

EUROPEAN E-MAIL MARKETING CONSUMER REPORT 2010

► REPORT EUROPE

Habitudes et comportements vis-à-vis des e-mails et des newsletters: étude comparative entre Italie, Espagne, France, Allemagne et Royaume-Uni

- REPORT ITALY
- REPORT SPAIN
- REPORT FRANCE
- REPORT GERMANY
- REPORT UNITED KINGDOM



EXTRAIT DES RÉSULTATS DE L'ENQUÊTE



ContactLab

e-mail & e-marketing evolution

ContactLab est une entreprise spécialisée dans l'offre de solutions et de services de conseil en marketing numérique direct. Installée en Europe, elle dispose de bureaux à Milan, Munich, Madrid, Paris et Londres.

Dotée d'une plateforme développée en interne, ContactLab ne se limite pas à proposer une technologie pour la gestion des campagnes de communication sur les canaux email, sms et fax mais suit de plus en plus les clients dans le développement de concepts et de contenus, en leur offrant des services de conseil complets en marketing numérique. Ceux-ci peuvent aller de la création de campagnes pour acquérir de nouveaux utilisateurs, via le marketing direct par email, les concours et les jeux en ligne, aux programmes de promotion et de fidélisation à l'aide de newsletters et de sondages en ligne.

Grâce à l'expertise acquise depuis l'an 2000, une équipe de 80 professionnels réalise chaque jour plus de 400 campagnes et envoie plus de 25 millions d'emails à plus de 800 clients, tous secteurs confondus.

Un nouveau service en charge des études de marché et du data mining est actif depuis 2010 et compte déjà 5 membres.

Pour tout complément d'information : <http://www.fr.contactlab.com/>



Methode de recherche

Structure de l'échantillon

Résultats de l'analyse

Utilisation habituelle de l'e-mail

Utilisation des e-mails en situation de mobilité

Attitude à l'égard des newsletters

Conclusions

Résultats clé



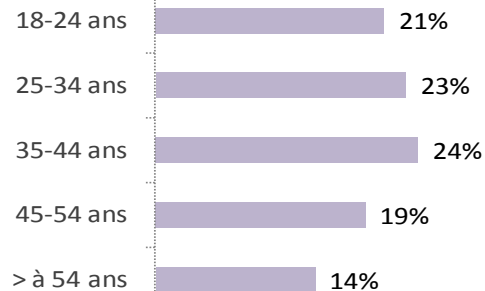
Les internautes dans les cinq pays européens

L'échantillon : profil socio-démographique des personnes interrogées

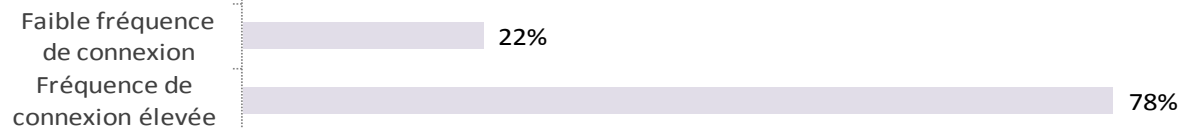
Sexe



Âge



Fréquence de connexion



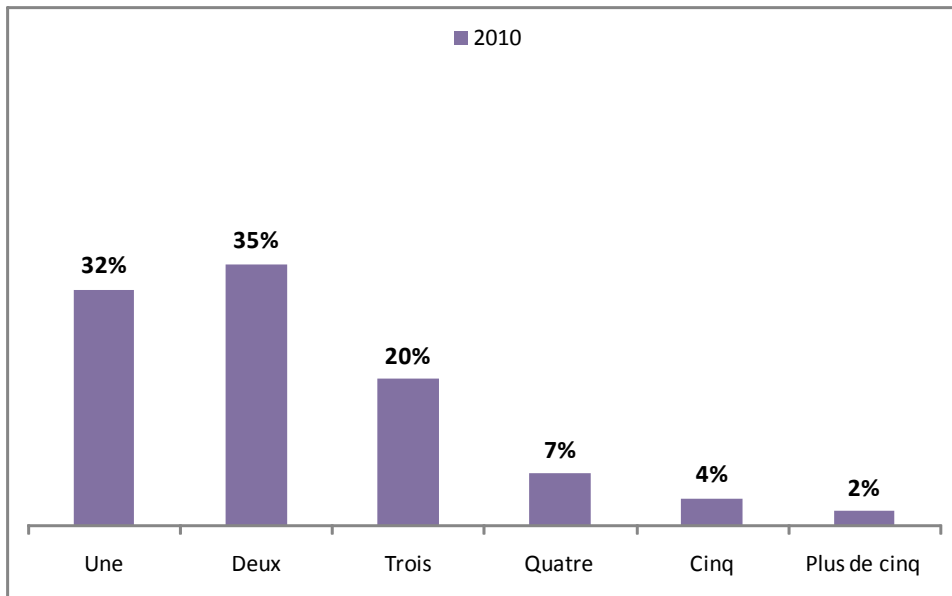
L'échantillon interrogé (4853 personnes) est représentatif des internautes des 5 pays en termes de sexe, âge et fréquence de connexion à Internet. La population analysée dans son ensemble est composée de 143,5 millions d'individus



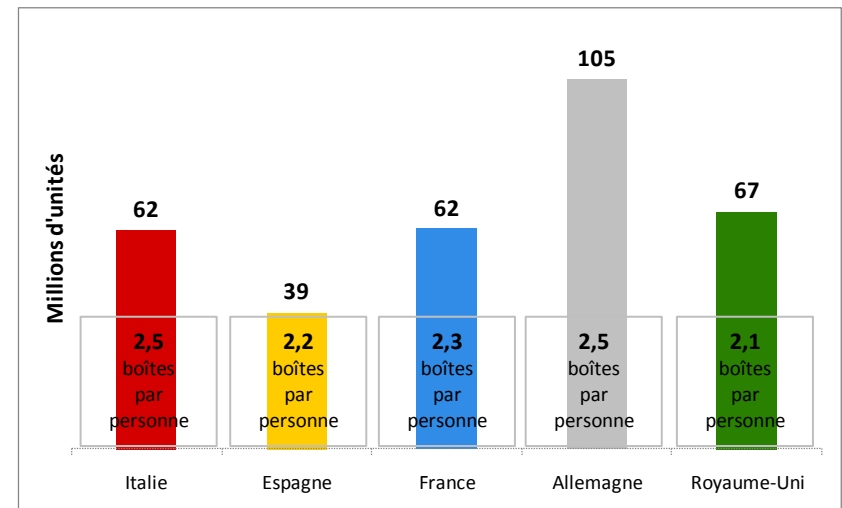
Utilisation habituelle de l'email

Nombre de boîtes aux lettres électroniques utilisées

Combien de boîtes aux lettres électroniques utilisez-vous habituellement (en comptant votre boîte aux lettres électronique professionnelle, si vous en avez une) ?



Base: Toutes les personnes interrogées



Les personnes sondées dans ces cinq pays ont une moyenne de 2,3 boîtes email, pour un total de plus de 330 millions de boîtes utilisées couramment. 20% des utilisateurs déclarent avoir trois adresses email.

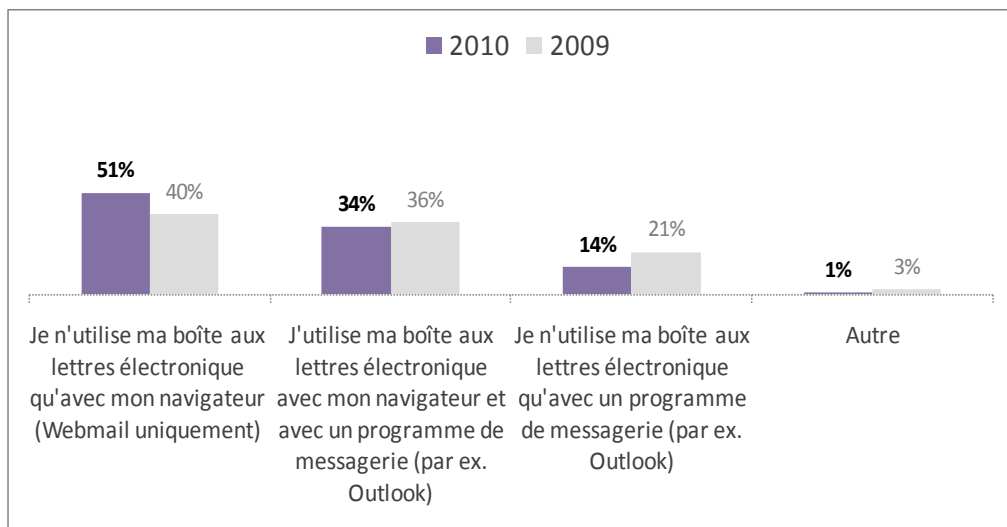
Le nombre de boîtes email utilisées sur une base régulière par habitant est très similaire dans les différents pays étudiés. Italie et Allemagne se caractérisent par une dotation par habitant supérieure à la moyenne.



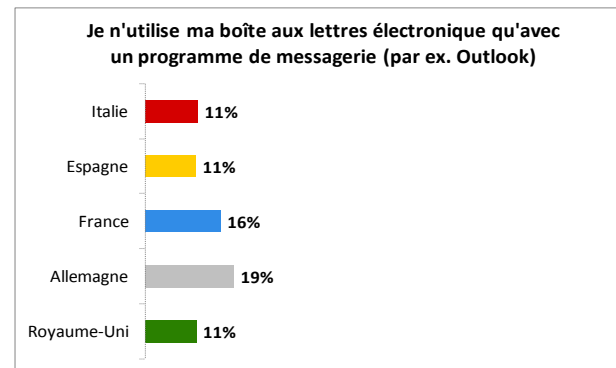
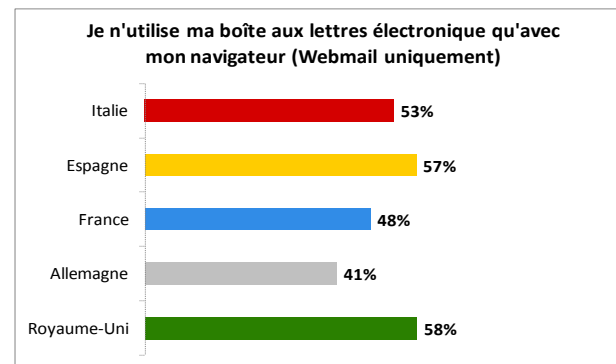
Utilisation habituelle de l'email

Modalités de consultation de la boîte aux lettres électronique

Lequel parmi ces comportements se rapproche le plus de votre mode d'utilisation habituel d'une boîte aux lettres électronique ?



Base: Toutes les personnes interrogées



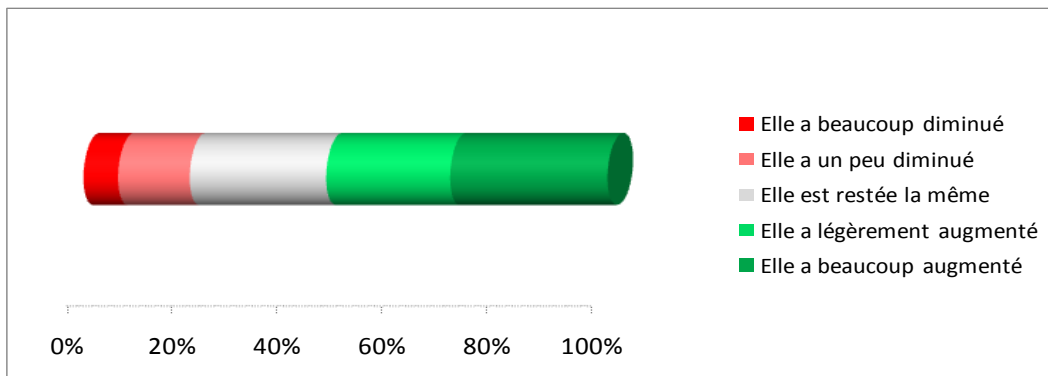
Comme en 2009, la plupart des détenteurs de boîtes email utilisent des boîtes qui sont accessibles uniquement sur Internet, via webmail. La comparaison avec l'année dernière montre une augmentation de ce comportement de 40% à 51%. L'Allemagne a le plus fort pourcentage (19%) d'utilisateurs, qui utilisent un seul programme de messagerie (par exemple Outlook).



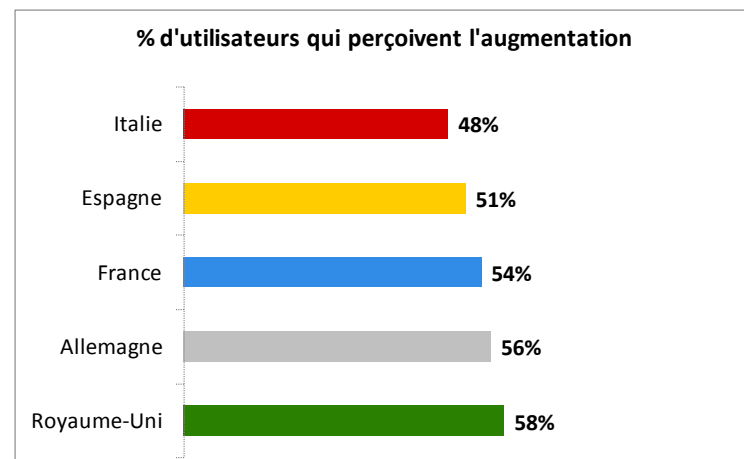
Courriers indésirables

Perception du nombre de courriers indésirables reçus

En considérant votre expérience au cours des deux ou trois dernières années, la quantité de courrier indésirable que vous recevez (spam, messages non désirés) a-t-elle augmenté ou diminué ?



Base: Toutes les personnes interrogées



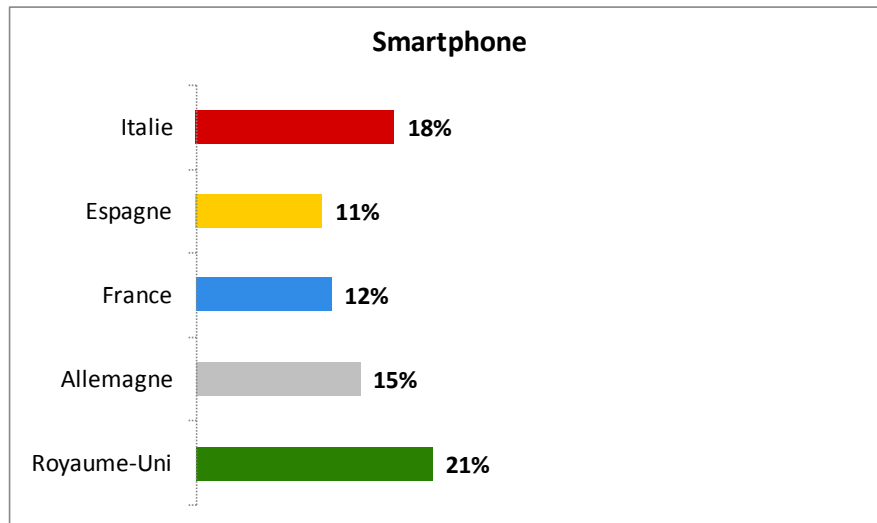
Un peu plus de la moitié des utilisateurs ont déclaré recevoir davantage de courriers indésirables. Le chiffre est très similaire dans les cinq pays. Par rapport à l'enquête de 2009, le pourcentage d'utilisateurs qui perçoivent cette augmentation est passé de 63 à 54%.



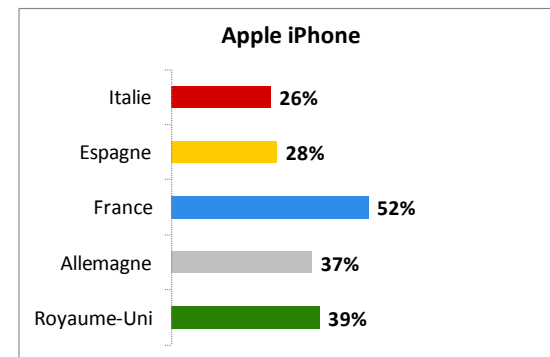
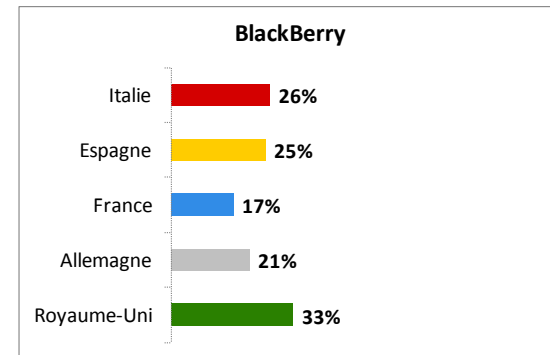
Utilisation habituelle de l'email

Smartphone permet de consulter l'email

Vous avez indiqué que vous utilisez un Smartphone pour consulter votre boîte aux lettres électronique; pouvez-vous préciser quel type de Smartphone vous utilisez ?



Base: Toutes les personnes interrogées qui utilisent aussi un smartphone



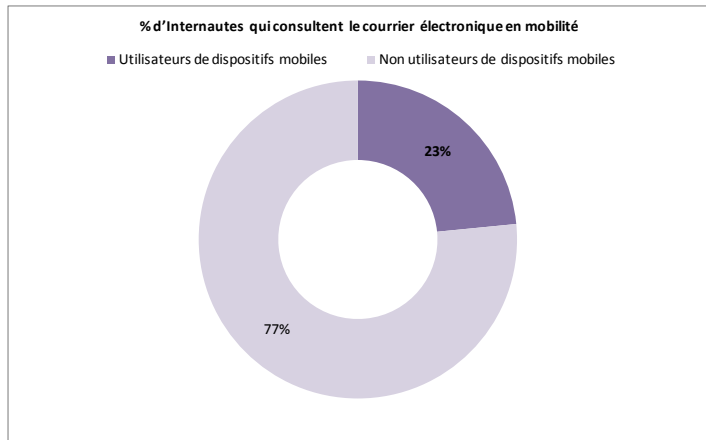
L'habitude de consulter sa propre boîte emails via son smartphone est plus évidente dans le Royaume-Uni (21%), moins en Espagne (11%). En ce qui concerne les marques, les modèles iPhone de Apple est le plus largement utilisé par rapport au BlackBerry. En France, en particulier l'iPhone bat le BlackBerry avec 52% des utilisateurs par rapport à 17%.



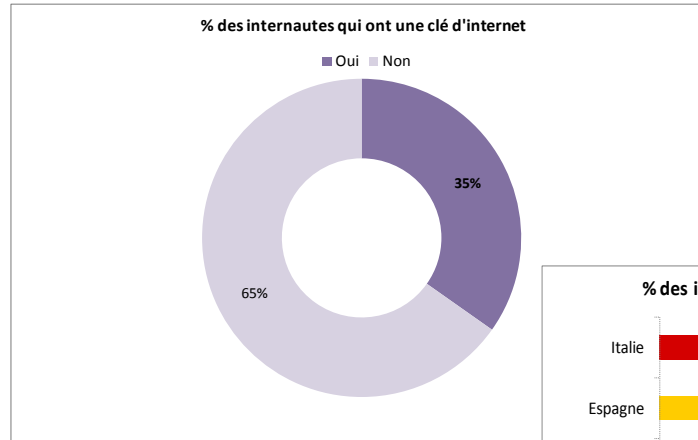
Utilisation habituelle de l'email en mobilité

Dispositifs mobiles utilisés pour consulter l'email

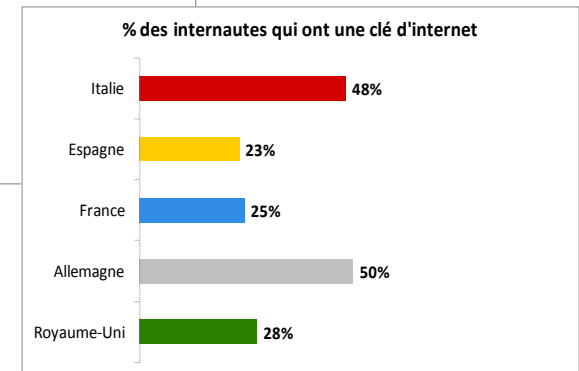
Vous avez indiqué que vous utilisiez Notebook/Netbook pour consulter votre boîte aux lettres électronique; pouvez-vous préciser si vous possédez une clé pour lire vos emails même en déplacement ?



Base: Toutes les personnes interrogées



Base: Toutes les personnes interrogées qui utilisent un ordinateur portable et / ou Netbook



23% des utilisateurs dans les cinq pays ont dit se référer à leurs boîtes emails via des appareils mobiles (smartphones, Apple iPod, Apple iPad ou PDA).

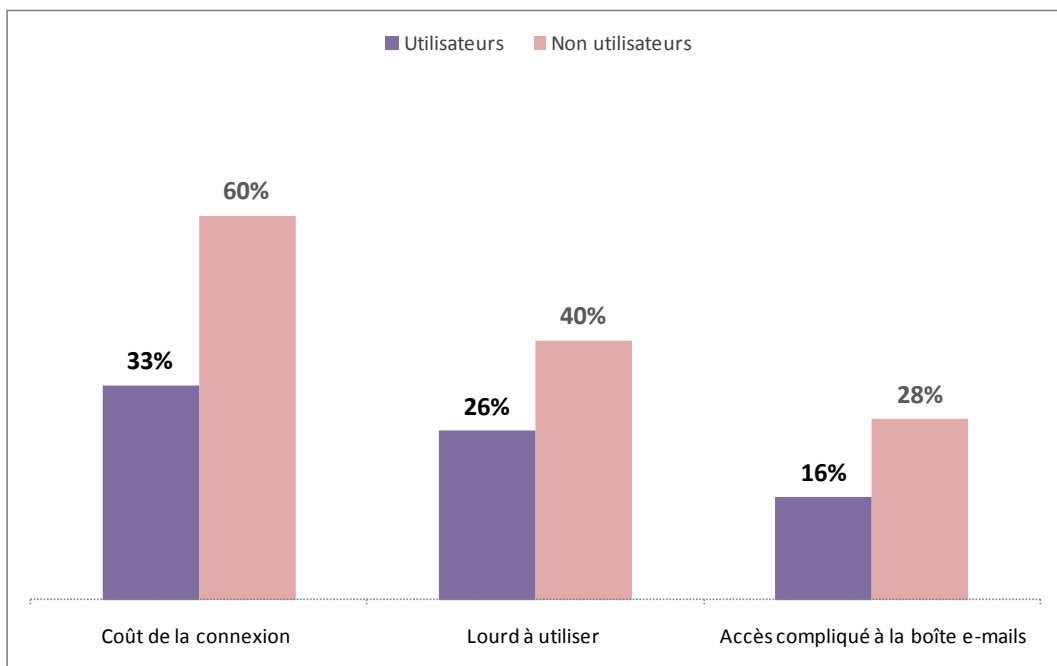
35% des détenteurs d'un ordinateur portable et / ou des Netbook déclarent avoir une clé d'internet pour lire le courrier sur la route. Augmentant la moyenne, l'Allemagne (50%) et l'Italie (48%).



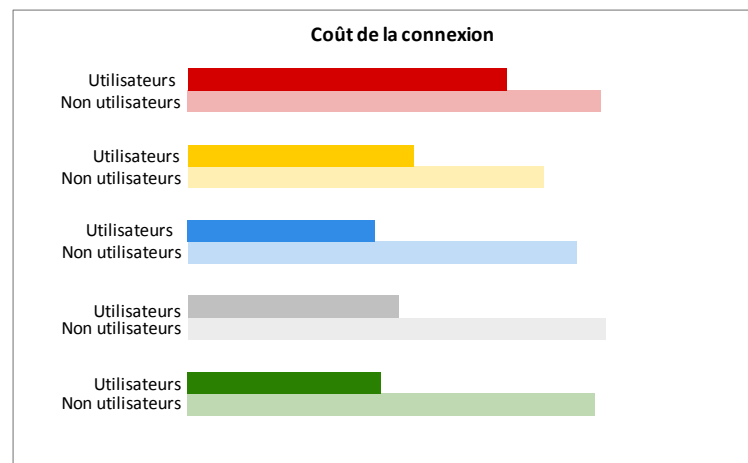
Comportements vis-à-vis des appareils mobiles

Comparaison Utilisateurs / NON Utilisateurs

Considérant l'usage particulier de l'email depuis des dispositifs mobiles, pouvez-vous nous dire si vous êtes d'accord avec les phrases suivantes ?



Base: Toutes les personnes interrogées



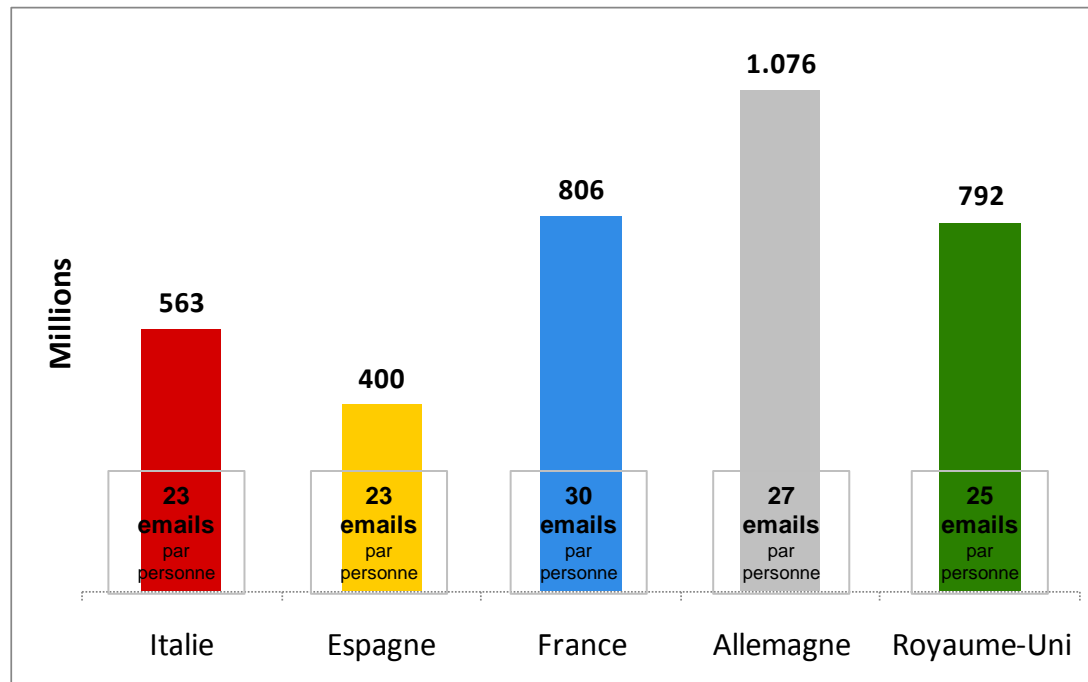
La comparaison montre clairement que le coût de connexion et les inconvénients de l'utilisation et consultation des boîtes emails, à partir de l'accès, représentent des aspect critiques pour les non utilisateurs d'appareils mobiles. En particulier, la perception d'une taxe de raccordement trop élevée est significativement différente entre les utilisateurs et les non-utilisateurs au Royaume-Uni (63% vs 32%), et a des valeurs semblables en Italie (63% vs 48%).



Utilisation habituelle de l'email

Emails reçus en moyenne au cours d'une journée moyenne

Pensez maintenant à tous les emails, quels qu'ils soient (professionnels, personnels, envoyés par des systèmes automatisés, etc.), que vous recevez habituellement en l'espace d'une journée. Combien d'emails recevez-vous approximativement par jour dans votre boîte aux lettres électronique personnelle ? Et dans votre boîte aux lettres électronique professionnelle ?



Base: Toutes les personnes interrogées

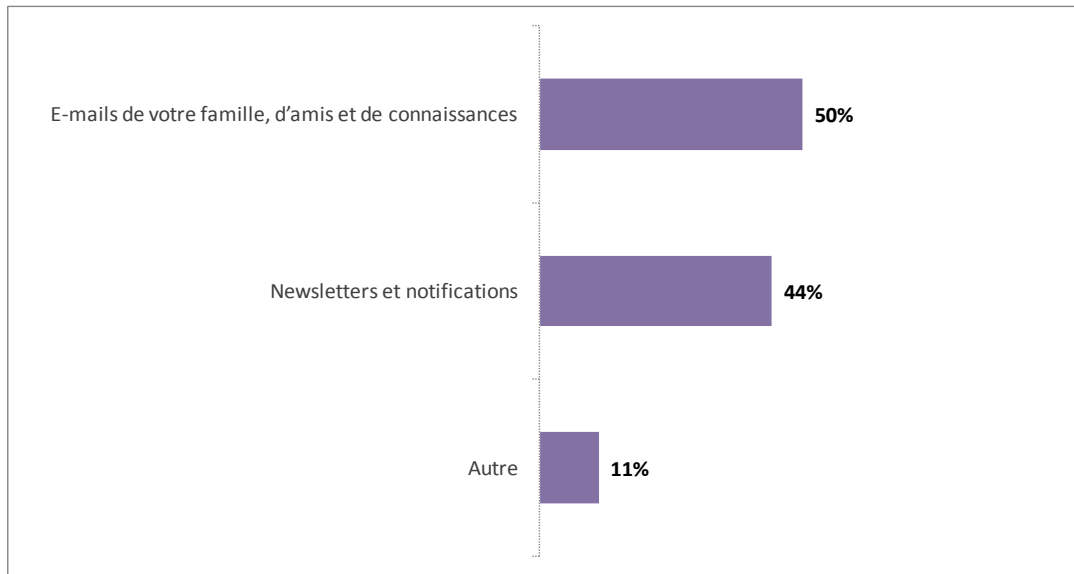
Selon les personnes interrogées, le trafic email dans les cinq pays est estimé à près de 3,6 milliards d'unités de messages tous les jours.



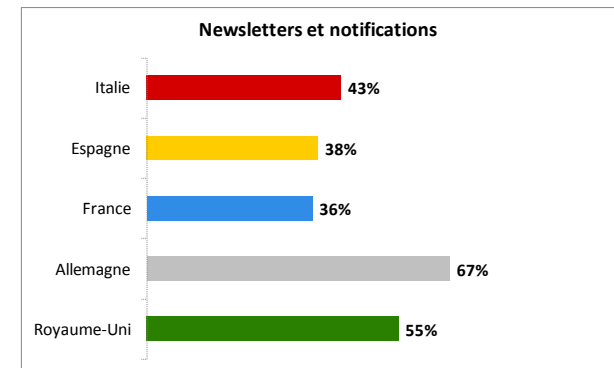
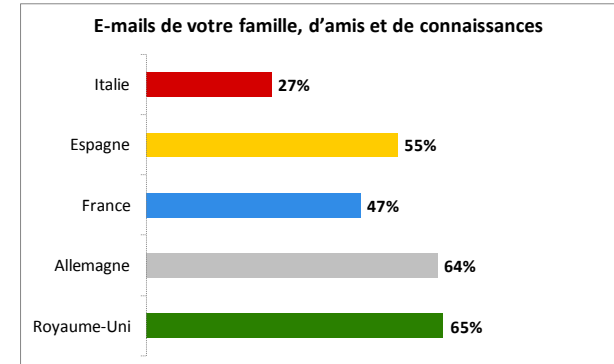
Utilisation habituelle de l'email

Boîte aux lettres électronique à usage professionnel

Considérons à présent votre boîte aux lettres électronique à usage professionnel. Quel type d'email recevez-vous ?



Base: Toutes les personnes interrogées avec une boîte de messagerie d'entreprise



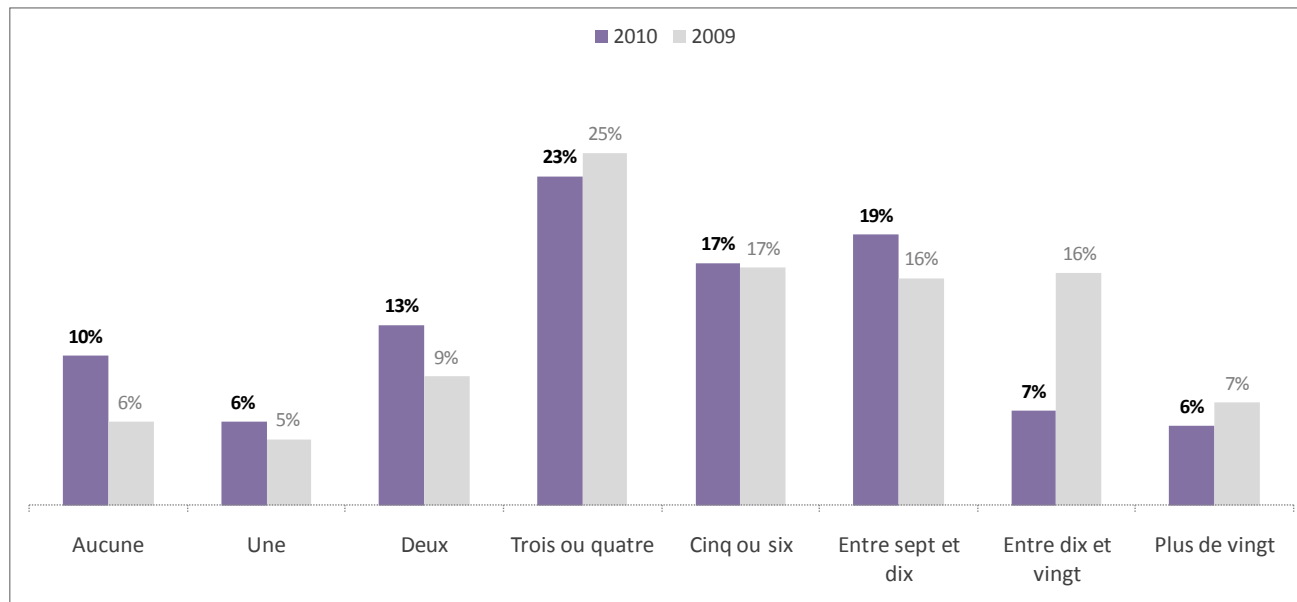
Si on exclut les email professionnels, il est intéressant de noter que 50% des personnes interrogées dans les cinq pays déclarent recevoir, sur leurs boîtes email d'entreprise, messages de proches, amis et connaissances. Ceci est le cas en particulier pour les Britanniques (65%), contre 27% des Italiens. 67% des utilisateurs allemands déclarent recevoir des Newsletters ou notifications, comparativement à 36% des Français.



Utilisation habituelle de l'email

Nombre de newsletters auxquelles les personnes interrogées sont inscrites

Certains emails que vous recevez sont peut-être envoyés non pas par des personnes que vous connaissez, mais par des entreprises, des associations, des organismes publics, des FAI, des sites Internet, etc. Il s'agit donc d'emails envoyés aux internautes abonné(e)s à un bulletin d'information ou à une newsletter. Essayez de faire le compte : à combien de ces newsletters êtes-vous inscrit ?



Base: Toutes les personnes interrogées

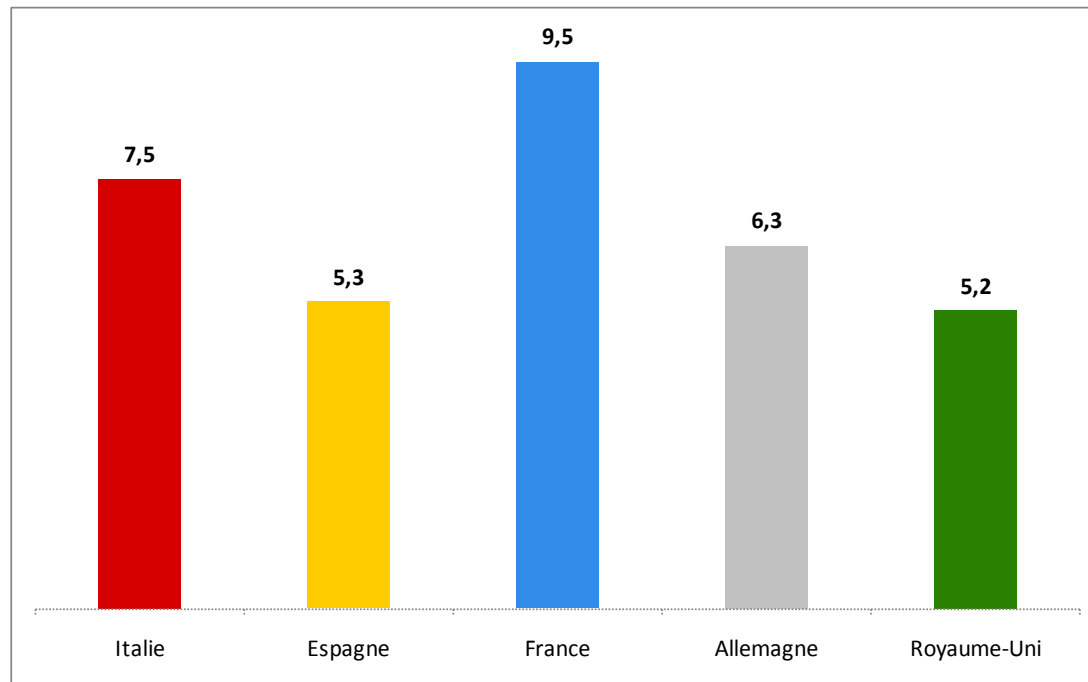
Dans les cinq pays, les utilisateurs sont inscrits, en moyenne, à près de sept newsletters. Moins de 20% des personnes interrogées ont répondu qu'ils ont souscrit à une ou deux newsletters.



Utilisation habituelle de l'email

Nombre de newsletters auxquelles les personnes interrogées sont inscrites

Certains emails que vous recevez sont peut-être envoyés non pas par des personnes que vous connaissez, mais par des entreprises, des associations, des organismes publics, des FAI, des sites Internet, etc. Il s'agit donc d'emails envoyés aux internautes abonné(e)s à un bulletin d'information ou à une newsletter. Essayez de faire le compte : à combien de ces newsletters êtes-vous inscrit ?



Base: Toutes les personnes interrogées

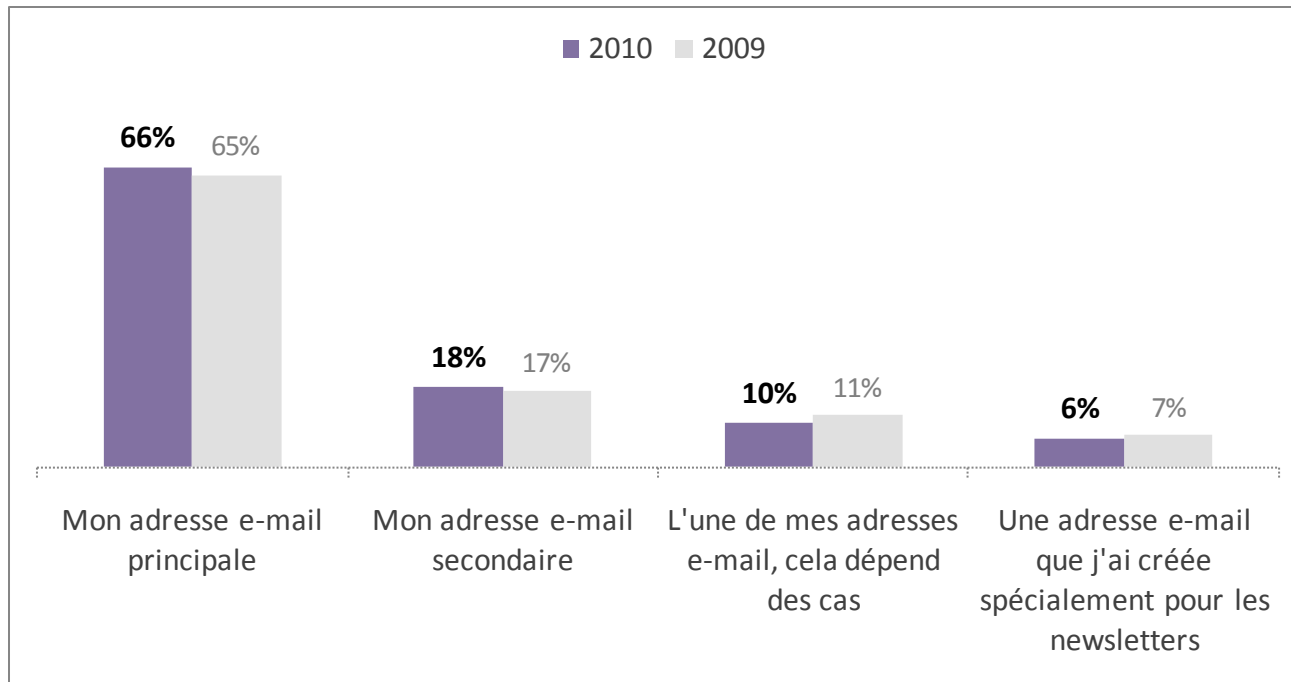
Les Français sont plus enclins à s'abonner aux newsletters, en moyenne, ils sont membres de plus de 9 newsletters / habitant. Les anglais et les espagnols se contentent de 5.



Adresse utilisée pour les newsletters

Principale, secondaire ou adresse créée à cet effet

En règle générale, l'adresse que vous fournissez pour vous inscrire à une newsletter est...



Base: Toutes les personnes interrogées inscrites à au moins une Newsletter

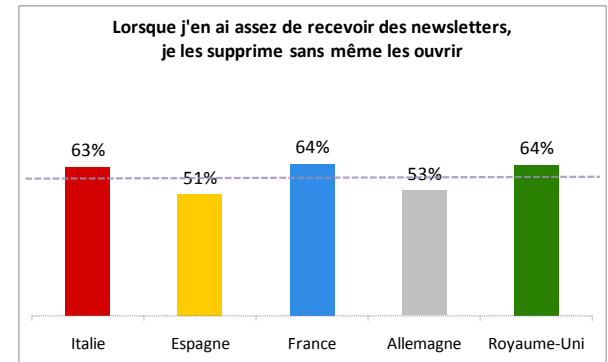
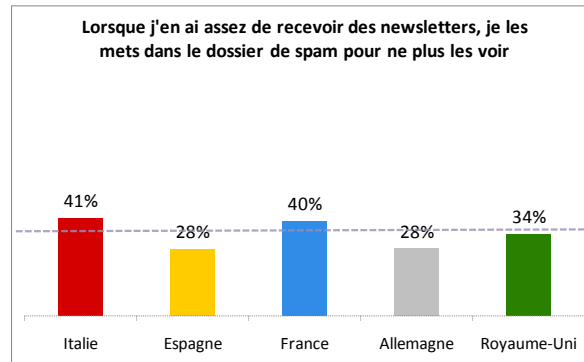
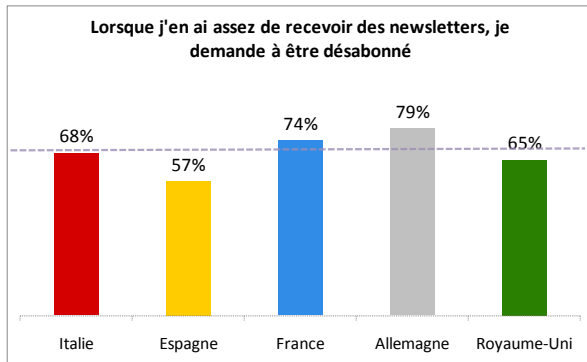
De même qu'en 2009, la majorité des personnes sondées fournissent leur adresse email principale pour s'abonner à une newsletter.



Attitudes à l'égard des newsletters

Score des «d'accord »

Nous allons vous présenter quelques phrases qui décrivent le comportement d'autres personnes qui, comme vous, sont inscrites à au moins une newsletter. Veuillez indiquer dans quelle mesure vous êtes d'accord avec chacune des phrases suivantes.



Base: Toutes les personnes interrogées inscrites à au moins une Newsletter

----- Moyenne européenne

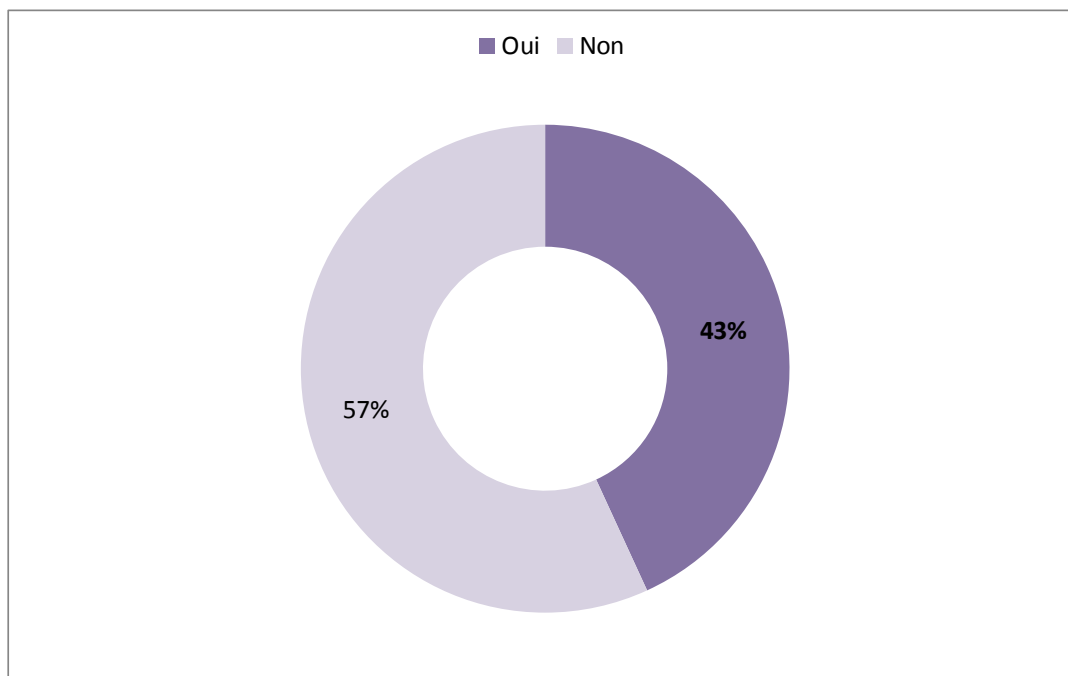
69% des abonnés à une newsletter sont d'accord avec le choix de demander la suppression de leur adresse (se désabonner) lorsqu'ils ne souhaitent plus recevoir la newsletter. Ce pourcentage est plus élevé en Allemagne et en France. Le pourcentage de personnes qui optent pour l'effacement de l'email sans même l'ouvrir est inférieur à celui de 2009.



Achat en ligne

Achat via des liens dans la Newsletter

Avez-vous déjà effectué des achats en ligne en cliquant sur un lien contenu dans une newsletter ?



Base: Toutes les personnes interrogées inscrites à au moins une Newsletter

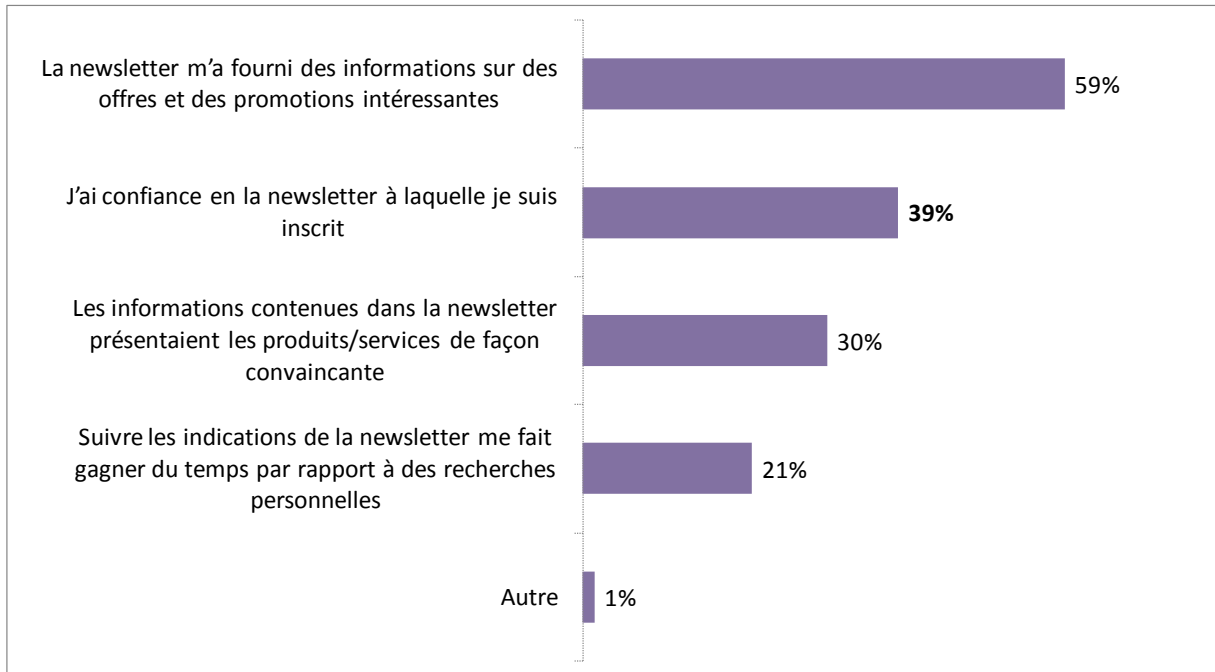
43% des personnes sondées déclarent avoir effectué des achats en ligne directement depuis un lien dans une newsletter.



Achat en ligne

Facteurs qui génèrent l'achat depuis une Newsletter

Pouvez-vous indiquer les facteurs dans ces newsletters qui vous ont poussé à acheter ?



Base: Toutes les personnes interrogées inscrites à au moins une Newsletter qui ont fait des achats directement en ligne en cliquant sur un lien dans une Newsletter.

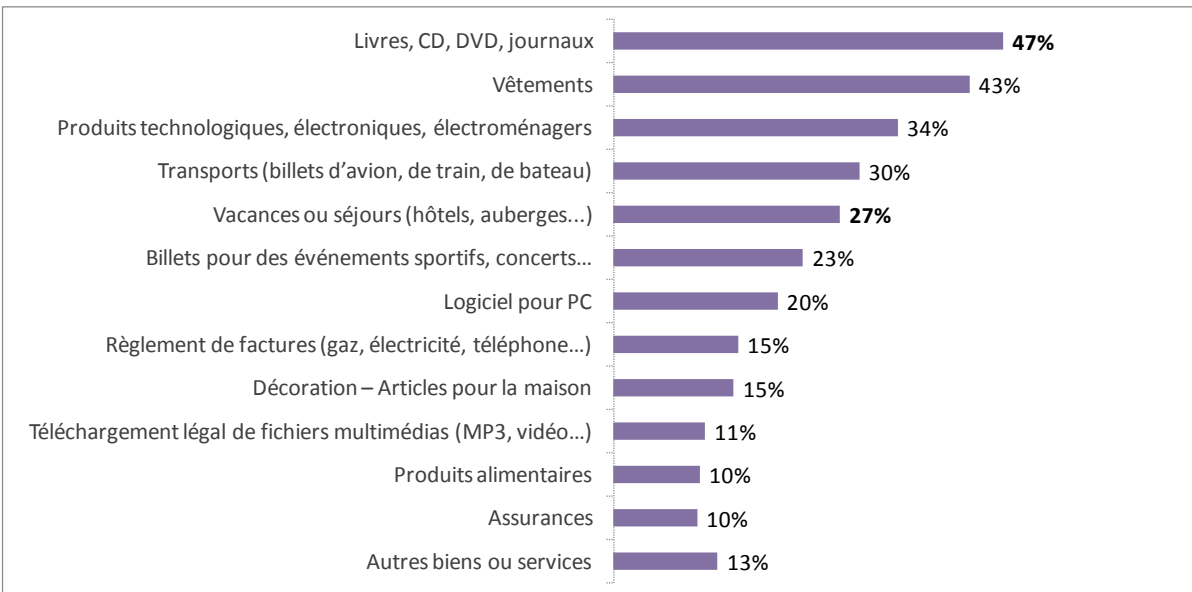
Le facteur qui incite le plus à l'achat est le contenu : 59% des répondants citent les informations fournies sur les offres et promotions. A noter que 39% des personnes interrogées affirment avoir un lien de confiance avec la newsletter à laquelle ils sont inscrits.



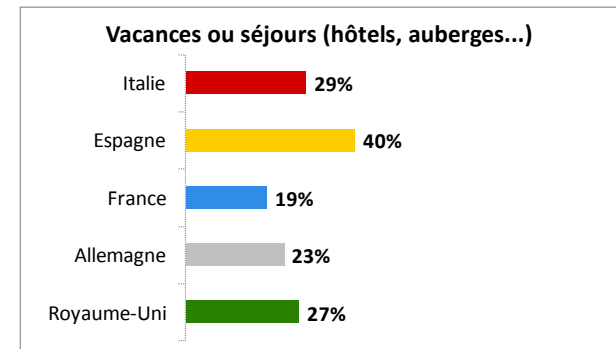
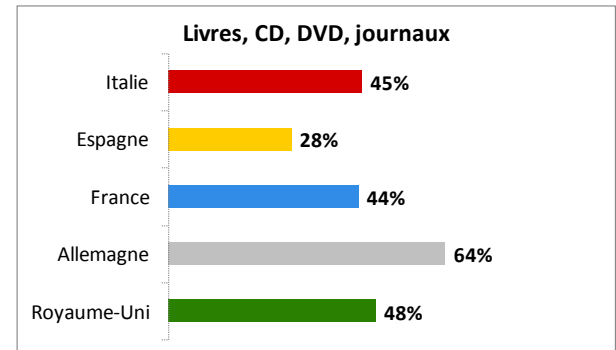
Achat en ligne

Types des produits achetés en ligne

Quel type de produits avez-vous achetés ?



Base: Toutes les personnes interrogées inscrites à au moins une Newsletter, qui ont acheté en ligne



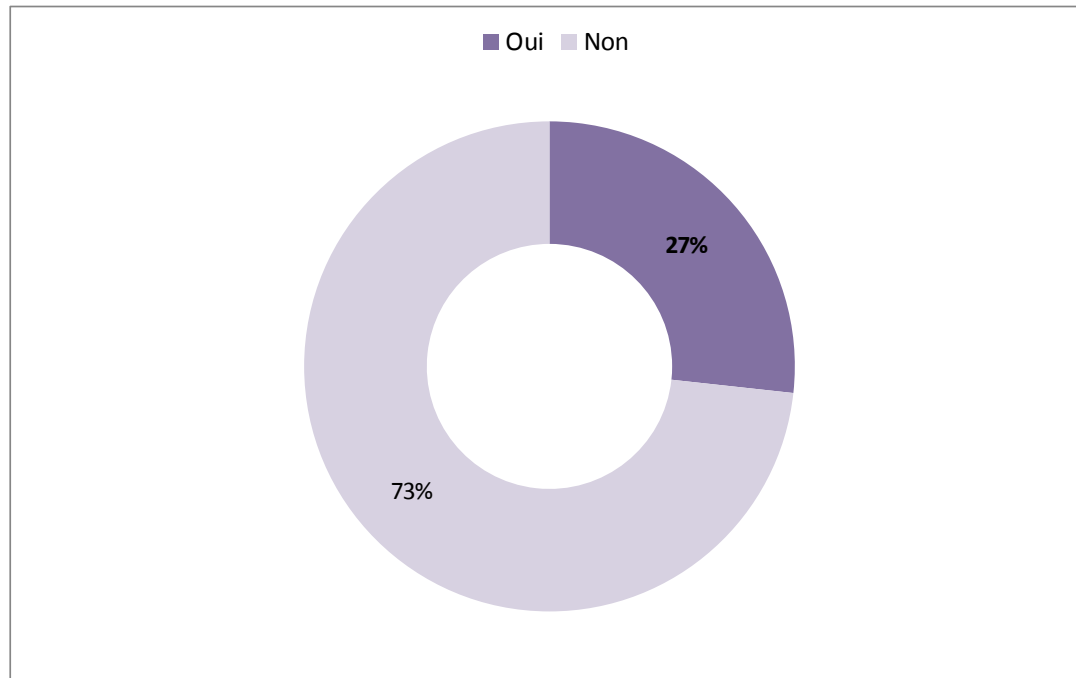
Parmi les abonnés à au moins une newsletter, les types de produits les plus achetés en ligne sont les livres, CD, DVD, journaux (47%). Le pourcentage diminue en Espagne (28%), où 40% achètent en ligne des vacances ou séjours.



Newsletters et réseaux sociaux

Partage des contenus des newsletters

Avez-vous déjà partagé avec vos amis et des connaissances une newsletter sur un réseau social (Facebook, Twitter...) ?



Base: Toutes les personnes interrogées inscrites à au moins une Newsletter

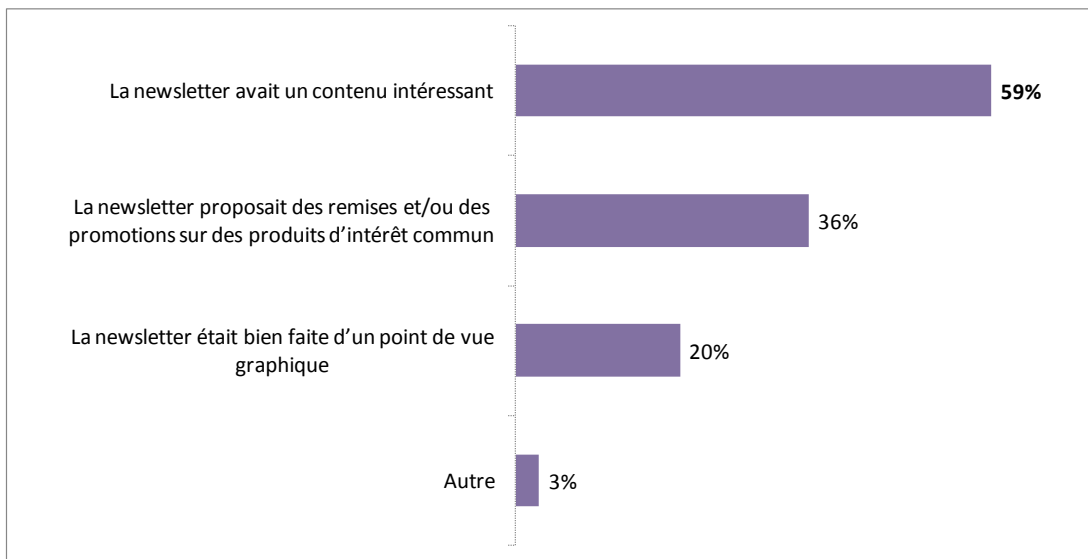
27% des personnes interrogées ont dit avoir partagé le contenu d'une newsletter sur un réseau social. Le pourcentage est particulièrement élevé en Italie (41%) par rapport au Royaume-Uni (17%) et à l'Allemagne (15%).



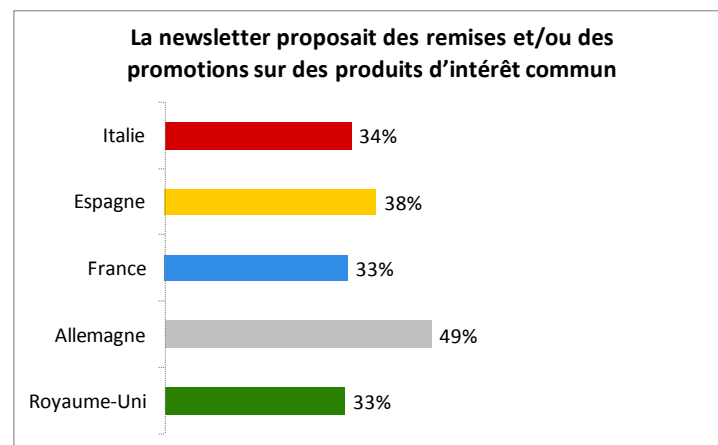
Newsletters et réseaux sociaux

Raisons pour le partage des Newsletters sur un réseau social

Pouvez-vous indiquer ce qui vous a poussé à partager avec vos amis et des connaissances une newsletter sur un réseau social ?



Base: Toutes les personnes interrogées inscrites à au moins une Newsletter qui ont partagé une Newsletter sur un réseau social



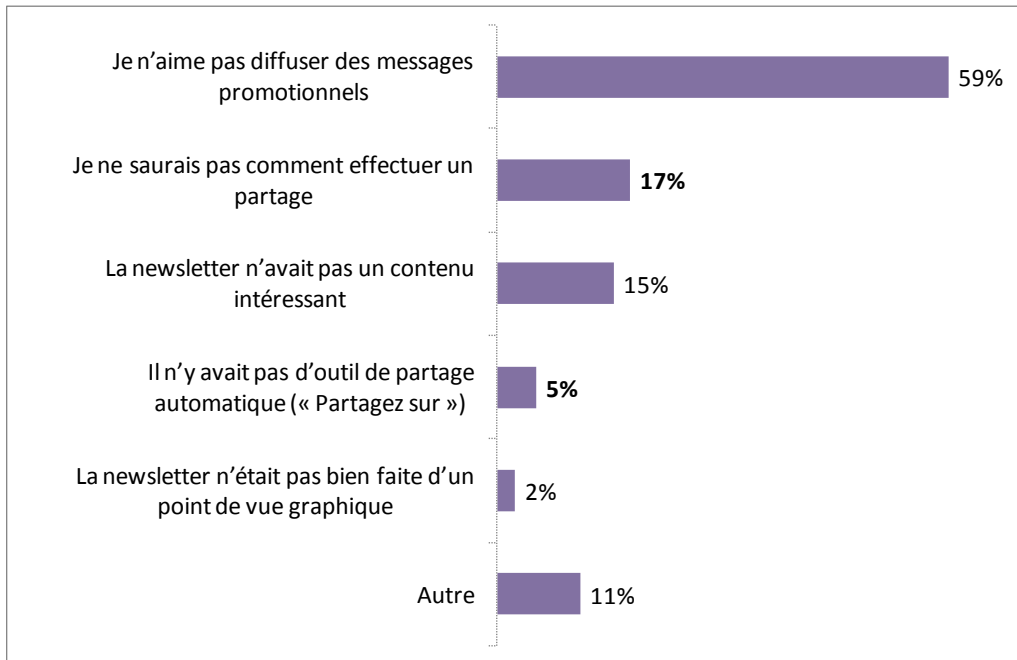
59% des personnes interrogées dans les cinq pays ont déclaré avoir partagé le contenu d'une newsletter qu'ils jugent intéressant. 36%, déclarent avoir partagé des remises promotions. Le pourcentage monte à 49% en Allemagne.



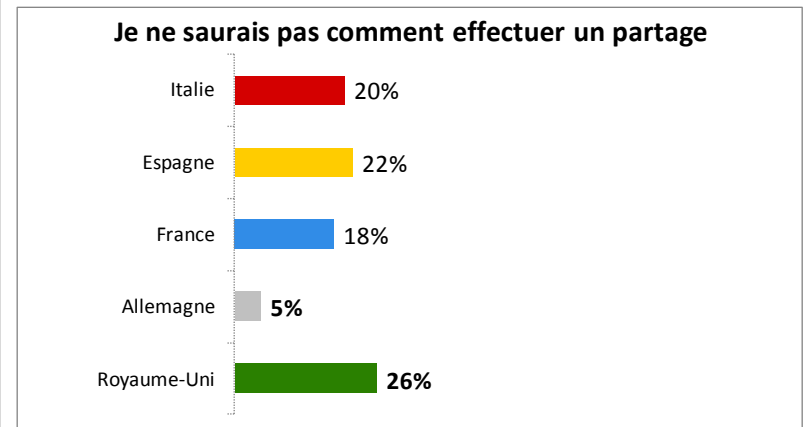
Newsletters et réseaux sociaux

Freins au partage d'une newsletter sur un réseau social

Pouvez-vous indiquer pourquoi vous n'avez jamais partagé avec vos amis et des connaissances une newsletter sur un réseau social ?



Base: Toutes les personnes interrogées inscrites à au moins une Newsletter qui n'ont pas partagé une Newsletter sur un réseau social



17% des répondants dans les cinq pays ont déclaré ne pas savoir partager une newsletter sur un réseau social. Le pourcentage monte à 26% au Royaume-Uni. Les Allemands, cependant, se montrent plus familiers avec l'outil : en Allemagne, le chiffre est de 5%.



Nous vous rappelons qu'une recherche détaillée sur les comportements des internautes français vis-à-vis des emails et des newsletters est également disponible :

E-mail Marketing Consumer Report – France

Téléchargement gratuit sur le site

www.fr.contactlab.com/email-marketing-consumer-report

Une recherche détaillée sur chaque pays **est disponible en anglais** :

E-Mail Marketing Consumer Report – Italy

E-Mail Marketing Consumer Report – Spain

E-Mail Marketing Consumer Report – France

E-Mail Marketing Consumer Report – Germany

E-Mail Marketing Consumer Report – United Kingdom

www.en.contactlab.com

Merci de votre intérêt et à bientôt!



E-mail Marketing Consumer Report 2010

Copyright

- Tous les contenus, les données et les informations publiés dans l'enquête "E-mail Marketing Consumer Report 2010" **ne sont pas protégés par un copyright** : c'est-à-dire qu'ils peuvent être reproduits, distribués, transmis, publiés à nouveau ou utilisés différemment, en tout ou en partie, sans l'accord préalable de ContactLab, à condition que ces utilisations soient réalisées à des fins personnelles, d'études, d'enquête ou, dans tous les cas, à des fins non commerciales et que la source soit citée avec la mention suivante imprimée en caractères bien visibles : www.contactlab.com
- Si la recherche est reproduite intégralement, la mention "Enquête publiée par ContactLab" doit être reportée. Si l'enquête est uniquement citée ou publiée de manière partielle, il suffit d'indiquer l'adresse Internet de notre site. Dans le cas où les articles ne seraient pas publiés intégralement, il est nécessaire de spécifier que seules des parties en sont utilisées (par exemple par des points de suspension) et d'indiquer distinctement que l'étude intégrale est disponible sur le site www.contactlab.com. L'altération, aussi infime soit elle, du texte original n'est en aucun cas autorisée.
- Si les contenus, les données ou les informations sont utilisés sous forme numérique, la citation de la source doit être effectuée de manière à permettre un lien hypertexte la page d'accueil www.contactlab.com
- En tout état de cause, il y a lieu de communiquer dans les plus brefs délais la reproduction des contenus traités par www.contactlab.com en envoyant un e-mail à l'adresse suivante : marketing@contactlab.com, en joignant, si possible, une copie électronique de l'article dans lequel les contenus ont été reproduits.



ContactLab

e-mail & e-marketing evolution

12 rue du Helder

75009 Paris

Tél: + 33 (0) 74 18 03 33

Fax: + 33 (0) 1 74 18 05 55

Info_fr@contactlab.com

www.fr.contactlab.com

Milan . Rome

Londres . Madrid . Munich . Paris