

## COMMUNIQUE DE PRESSE

Paris, le 21 septembre 2017

**Le Sncd annonce la publication de EMA - Email Marketing Attitude : deux études complètes et exclusives sur les usages et attentes des particuliers (EMA - BtoC) et des professionnels (EMA - BtoB<sup>1</sup>) par rapport à l'email en 2017.**

---

**- 11<sup>ème</sup> édition de l'étude EMA - Email Marketing Attitude BtoC - Usages et tendances de la communication personnelle online en 2017**

---

Lancée par la Commission E-Marketing du Syndicat national de la communication directe, de la data à la logistique, **l'étude EMA - Email Marketing Attitude**, menée pour la onzième année en France depuis 2006, questionne les internautes français sur leur attitude par rapport à l'email. L'étude est issue d'une volonté commune du Sncd, de 1000mercis, de NP6, de Contactlab et de Predictys qui chaque année, à tour de rôle, réalisent l'étude EMA - Email Marketing Attitude BtoC. Contactlab a mené cette étude pour la première fois en 2017. Un nouvel angle est proposé dans cette édition, dans la mesure où l'étude est étendue à plusieurs voisins européens de la France, permettant ainsi l'établissement de comparaisons (pour consulter les données européennes, voir les [résultats](#) de l'étude).

*Le mobile a transformé l'utilisation d'internet, toujours plus synchronisé avec la vie en temps réel*



En 2017, le multi-devices reste plus que jamais d'actualité et l'expérience client, pour être réussie, ne peut se passer d'une stratégie multi-supports. La mobilité continue de se développer puisque **72 % des utilisateurs internet se connectent désormais depuis une tablette et/ou un smartphone** (soit 27,7 millions de personnes). **32 %** des internautes (plus de 12 millions de Français) utilisent **à la fois un ordinateur, un smartphone et une tablette** (+33 % depuis 2014). La part des internautes se connectant uniquement depuis un **écran d'ordinateur** baisse de 34 % en trois ans, pour ne concerner que **27 %** des utilisateurs internet.

En moyenne, les répondants disposent de **2,2 boîtes email** (67 % des internautes en ont au moins deux). Compte tenu de la grande diffusion du mobile, de plus en plus d'internautes consultent leurs e-mails dès réception sur leur appareil : **61 % lisent leurs e-mails sur un smartphone**, soit plus de 23 millions de personnes (+64 % par rapport à 2014).

---

<sup>1</sup> EMA – Email Marketing Attitude BtoB : communiqué de presse du 21/09/2017 disponible sur le [site](#) du Sncd

*Newsletter : de plus en plus d'utilisateurs veulent partager leurs intérêts en échange d'informations personnalisées*

La newsletter est devenue très populaire parmi les internautes : **81 % d'entre eux sont inscrits à au moins une newsletter**, le chiffre moyen d'abonnement étant de **6,4 newsletters**.

Malgré cet engouement, la fiabilité de la newsletter est encore perçue comme insuffisante, **moins de la moitié des utilisateurs considérant que son contenu est fiable**. La personnalisation des messages mérite d'être approfondie : **44 % des abonnés estiment que les newsletters reçues sont adaptées à leurs centres d'intérêts**. L'efficacité de la newsletter se verrait accrue, de même que le taux de conversion.

Le jeu en vaut la chandelle : **32 % des utilisateurs sont prêts à fournir des informations personnelles et sur leurs centres d'intérêts afin d'obtenir des messages pertinents et personnalisés** (+28 % par rapport à 2014).

Autres chiffres clés :

- La newsletter se classe **au premier rang des méthodes de communication utilisées par les marques pour interagir avec leurs clients** (réseaux sociaux, applications, chats...). Plus de la moitié des internautes considèrent la newsletter comme un moyen utile pour entrer en contact avec les marques.
- **88 % des internautes** achètent en ligne. **76 % des abonnés à une newsletter** affirment avoir déjà **acheté un produit ou un service en ligne** en cliquant sur le lien présent dans le mail. **75 % se rendent en boutique** et achètent les produits ou services promus dans la newsletter.
- **31 %** des utilisateurs de terminaux mobiles affirment que parfois, ou souvent, **les newsletters s'affichent mal sur leurs appareils**. Dans ce cas, **29 % suppriment ces communications** tandis qu'environ **60 % attendent de disposer d'un ordinateur** pour les afficher ou les lire.

*Segmentation des répondants*

L'étude propose une segmentation des répondants afin de donner vie aux différents profils des internautes. Quatre segments ont ainsi été déterminés : **enthousiastes** (35 %), **omniprésents** (24 %), **non intéressés** (ne souhaitent pas être sollicités - 21 %) et **inconscients** (ignorent être abonnés à une newsletter - 21 %).

La segmentation permet ainsi de décrypter l'équipement des différents profils, leur perception de l'email et leur comportement, leur appétence à l'achat en ligne, la gestion du désabonnement et des SPAM et leur utilisation des réseaux sociaux.

Les principaux résultats de cette étude seront présentés à l'occasion d'une conférence :

- le 21 septembre 2017 à 14h00 dans le cadre du salon E-Commerce Paris ;
- le 19 octobre 2017 à 12h dans le cadre du salon Conext à Lille.

#### **Méthodologie :**

- Enquête administrée en ligne et réalisée par Contactlab sur un échantillon représentatif de Français utilisant internet régulièrement (c'est-à-dire qui se connectent au moins 1 fois par semaine quel que soit l'appareil) de 16 à 65 ans.
- L'échantillon a été élaboré par ContactLab conformément aux dernières données fournies par l'enquête d'Eurostat sur l'utilisation des TIC.
- Échantillon de 1 003 répondants après redressement sur des critères sociodémographiques permettant une meilleure représentativité des internautes français.

Les études EMA BtoC et \*BtoB sont disponibles pour la presse sur demande.

\*EMA – Email Marketing Attitude BtoB :  
communiqué de presse du 21/09/2017 disponible sur le [site](#) du Sncd.

#### **À propos du SNCD**

Le **Syndicat national de la communication directe, de la data à la logistique**, est l'organisation professionnelle des prestataires de la communication directe et du marketing relationnel. Il regroupe aujourd'hui près de 200 membres qui se sont engagés à proposer leurs services dans le respect de la déontologie, de l'éthique et des bonnes pratiques de la profession. Ces professionnels intègrent les nouveaux canaux de communication et les technologies performantes sur l'ensemble de la chaîne des métiers : acteurs des marketing services ; courtiers et propriétaires de fichiers ; hébergeurs, gestionnaires de bases de données ; acteurs de l'e-marketing, de l'e-mailing, du SMS, de la data ; SSII ; éditeurs et intégrateurs CRM ; opérateurs du courrier, du marketing postal, du routage de presse, de la logistique et de l'impression ; sociétés d'études, de conseil, d'analyses statistiques ; spécialistes des médias sociaux et de la mobilité... [www.sncd.org](http://www.sncd.org)

#### **À propos de Contactlab**

Depuis 1998, nous fournissons des produits et des services pour aider les marques à tirer le meilleur de leurs stratégies d'engagement client.

La plateforme d'Engagement Marketing étend notre solution de logiciel leader du marché pour l'envoi multicanal avec une série de produits pour recueillir et interpréter les activités multicanales de vos contacts, segmenter et planifier vos campagnes et personnaliser la communication pour construire une relation one-to-one avec vos clients. Notre nom est synonyme de normes de sécurité élevées, de fiabilité et d'évolutivité, ainsi que de garantie d'un support hautement spécialisé et continu pour tous vos besoins stratégiques et opérationnels.

Nous vous proposons un ensemble de produits et de services pour la mise en œuvre des programmes de marketing direct digital dynamiques et personnalisés qui génèrent un impact sur le business.

#### **Contacts presse**

**Sncd** - Méliné MATOSSIAN Tél : 01 55 43 06 13 Email : [mmatossian@sncd.org](mailto:mmatossian@sncd.org).

Pour ne plus recevoir les Communiqués de Presse du Sncd, contactez [mmatossian@sncd.org](mailto:mmatossian@sncd.org).

**Contactlab** – Viola Venturelli Tél : +39 348 7822 561 Email : [viola.venturelli@contactlab.com](mailto:viola.venturelli@contactlab.com)