

## **Refleximmo.com vous donne les clés pour déchiffrer l'audience des sites immobiliers !**

*Refleximmo.com, acteur incontournable des sites professionnels d'annonces immobilières en France, est la marque phare du pôle Nouveaux Médias du Groupe S3G, filiale du Groupe Sud-Ouest, spécialisée dans les médias gratuits généralistes et immobiliers. Refleximmo.com propose aux internautes de retrouver, en temps réel, des annonces géo-localisées, ainsi que de nombreux services de recherche de biens, pratiques et innovants. « Refleximmo, le bon réflexe pour bien se loger ! »*

Chaque mois, la majorité des sites immobiliers décortique les chiffres des études d'audience, dont notamment le panel de Médiamétrie Nielsen/Netratings, pour en extraire les données les plus favorables à savoir le nombre de visites, de visiteurs uniques, de pages vues, le temps passé par visite... Difficile de s'y retrouver !

Pour y voir plus clair, Refleximmo.com a décidé de s'engager dans une **démarche qualitative**. En optant pour un trafic qualifié, Refleximmo.com souhaite ainsi donner les clés pour déchiffrer l'audience de l'ensemble des sites immobiliers.

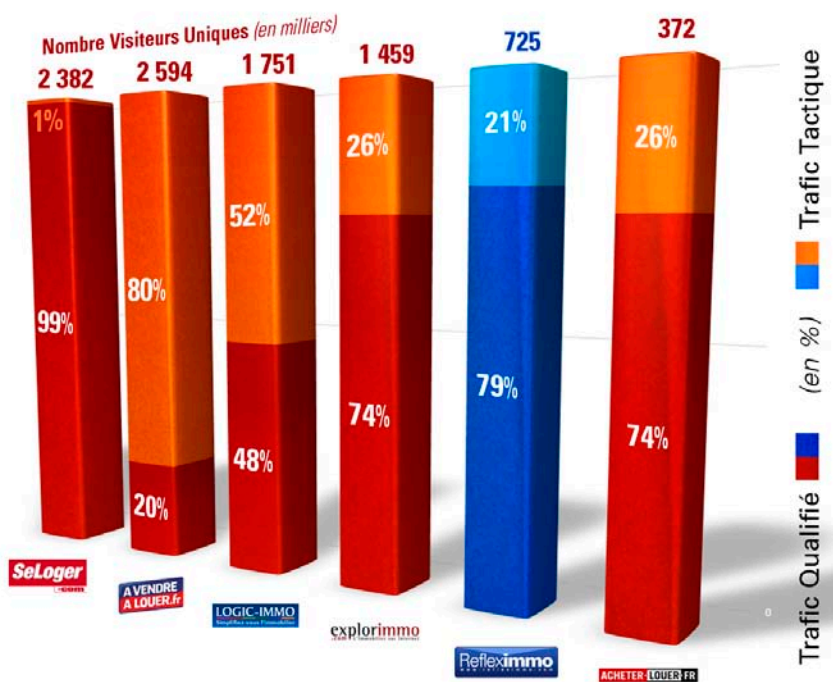
### Qu'est ce que le trafic qualifié ?

Il correspond à l'audience réalisée grâce aux internautes en **démarche active** de recherche de biens immobiliers, et/ou **en affinité** avec les produits proposés par Refleximmo.com.

Le trafic qualifié permet de maximiser la mise en relation entre les internautes et les agences immobilières présentes sur le site.

Avec plus de **79% de trafic qualifié** contre 21% de trafic tactique, sur les mois de septembre / octobre 2008, **Refleximmo.com** se place dans le **trio de tête des sites professionnels d'annonces immobilières\* de qualité**.

### *Audience qualifiée et tactique sur les mois de septembre / octobre 2008 \**

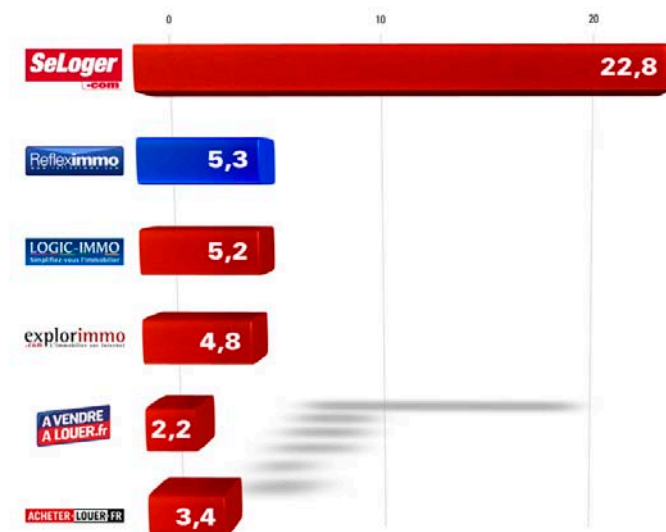


*\*Source Nielsen/Netratings  
septembre/octobre 2008*

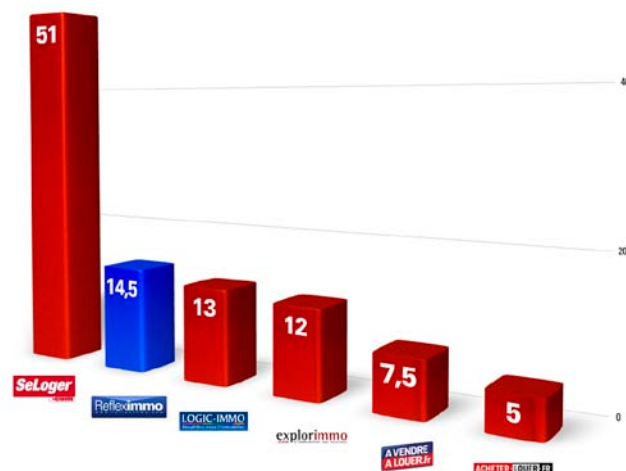
### Quels sont les indicateurs du trafic qualifié ?

Les indicateurs du trafic qualifié correspondent à un **nombre de pages vues par internaute supérieur à 10** et à un **temps passé par visite supérieur à 5 minutes**.

*Moyenne du temps passé par visite  
sur les mois de septembre / octobre 2008 \**  
(en minutes)



*Moyenne du nombre de pages vues par visite au  
sur les mois de septembre / octobre 2008 \**



D'après ces histogrammes, réalisés grâce aux chiffres d'audience publiés par Nielsen Netratings sur les mois de septembre / octobre 2008, l'internaute visualise, sur le site **Refleximmo.com**, **14,5 pages** et passe **5,3 minutes** par visite en moyenne\*.

*\*Source Nielsen/Netratings - septembre/octobre 2008*

### La vérité sur la qualité de l'audience !

Comme chacun le sait, Internet, et plus particulièrement les sites immobiliers, est un outil formidable pour la recherche de biens immobiliers.

Cependant, moult acteurs sur le marché utilisent des moyens artificiels afin de doper leur audience. C'est ce que l'on appelle le « trafic tactique » ou le « faux trafic ».

Comment ? C'est relativement simple. Il suffit de mettre en place une politique de jeux concours ou de jeux en ligne, pour attirer de nouveaux internautes, qui sont pour la plupart nombreux et peu en affinité avec le produit final. Pour les sites immobiliers en particulier, il s'agit de personnes qui ne sont pas en situation d'achat.

Ainsi, à l'inverse d'un trafic qualifié, le trafic tactique n'apporte pas de contact aux professionnels de l'immobilier.

Il est donc aujourd'hui essentiel de se concentrer sur la réelle qualité de l'audience grâce aux outils auxquels nous avons accès, comme l'interface du panel Médiamétrie.

### Bilan 2008 sur l'audience des sites immobiliers professionnels

Les histogrammes ci-après reviennent sur les **indicateurs de trafic qualifié** quadrimestre par quadrimestre, sur la base des **chiffres publiés par Nielsen/Netratings en 2008**.

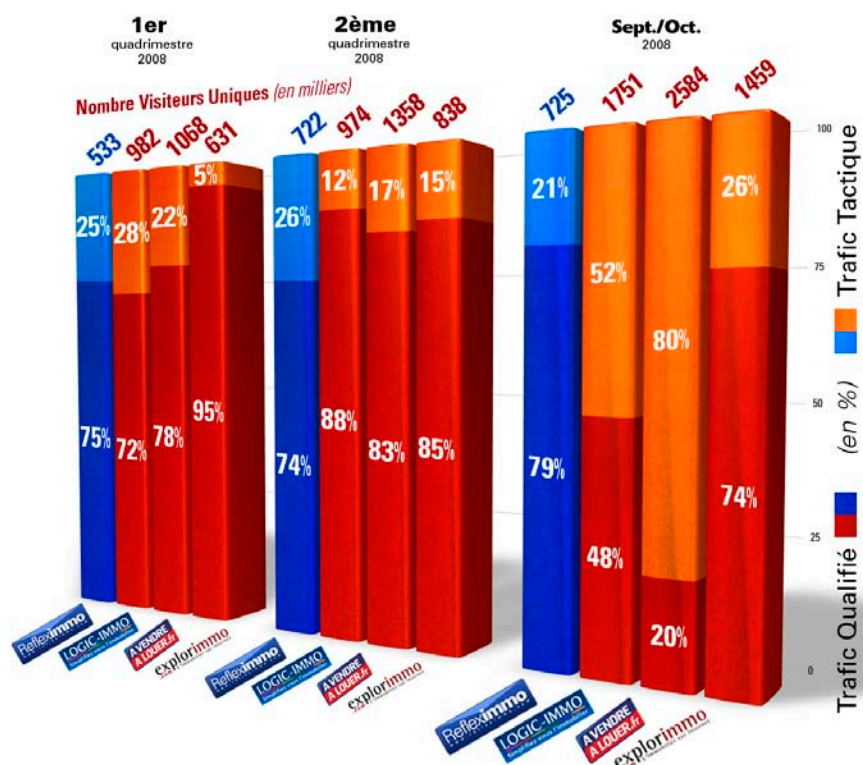
En 2008, sur les sites immobiliers, on distingue **2 stratégies d'audience**.

La première, **tactique et commerciale**, gonfle l'audience par des politiques promotionnelles éloignées et peu en affinité avec le contenu du site.

La seconde est une **stratégie d'audience qualifiée et réaliste**, notamment suivie par Refleximmo.com

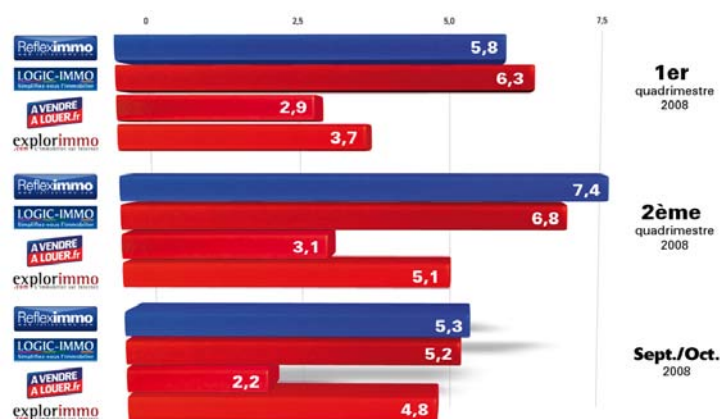
Retour sur l'année 2008 pour Refleximmo.com et ses 3 principaux sites concurrents (Logic-Immo, Avendre Alouer et Explorimmo).

### Audience qualifiée et tactique sur l'année 2008 \*



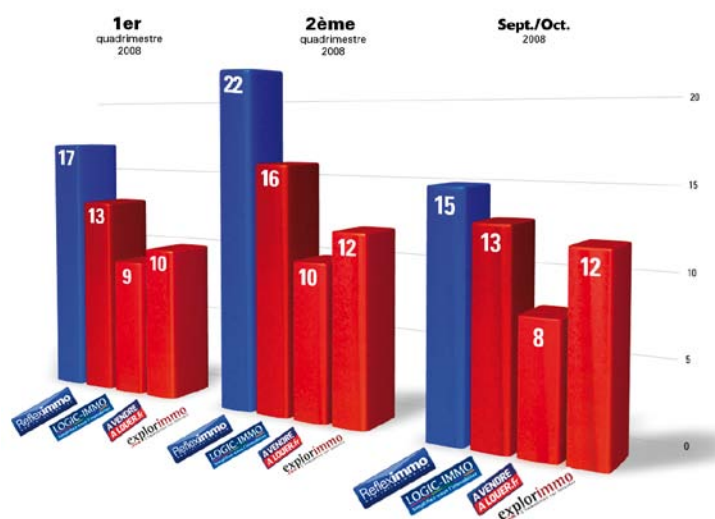
\*Source Nielsen/Netratings 2008

### Moyenne du temps passé par visite en 2008 \* (en minutes)



\*Source Nielsen/Netratings 2008

### Moyenne du nombre de pages vues par visite en 2008 \*



---

**Refleximmo**, filiale de S3G Groupe, est un acteur national en presse thématique gratuite immobilière. Refleximmo édite une cinquantaine de magazines gratuits d'annonces immobilières professionnelles en France dont 3 Reflexdéco, magazines dédiés à la décoration et au design.

**Refleximmo.com** est un des sites professionnels français leaders dans les petites annonces immobilières. Avec 14,5 pages vues par internaute et 5,3 minutes passées par visite\*, sur les mois de septembre / octobre 2008, il est le site 100 % professionnel conçu avec et pour les professionnels de l'immobilier.

\*Nielsen/Netratings - septembre / octobre 2008.

---

**S3G Groupe**, filiale du Groupe Sud-Ouest, est un des acteurs incontournables des médias gratuits d'annonces généralistes et immobilières en France. Il édite aujourd'hui plus d'une centaine de titres et Refleximmo.com, site professionnel français de petites annonces immobilières. Créé il y a plus de 38 ans, S3G Groupe réalisera à fin 2008 un chiffre d'affaires supérieur à 110 millions d'euros.

Les activités du Groupe s'articulent autour de trois pôles principaux : la presse gratuite d'annonces, la presse gratuite thématique immobilière et Internet.

L'ensemble de la chaîne de valeur, prépresse, impression et distribution est intégré et organisé autour de sociétés, chacune experte sur son métier.

---

**Informations Presse :**

**S3G GROUPE**

Valérie DRUON-FAYEAUX

Directrice Marketing et Communication Groupe

05 57 89 17 40

[v.druon-fayeaux@s3g.fr](mailto:v.druon-fayeaux@s3g.fr)

Béatrice DUCASSE

Responsable Communication Groupe

05 57 89 67 08

[b.ducasse@s3g.fr](mailto:b.ducasse@s3g.fr)