

CAMPAGNE DE COMMUNICATION NATIONALE HUITRES 2014 L'IMPACT SUR LE SITE www.huitre.com

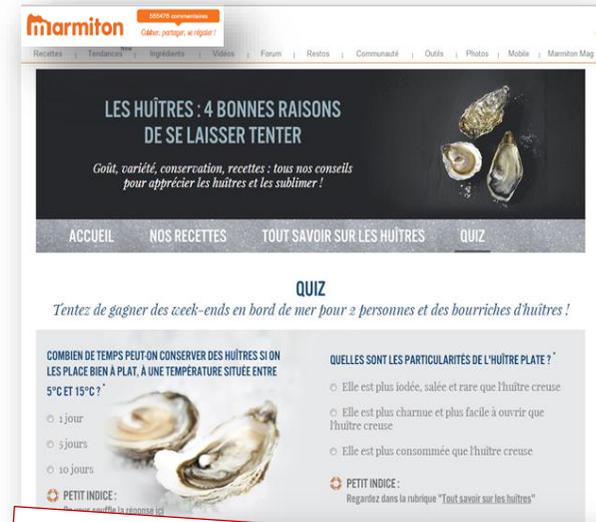
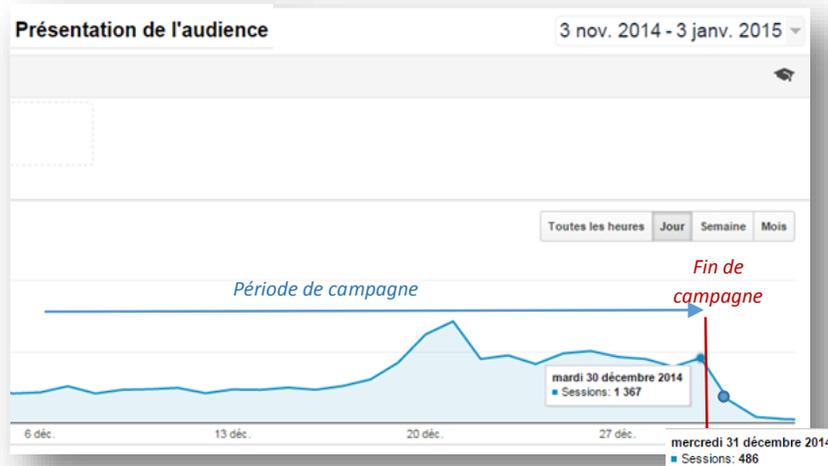
RAPPEL DU DISPOSITIF INTERNET :

- Présence Internet du 3 novembre au 30 décembre 2014
- Des rediffusions du spot TV sur les sites internet des chaînes de télévision
- Des bannières publicitaires
- Des pages dédiées sur les sites de Marmiton.org et aufeminin.com avec Le jeu concours.

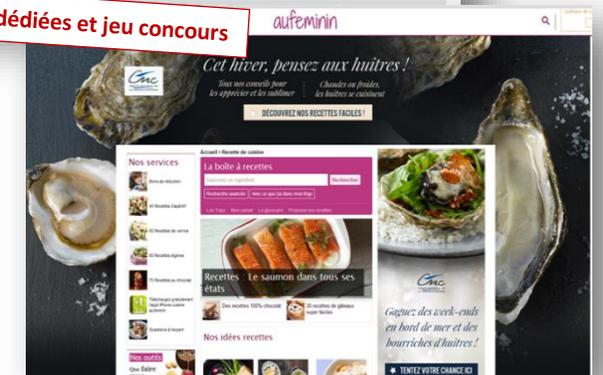
→ Chacun des éléments mis en place dans ce dispositif permettait une redirection de l'internaute vers le site Internet www.huitre.com.

FLUX DE VISITES SUR LE SITE www.huitre.com

→ On peut aisément faire le lien entre la campagne de communication et l'affluence de visites sur le site internet. On peut constater une chute significative des visites au dernier jour de la campagne nationale, passant de plus de 1300 visites/j à moins de 500 visites/j.



Les pages dédiées et jeu concours



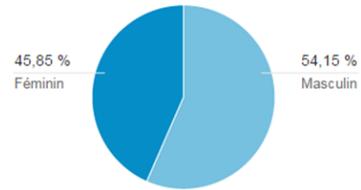
Bannières publicitaires

- Le nouveau site Internet www.huitre.com est en ligne depuis le mois d'octobre 2014.
- La campagne de communication nationale sur les huîtres en fin d'année a permis de lancer le flux de visites sur ce nouveau site, de façon très efficace. **Après 3 mois de mise en ligne, le site enregistre plus de 45 000 visites et près de 66 000 pages vues !**
- Une moyenne de 700 visites par jour avec un pic de 1 500 visites par jour en moyenne entre le 20 et le 30 décembre. Le 21 décembre, le site a enregistré son record avec plus de 2100 visites dans la journée !
- Le référencement du site www.huitre.com est optimum puisqu'en tapant le mot « huitre » dans la barre de recherche Google, **le site apparaît sur la 1^{ère} page, en 2^{ème} position !**

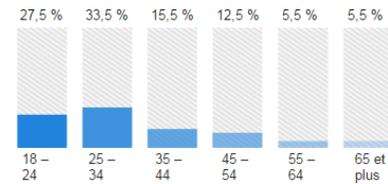


LE PROFIL DES VISITEURS - WWW.HUITRE.COM :

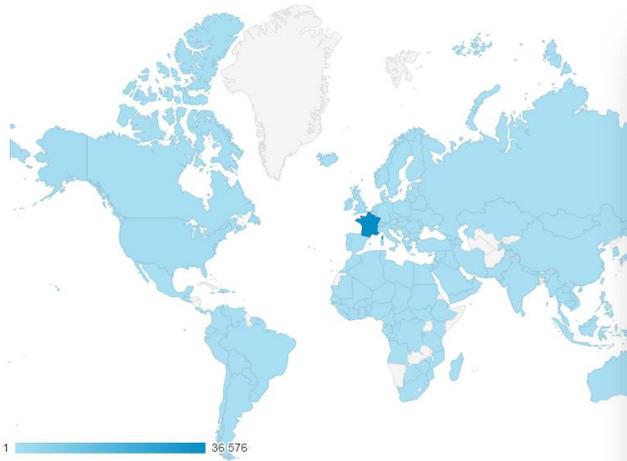
Sexe 100 % du nombre total de sessions



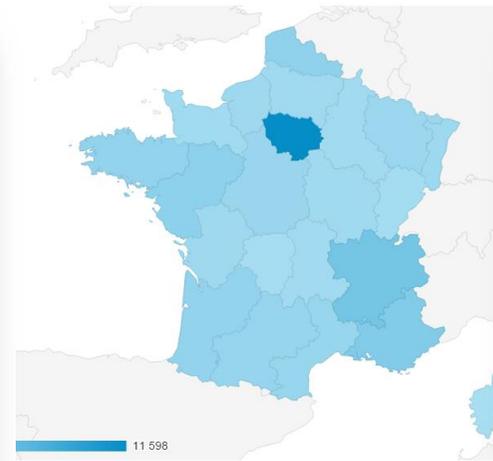
Âge 100 % du nombre total de sessions



61 % des visiteurs ont
entre 18 et 34 ans



Pays	Sessions
	45 503 % du total: 100,00 % (45 503)
1. France	36 576 (80,38 %)
2. United States	1 389 (3,05 %)
3. Belgium	793 (1,74 %)
4. Canada	540 (1,19 %)
5. Morocco	530 (1,16 %)
6. Switzerland	484 (1,06 %)
7. United Kingdom	371 (0,82 %)
8. Algeria	332 (0,73 %)
9. Japan	251 (0,55 %)
10. Réunion	251 (0,55 %)



Région	Sessions
	36 576 % du total: 80,38 % (45 503)
1. Ile-de-France	11 598 (31,71 %)
2. Rhone-Alpes	3 739 (10,22 %)
3. Provence-Alpes-Cote d'Azur	2 753 (7,53 %)
4. Pays de la Loire	1 942 (5,31 %)
5. Nord-Pas-de-Calais	1 806 (4,94 %)
6. Brittany	1 649 (4,51 %)
7. Aquitaine	1 644 (4,49 %)
8. Midi-Pyrenees	1 369 (3,74 %)
9. Languedoc-Roussillon	1 257 (3,44 %)
10. Centre	1 217 (3,33 %)

LES PAGES LES PLUS VISITEES DU SITE

Les pages les plus consultées sont les pages de conseils aux consommateurs, et en numéro 1 : « **Comment choisir et conserver les huîtres** ».

Les pages qui sont le plus visitées ensuite sont :

- « Les recettes »,
- « Les bassins de production »
- « Les qualités nutritionnelles »

Film de présentation de la filière ostréicole :

Le site www.huitre.com diffuse le film de présentation de la filière ostréicole sur sa page d'accueil. Depuis sa mise en ligne mi-novembre, **le film compte plus de 1100 vues (en 1 mois ½), toutes versions confondues, dont 365 vues sur le film version longue.**

NB : Aucune communication n'est réalisée sur le film pour le moment. Hormis une présence sur le site www.huitre.com, le film n'est pas diffusé par d'autres moyens. Une optimisation de la diffusion est prévue dans le cadre des actions de communication en 2015.

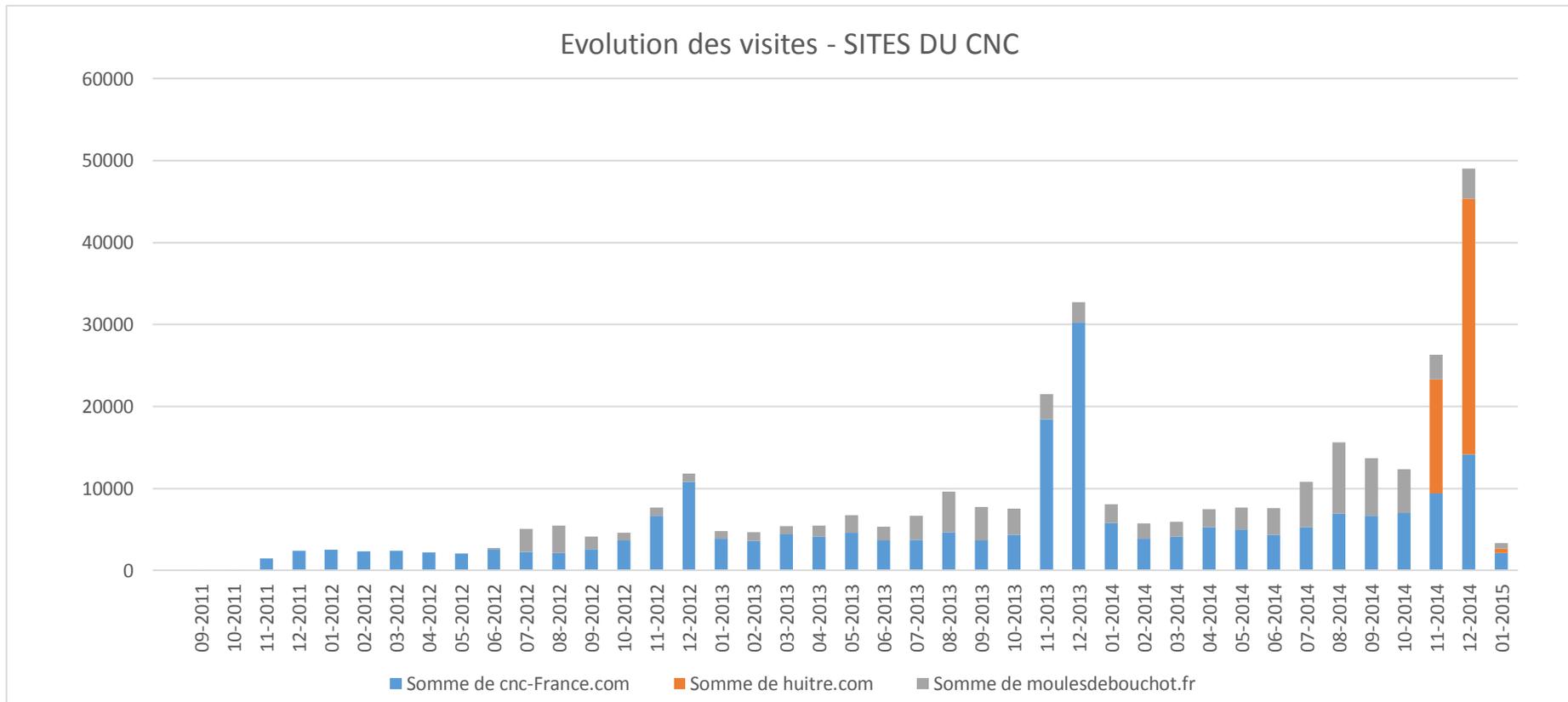


Page ?	Pages vues ?
	65 873 % du total: 100,00 % (65 873)
1. /	52 492 (79,69 %)
2. /?lang=en	2 815 (4,27 %)
3. /conseils-et-recettes/les-choisir-et-les-conserver	2 236 (3,39 %)
4. /conseils-et-recettes/quelques-recettes	1 526 (2,32 %)
5. /les-huitres/les-bassins-de-production	1 090 (1,65 %)
6. /les-huitres/les-qualites-nutritionnelles	783 (1,19 %)
7. /les-huitres/les-varietes	652 (0,99 %)
8. /en-c-connaitre-plus/les-methodes-de-production	592 (0,90 %)
9. /conseils-et-recettes/les-ouvrir-et-les-preparer	496 (0,75 %)
10. /en-c-connaitre-plus/la-biologie-de-lhuitre	413 (0,63 %)

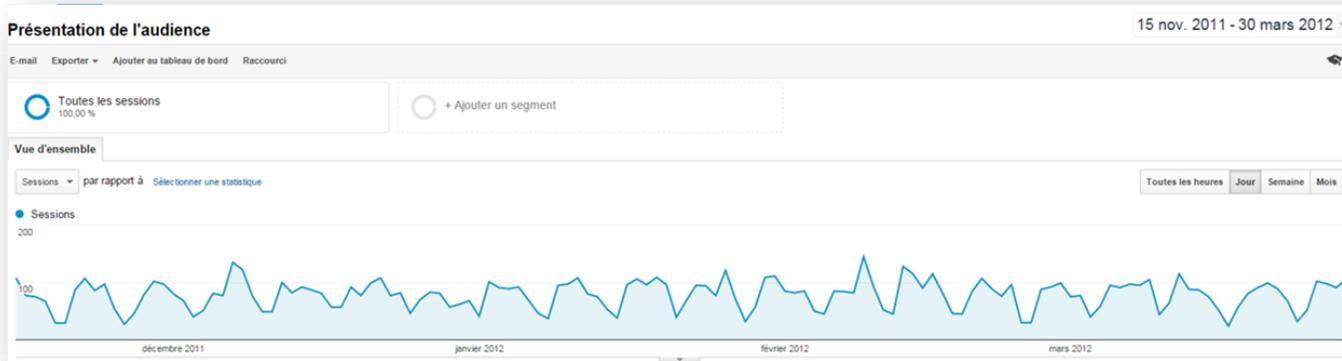
SITE WWW.CNC-FRANCE.COM

Durant les campagnes de communication mises en place depuis 2012, on a pu constater l'efficacité des dispositifs internet sur les flux de visites sur le site du CNC (www.cnc-france.com). A chaque campagne, on remarque que le nombre de visites augmentent considérablement dès le 1^{er} jour du dispositif internet et diminuent au dernier jour de la campagne.

• **APERÇU DE L'ÉVOLUTION DES VISITES SUR LES SITES DU CNC**



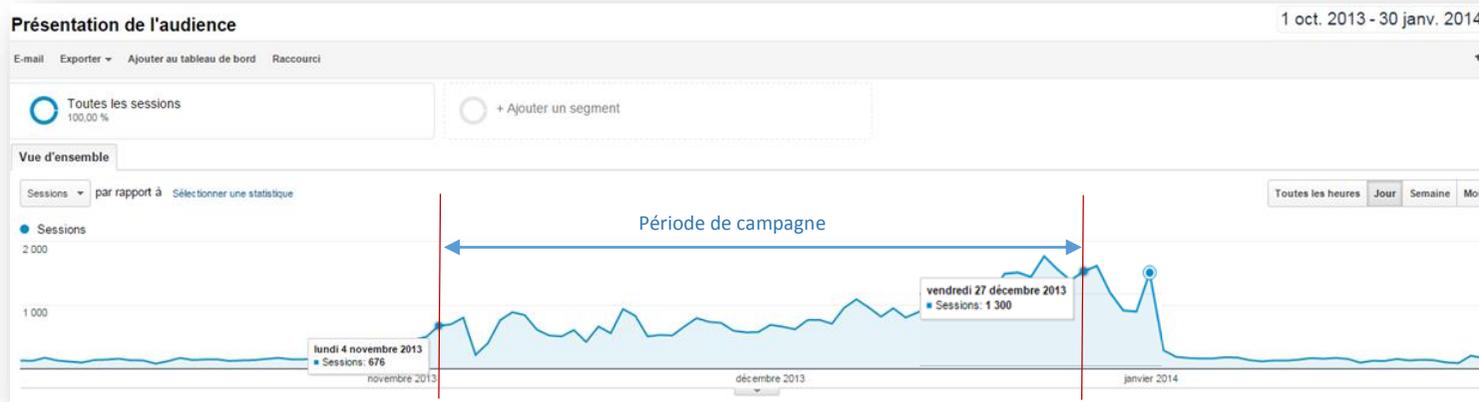
- En 2011, aucun dispositif de communication sur Internet (stabilité des visites à environ 100/jours)



- En 2012, dispositif Internet du 19 novembre au 30 décembre (de 100 visites/j à 350 visites/J en moyenne)



- En 2013, dispositif Internet du 4 novembre au 27 décembre (de 150 visites/j à 700 visites/j en moyenne)



- En 2014, le dispositif Internet était dirigé vers le nouveau site www.huitre.com, les visites sur le site www.cnc-france.com sont restées relativement stables, avec une moyenne de 250 visites par jour sur la période des fêtes de fin d'année.

En comparaison avec le site www.huitre.com, le site www.cnc-france.com enregistre 32 000 visites sur la même période et 60 000 pages vues (moyenne de 250 visites par jour).

