

BILAN

1^{er} au 10^{ème} jours

RAMADAN 2007

(Du 13 au 23 Sept.2007)



- ✓ Bilan des audiences TV durant la première semaine RAMADAN (enquête Mediascan du 13 au 19 sept. 07)
- ✓ Bilan des investissements media du 13 au 23 septembre 2007
- ✓ Bilan de mémorisation des campagnes

✓ Bilan des audiences TV durant la
1^{ère} semaine RAMADAN
(enquête Mediascan du 13 au 19 sept. 07)

Pénétration globale TV

audience du	13-sept. JEUDI	14-sept. VENDREDI	15-sept. SAMEDI	16-sept- DIMANCHE	17-sept. LUNDI	18-sept. MARDI	19-sept. MERCREDI	MOYENNE
Pénétration globale TV	87,80	90,50	88,30	89,70	94,70	92,40	88,40	90,26
Pénétration Chaînes hertziennes	79,00	82,00	82,00	84,00	88,00	81,00	81,00	82,43
Pénétration Chaînes satellitaires	23,00	18,00	20,00	26,00	27,00	31,00	26,00	24,43

- Durant le mois de Ramadan, les tunisiens sont très nombreux devant leur téléviseur: **90,26% de pénétration globale moyenne** au cours de la première semaine de RAMADAN (vs une pénétration globale moyenne de 75,4% durant le 8 premiers mois 2007).
- Les chaînes hertziennes enregistrent de forts taux de pénétration, loin devant les chaînes satellitaires, contrairement aux habitudes en dehors du mois de Ramadan.
- En fait de période, les chaînes satellitaires progressent mais le taux de pénétration des chaînes hertziennes conservent leurs taux élevés, cela traduit un phénomène de zapping.

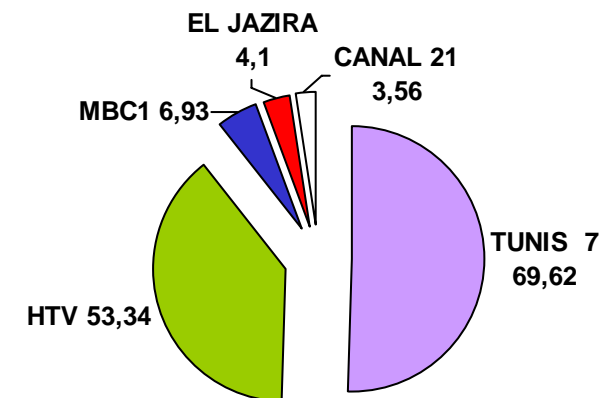
Pénétration globale des principales chaînes

audience du	13-sept. JEUDI	14-sept. VENDREDI	15-sept. SAMEDI	16-sept. DIMANCHE	17-sept. LUNDI	18-sept. MARDI	19-sept. MERCREDI	MOYENNE
-------------	-------------------	----------------------	--------------------	----------------------	-------------------	-------------------	----------------------	---------

Pénétration des chaînes TOP 5								
TUNIS 7	65,56	68,89	67,78	71,27	73,72	69,04	71,05	69,62
HANNIBAL TV	47,78	49,56	54,89	54,34	60,36	54,57	51,89	53,34
MBC1	5,33	5,56	2,67	8,24	9,80	9,80	7,13	6,93
EL JAZIRA	3,78	2,22	5,56	3,56	4,45	5,57	3,56	4,10
CANAL 21	4,00	2,44	4,00	2,67	5,35	3,79	2,67	3,56

- Durant la première semaine de Ramadan, TUNIS 7 a reconquis les téléspectateurs tunisiens recueillant une **pénétration moyenne de 69,62%** (vs une pénétration moyenne de 17,2% durant le 8 premiers mois 2007).
- HANNIBAL TV enregistre également des taux de pénétration importants, qui ont progressé en fin de semaine. Le taux de pénétration moyenne est de 53,34% (vs 28,2% durant le 8 premiers mois 2007).

**Moyenne de pénétration
TOP 5 des chaînes**



Parts d'audience des principales chaînes

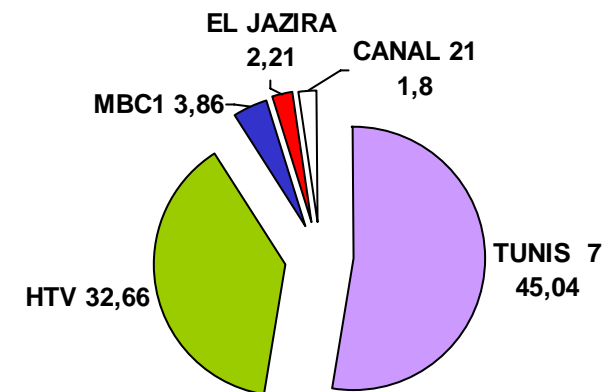
audience du	13-sept. JEUDI	14-sept. VENDREDI	15-sept. SAMEDI	16-sept. DIMANCHE	17-sept. LUNDI	18-sept. MARDI	19-sept. MERCREDI	MOYENNE
-------------	-------------------	----------------------	--------------------	----------------------	-------------------	-------------------	----------------------	---------

Part d'audience des chaînes TOP 5

TUNIS 7	49,00	50,10	43,70	44,90	40,20	42,00	45,40	45,04
HANNIBAL TV	30,90	32,40	37,10	32,80	32,80	31,00	31,60	32,66
MBC1	3,80	3,40	1,60	3,20	4,70	5,20	5,10	3,86
EL JAZIRA	2,20	2,20	3,30	1,90	2,00	2,30	1,60	2,21
CANAL 21	2,20	1,30	1,40	1,40	3,20	1,90	1,20	1,80

- Durant la première semaine de Ramadan, en terme de part d'audience, TUNIS 7 reste en tête mais avec un différentiel avec HANNIBAL TV réduit à 12,38 points vs un différentiel de 16,28 points pour la pénétration)

Part d'audience moyenne TOP 5 des chaînes



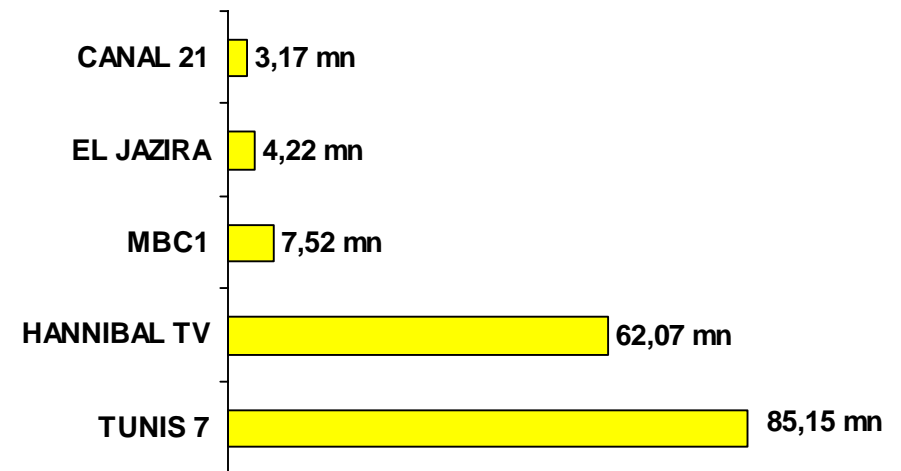
Durée moyenne d'audience par chaînes

audience du	13-sept. JEUDI	14-sept. VENDREDI	15-sept. SAMEDI	16-sept. DIMANCHE	17-sept. LUNDI	18-sept. MARDI	19-sept. MERCREDI	MOYENNE
-------------	-------------------	----------------------	--------------------	----------------------	-------------------	-------------------	----------------------	---------

Durée moyenne d'audience par chaînes (mm)								
TUNIS 7	82,57	84,51	76,86	83,29	89,30	94,74	84,76	85,15
HANNIBAL TV	52,13	54,61	65,34	60,77	72,83	69,79	59,00	62,07
MBC1	6,33	5,65	2,75	5,95	10,56	11,79	9,59	7,52
EL JAZIRA	3,77	3,73	5,87	3,51	4,38	5,25	3,07	4,22
CANAL 21	3,67		2,46	2,54	7,05	4,21	2,27	3,17

Durée moyenne d'audience par personne (mm)								
	168,00	169,00	176,00	185,00	222,00	225,00	187,00	190,29

- La durée moyenne d'audience durant la 1^{ère} semaine de Ramadan est de **1h 25mm pour TUNIS 7 vs 1h pour HTV.**
- Sachant qu'une personne regarde la TV en moyenne plus de 3h par jour (vs une moyenne de 2h durant les 8 premiers mois 2007).



Parts d'audience des émissions TUNIS 7

Emission	13-sept.-07 JEUDI		14-sept.-07 VENDREDI		15-sept.-07 SAMEDI		16-sept.-07 DIMANCHE		17-sept.-07 LUNDI		18-sept.-07 MARDI		19-sept.-07 MERCREDI	
	Heure	Audience	Heure	Audience	Heure	Audience	Heure	Audience	Heure	Audience	Heure	Audience	Heure	Audience
Feuilleton "Moulouk Atawaef"	18:15	4,00%	18:10	2,00%	18:40	13,70%	18:10	1,10%	18:10	3,80%	17:55	2,00%	18:05	8,00%
Ibtihalet	19:00	30,90%	19:00	28,60%	19:10	31,90%	18:50	30,30%	18:50	36,10%	18:45	28,10%	18:45	36,70%
Mabinetna	19:50	30,90%	19:50	28,60%	19:50	32,10%	19:45	30,70%	19:45	36,10%	19:45	28,70%	19:45	36,10%
le Journal	20:00	39,30%	20:00	42,10%	20:00	38,30%	20:00	30,10%	20:00	34,50%	20:00	33,60%	20:00	36,30%
Météo	20:30	38,40%	20:30	40,40%	20:20	38,70%	20:20	31,60%	20:30	30,70%	20:25	35,00%	20:30	35,40%
Tchanchina	20:40	39,30%	20:40	41,70%	20:40	36,30%	20:40	28,70%	20:40	34,10%	20:40	32,70%	20:40	36,30%
Sitcom "Choufli Hal 3"	21:00	39,10%	21:00	38,40%	21:00	34,10%	21:00	40,50%	21:00	46,50%	21:00	47,90%	21:00	42,50%
Takraouna Ghadan	21:40	34,40%	21:40	35,30%										
Jeux "Diilek Mlak"	22:00	22,40%	22:00	25,70%	21:45	34,50%	21:45	36,30%	21:45	41,90%	21:45	43,00%	21:50	38,30%
Takraouna Ghadan					22:40	20,40%			22:50	24,50%	22:45	26,45%	22:50	18,70%
Feuilleton "Kamanjat Sallema"	23:00	11,10%	23:00	13,70%	23:00	17,90%	22:50	26,30%	23:00	19,40%	22:55	32,70%	23:00	18,30%
Dimanche Sport							0:15	6,20%						

Parts d'audience des émissions HANNIBAL TV

Emission	13-sept.-07 JEUDI		14-sept.-07 VENDREDI		15-sept.-07 SAMEDI		16-sept.-07 DIMANCHE		17-sept.-07 LUNDI		18-sept.-07 MARDI		19-sept.-07 MERCREDI	
	Heure	Audience	Heure	Audience	Heure	Audience	Heure	Audience	Heure	Audience	Heure	Audience	Heure	Audience
Feuilleton "Khaled IBN AL WALID"	18:10	3,30%	18:00	2,70%	18:10	3,80%	18:10	1,60%	18:20	10,00%	18:00	2,90%	18:00	2,70%
Nassim Ramadhan	19:00	8,70%	18:50	2,40%	19:00	7,30%	19:00	6,50%	19:00	9,80%	18:50	8,00%	18:50	8,00%
Religieuse	19:10	15,80%	19:00	12,60%	19:15	15,30%	19:15	21,80%	19:15	28,70%	19:15	26,50%	19:15	24,10%
Wadhah	19:45	30,40%	19:45	25,10%	19:40	28,70%	19:45	36,50%	19:45	28,70%	19:45	28,50%	19:45	24,50%
Famille El FERGEAWI			20:00	24,40%	20:00	27,70%	20:00	34,50%	20:00	35,90%	20:00	35,20%	20:00	28,10%
Camera Cachée	20:15	24,70%	20:15	27,30%	20:15	30,30%	20:20	38,10%	20:15	37,20%	20:15	34,50%	20:15	34,50%
Famille El FERGEAWI	20:30	23,80%												
Hannibal Fi Houmetna	20:40	29,10%	20:50	34,10%	20:40	37,60%	20:50	40,30%	20:35	39,40%	20:40	35,20%	20:40	29,60%
El Kiosque	21:35	21,30%	21:45	24,80%	21:35	28,10%	21:30	23,80%	21:25	25,20%	21:25	23,20%	21:25	22,90%
Salah wa Sallouha					22:00	19,50%	21:50	22,00%	21:55	23,60%	21:45	20,70%	21:55	20,50%
Kalb Imraa	22:10	13,10%	22:25	17,30%	22:10	18,80%	22:00	14,30%					22:00	19,40%
Souiaa Sport									22:00	23,80%				
Belmakchouf											22:10	20,30%		
Ramadhan yama Kan							22:50	12,90%						
Essaraha Raha 3							23:11	5,80%						

Annexe Audience

Enquête Mediascan: 450 personnes de plus de 12 ans, interrogées en face to face sur le Grand Tunis sur les audiences TV de la veille.

Échantillon représentatif de la population urbaine de +12 ans selon les critères sexe, âge et CSP définis sur la base du dernier recensement de la population.

LEXIQUE:

Pénétration: indicateur définissant l'audience d'un média auprès d'une partie de la population désignée par des caractéristiques socio-démographiques ou économiques.

Part d'audience: Pourcentage d'audience d'une chaîne TV calculé par rapport à l'audience du média Télévision. Cet indicateur peut être calculé pour une émission ou une tranche horaire, et ce sur toute cible standard.

✓ Bilan des investissements media du 13 au 23 septembre 2007

Estimation des IP media du 13 au 23 sept.

Estimation IP TV (TUNIS 7 +HTV)	10 433 560
Estimation IP RADIO	460 093
Estimation IP PRESSE	774 420
TOTAL du 13 au 23 sept. 2007	11 668 073

- Estimation des IP réalisés sur les chaînes TUNIS 7 et HANNIBAL TV
- Le sponsoring des émissions Ramadanesques TUNIS 7 est estimé sur la base des offres publiques ANPA, hors des packs.
- HTV : aucun sponsor sur la période.

TOP 20 annonceurs TV du 13 au 23 sept.

	ANNONCEUR	Estimation IP
1	TUNISIE TELECOM	577 098
2	STIAL DELICE DANONE	550 381
3	SOTUCHOC	549 584
4	SOTUBI	473 576
5	ORASCOM TELECOM TUNISIE	464 677
6	IAT	456 504
7	GIAS	446 374
8	LA POSTE TUNISIENNE	444 333
9	STE D'ARTICLES HYGIENIQUES	416 076
10	BST	415 530
11	CLC	401 143
12	ICT	345 270
13	CRISTAL TUNISIE	334 783
14	UNPA	262 161
15	GIPA	241 000
16	ETS SLAMA FRERES	238 166
17	LA ROSE BLANCHE	236 748
18	SNBG	222 330
19	ATB	220 489
20	EL MAZRAA	210 793
	Total Top 20	7 507 015
	Autres	2 926 546
	Total 10 jours Ramadan	10 433 560

- Estimation des IP réalisés sur les chaînes TUNIS 7 et HANNIBAL TV
- Le sponsoring des émissions Ramadanesques TUNIS 7 est estimé sur la base des offres publiques ANPA, hors des packs.
- HTV : aucun sponsor sur la période.

TOP 10 annonceurs TV (classique+sponsoring) du 13 au 23 sept.



ANNONCEUR	Estimation IP
TUNISIE TELECOM	406 482
ORASCOM TELECOM TUNISIE	353 178
STE D'ARTICLES HYGIENIQUES	272 030
LA POSTE TUNISIENNE	265 075
SOTUBI	227 977
STIAL DELICE DANONE	217 760
UNPA	210 551
IAT	204 261
GIAS	194 727
BST	179 668
Total Top 10	2 531 708
Autres	2 894 126
Total 10 jours Ramadan	5 425 834

ANNONCEUR	Nb. Sec.
TUNISIE TELECOM	3 690
ORASCOM TELECOM TUNISIE	2 865
STE D'ARTICLES HYGIENIQUES	2 750
LA POSTE TUNISIENNE	1 985
GIAS	1 935
STIAL DELICE DANONE	1 715
SNBG	1 710
BST	1 600
UNPA	1 560
SOTUBI	1 520
Total Top 10	21 330
Autres	24 488
Total 10 jours Ramadan	45 818

✓ Pour les 10 premiers jours de Ramadan, les opérateurs téléphonie occupent toujours la tête des TOP Investissements sur TUNIS 7 alors que le 1^{er} annonceur du secteur alimentaire ne se classe que 5^{ème} (la SOTUBI).

✓ Le coût seconde sur TUNIS 7 est important (de 154 à 100 DT/Secondes pour les annonceurs du TOP 10) mais les annonceurs bénéficient d'audiences très fortes.

- Estimation des IP réalisés sur les chaînes TUNIS 7 et HANNIBAL TV
- Le sponsoring des émissions Ramadaniques TUNIS 7 est estimé sur la base des offres publiques ANPA, hors des packs.
- HTV : aucun sponsor sur la période.

TOP 10 annonceurs TV du 13 au 23 sept.



SPONSORING DES EMISSIONS RAMADANESQUES

ANNONCEUR	Estimation sponsoring
STE D'ARTICLES HYGIENIQUES	269 182
TUNISIE TELECOM	237 757
GIAS	194 727
SNBG	154 636
STIAL DELICE DANONE	149 485
ORASCOM TELECOM TUNISIE	148 166
ATB	146 833
EL MAZRAA	141 273
GIPA	137 836
IAT	112 500
Total Top 10	1 692 395
Autres	784 661
Total 10 jours Ramadan	2 477 056

- Estimation des IP réalisés sur les chaînes TUNIS 7 et HANNIBAL TV
- Le sponsoring des émissions Ramadaniques TUNIS 7 est estimé sur la base des offres publiques ANPA, hors des packs.
- HTV : aucun sponsor sur la période.

TOP 10 annonceurs TV du 13 au 23 sept.



SPONSORING DES EMISSIONS RAMADANESQUES

ANNONCEUR	EMISSIONS	PRODUITS	Nb. Secondes diffusées
S.A.H	DLILEK MLAK	Lilas Bébé	2 680
TUNISIE TELECOM	DLILEK MLAK	-50% vers l'étranger	1 395
		Taxiphone	380
		Service Ahbebi	400
		50 Omra	110
	TCHANCHINA	Taxiphone	80
GIAS	DLILEK MLAK	Levure et sucre vanillé Vanoise	630
		Lait concentré Vanoise	465
		Crème pâtissière Vanoise	420
		Jus TANG	420
SNBG	DLILEK MLAK	Jus DIVA	1 080
		Jus Raoua	480
EL MAZRAA	DLILEK MLAK	Poulet El Ayla	1 430
GIPA	DLILEK MLAK	Crème dessert Plaisir	1 050
		Yaourt à boire Tip top	234
		Jus TROPICANA	80

TOP 10 annonceurs TV du 13 au 23 sept.



SPONSORING DES EMISSIONS RAMADANESQUES

ANNONCEUR	EMISSIONS	PRODUITS	Nb. Secondes diffusées
STIAL DELICE DANONE	DLILEK MLAK	Activia Danette Danino	480 260 180
	CHOUFLI HAL	Danette Danino Activia	80 100 40
	Kamanjet Sallama	Danette	80
ATB	DLILEK MLAK	Epargne El Khir Crédit Sakan	665 70
	CHOUFLI HAL	Epargne El Khir	220
	Kamanjet Sallama	Epargne El Khir	220
BST	DLILEK MLAK	Coca Cola Fanta Mangué Fanta Orange Light	630 240 180

TOP 10 annonceurs TV du 13 au 23 sept.



SPONSORING DES EMISSIONS RAMADANESQUES

ANNONCEUR	EMISSIONS	PRODUITS	Nb. Secondes diffusées
ORASCOM TELECOM TUNISIE	Mabinetna	Tunisiana	440
	Dimanche Sport	Service clientèle	185
CRISTAL TUNISIE	DLILEK MLAK	Huile Lesieur	880
Ets Slama Frères	DLILEK MLAK	Huile Nejma	810
IAT	CHOUFLI HAL	Carré Président	150
		Triangle Président	80
	Kamanjet Sallama	Rapé Président Triangle Président	160 60
	Météo	Rapé Président Triangle Président	160 60
SOTUBI	CHOUFLI HAL	Sablito	160
		Prince de LU	60
	Kamanjet Sallama	Sablito Prince de LU	160 60
	Météo	Sablito Prince de LU	160 60

TOP 10 annonceurs TV du 13 au 23 sept.



SPONSORING DES EMISSIONS RAMADANESQUES

ANNONCEUR	EMISSIONS	PRODUITS	Nb. Secondes diffusées
SOSTEM	DLILEK MLAK	Eau minérale GARCI	630
AGRIMED	Ddaret Romdhan	Huile Safi	525
ADV	Tchanchina	Margarine Jadida	477
SOTUCHOC	CHOUFLI HAL	Chocolat Saïd	120
	Kamanjet Sallama	Club Chocolat	120
CLC	DLILEK MLAK	Danao	180
	Kamanjet Sallama	Nectar Délice	220
SFBT	DLILEK MLAK	Apla	390
Boulbaba Lansari	Tchanchina	Boulbaba Lansari	240
SEABG	DLILEK MLAK	Jus Plus	240

TOP 10 annonceurs TV du 13 au 23 sept.



SPONSORING DES EMISSIONS RAMADANESQUES

ANNONCEUR	EMISSIONS	PRODUITS	Nb. Secondes diffusées
SANCELLA	CHOUFLI HAL	Couche Peadouce	220
TOP NET	Navigation sur le net	ADSL TOP NET	70
HENKEL	Dbaret Romdhan	Gel douche FA	10
	Nesmet SBEH	Gel douche FA	50
PROMOSPORT	Dimanche Sport	Promosport	60

TOP 10 annonceurs TV du 13 au 23 sept.



HTV

ANNONCEUR	Estimation IP
SOTUCHOC	392 013
STIAL DELICE DANONE	288 283
CLC	243 183
LA ROSE BLANCHE	236 748
ICT	220 880
LA POSTE TUNISIENNE	204 435
IAT	193 188
SOTUBI	184 443
BST	174 598
CRISTAL TUNISIE	156 888
Total Top 10	2 294 655
Autres	1 617 458
Total 10 jours Ramadan	3 912 113

ANNONCEUR	Nb. Sec.
SOTUCHOC	4 290
STIAL DELICE DANONE	2 835
LA POSTE TUNISIENNE	2 260
CLC	2 130
ICT	2 010
IAT	1 905
TUNISIE TELECOM	1 890
SOTUBI	1 780
BST	1 710
CRISTAL TUNISIE	1 710
Total Top 10	22 520
Autres	17 458
Total 10 jours Ramadan	39 978

✓ Les TOP annonceurs sur HTV est composé uniquement d'annonceurs des secteurs alimentaires et boissons (à l'exception de LA POSTE TUNISIENNE).

✓ Le coût seconde sur HTV est plus intéressant (de 90 à 115 DT/Secondes pour les annonceurs du TOP 10) tout en bénéficiant d'audiences intéressantes.

- Estimation des IP réalisés sur les chaînes TUNIS 7 et HANNIBAL TV
- Le sponsoring des émissions Ramadaniques TUNIS 7 est estimé sur la base des offres publiques ANPA, hors des packs.
- HTV : aucun sponsor sur la période.

TOP annonceurs TV du 13 au 18 sept.



Les pîges disponibles à ce jour ne concernent que les 6 premiers jours de Ramadan.

ANNONCEUR	Estimation IP
TUNISIE TELECOM	1 054 684
ISC	369 600
ATB	124 100
BEYEN	103 440
MEUBLATEX	96 945
SANCELLA	90 620
FLASH	17 250
VEDIS	1 380
Total du 13 au 18 sept	1 858 019

ANNONCEUR	Nb. Sec.
TUNISIE TELECOM	14 528
ISC	7 840
ATB	1 946
MEUBLATEX	1 625
SANCELLA	1 410
BEYEN	1 175
FLASH	380
VEDIS	10
Total	28 914

- ✓ Le nombre d'annonceurs sur la chaîne maghrébine NESSMA est très limité.
- ✓ Le coût des messages est très important compte tenu de la faible pénétration de la chaîne (moyenne de 0,95% durant la première semaine).

• Le sponsoring des émissions Ramadanesques est estimé sur la base des offres publiques NESSMA TV hypothèse offre minimum, hors pack

TOP 20 annonceurs RADIO du 13 au 23 sept.

	Annonceur	Estimation IP
1	TUNISIE TELECOM	46 350
2	ORASCOM TELECOM TUNISIE	34 160
3	ELECTROSTAR	29 850
4	IAT	27 300
5	SEEM	23 175
6	BEST BRANDS	17 868
7	ETS SLAMA FRERES	15 488
8	EL MAZRAA	12 863
9	TOPNET	12 600
10	ADV	12 250
11	ATTIJARI BANK	11 900
12	NESTLE TUNISIE	11 813
13	ATB	10 658
14	CDS	10 500
15	CENTRALE LAITIERE MAHDIA	9 800
16	AGRIMED	9 775
17	KAROUI & KAROUI	9 588
18	ALPHA FORD	9 188
19	GLOBALNET	9 188
20	SATHOP	9 100
	TOP 20	333 410
	AUTRES	126 683
	Total	460 093

TOP 20 annonceurs PRESSE du 13 au 23 sept.

	Annonceur	Estimation IP
1	SEEM	49 223
2	ORASCOM TELECOM TUNISIE	42 787
3	SERVICES TELEMATIQUES	26 033
4	ELECTRO NABLI	23 685
5	ATB	22 022
6	PLANET TUNISIE	20 179
7	LMS CONFORT	19 219
8	NESMA TV	19 066
9	RADIO ZITOUNA FM	18 202
10	TUNISIE TELECOM	17 339
11	UHD	17 173
12	UNIVERSITE CENTRALE	15 964
13	TOPNET	15 205
14	NOKIA INTERNATIONALE	14 811
15	IMSET	14 732
16	GROUPE FERDAOUS	14 410
17	SIEM	14 151
18	ELECTROSTAR	12 455
19	STE MEDDIS	11 019
20	CONFISSERIE TRIKI	10 699
	TOP 20	398 374
	AUTRES	376 046
	Total	774 420

LES CAMPAGNES AFFICHAGE DEBUT RAMADAN

Certaines campagnes affichage Ramadan ont débuté dès la 1^{ère} quinzaine du mois de septembre; parmi ces campagnes:

1^{ère} quinzaine de septembre:

Annonceur	Produits	Réseaux recensés
Amd	Moulinex	Media In
Henkel	Gel douche Fa	Mip
La Rose Blanche	Pâtes La Rose Blanche	Affi Pub
Lesieur	Huile Lesieur	Media Bus
Nestle	Grain d'or	Media In
Orascom Telecom Tunisie	Tunisiana (Service clientèle)	ODV+
Sathop	Huile Olina	Promoventes
Siam	Couscous El Oula	Promoventes
Soboco	Chamia Papillon	Promoventes
Stic Negoce	Bic	Media Bus + Mip
Top Net	ADSL Top Net	Promoventes

LES CAMPAGNES AFFICHAGE DEBUT RAMADAN

2^{ème} quinzaine de septembre:

Annonceur	Produits	Réseaux recensés
ADV	Magarine Jadida	Promoventes
Attijari Bank	Attijari Bank (transfert d'argent)	ODV+
BST	Coca Cola Light	Bien Vu
Centrale Laitière Mahdia	Yaourt Vitalait	Promoventes
CLC	Jus Danao	Promoventes
Confiserie Triki	Chamia Le Moulin	ODV+
Gias	Vanoise (levure et sucre vanillé)	Promoventes
Gipa	Tip Top yaourts à boire	Bien Vu + Promoventes
Global Net	ADSL Global Net	ODV+
IAT	Fromage rapé Président	Vision +
ISC	International School of Carthage	Karoui&Karoui
Jouda	Sauce tomate Jouda	Vision +
La Rose Blanche	Pâtes La Rose Blanche	Vision +
Mango	Mango	ODV+
Okaidi	Okaidi	ODV+
Orascom Telecom Tunisie	Tunisiana (Ydhaoui lielik)	ODV+
Orascom Telecom Tunisie	Tunisiana (Binetna ken el khir)	ODV+
Planet	ADSL Planet	ODV+
Poulina	Poulets El Mazraa	Promoventes
Randa	Couscous Randa	Media In
Stial Delice Danone	Yaourts Activia	ODV+
UHD CARREFOUR/ CHAMPION	Produits Marque n°1	Promoventes + Media Bus + Mip

✓ Bilan de mémorisation des campagnes

TOP 20 des meilleurs « Day After Recall* »

*taux des personnes interrogées qui se souviennent spontanément avoir vu au moins une fois un message publicitaire sur ce produit la veille de l'enquête

	Marque/ Produit cités	taux de mémorisation		Marque/ Produit cités	taux de mémorisation
1	SABLITO	13,59	26	OLINA	2,90
2	LA ROSE BLANCHE	12,92	27	XPLOSE	2,67
3	TUNISIANA	12,25	28	HUILE NEJMA	2,45
4	VANOISE	12,25	29	L' EPI D'OR	2,45
5	TUNISIE TELECOM	12,03	30	MELINA	2,00
6	COUSCOUS EL AOULA	11,36	31	NECTAR ORANGE DELICE	1,78
7	DELICE	9,96	32	DANONE	1,56
8	COCA COLA	9,13	33	LILAS	1,56
9	SAID	8,69	34	PLAISIR	1,56
10	VITALAIT	8,46	35	ATB	1,11
11	CLUB CHOCOLAT	7,80	36	DANINO	1,11
12	DANETTE	7,80	37	DELISSO	1,11
13	FROMAGE PRESIDENT	7,13	38	DELICE DANONE	0,89
14	FANTA	6,68	39	JUS DANA O	0,89
15	RANDA	6,24	40	NESCAFE	0,89
16	ACTIVIA	5,35	41	DIVA	0,88
17	EL MAZRAA	5,12	42	CRISTAL	0,67
18	CHAMIA PAPILLON	4,88	43	HUILE LESIEUR	0,67
19	PLANET	4,66	44	GARCI	0,67
20	CANDIA	4,23	45	HUILE SAFI	0,66
21	FORD	3,99	46	APLA	0,45
22	PEAUDOUCE	3,79	47	FA	0,45
23	CHAMIA ENNAOURA	3,56	48	JU TROPICANA	0,45
24	MOMENTO	3,34	49	TIP TOP SELJA	0,45
25	JADIDA	3,12	50	TOTAL	0,45

TOP 5 « Memorisation » par secteurs

Secteur ALIMENTAIRE

	Remarquée	Vue à la télévision	Vue dans la presse	Entendue à la radio	Vue sur des affiches	Vue sur des bus	Remarquée par PLV
DELICE	16,29	15,50	2,13	2,89	9,34	5,84	1,75
SABLITO	13,27	12,80	0,98	1,68	5,68	4,51	1,17
LA ROSE BLANCHE	12,23	11,91	1,08	1,75	5,40	2,35	1,21
SAID	11,24	10,92	1,68	1,78	5,78	3,94	0,98
VANOISE	10,07	9,75	0,54	1,05	3,40	0,98	0,48

Secteur BOISSON

	Remarquée	Vue à la télévision	Vue dans la presse	Entendue à la radio	Vue sur des affiches	Vue sur des bus	Remarquée par PLV
COCA COLA	15,21	14,42	2,86	3,65	10,03	7,56	2,29
FANTA	7,75	7,34	0,64	1,08	4,19	2,67	0,67
NESCAFE	1,87	1,62	0,29	0,29	0,98	0,95	0,22
SAFIA	1,75	1,43	0,22	0,25	1,27	1,08	0,19
MELINA	1,40	1,40	0,13	0,13	0,67	0,35	0,16

TOP 5 des meilleurs « Memorisation * » par secteurs

Secteur ENTRETIEN MENAGER

	Remarquée	Vue à la télévision	Vue dans la presse	Entendue à la radio	Vue sur des affiches	Vue sur des bus	Remarquée par PLV
OMO	1,11	0,98	0,06	0,19	0,57	0,41	0,06
NADHIF	0,70	0,60	0,10	0,06	0,57	0,29	0,13
CAJOLINE	0,06	0,03	0,00	0,00	0,00	0,03	0,00
CITROL	0,06	0,06	0,00	0,00	0,00	0,00	0,03
SUPER FINO	0,06	0,03	0,00	0,00	0,03	0,00	0,00

Secteur ELECTRO-MENAGER et TECHNOLOGIES

	Remarquée	Vue à la télévision	Vue dans la presse	Entendue à la radio	Vue sur des affiches	Vue sur des bus	Remarquée par PLV
NOKIA	0,73	0,48	0,13	0,06	0,51	0,25	0,19
SAMSUNG	0,32	0,19	0,03	0,03	0,22	0,10	0,06
SIEMENS	0,16	0,06	0,00	0,00	0,03	0,03	0,00
LG	0,13	0,06	0,10	0,03	0,10	0,03	0,03
MOTOROLA	0,13	0,13	0,03	0,03	0,03	0,13	0,03

TOP 5 des meilleurs « Memorisation * » par secteurs

Secteur HYGIENE-BEAUTE

	Remarquée	Vue à la télévision	Vue dans la presse	Entendue à la radio	Vue sur des affiches	Vue sur des bus	Remarquée par PLV
PEAUDOUCÉ	3,62	3,40	0,48	0,64	2,29	1,40	0,32
LILAS	2,57	2,19	0,25	0,22	2,03	0,79	0,13
SUNSILK	1,27	1,11	0,29	0,22	0,76	0,41	0,06
SOUPLESSE	1,24	1,05	0,25	0,16	0,92	0,54	0,29
FA	0,60	0,29	0,03	0,00	0,54	0,16	0,03

Secteur HABILLEMENT et ACCESSOIRES

	Remarquée	Vue à la télévision	Vue dans la presse	Entendue à la radio	Vue sur des affiches	Vue sur des bus	Remarquée par PLV
NIKE	0,16	0,13	0,00	0,00	0,03	0,00	0,00
PUMA	0,10	0,03	0,03	0,00	0,03	0,00	0,00
ADIDAS	0,10	0,06	0,03	0,00	0,00	0,00	0,00
LEE COOPER	0,06	0,03	0,03	0,00	0,00	0,00	0,00
GASOIL	0,06	0,06	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00

TOP 5 des meilleurs « Memorisation * » par secteurs

Secteur DISTRIBUTION

	Remarquée	Vue à la télévision	Vue dans la presse	Entendue à la radio	Vue sur des affiches	Vue sur des bus	Remarquée par PLV
TUNIS CITY - GEANT	0,13	0,06	0,03	0,03	0,06	0,00	0,03
CARREFOUR	0,10	0,10	0,03	0,03	0,03	0,03	0,03
MONOPRIX	0,03	0,00	0,00	0,00	0,03	0,00	0,00

Secteur AUTOMOBILE et PIECES AUTO

	Remarquée	Vue à la télévision	Vue dans la presse	Entendue à la radio	Vue sur des affiches	Vue sur des bus	Remarquée par PLV
FORD	4,06	3,97	0,25	0,22	0,57	0,13	0,06
TOTAL	0,25	0,22	0,03	0,06	0,03	0,03	0,00
FIAT	0,16	0,13	0,00	0,03	0,03	0,00	0,00
CITROEN	0,13	0,10	0,00	0,03	0,10	0,00	0,00
PEUGEOT	0,13	0,13	0,03	0,00	0,03	0,03	0,00

TOP 5 des meilleurs « Memorisation * » par secteurs

Secteur SERVICES FINANCIERS

	Remarquée	Vue à la télévision	Vue dans la presse	Entendue à la radio	Vue sur des affiches	Vue sur des bus	Remarquée par PLV
ATB	1,02	0,95	0,16	0,10	0,54	0,44	0,03
ATTIJARI BANK	0,22	0,16	0,06	0,06	0,06	0,06	0,06
WESTERN UNION	0,10	0,10	0,03	0,00	0,03	0,03	0,03
BIAT	0,06	0,03	0,03	0,00	0,06	0,03	0,03
BNA	0,06	0,06	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00

Secteur TELECOMMUNICATION

	Remarquée	Vue à la télévision	Vue dans la presse	Entendue à la radio	Vue sur des affiches	Vue sur des bus	Remarquée par PLV
TUNISIANA	22,77	20,96	5,27	7,40	14,67	9,50	2,99
TUNISIE TELECOM	18,23	16,74	3,02	4,22	9,91	6,61	1,71
PLANET	3,33	3,27	0,38	0,54	1,27	1,02	0,25