

COMMUNIQUE DE PRESSE

Baromètre trimestriel de l'audience du e-commerce en France au 4^{ème} trimestre 2006

Plus de 3 internautes sur 5 ont déjà effectué un achat en ligne

La fin de l'année 2006 confirme l'augmentation continue du nombre d'acheteurs en ligne en France. Les 15 premiers sites de e-commerce français en bénéficient fortement puisque le nombre de leurs visiteurs uniques a augmenté de 22% au 4^{ème} trimestre 2006, par rapport à la même époque en 2005. Plus de 8 internautes sur 10 ont consulté l'un de ces sites au 4^{ème} trimestre.

Marc Lolivier, Délégué Général de la Fevad se félicite de ces résultats : « *Les fêtes de fin d'année ont été à la hauteur de nos espérances et ont agi comme catalyseur de la fréquentation des sites d'e-commerce. Par ailleurs, nous nous réjouissons de la diversification des profils de nos clients. Cela est d'autant plus encourageant que les intentions d'achat démontrent que nous pouvons compter dans les mois qui viennent sur l'acquisition de nouveaux clients parmi les internautes.* »

Benoît Cassaigne, Directeur du Département Internet et Téléphonie Mobile de Médiamétrie, confirme cet enthousiasme: «*Deux tendances significatives se dégagent de cette vague : tout d'abord, le nombre d'acheteurs en ligne a dépassé les 60% du nombre total d'internautes (62%), soit 17,6 millions de personnes, ce qui conforte la forte progression de ce mode d'achat. Tendence encore plus intéressante, le nombre croissant des 35 ans et plus parmi les acheteurs, un public à fort pouvoir d'achat.*»

Médiamétrie//NetRatings - le spécialiste de la mesure de l'audience de l'Internet - et la Fevad - la Fédération des Entreprises de Vente à Distance - publient **chaque trimestre le classement d'audience des quinze premiers sites d'e-commerce, tous secteurs confondus**. Ce classement trimestriel permet de suivre l'évolution de l'audience des principaux sites marchands français en nombre de visiteurs et en pourcentage de la population d'internautes sur la période concernée.

Ce trimestre, le baromètre met un coup de projecteur sur deux secteurs de la vente à distance :

- **les distributeurs d'articles de sport**
- **le secteur du voyage-tourisme.**

Le classement de l'audience des sites marchands français

Le top 15 des sites « e-commerce » les plus visités en France - 4^{ème} trimestre 2006

La période de fin d'année est très favorable aux sites e-commerce du top 15 qui réalisent à cette période une part significative de leur chiffre d'affaires. A noter ce trimestre l'entrée dans le top 15 de Dell - en 15^{ème} position - et la progression de la Fnac qui passe de la 3^{ème} à la 2^{ème} place.

	Brands ⁽¹⁾ ou Channels ⁽²⁾	Visiteurs Uniques ⁽³⁾	Couverture ⁽⁴⁾ (en %)
1	eBay *	13 777 000	54,3
2	Fnac *	10 930 000	43,1
3	La Redoute *	9 372 000	37,0
4	Cdiscount.com	9 162 000	36,1
5	Amazon *	9 087 000	35,8
6	voyages-sncf.com *	8 969 000	35,4
7	PriceMinister *	7 842 000	30,9
8	PIXmania.com *	7 744 000	30,5
9	Rue du Commerce *	7 737 000	30,5
10	3 Suisses *	6 335 000	25,0
11	Alapage *	5 794 000	22,9
12	Camif *	5 152 000	20,3
13	vente-privee.com *	5 031 000	19,8
14	Mistergooddeal *	4 208 000	16,6
15	Dell	3 697 000	14,6

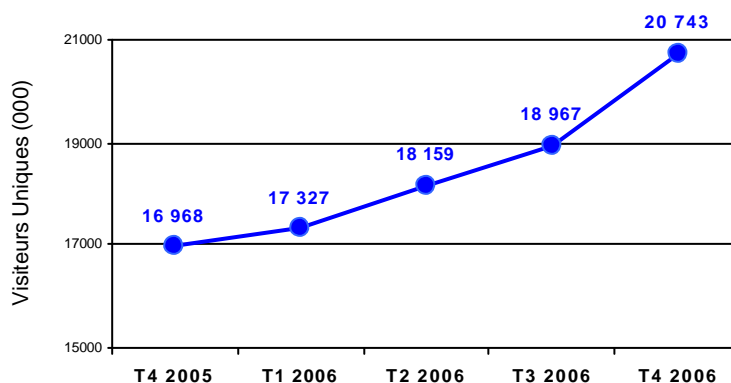
* Les sites adhérents à la Fevad sont signalés par un astérisque

Source : **Médiamétrie/NetRatings – Catégories créées spécialement pour la FEVAD - Panel France – Domicile et lieu de travail - Trimestre octobre / décembre 2006 - Copyright Médiamétrie/NetRatings - Tous droits réservés**

Sur le 4^{ème} trimestre 2006, plus de 8 internautes sur 10 (81,8%), soit 20 743 000 visiteurs uniques, ont consulté au moins l'un des sites ci-dessus, alors qu'ils étaient 79,3% au 4^{ème} trimestre 2005 (16 968 000 visiteurs uniques). Cette augmentation est d'autant plus significative que le nombre d'internautes a augmenté de 9% en un an (source : *Observatoire des Usages Internet - Tous lieux de connexion - 4^{èmes} trimestres 2005 et 2006*).

Evolution de l'audience dédoublée** du top 15 des sites de e-commerce

A périmètre constant, le nombre de visiteurs uniques de ces 15 sites de e-commerce a augmenté de 22% soit 3 775 000 visiteurs uniques supplémentaires, entre le 4^{ème} trimestre 2005 et le 4^{ème} trimestre 2006.



** L'audience dédoublée correspond au nombre d'individus qui ont visité au moins une fois l'un des sites.

Source : **Médiamétrie/NetRatings – Catégories créées spécialement pour la FEVAD - Panel France – Domicile et lieu de travail - Trimestre octobre / décembre 2006 - Copyright Médiamétrie/NetRatings - Tous droits réservés**

Sites e-commerce de Voyage / Tourisme

Top 5 des sites les plus visités en France (4^{ème} trimestre 2006)

Sur le 4^{ème} trimestre 2006, près de 45% des internautes ont consulté au moins un des sites « Voyage-Tourisme » du top 5, soit 11 339 000 de visiteurs uniques.

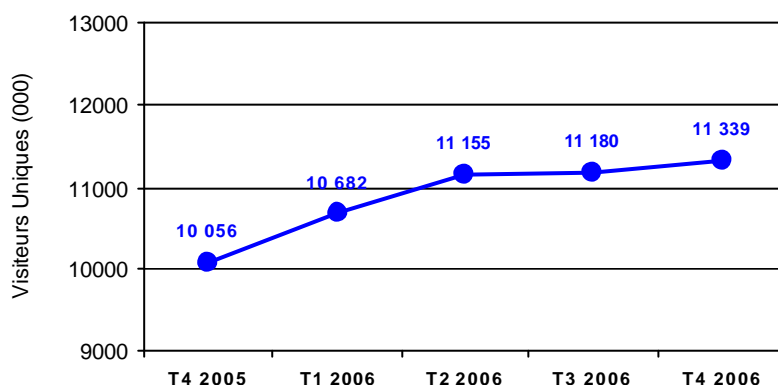
	Brand ⁽¹⁾	Visiteurs Uniques ⁽³⁾	Couverture ⁽⁴⁾ (en %)
1	voyages-sncf.com *	8 969 000	35,4
2	lastminute.com Network *	3 414 000	13,5
3	Expedia *	3 398 000	13,4
4	Opodo *	2 498 000	9,9
5	Air France	2 469 000	9,7

* Les sites adhérents à la Fevad sont signalés par un astérisque

Source : **Médiamétrie/NetRatings – Catégories créées spécialement pour la FEVAD - Panel France – Domicile et lieu de travail - Trimestre octobre / décembre 2006 - Copyright Médiamétrie/NetRatings - Tous droits réservés**

Evolution de l'audience dédoublée** du top 5 des sites de « voyage/tourisme » sur l'année 2006

A périmètre constant, l'audience des 5 sites de « voyage / tourisme » les plus visités a augmenté de 13% entre le 4^{ème} trimestre 2005 et le 4^{ème} trimestre 2006.



** L'audience dédoublée correspond au nombre d'individus qui ont visité au moins une fois l'un des sites.

Source : **Médiamétrie/NetRatings – Catégories créées spécialement pour la FEVAD - Panel France – Domicile et lieu de travail - Trimestre octobre / décembre 2006 - Copyright Médiamétrie/NetRatings - Tous droits réservés**

Distributeurs d'articles de sport

Top 3 des sites les plus visités en France (4^{ème} trimestre 2006)

Ces sites enregistrent une croissance de 27% en un an. 10% des internautes les ont visités au moins une fois entre le mois d'octobre et le mois de décembre 2006, soit 2 546 000 visiteurs uniques (contre 2 011 000 au 4^{ème} trimestre 2005).

	Brand ⁽¹⁾	Visiteurs Uniques ⁽³⁾	Couverture ⁽⁴⁾ (en %)
1	Décathlon	1 747 000	6,9
2	Made in Sport *	688 000	2,7
3	Go Sport	622 000	2,5

* Les sites adhérents à la Fevad sont signalés par un astérisque

Source : **Médiamétrie/NetRatings – Catégories créées spécialement pour la FEVAD - Panel France – Domicile et lieu de travail - Trimestre octobre / décembre 2006 - Copyright Médiamétrie/NetRatings - Tous droits réservés**

A propos de la FEVAD

La Fédération des Entreprises de Vente à Distance, créée en 1957, fédère aujourd'hui plus de 360 entreprises du monde de la vente à distance (catalogue, Internet, téléphone, ...) et près de 600 sites Internet. La Fevad regroupe notamment 13 des 15 sites de e-commerce français les plus visités (Source : classement d'audience Médiamétrie//NetRatings). Elle est l'organisation représentative du secteur de la vente à distance et du commerce électronique, la Fevad a notamment pour mission de recueillir et diffuser l'information permettant l'amélioration de la connaissance du secteur et d'agir en faveur du développement durable et éthique de la vente à distance et du commerce électronique en France.

A propos de Mediametrie//NetRatings

Médiamétrie//NetRatings est la société créée et détenue conjointement par Médiamétrie et NetRatings qui commercialise et développe les résultats du panel Médiamétrie//NetRatings. Ce service permet de mesurer l'audience des sites Internet en France.

DEFINITIONS

(1) **Brand** : le niveau Brand détaille l'audience des marques. Une brand est un agrégat de domaines, de sites uniques et/ou de pages rattachés à une même marque, par exemple : si le site de la marque A est consultable aux adresses marqueA.fr et marqueA.com, la Brand marqueA agrégera l'audience de marqueA.fr et de marqueA.com).

(2) **Channel** : le niveau Channel est un sous-ensemble d'URLs de la Brand recoupant la même thématique (exemple : news, mails, etc...) ; l'audience du Channel contribue à l'audience globale de la Brand, qui elle-même contribue à l'audience globale du Parent.

(3) **Visiteurs Uniques** : le nombre total d'individus ayant visité une Brand au moins une fois pour la période concernée. Les individus ayant visité la même brand plusieurs fois ne sont comptés qu'une seule fois.

(4) **Couverture** : nombre de visiteurs uniques d'une Brand, exprimé sous la forme d'un pourcentage de la population internaute active pour la période concernée.

Contacts presse :

FEVAD

Nathalie Laîné - Responsable Communication
Tel : 01 42 56 38 86 - nlaine@fevad.com - www.fevad.com

MEDIAMETRIE

Laure Osmanian Molinero – Responsable des Relations Presse
Tel : 01 47 58 97 55 - losmanian@mediametrie.fr - www.mediametrie.fr