

# Qui sont vraiment les sites marchands les plus visités ?

Pour la première fois, Médiamétrie et la Fevad intègrent le mobile et les tablettes dans leur classement trimestriel des e-commerçants français agrégeant la plus forte audience. Grands gagnants de ce remaniement : Groupon, Vente-Privée et Showroomprivé.

**M**édiamétrie//Netratings et la Fédération de l'e-commerce et de la vente à distance (Fevad) publient pour la première fois le top 15 des e-commerçants en agrégeant leur trafic issu des smartphones, des tablettes et des ordinateurs. Jusqu'ici, seul le trafic fixe faisait foi, alors que le smartphone est devenu le premier écran de surf : « *En janvier, 49 % des Français l'ont employé chaque jour pour se connecter à internet, contre 48 % pour l'ordinateur* », souligne Bertrand Krug, directeur adjoint de Médiamétrie//Netratings. Comme certains acteurs tirent plus de la moitié de leur audience du mobile, la nouvelle méthodologie donne une vision bien plus exacte de la réalité.

## Sollicitations quotidiennes

Certes, le trio de tête reste inchangé. Les indéboulonnables Amazon, Cdiscount et Fnac.com dominent le classement et sont suffisamment avancés sur le mobile pour ne pas être inquiétés. En janvier, février et mars, 45 % des Français, en moyenne, se sont rendus sur Amazon, 32 % sur Cdiscount et 25 % sur Fnac.com. Mais, derrière eux, le peloton des challengers réduit l'écart.

E-voyagistes exclus, l'e-commerçant qui progresse le plus est le site de bons plans locaux Groupon. Entre le classement desktop du quatrième trimestre 2016 et le classement trois écrans du premier trimestre 2017, il bondit de six places pour se classer 7<sup>e</sup> du top 15. Autres bénéficiaires : les sites de ventes événementielles Vente-Privée et Showroomprivé, qui grappillent trois places chacun et se retrouvent respectivement 5<sup>e</sup> et 13<sup>e</sup>.

Ces trois acteurs entretiennent une relation très suivie avec leurs membres, qu'ils sollicitent quotidiennement à coup d'e-mails et de push-notifications. Ces appels du pied sont le plus souvent envoyés à des horaires très matinaux, propices à une consultation sur mobile. Résultat, la part de ce canal est particulièrement élevée dans leur audience. Ainsi, sur 100 personnes qui visitent Vente-Privée, 52 le font sur leur smartphone, 43 sur ordinateur et 30 sur tablette, certaines cumulant plusieurs usages.

Il n'en va pas de même chez Priceminister, La Redoute et Darty, qui n'attirent qu'un tiers environ de leurs visiteurs uniques mensuels via un smartphone. Au coude-à-coude avec leurs concu-

rents sur le trafic desktop, ils se font dépasser dans le classement trois écrans par les acteurs aux stratégies *mobile first* plus affirmées. Bilan des courses, Priceminister tombe au 15<sup>e</sup> rang (-6 places), Darty au 14<sup>e</sup> (-4 places) et La Redoute au 11<sup>e</sup> (-5 places).

## Le poids du parc de magasins

Deux autres perdants notables sont Boulanger et Auchan, qui dégringolent de trois places et sortent du top 15. Toutefois, le cas des retailers s'explique moins par leur performance sur le mobile que par d'autres facteurs, notamment la présence en ligne de leurs magasins. Chez Auchan, seuls les hypermarchés disposent de pages dédiées, et celles-ci régressent. Comme Auchandirect se replie et Auchan.fr se désengage des leviers payants et augmente ses prix, l'enseigne tombe au 18<sup>e</sup> rang.

A contrario, E.Leclerc se hisse au 10<sup>e</sup> rang (+2 places), grâce au plus grand parc d'hypermarchés de l'Hexagone et à sa galaxie d'e-boutiques spécialisées : parapharmacie, sport, optique, bijoux... Quant à Carrefour, il ne cède qu'une seule place pour se stabiliser en 8<sup>e</sup> position. Le portail du groupe, peu marchand et donc moins sujet aux fluctuations de trafic que celui d'Auchan, abrite la totalité de ses 5 000 points de vente, tous formats confondus. Autant de visiteurs qui viennent se renseigner sur les magasins, parcourir les catalogues et les promotions d'un parc qui continue de s'agrandir. Seul point noir de l'enseigne : l'audience de son site Rue du Commerce, qui patine hors du top 15 très exactement depuis son rachat à Altarea-Cogedim. L'ancien pure player, que Carrefour n'est jamais parvenu à remettre d'aplomb, s'enfoncé encore pour finir au 20<sup>e</sup> rang. ■

FLORE FAUCONNIER

## Les gagnants



E-voyagistes mis à part, les e-commerçants bénéficiant de l'intégration du mobile et des tablettes dans le classement des audiences sont avant tout les sites de bons plans et de ventes événementielles. En effet, leurs e-mails et push-notifications quotidiens sont souvent envoyés et consultés tôt le matin, quand les consommateurs privilégient les petits écrans.

## Les perdants

Les smartphones n'apportent à Priceminister, La Redoute et Darty qu'un tiers de leurs visiteurs uniques mensuels. Pas suffisant pour empêcher des acteurs aux stratégies plus *mobile first* de les doubler dans ce nouveau classement trois écrans. Auchan et Boulanger reculent également de trois places et sortent du top 15.



## AMAZON LARGEMENT EN TÊTE

Top 15 des e-commerçants par nombre moyen de visiteurs uniques mensuels, au premier trimestre 2017, et évolution de leur classement de ce top 15. Source : Médiamétrie/Fevad

	Ventres valeur en M €		
1	Amazon	23,5	→
2	Cdiscount	16,7	→
3	Fnac	13,3	→
4	Voyages-sncf.com	12,1	↗
5	Vente-Privée	11,9	↗
6	Ebay	11,6	↘
7	Groupon	11,2	↗
8	Carrefour	10,3	↘
9	Booking	9,3	↗
10	E. Leclerc	9,1	↗
11	La Redoute	8,8	↘
12	Leroy Merlin	8,5	↘
13	Showroomprivé	8,4	↗
14	Darty	8	↘
15	Priceminister	7,9	↘

En moyenne, 72 % des Français se sont rendus chaque mois sur l'un des sites ou applications de ce top 15. Dont un tiers sur Vente-Privée et presque autant sur Groupon.

## LE MOBILE NE CESSE DE GRIMPER

Part de chaque écran dans l'audience en visiteurs uniques du top 15 de l'e-commerce

Source : Médiamétrie/Fevad

Parmi les 23,5 millions de visiteurs uniques ayant consulté Amazon chaque mois au premier trimestre 2017, 64 % l'ont fait au moins une fois sur ordinateur, 46,8 % au moins une fois sur smartphone et 27,6 % au moins une fois sur tablette.

	Amazon	Part de l'audience en %		
		Ordinateur	Mobile	Tablette
1	Amazon	64,0	46,8	27,6
2	Cdiscount	67,8	36,9	20,3
3	Fnac	60,7	37,1	19,1
4	Voyages-sncf.com	51,1	45,1	20,6
5	Vente-Privée	43,5	52,4	29,6
6	Ebay	62,1	34,5	18,6
7	Groupon	38,6	52,9	25,2
8	Carrefour	52,3	40,7	20,3
9	Booking	52,7	37,0	22,6
10	E. Leclerc	53,1	37,5	21,9
11	La Redoute	61,7	29,1	21,9
12	Leroy Merlin	60,4	31,6	19,2
13	Showroomprivé	41,6	47,5	25,3
14	Darty	60,4	32,0	18,1
15	Priceminister	59,0	34,1	17,1