

Communiqué de presse

LONDRES, 18 Décembre 2006 --

En France la croissance des achats en ligne est plus importante qu'au Royaume-Uni et en Allemagne

comScore Networks, un des leaders mondiaux en matière de mesure d'Internet, a publié aujourd'hui les nouveaux résultats de l'étude portant sur les achats de Noël en ligne pour le Royaume-Uni, la France et l'Allemagne. L'analyse de comScore révèle que l'activité de vente en ligne a atteint son niveau record en France et en Allemagne lors de la semaine du 4 au 10 Décembre 2006. Les résultats pour les deux pays montrent en effet une progression de 90 et 76 % respectivement par rapport à la période de base 28 Août – 29 Octobre précédant les achats de Noël. Au cours de cette même semaine, le Royaume-Uni a connu une progression de 69 % ce qui représente la plus forte progression à ce jour dans ce pays.

TABLE 1

Indice Européen de vente en ligne*			
Source: comScore World Metrix			
	Royaume Uni	France	Allemagne
Période de Base (28/08-29/10)	100	100	100
30/10 - 05/11	137	153	157
06/11 - 12/11	146	162	153
13/11 - 19/11	151	165	156
20/11 - 26/11	165	179	163
27/11 - 03/12	169	179	172
04/12 - 10/12	169	190	176

**Évolution du nombre de visites sur les pages sécurisées des sites de vente en ligne par rapport à la période de base (moyenne des visites hebdomadaires sur les pages sécurisées des sites de vente en ligne du 28 août au 29 octobre). L'indice de 165 équivaut à une augmentation de 65 % des visites sur les pages sécurisées des sites de vente en ligne par rapport à une moyenne de 100 recensée pour la période de base.*

Analyse de la période de Noël en France

C'est au cours de la semaine du 4 au 10 décembre que les achats en ligne se sont avérés les plus nombreux à ce jour en France. Le pays enregistre une progression de 90 % par rapport à la période précédant les achats de Noël. Ces chiffres sont également supérieurs aux résultats du Royaume-Uni et de l'Allemagne. À l'instar des deux semaines précédentes, le Groupe PPR, CDISCOUNT.com et les sites Amazon ont récolté presque la moitié de l'activité de vente en ligne pour la semaine du 4 au 10 décembre. Au cours de cette même semaine, le Groupe PPR a enregistré 28 % de visites en France. CDISCOUNT.com et les sites Amazon enregistrent des parts de 12 % et 8 % respectivement.

TABLE 2

Top 10 (hors eBay) des sites de vente en ligne en part hebdomadaire de cyber acheteurs français*	
Période: semaine du 4 au 10 Décembre 2006	
Visiteurs âgés de 15 ans et +**	
Source: comScore World Metrix	
Groupe PPR	28%
CDISCOUNT.COM	12%
Amazon	8%
3 Suisses	5%
Apple Computer, Inc.	5%
ALAPAGE.COM	4%
American Greetings Property	3%
QUELLE.FR	2%
Hewlett Packard	2%
Yves Rocher	1%

**Pourcentage du total hebdomadaire de visites sur les pages sécurisées de vente en ligne*

*** Exclut le trafic depuis les ordinateurs publics comme les cafés Internet et depuis les téléphones mobiles et PDA*

À propos de comScore World Metrix

comScore World Metrix est le premier service capable de mesurer en continu le comportement des consommateurs en ligne à l'échelle mondiale et de fournir des valeurs chiffrées relatives au nombre de visites et des données démographiques sur les visiteurs des sites Web autour du monde. Grâce à une représentation active des pays constituant la grande majorité des internautes internationaux, World Metrix fournit à ses clients des estimations de la population Internet mondiale ainsi que des chiffres relatifs aux activités en ligne grâce à une méthodologie commune à tous les pays. Plus de 100 clients bénéficient des services World Metrix de comScore, dont 8 des 10 plus grandes agences de publicité interactive.

À propos de comScore Networks

comScore Networks est un des leaders mondiaux de mesure d'Internet. Cette capacité est fondée sur un panel de plus de 2 millions de consommateurs qui permettent à comScore de capturer en toute confidentialité leurs habitudes en termes de navigation et de transaction, y compris les achats en ligne et hors ligne. Les panélistes de comScore prennent également part à des sondages permettant de mieux comprendre leurs attitudes et leurs intentions. Grâce à sa technologie exclusive, comScore mesure les éléments importants des comportements et attitudes des internautes. comScore utilise ces connaissances fondamentales des consommateurs et des univers concurrentiels afin d'aider ses clients à concevoir des stratégies et techniques commerciales efficaces à même de garantir un retour sur investissement de premier ordre. Les services de comScore sont utilisés par les grandes sociétés internationales telles que AOL, Microsoft, Yahoo!, Verizon, Best Buy, The Newspaper Association of America, Tribune Interactive, ESPN, Fox Sports, Nestlé, MBNA, Universal McCann, the United States Postal Service, Merck et Expedia. Pour de plus amples informations, consultez le site www.comscore.com.

Contact:

Andrew Lipsman
comScore Networks
(312) 775-6510

[**press@comscore.com**](mailto:press@comscore.com)