

**Note à Madame Chantal DE PAUW**  
Conseiller général

N° d'entreprise 0314.595.348

**Objet:** Rapport annuel 2015 des fréquentations du Site du SPF Economie  
**Rapport d'orientation**

**vos**re avis du

J'ai l'honneur de soumettre à Madame le Conseiller général le premier rapport relatif aux fréquentations du site du Département en 2015.

**vos**re référence

**notre référence**  
D://RDumoulin/DOCS/  
Note\_Transmis\_Rapport  
\_2015\_site\_SPF

Au vu de l'importante érosion constatée, ledit rapport contient certaines constatations et recommandations qu'il reviendra à Madame le Conseiller général qu'elles avaient déjà largement évoquées à l'occasion de la réunion, dite de « staff », du 1<sup>er</sup> octobre 2015. Le site du SPF Economie est certes un site qui sert de référence, mais ses contenus sont insuffisants pour lui permettre de se maintenir en tête de requête aux yeux des moteurs de recherche.

**annexes**

1

L'Attaché,

Robert DUMOULIN

Copie pour : M. Chr. Courouble, Mme C. Poublon

**Personne de contact: Robert DUMOULIN**  
Service d'encadrement Communication – Qualité et contenu de la communication

<http://economie.fgov.be>

Statistiques de fréquentation du site en 2015

Rapport d'orientation

# 1. Appréciation générale

Depuis le lancement en septembre 2009 de la nouvelle formule du site du SPF Économie, les premiers rapports annuels à propos de sa fréquentation avaient enregistré une évolution assez encourageante. Néanmoins, il était constaté, année après année, que les pages qui en étaient les plus fréquentées demeuraient – de loin – celles des services aux entreprises offerts par la **BCE/KBO** et celles plutôt destinées au consommateur des **indices des prix**, la dispersion du nombre de visites entre toutes les autres pages s'avérant assez large.

Notre site semblait dès lors s'être constitué une clientèle fidèle pour chacune des missions du SPF Économie, et devoir être considéré comme offrant une information de référence à son public : le site s'affirmait comme un **acteur institutionnel de l'information fédérale**.

À certaines périodes, des opérations ponctuelles – et en particulier les opérations « *Osez comparer* » de 2012 (gaz) et de 2013 (télédistribution) – avaient eu pour effet d'attirer l'attention des consommateurs sur certaines pages du site, mais assez rapidement, le souffle en était retombé. Force était de constater que le site du SPF, en dépit de campagnes et d'efforts de communication méritoires, n'arrivait pas à vraiment à fidéliser ses « clientèles d'internautes » récemment acquises.

En 2014, l'analyse des tendances des fréquentations du site avait été, sinon faussée, du moins rendue quelque peu malaisée, en raison de deux facteurs :

- la difficulté d'établir des comparaisons d'une année à l'autre entre les statistiques de fréquentation fournies par deux méthodologies différentes, celles de *DC Storm* (comparaisons de janvier à août) et de *Google Analytics* (septembre à décembre) ;
- un intérêt sans précédent provoqué par la mise en ligne les 3 et 4 septembre 2014 d'une première carte de délestages en cas de pénurie hivernale d'électricité.

Pour cette deuxième raison, il avait été relevé dans le rapport de l'année passée que si les niveaux de fréquentation du site du SPF Économie, P.M.E., Classes moyennes et Énergie étaient restés globalement stables par rapport à 2013, ils ne l'avaient sans doute dû qu'au succès connu par un seul contenu lors de ces deux journées de septembre 2014.

En 2015, aucune de ces deux biais ne s'est plus manifesté. En effet,

- il n'y a plus la moindre difficulté méthodologique à comparer les statistiques de 2015 et de l'année 2014, puisque toutes les données ont été collectées *via* l'outil *Google Analytics* ;
- aucune opération ponctuelle saillante n'a été organisée en 2015, et ni l'opération « *Osez comparer* » envisagée ni la recherche d'information destinée à apaiser les inquiétudes de la population en matière d'approvisionnement en électricité n'ont été activées ou mises en valeur de manière spécifique sur le site ou par voie de presse.

Rien ne permet plus de se masquer la vérité : **la fréquentation du site** (des contenus NL comme des contenus FR) **a régressé de 10,5%** et les causes de cette perte de vitesse ne doit être recherchée que dans l'**inadéquation entre la conception du site et la demande des internautes** – entreprises comme consommateurs.

## 2. Statistiques globales

### 2.1. Nombre de consultations uniques

15.494.037 pour la période {01.01.2015-31.12.2015}, soit une **diminution de 6,3 %** par rapport à la période {01.01.2014-31.12.2014}

### 2.2. Nombre de pages consultées

20.245.645 pour la période {01.01.2015-31.12.2015}, soit une **diminution de 7,2 %** par rapport à la période {01.01.2014-31.12.2014}

### 2.3. Nombre de sessions (= visiteurs)

8.572.672 pour la période {01.01.2015-31.12.2015}, soit une **diminution de 0,7 %** par rapport à la période {01.01.2014-31.12.2014}

Conclusion intermédiaire : à nombre stable de visiteurs correspond sensiblement moins de pages vues – donc : **le site du SPF intéresse moins** les internautes que par le passé.

### 2.4. Nombre de pages par sessions

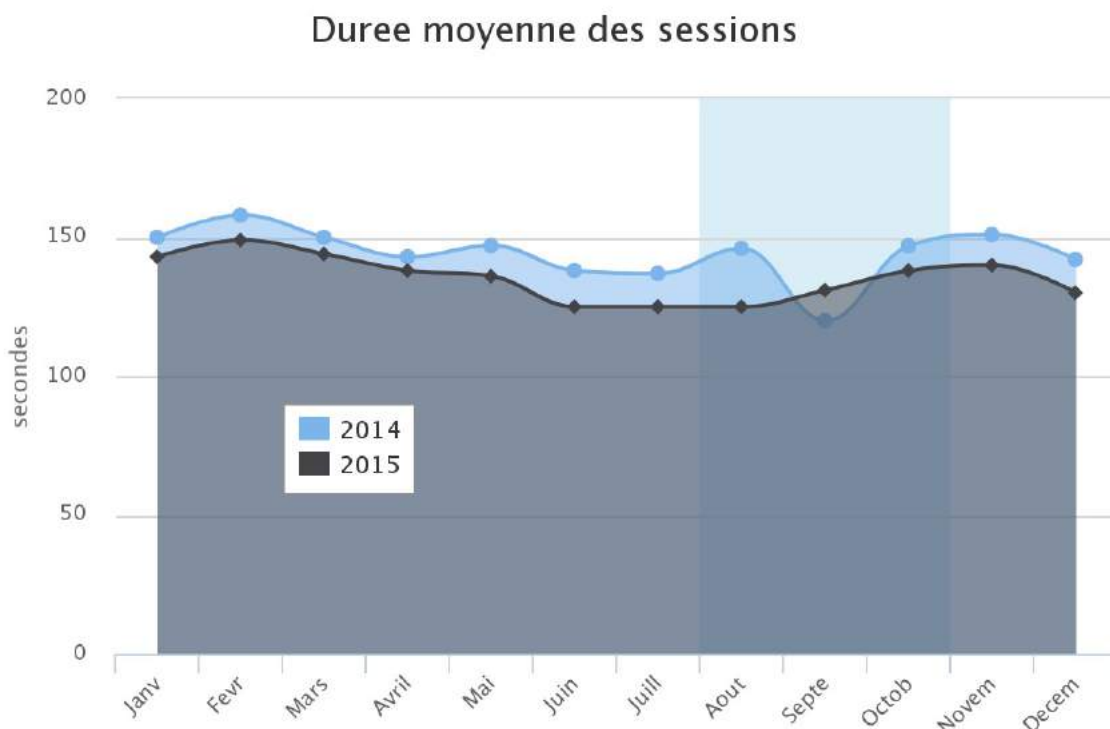


Au cours des sessions, le nombre de pages vues a en effet, sauf en septembre, été **en baisse d'un quart de page** d'une année sur l'autre. Notons une nouvelle fois que le mois de septembre 2014 avait été atypique, en ce sens que les visites s'y étaient massivement concentrées sur la carte des délestages.

### 3. Comportement des internautes

#### 3.1. Durée moyenne des sessions

Le site a été consulté en moyenne 2'16" par session en 2015, contre 2'23" en 2014. En septembre 2013, le temps moyen de consultation par session s'élevait encore à 2'34".



Le fléchissement de durée moyenne des sessions s'avère également général, à l'exception du mois de septembre au cours duquel l'intérêt des internautes s'était principalement focalisé sur la carte des délestages. Cet indicateur confirme donc, de mois en mois, un phénomène d'**érosion de la curiosité** de la part des internautes.

#### 3.2. D'où proviennent les internautes ?

En 2015, **¾ des internautes** atterrissent sur le site du SPF Économie après avoir effectué une requête dans un **moteur de recherche** : 74,2% en hausse de 4,9% par rapport à 2014.

Le site du Département n'a donc aucune autre excuse à trouver que son **médiocre référencement** pour expliquer l'érosion de ses fréquentations. Si les pages – *a fortiori* les nouvelles – ne connaissent pas le succès escompté par les DG qui les conçoivent, c'est à coup sûr qu'elles sont insuffisamment rédigées pour le web ; en particulier, qu'elles ne comportent au-dessus de la « ligne de flottaison » aucun mot ou expression susceptibles d'attirer l'attention des « robots aspirateurs » des moteurs de recherche.

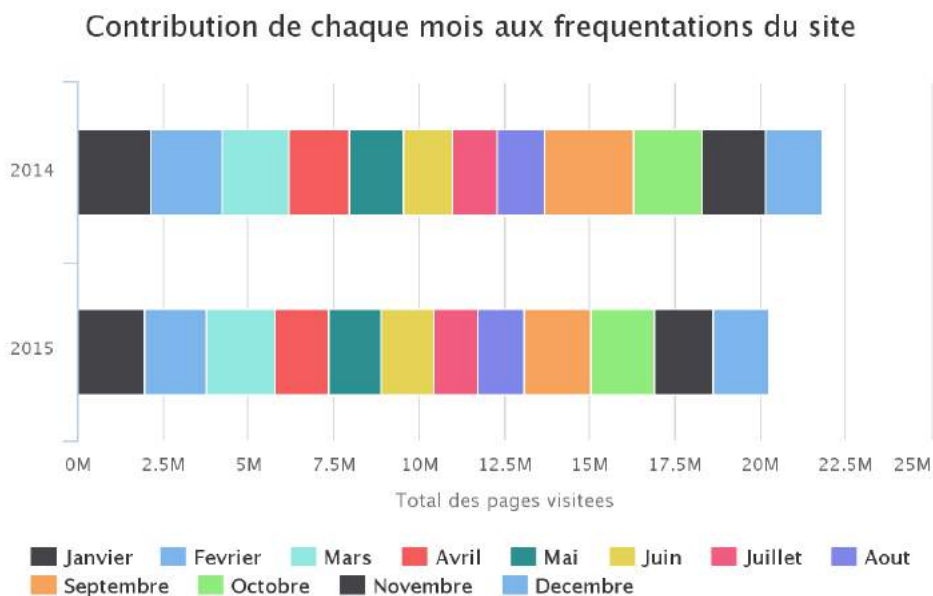
La « ligne de flottaison », c'est une ligne imaginaire qui sépare ce qui est visible immédiatement de ce qui apparaît quand l'internaute se déplace à l'aide de la souris.

### 3.3. Fréquentations des contenus selon les langues

2014=100	NL	FR	NL > FR	FR > NL
janvier	85,4	85,7		0,3
février	78,6	81,7		3,1
mars	94,6	96,5		1,9
avril	85,5	89,0		3,5
mai	90,7	92,7		2,0
juin	101,0	103,8		2,8
juillet	95,9	95,7	0,2	
août	94,5	98,2		3,7
septembre	78,0	72,6	5,4	
octobre	94,8	89,9	4,9	
novembre	93,8	88,8	5,0	
décembre	97,5	93,4	4,1	

Des chutes très accentuées de la fréquentation par rapport au même mois de l'année précédente ont été enregistrés, surtout en février, avril et septembre. Seul le mois de juin s'est avéré supérieur au mois de juin 2014. À noter que le creux a été plus marqué dans les contenus néerlandais du premier semestre, et dans les contenus en français en fin d'année.

### 3.4. Données mensuelles



Highcharts.com

Le décrochage de 2015 commence de fait dès février pour s'accroître en avril et septembre.