

# Cinq tendances de l'Internet belge

Portails en hausse mais moins dominateurs, Web social en explosion et toujours davantage de femmes en ligne: l'agence média Emakina/Media a ausculté les tendances de l'Internet belges pour l'année 2008.

Quels sont les sites qui ont été les plus visités par les internautes belges en 2008? Pour le savoir, Emakina/Media a réalisé le classement des cents sites les plus fréquentés sur base des chiffres disponible dans l'étude MetriWeb. Dans ce Top 100, cinq tendances intéressantes se dessinent.

## Tendance #1: les portails restent hégémoniques mais...

Globalement, les portails sont stables et continuent de dominer le marché. Le grand gagnant reste Windows Live Hotmail atteignant plus de 4.900.000 visiteurs uniques réguliers par mois, ce qui représente 93% des surfeurs belges. Une surprise tout de même: autrefois premier de la classe, Skynet dégringole du podium et a rétrogradé en quatrième position. Le portail de Belgacom doit à présent compter avec un nouvel arrivant dans le classement, le réseau social Netlog qui affiche plus de 7.165.492 visiteurs uniques. Autre constatation: certains sites ont gardé une audience stable mais ont quitté le Top 100 en raison de l'irruption de nouveaux sites tels que la plate-forme vidéo

Dailymotion, la communauté CommentCaMarche, le site de cartographie Mappy etc. On remarquera que nombre de ces éditeurs sont internationaux et souhaitent valoriser leur audience belgo-belge sur le marché publicitaire.

2008 a aussi été une bonne année pour les quotidiens en ligne qui ont tous une audience en (légère) progression, tant au Nord qu'au Sud du pays. Cette hausse est due à une actualité particulièrement avec les élections américaines, le dossier communautaire, le chute d'Yves Leterme et, bien entendu, la crise économique. Côté groupes médias, c'est la statu quo: De Persgroep continue de dominer le classement avec HLN.be, tandis que Le Soir reste le premier quotidien francophone sur le Web belge. On voit d'ailleurs que Rossel marque des points sur Internet: à côté du Soir, Vlan.be, Cine-News, Vacature/Références ou L'Echo font également bonne figure dans ce classement.

## Tendance #2: à qui profite la crise

Cette même crise économique bénéficie aussi à d'autres catégories de sites comme les petites annonces: Kapaza, Vlan

### Top 5 Dailies

Website	unique visitors/month	regular visitors/month	total visits/month
HLN.be - 7sur7.be Website	4.375.543	1.910.233	18.135.490
De Standaard Online	1.980.721	1.033.794	8.390.034
LeSoir.be Website	1.202.072	660.428	4.191.200
Gazet van Antwerpen	1.114.681	596.162	3.409.513
De Tijd Website	1.099.695	511.275	4.983.720

## Metriweb vs. Google Ad Planner

Metriweb comporte deux biais importants. Primo, cette étude ne recense que les sites qui font la démarche d'y participer (et de payer la souscription). Secundo, Metriweb ne rassemble, en très grande majorité, que des éditeurs belgo-belges et ne tient pas compte des acteurs internationaux de l'Internet, sauf si ces derniers décident de se joindre à l'étude. En somme, même s'il fait l'objet d'un large consensus au sein du marché belge, Metriweb n'offre qu'un miroir déformant et non un reflet fidèle du Web belge.

Dans cette perspective, il est instructif de confronter Metriweb à Google Ad Planner, un outil de Google qui permet de construire un plan média sur mesure en profitant de l'immense réservoir de données socio-démographiques que représente ce moteur de recherche.

Si on demande à Google Ad Planner le classement de l'Internet belge dans sa globalité, le résultat du Top 10 est le suivant :

1.	Live.com
2.	msn.com
3.	facebook.com
4.	Yahoo.com
5.	ebay.be
6.	netlog.com
7.	skynet.be
8.	skyrock.com
9.	telenet.be
10.	free.fr

Si le leader du classement (Microsoft) est identique à Metriweb, on voit que le réseau social Facebook, le site d'enchères eBay et le portail de services Yahoo! précèdent immédiatement des sites plus "nationaux" comme Netlog ou Skynet. Plus surprenant, on identifie en 10ème position le fournisseur d'accès Free. Cette jolie place est probablement liée au nombre de sites hébergés par Free sur ses serveurs.

A noter que ce classement comporte deux absents de marque qui ne sont autres que l'encyclopédie Wikipedia et... Google lui-même. Le moteur de recherche veille visiblement au grain sur ses propres chiffres.



Le Persgroep continue de dominer le classement avec HLN.be / Tsur7.be.

Vlan Online, 2dehands.be, Autoscout24, Koopjeskrant, Vivastreet, Hebbes, Spotter... Parmi les portails d'emploi, la tendance générale est logiquement et légèrement à la baisse: les entreprises engagent moins et diffusent donc moins d'offres d'emploi. Seuls deux mois de l'année ont été "positifs" juin et septembre, périodes où de nouveaux diplômés arrivent sur le marché. Les internautes en quête d'un job et les grandes entreprises qui recrutent restent de bons clients des sites spécialisés (Vacature Références, VDAB...). Ces derniers voient toutefois de nouveaux concurrents arriver avec les réseaux sociaux B2B de type LinkedIn ou Viadeo qui permettent aux entreprises de faire leur shopping presque sur mesure dans le domaine des ressources humaines.

### **Tendance #3: l'essor du Web social**

Selon le Zeitgeist annuel de Google, Facebook, Netlog, Youtube et Hotmail ont été les requêtes les plus fréquentes sur le Web belge l'année dernière. Au niveau plus local, les meilleures progressions sont enregistrées par Mijn Restaurant et Exgisa en Flandre; les Jeux Olympiques 2008 et Secret Story en Wallonie (ce qui, d'ailleurs, montre à nouveau les différences culturelles entre les deux communautés). On s'aperçoit que cet essor du Web social se reflète logi-

quement dans le classement MetriWeb. Outre la percée de Netlog décrite plus haut, Skyrock et ses Skyblogs pointent à la cinquième place, suivis par d'autres communautés comme la communauté du troisième âge SenioreNet (16<sup>e</sup>) ou GarageTV (21<sup>e</sup>), le clone de YouTube développé par le câblo-opérateur Telenet. Les internautes belges sont donc devenus de vrais adeptes du Web 2.0 et cette tendance vers le "user-generated content" pourrait être encore plus marquée si des acteurs comme Facebook, MySpace et Youtube décidaient de participer à l'étude MetriWeb.

On peut se demander si cet engouement pour le Web social n'est pas lié à la montée en puissance de l'Internet mobile, dopé par l'iPhone et les réseaux de troisième génération. On peut désormais emporter son réseau social partout avec soi et bénéficier de tous les avantages de la géolocalisation. Cette évolution reste certes embryonnaire mais elle pourrait s'accélérer si, d'aventure, les opérateurs de téléphonie mobile décidaient d'investir davantage de moyens dans l'Internet mobile.

### **Tendance #4: l'Internet séduit les femmes**

Entre 2005 et 2008, le nombre de femmes surfant sur Internet a augmenté de 3%. Leurs centres d'intérêt diffèrent de ceux des hommes, les femmes cherchant avant tout

### Top 5 Communities

Website	unique visitors/month	regular visitors/month	total visits/month	total page requests/month
NETLOG	7.165.492	1.820.401	26.796.218	828.808.628
SKYROCK Website	3.570.433	1.442.594	16.216.063	433.633.293
SeniorenNet	1.196.698	663.839	2.370.640	14.028.071
CommentCaMarche	1.124.327	476.101	1.657.926	3.682.458
GARAGE TV	1.095.146	585.925	1.611.353	14.199.399

des informations sur la cuisine (recettes...), l'alimentation et la l'hygiène personnelle. Elles réalisent moins d'achat en ligne mais les médias sociaux ont plus la cote auprès de ces dernières (blogs, réseaux sociaux, communautés). Les trois sites avec l'audience la plus féminine sont MSN Hotmail

et MSN portal, Skynet et HLN / 7sur7. De Persgroep récolte donc les fruits du développement d'un canal consacré exclusivement aux femmes sur ses sites d'information. A noter aussi le succès de communautés féminines représentées par Au Féminin.be, Flair, Libelle, Femi Style...

### Tendance #5: le Web, medium favori des jeunes, les seniors peu friands du Net

Ce n'est pas un scoop: les adolescents et les jeunes adultes sont définitivement accros aux nouvelles technologies. Cette addiction a bien entendu un impact sur le classement et se reflète notamment dans le succès de sites de gaming (9lives, Arena 51...), de partage de vidéos (Garage TV), de loisirs (Cine-News) ou de communautés (Rendez-Vous, Netlog, Skyrack...), sans oublier l'usage quasi quotidien de la messagerie instantanée et du courrier électronique, deux outils où MSN règne sans partage. Pour leur part, les seniors restent dans la grande majorité réfractaires à l'utilisation de l'Internet. Leurs réti-

cences sont liées à plusieurs freins: lisibilité peu adaptée des sites, complexité de l'outil technologique, jargon propre au medium... Deuxième observation: malgré le succès de communautés comme SenioreNet en Flandre, les plus âgés ne sont pas non plus enthousiastes quant aux sites conçus spécifiquement à leur endroit (qui aurait envie d'être stigmatisé dans la catégorie des "personnes du troisième âge"). Par ailleurs, les seniors ne surfent pas pour être "à la page" mais davantage pour trouver des informations pratiques. Ce qui explique leur attrait pour les moteurs de recherche et en particulier, Google.

**Isabelle Driège**  
Partner & General manager  
Emakina/Media