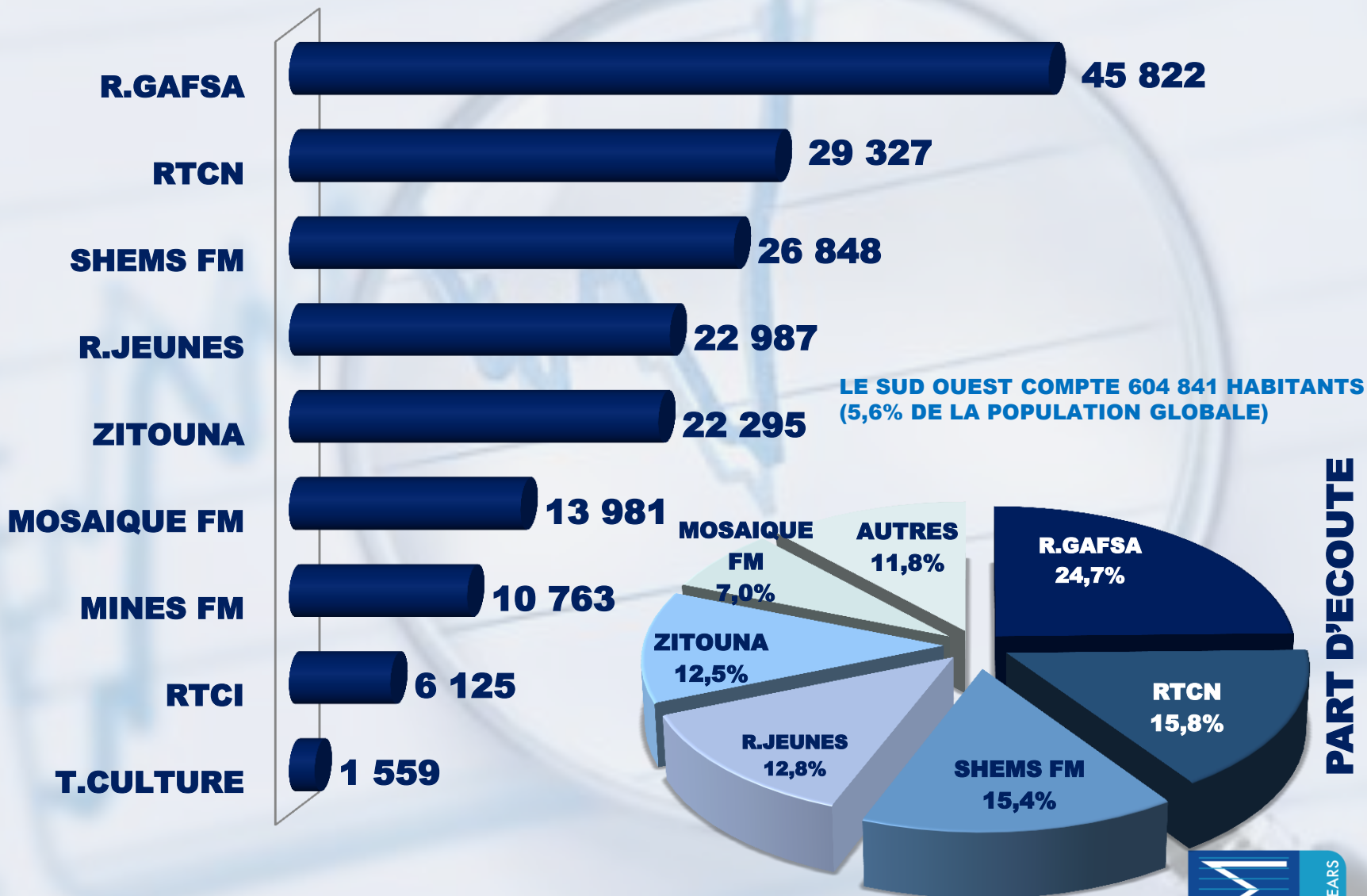
PART D'ECOUTE

# ECOUTE QUOTIDIENNE DES PRINCIPALES CHAINES RADIO (SUD EST) ANNEE 2013





# ECOUTE QUOTIDIENNE DES PRINCIPALES CHAINES RADIO (SUD OUEST) ANNEE 2013



PART D'ECOUTE



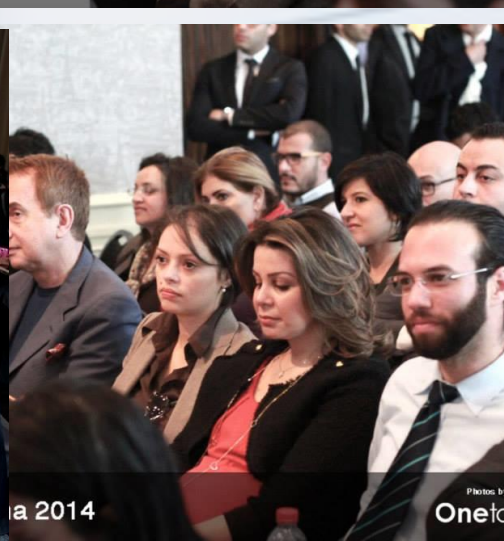
Open Sigma 2014

Photos by  
**Onetake**



Open Sigma 2014

Photos by  
**Onetake**



Open Sigma 2014

Photos by  
**Onetake**



Open Sigma 2014

Photos by  
**Onetake**

Tout ce qui ne se mesure pas  
n'existe pas

[www.e-sigmaconseil.com](http://www.e-sigmaconseil.com)

# Open SIGMA



25

01

14

0

0

2

1

6

Investissements Publicitaires  
Plurimedias 2013



MÉDIAS



GRANDE  
CONSOMMATION



SERVICES



OPINIONS



STRATÉGIES  
D'ENTREPRISES



# LES DEPENSES PUBLICITAIRES DES MEDIAS LES PLUS IMPORTANTS PAR REGION

Source :Advertising Age (adage.com/)  
De ZenithOptimedia (Advertising expenditure forecasts, December 2013)

**L'Amérique du Nord**  
**\$178,5 B**  
**+3.3%**

**L'Amérique Latine**  
**\$38.8 B**  
**+ 8.1%**

**Le Reste du Monde**  
**\$ 10.3 B, + 10%**

**Le Moyen Orient et l'Afrique du Nord**  
**\$4.4 B, +4.7%**

**Total mondial**  
**\$ 505.4 B**  
**+3.6%**

**L'Europe de l'Ouest**  
**\$98.1 B**  
**-1.4%**

**L'Europe de l'Est et l'Europe Centrale**  
**\$26.7 B**  
**+5.8%**

**L'Asie Pacifique**  
**\$148.6 B**  
**+5.6%**











# TOP 15 MARCHES PUBLICITAIRES DANS LE MONDE

Rank		Pays	Dépenses dans les médias les plus importants en millions \$ 2013
1		<b>USA</b>	<b>166.90</b>
2		<b>Japon</b>	<b>52.84</b>
3		<b>Chine</b>	<b>40.95</b>
4		<b>Allemagne</b>	<b>23.18</b>
5		<b>Royaume-Uni</b>	<b>20.34</b>
6		<b>Brésil</b>	<b>15.86</b>
7		<b>Australie</b>	<b>13.07</b>
8		<b>France</b>	<b>12.15</b>
9		<b>Canada</b>	<b>11.59</b>
10		<b>Corée du sud</b>	<b>10.61</b>
11		<b>Russie</b>	<b>10.34</b>
12		<b>Indonésie</b>	<b>7.40</b>
13		<b>Italie</b>	<b>6.28</b>
14		<b>Inde</b>	<b>5.86</b>
15		<b>Suisse</b>	<b>5.72</b>

Source : Ad. Age (édition 2014) from Publicis Groupe's ZenithOptimedia (Advertising expenditure Forecasts, December 2013)

# L'INVESTISSEMENT PUBLICITAIRE PER CAPITA

L'investissement publicitaire per capita selon ZenithOptimedia

Rank	Pays	Dépenses publicitaires dans les majeures médias per capita (2013) en \$
<b>Top 5</b>	1 	Suisse 734
	2 	Australie 556
	3 	USA 529
	4 	Autriche 500
	5 	Belgique 427
<b>Bottom 5</b>	21 	Mexique 46
	22 	Turquie 43
	23 	Chine 30
	24 	Indonésie 29
	25 	Inde 5

 **Tunisie : 8\$**

Source : Ad. Age (édition 2014) from Publicis Groupe's ZenithOptimedia (Advertising expenditure Forecasts, December 2013)

# TOP 15 ANNONCEURS DANS LE MONDE

Rank	Annonceur	Dépenses mesurées des médias en Millions \$ 2012
1	Procter & Gamble	10,61
2	Unilever	7,41
3	L'Oréal	5,64
4	Toyota Motor Corp	3,31
5	General Motors	3,20
6	Coca-Cola	3,03
7	Nestlé	2,99
8	Volkswagen	2,97
9	McDonald's	2,69
10	Pepsi	2,47
11	Reckitt Benckiser Group	2,41
12	Mars Inc.	2,18
13	Fiat (Chrysler Group)	2,09
14	Samsung	2,05
15	Comcast	2,00

Source : Ad. Age (édition 2014) from Ad. Age data center analysis of data from measured-media tracking services. Global Marketers 2013

# INVESTISSEMENT PUBLICITAIRE EN TUNISIE

## PRINCIPES ET METHODES

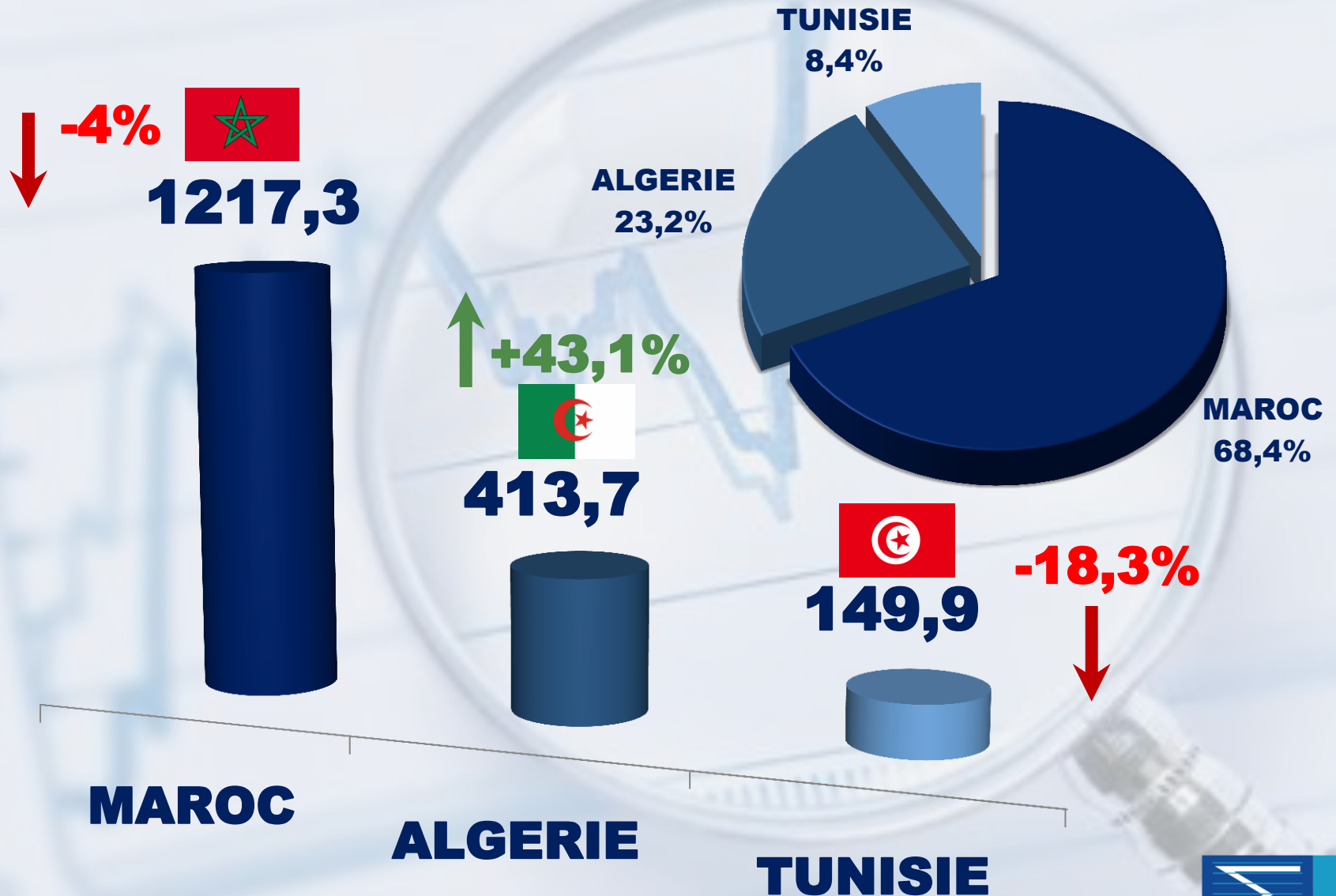
**Les investissements publicitaires (IP) sont comptabilisés en hors taxes à partir des grilles tarifaires publiques des différents supports médias, exprimés sans majorations, ni remises, ni dégressifs, ni gratuités.**

**Le périmètre de mesure :**

- **Pour la Télévision, sont concernées les chaînes Wataniya 1, Wataniya 2, Hannibal TV, Nessma TV, Ettounsiya TV et Tunisia TV**
- **Pour la Radio : Mosaïque FM, Jawhara FM, Express FM et Shems FM**
- **Pour la Presse : 11 quotidiens, 29 hebdomadaires et 34 magazines (choisis selon l'importance du lectorat)**



# INVESTISSEMENT PUBLICITAIRE GLOBAL 2013 AU MAGHREB: 1 780,9 M DT HT (+5,1%)






# LE MARCHÉ PUBLICITAIRE AU MAGHREB 2013 (IP GLOBAL)



<b>MEDIA</b>	<b>MAROC EN M DT HT</b>	<b>ALGERIE EN M DT HT</b>	<b>TUNISIE EN M DT HT</b>	<b>MAGHREB EN M DT HT</b>
<b>TV</b>	<b>367,5</b>	<b>253,2</b>	<b>82,8</b>	<b>703,5</b>
<b>AFFICHAGE</b>	<b>311</b>	<b>53,2</b>	<b>14,5</b>	<b>378,7</b>
<b>PRESSE</b>	<b>250,4</b>	<b>83,1</b>	<b>20,5</b>	<b>354</b>
<b>RADIO</b>	<b>288,3</b>	<b>24,2</b>	<b>28,6</b>	<b>341,1</b>
<b>TOTAL</b>	<b>1 217,3</b>	<b>413,7</b>	<b>146,4</b>	<b>1 777,4</b>

**LE MARCHÉ PUBLICITAIRE EN TUNISIE 2013 (IP GLOBAL : TV, RADIO, PRESSE, AFFICHAGE ET INTERNET) EST DE 149,9 MDT**

# LE MARCHÉ PUBLICITAIRE AU MAGHREB 2013 (IP GLOBAL)

	 MAROC	 ALGERIE	 TUNISIE
<b>IP EN M DT</b>	<b>1 217,3</b>	<b>413,7</b>	<b>149,9</b>
<b>PIB EN M DT (AUX PRIX COURANTS)</b>	<b>165 640</b>	<b>351 780</b>	<b>77 598</b>
<b>POP. TOT. (MILLIONS)</b>	<b>32,9</b>	<b>38,1</b>	<b>10,9</b>
<b>PIB/HABITANT</b>	<b>5035</b>	<b>9233</b>	<b>7235</b>
<b>IP / PIB</b>	<b>0,7</b>	<b>0,1</b>	<b>0,2</b>
<b>IP / HABITANT</b>	<b>37,0</b>	<b>10,9</b>	<b>13,7</b>

**IP/HABITANT TURQUIE**  : 71 DT

**IP/HABITANT SUISSE**  : 1 204 DT

# TOP 10 DES ANNONCEURS AU MAROC EN 2013

## EN M DT HT\*

	ANNONCEUR	IP
1	MAROC TELECOM	111,3
2	MEDI TELECOM	82,3
3	WANA CORPORATE	78
4	PROCTER & GAMBLE MAROC	31,3
5	C. LAITIERE DANONE MAROC	21,1
6	LESIEUR CRISTAL	14,7
7	GRP ADDOHA DOUJA PROMOTION	13,7
8	FROMAGERIES BEL MAROC	13,2
9	GROUPE BANQUES POPULAIRES	13
10	MAROC CULTURES	12,9

\*TV, RADIO, AFFICHAGE ET PRESSE

# TOP 10 DES ANNONCEURS EN ALGERIE EN 2013 EN M DT HT\*

	ANNONCEUR	IP
1	<b>NEDJMA – OOREDOO</b>	<b>39,7</b>
2	<b>ATM MOBILIS</b>	<b>34,9</b>
3	<b>ORASCOM TELECOM ALGERIE</b>	<b>24,6</b>
4	<b>HENKEL ALGERIE</b>	<b>18,1</b>
5	<b>PEUGEOT ALGERIE</b>	<b>10,6</b>
6	<b>GROUPE CEVITAL</b>	<b>9,5</b>
7	<b>GSIPH-AIGLE</b>	<b>8,7</b>
8	<b>RENAULT ALGERIE</b>	<b>7,9</b>
9	<b>GROUPE HONDA</b>	<b>7,3</b>
10	<b>ELSECOM MOTORS-SUZUKI/FORD</b>	<b>6,5</b>

\*TV, RADIO ET PRESSE

# TOP 20 DES ANNONCEURS EN TUNISIE EN 2013

## EN M DT HT\*

	ANNONCEUR	IP
1	TUNISIANA-OOREDOO	13
2	TUNISIE TELECOM	11,3
3	ORANGE TUNISIE	8,8
4	STIAL DELICE DANONE	8,5
5	SFBT	5,3
6	STE NEJMA	3,7
7	HENKEL	3,3
8	CLC-DELICE	2,6
9	PROCTER & GAMBLE	2
10	EL MAZRAA	1,9

\*TV, RADIO ET PRESSE

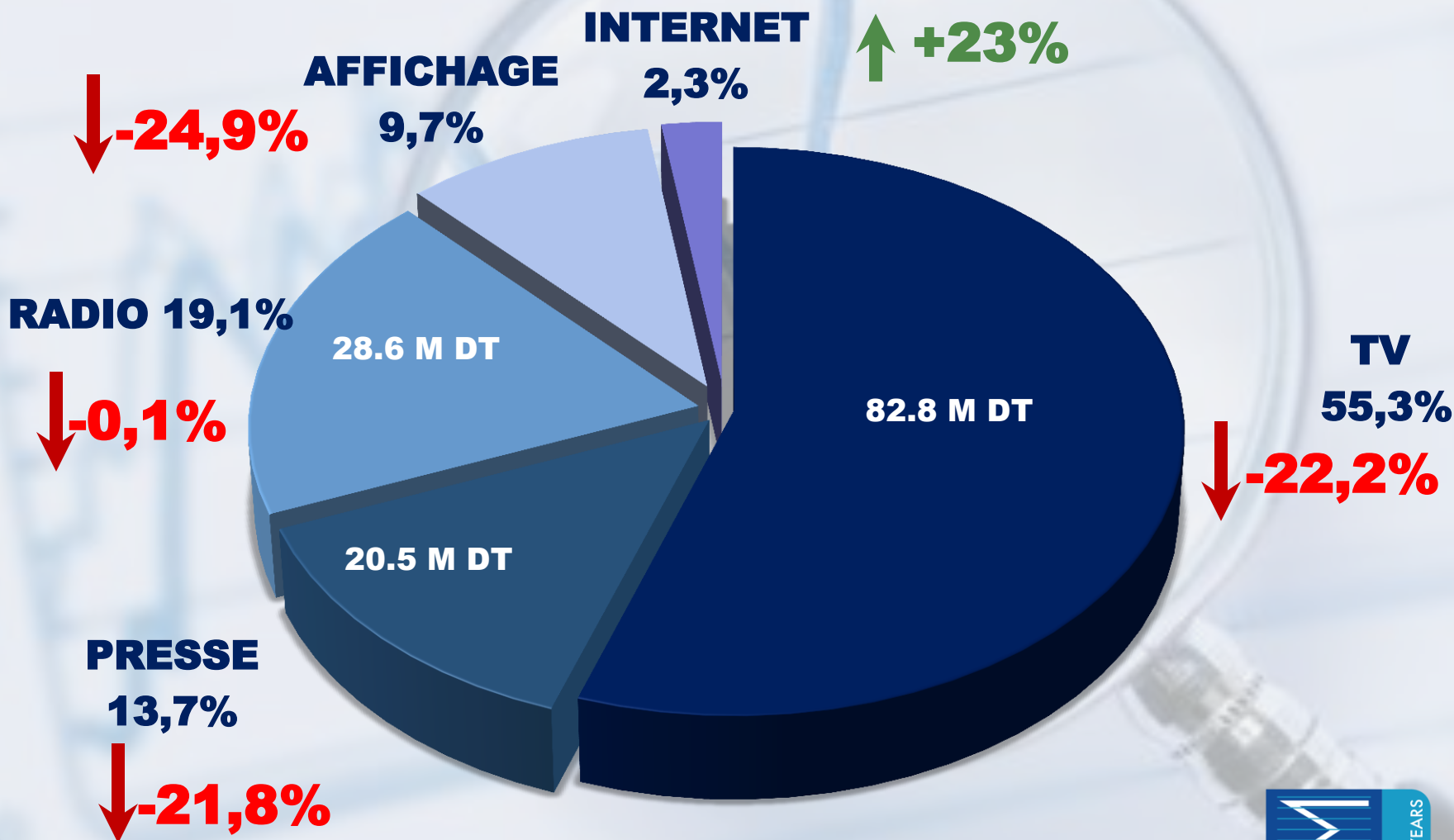
# TOP 20 DES ANNONCEURS EN TUNISIE EN 2013

## EN M DT HT\*

	ANNONCEUR	IP
11	CLM-VITALAIT	1,8
12	FRANCK OLIVIER	1,7
13	UNILEVER	1,5
14	SNMVT-MONOPRIX	1,3
15	MAGASIN GENERAL ET PROMOGRO	1,2
16	AGENCE TAHA VOYAGE	1,1
17	GEANT	1,1
18	UHD-CARREFOUR	1,1
19	SAH-LILAS	0,9
20	SNBG	0,9

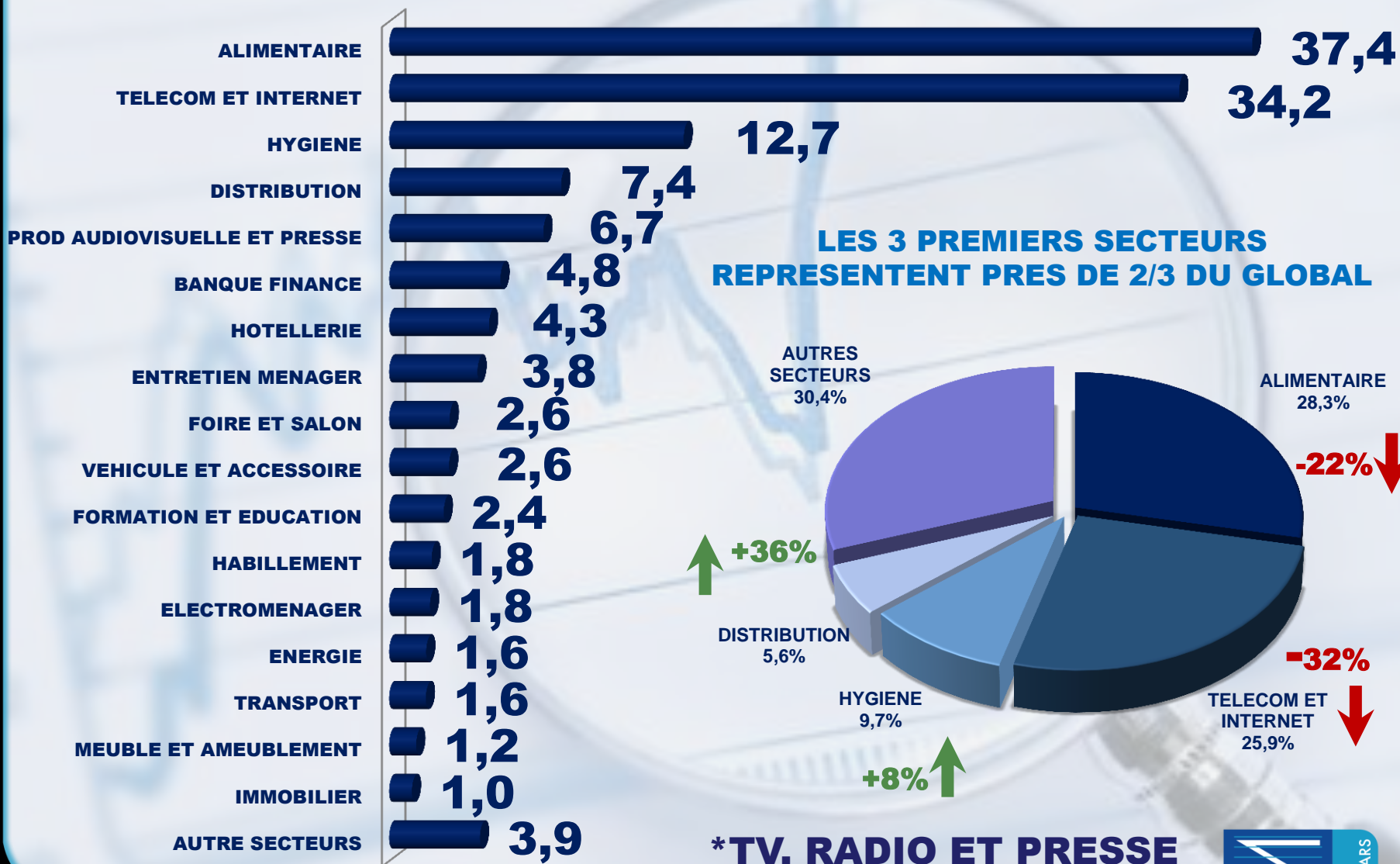
\*TV, RADIO ET PRESSE

# INVESTISSEMENT PUBLICITAIRE GLOBAL 2013 EN TUNISIE PAR MEDIA : 149,9 M DT HT (-18,3%)

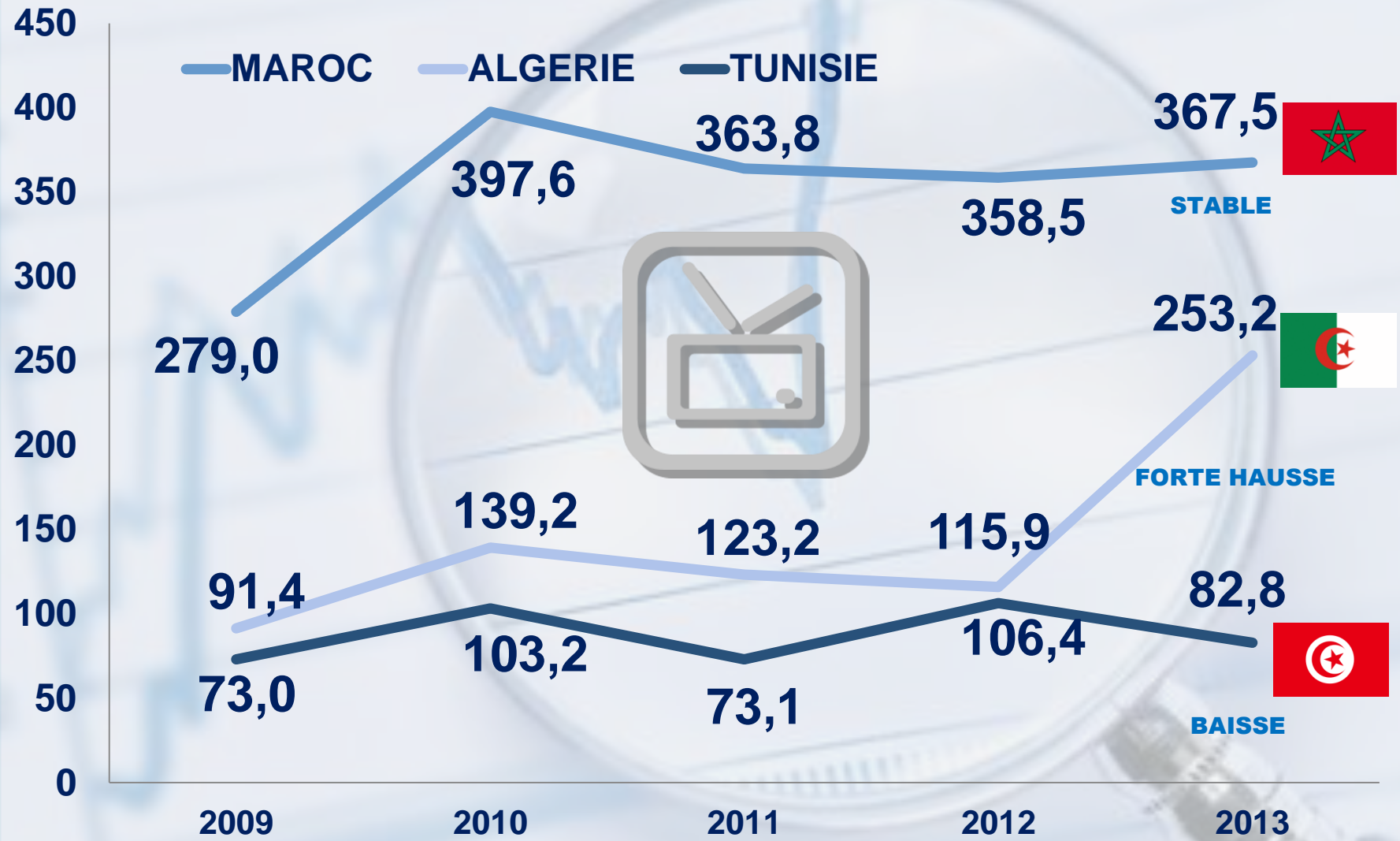




# REPARTITION DE L'IP GLOBAL DES SECTEURS EN 2013 : 131,8 M DT HT (-18%)\*



# IP TV PAR PAYS DU MAGHREB EN M DT HT 2009-2013



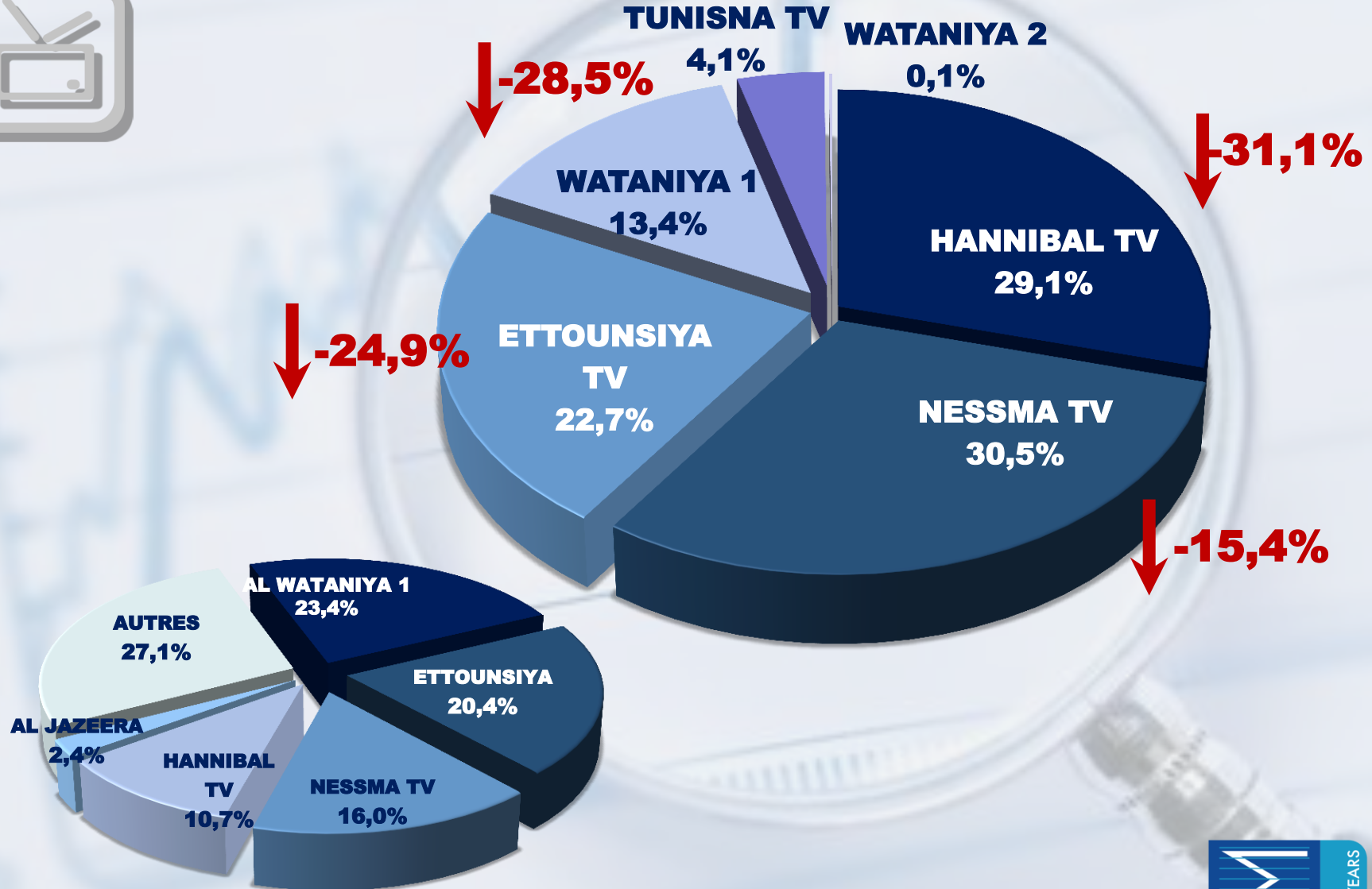
# REPARTITION DE LA PUB TV PAR CHAINE 2013

## IP TV EN TUNISIE EN 2013 : 82,8 M DT HT (-22,2%)

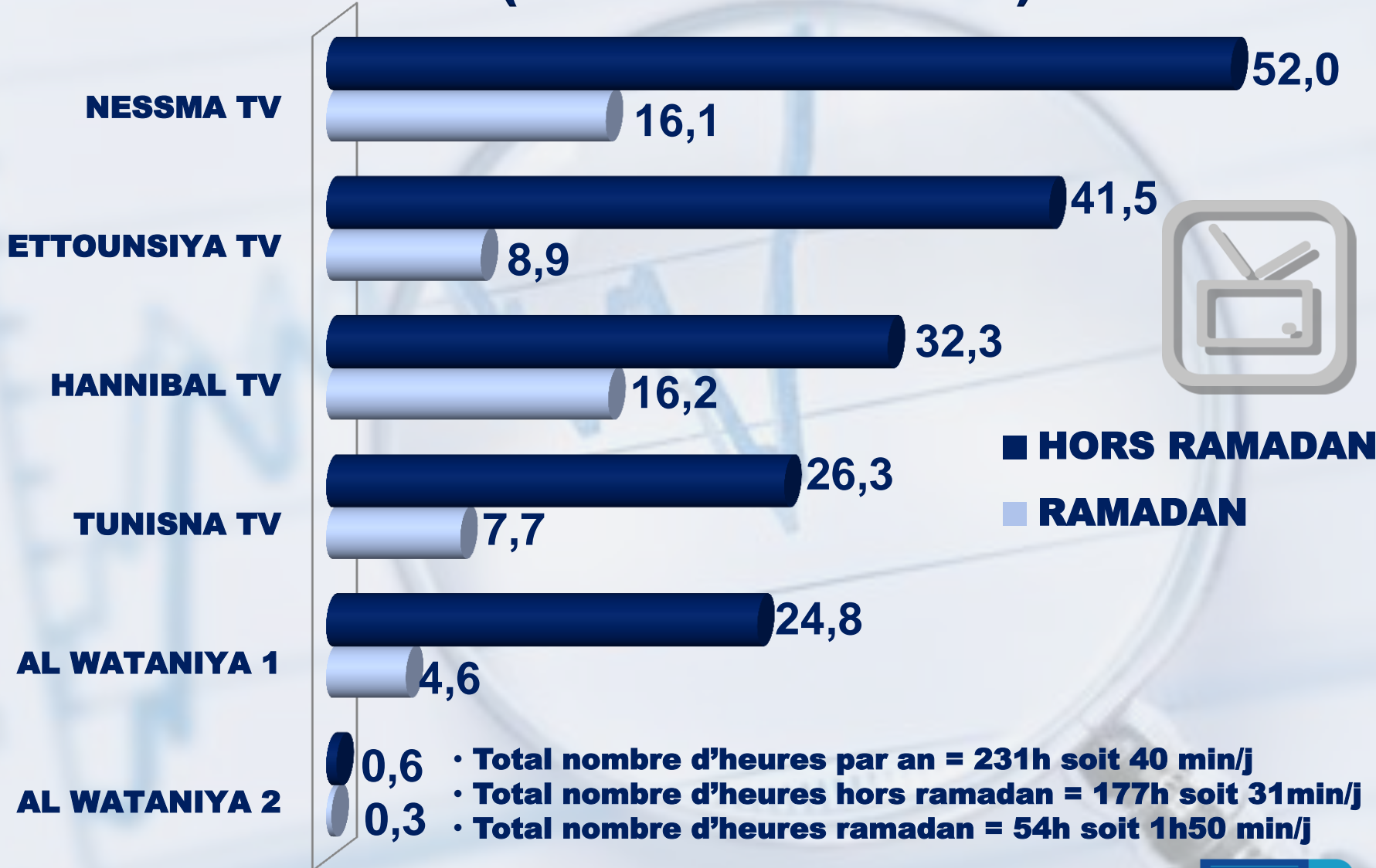
25  
—  
01  
—  
14



PART D'AUDIENCE



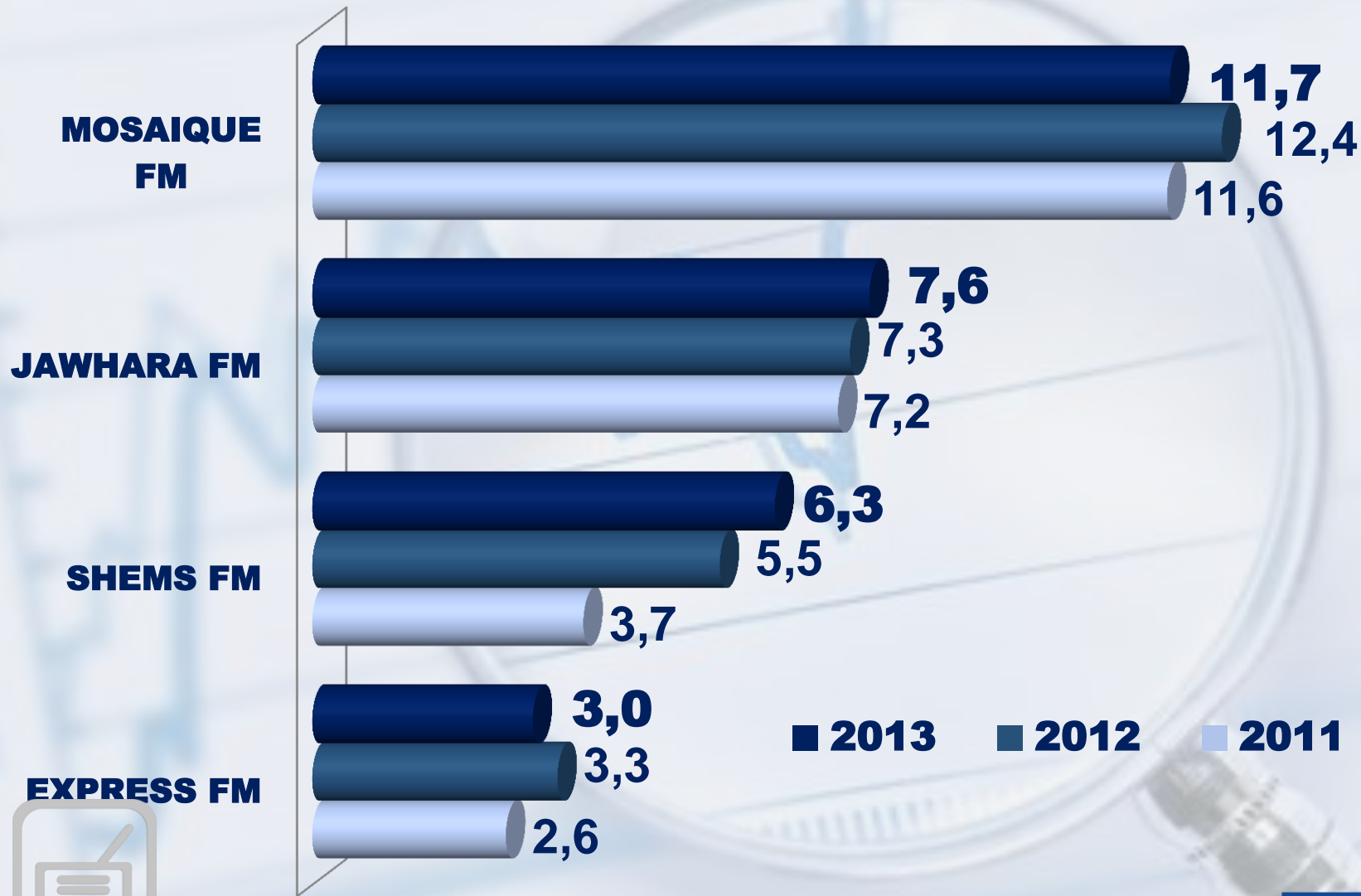
# RÉPARTITION DE LA PUB TV PAR PÉRIODE DE DIFFUSION (EN HEURES DE PUB) 2013



# IP RADIO EN TUNISIE 2013 : 28,6 M DT HT (-0,1%)

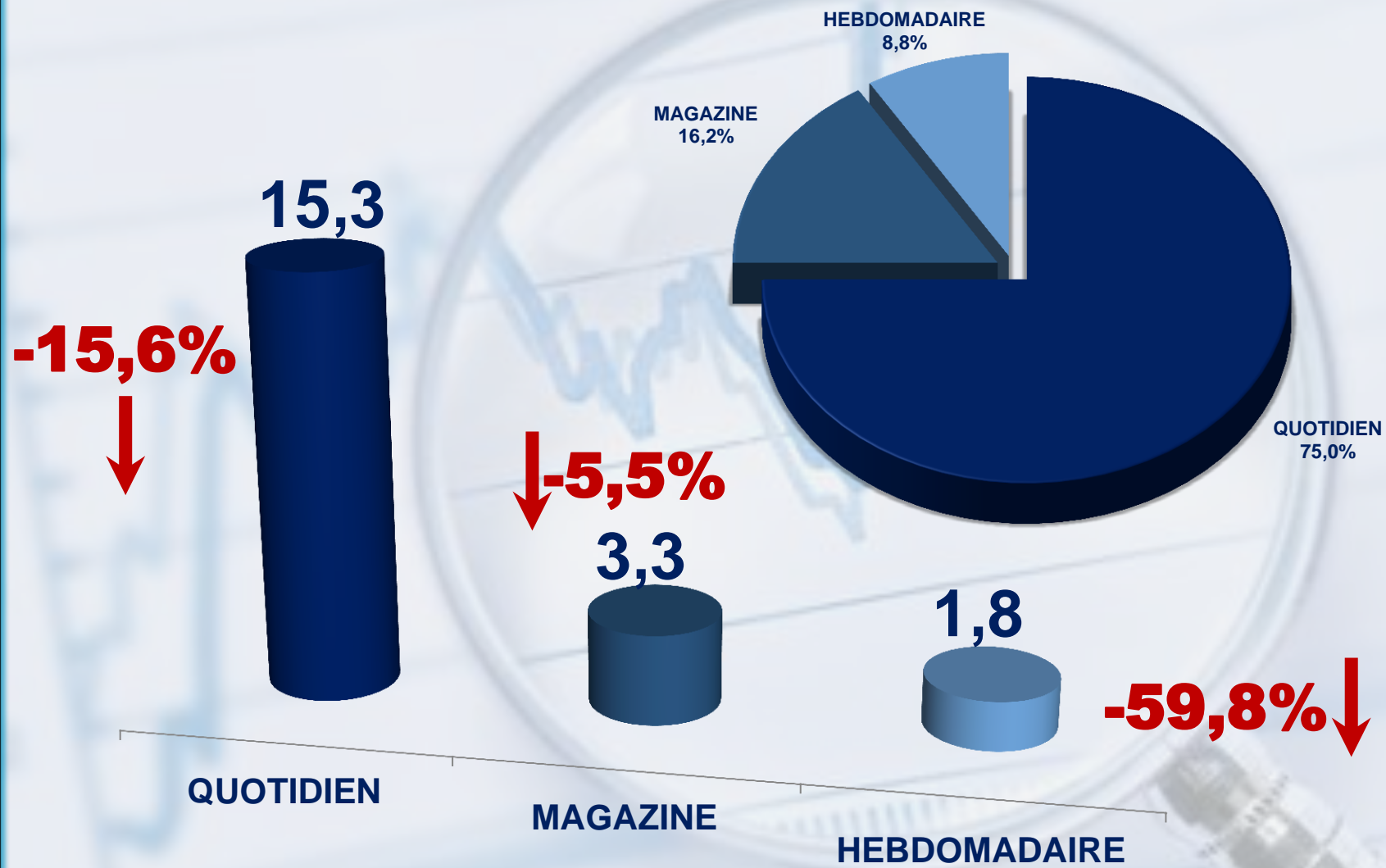


# EVOLUTION IP RADIO EN TUNISIE EN M DT HT 2011-2013



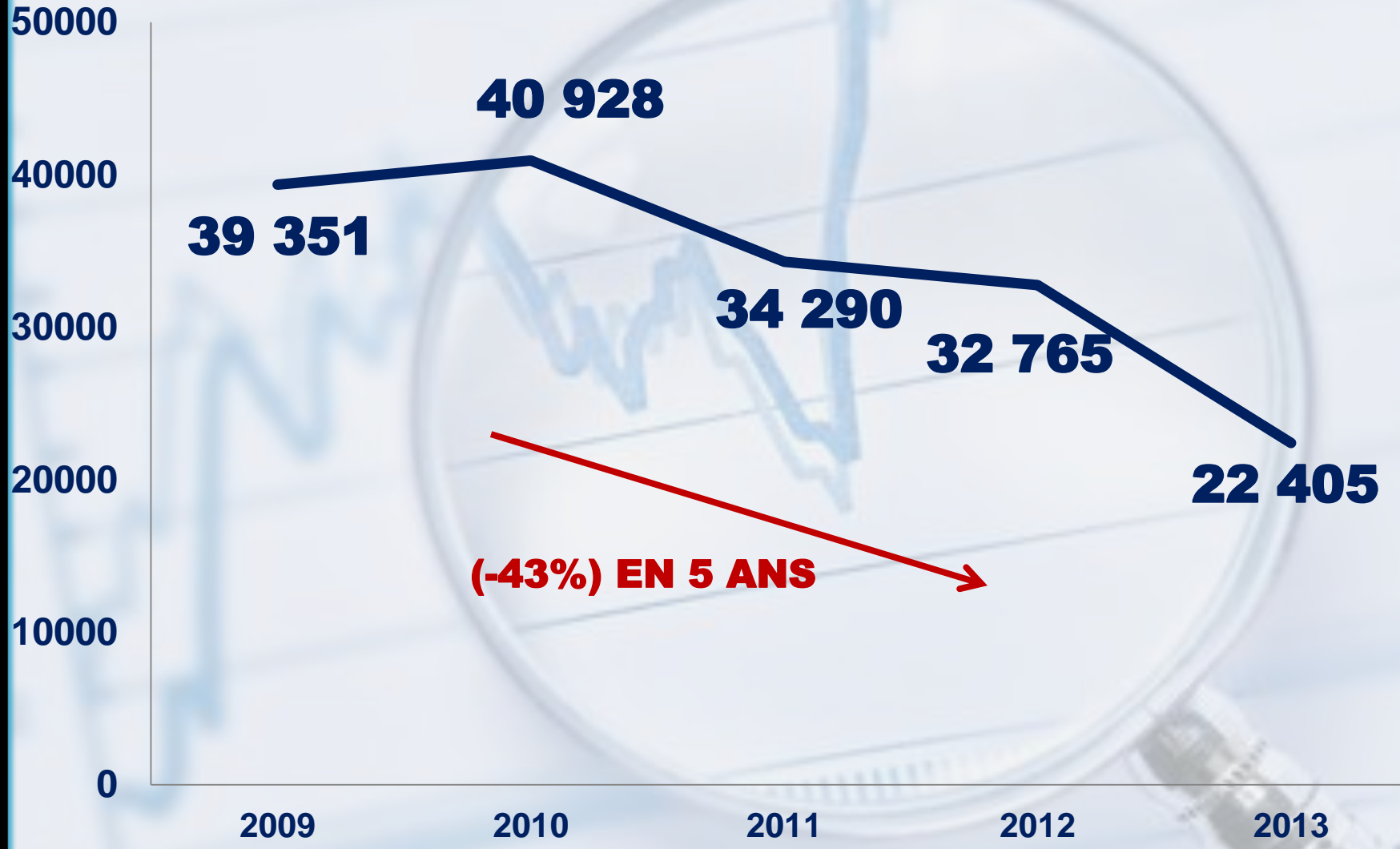
■ 2013 ■ 2012 ■ 2011

# IP PRESSE EN 2013 : 20,5 M DT HT (-21,8%)



Les investissements publicitaires (IP) sont comptabilisés en hors taxes à partir des grilles tarifaires publiques exprimés sans majorations ni remise, ni dégressifs, ni gratuité.

# NOMBRE D'INSERTIONS PRESSE SUR 5 ANS EN TUNISIE



25  
—  
01  
—  
14





 Open Sigma 2014



 Open Sigma 2014 Photos by  
Onetake



 Open Sigma 2014 Photos by  
Onetake



 Open Sigma 2014 Photos by  
Onetake



Tout ce qui ne se mesure pas  
n'existe pas

[www.e-sigmaconseil.com](http://www.e-sigmaconseil.com)

# Open SIGMA



LES SPOTS PUB TV LES PLUS MEMORISES  
DE L'ANNEE 2013



# TOP 20 DU MAX DE MÉMORISATION TV ATTEINT EN 2013

	<b>Campagne</b>	<b>MAX 2013</b>	<b>Mémorisation TV (Taux Moyen)</b>
<b>1</b>	<b>TUNISIE TELECOM</b>	<b>16,3</b>	<b>10,9</b>
<b>2</b>	<b>TUNISIANA</b>	<b>10,0</b>	<b>8,4</b>
<b>3</b>	<b>DELICE</b>	<b>8,0</b>	<b>6,6</b>
<b>4</b>	<b>ORANGE</b>	<b>7,2</b>	<b>5,0</b>
<b>5</b>	<b>SELJA</b>	<b>5,9</b>	<b>4,8</b>
<b>6</b>	<b>ACTIVIA</b>	<b>5,5</b>	<b>4,8</b>
<b>7</b>	<b>DELICE DANONE</b>	<b>5,4</b>	<b>2,8</b>
<b>8</b>	<b>COCA COLA</b>	<b>5,3</b>	<b>2,6</b>
<b>9</b>	<b>EL MAZRAA</b>	<b>4,6</b>	<b>3,7</b>
<b>10</b>	<b>NADHIF</b>	<b>3,6</b>	<b>2,0</b>

# TOP 20 DU MAX DE MÉMORISATION TV ATTEINT EN 2013

	<b>Campagne</b>	<b>MAX 2013</b>	<b>Mémorisation TV (Taux Moyen)</b>
11	<b>PRESIDENT</b>	<b>3,3</b>	<b>2,3</b>
12	<b>DANETTE</b>	<b>2,7</b>	<b>2,1</b>
13	<b>VITALAIT</b>	<b>2,3</b>	<b>1,2</b>
14	<b>PEAUDOUCÉ</b>	<b>2,3</b>	<b>1,4</b>
15	<b>DANUP</b>	<b>2,2</b>	<b>1,3</b>
16	<b>FRANCK OLIVIER</b>	<b>1,9</b>	<b>1,4</b>
17	<b>LA ROSE BLANCHE</b>	<b>1,8</b>	<b>0,9</b>
18	<b>LILAS</b>	<b>1,7</b>	<b>1,2</b>
19	<b>FROMAGE DELICE</b>	<b>1,7</b>	<b>1,7</b>
20	<b>SOUPLESSE</b>	<b>1,7</b>	<b>0,8</b>

## **CITATION DE HAL VARIAN**

**« LE MEILLEUR METIER DES DIX PROCHAINES ANNEES EST CELUI DE STATISTICIEN »**





Open  
SIGMA  
2014



**MERCI**

**HASSEN ZARGOUNI**  
**dg@e-sigmaconseil.com**