

Baromètre S1 2013 des outils de webanalyse

Données recueillies sur les 200 premiers sites au classement Alexa France

Auteurs :



*Romain Creteur,
Consultant Senior,
Responsable pôle Analytics*

Quentin Bérard, Consultant Junior

Méthodologie du baromètre Converteo des outils de webanalyse

- Le Baromètre Converteo des outils de webanalyse propose un état des lieux du marché des outils de webanalyse. Il sera mis à jour et publié sur le [blog de Converteo](http://www.converteo.com/blog/) tous les 6 mois
 - <http://www.converteo.com/blog/>
- L'enquête porte sur les 200 premiers sites à l'Alexa rank en France, après retraitement par Converteo (retrait des sites « pop-under », applications web, ...)
- L'objectif est d'identifier l'ensemble des tendances qui régissent ce marché et de proposer un aperçu des solutions de webanalyse les plus utilisées sur le web



Synthèse : un marché dominé par très peu d'acteurs

- Au cours de notre étude des solutions de webanalyse utilisées par les 200 sites les plus visités en France, nous avons identifié six tendances majeures :
 - 1 Google Analytics est la solution la plus utilisée avec 71% de taux de pénétration mais les autres solutions ne sont pas réduites à une part congrue avec des taux de pénétration conséquents pour AT Internet (35%), eStat (17%), Weborama (10%) et Adobe Omniture (9%)
 - 2 Parmi les sites les plus visités (top 50) les taux de pénétration d'eStat, Weborama et Adobe Omniture augmentent alors que celui de Google Analytics diminue significativement
 - 3 Certains sites majeurs n'utilisent aucune solution du marché : Amazon, eBay, Youtube, Facebook. Ils ont développé une solution maison de webanalyse
 - 4 De nombreux sites (40%) maintiennent plusieurs solutions de webanalyse différentes. Le plus souvent, Google Analytics accompagné d'une solution payante
 - 5 Les sites médias notamment conservent tous une des solutions françaises certifiées OJD
 - 6 A l'inverse, les e-commerçants n'ont souvent qu'un seul outil de webanalyse et Adobe Omniture présente sur les sites e-commerce un taux de pénétration 2 fois supérieur à sa moyenne (18% vs 9%)

Google Analytics domine le marché sans pour autant que les taux de pénétration des autres outils soient pénalisés

71%

de taux de pénétration pour Google Analytics

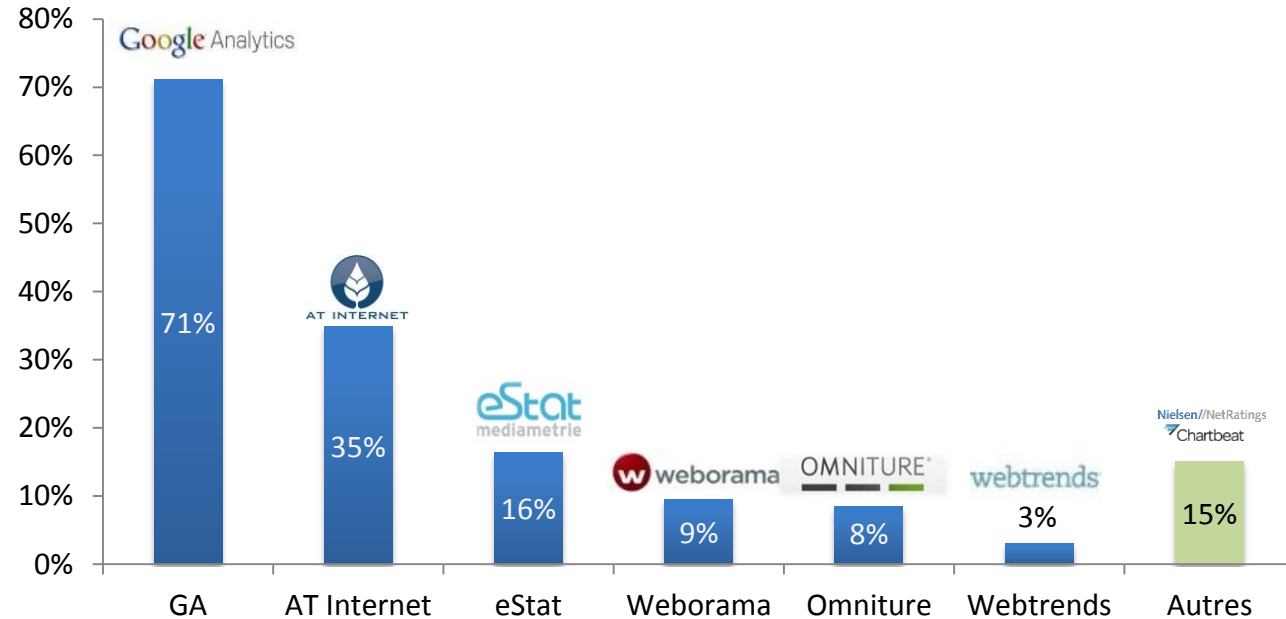
85%

des occurrences sur les 5 premiers outils : GA, AT Internet, eStat, Weborama, Omniture et Webtrends

Plus de **30**

solutions de webanalyse différentes identifiées

Les solutions les plus populaires (taux de pénétration*)



* La somme des taux de pénétration est supérieure à 100% car de nombreux sites utilisent plusieurs solutions de webanalyse

- 5 solutions principales se distinguent parmi les 30 identifiées : Google Analytics, AT Internet, eStat, Weborama et Omniture
- Google Analytics avec plus de 70% de taux de pénétration ressort comme la solution dominante sans pour autant que les solutions concurrentes soient réduites à une part congrue

Les taux de pénétration des principaux outils varient assez fortement sur les sites les plus visités

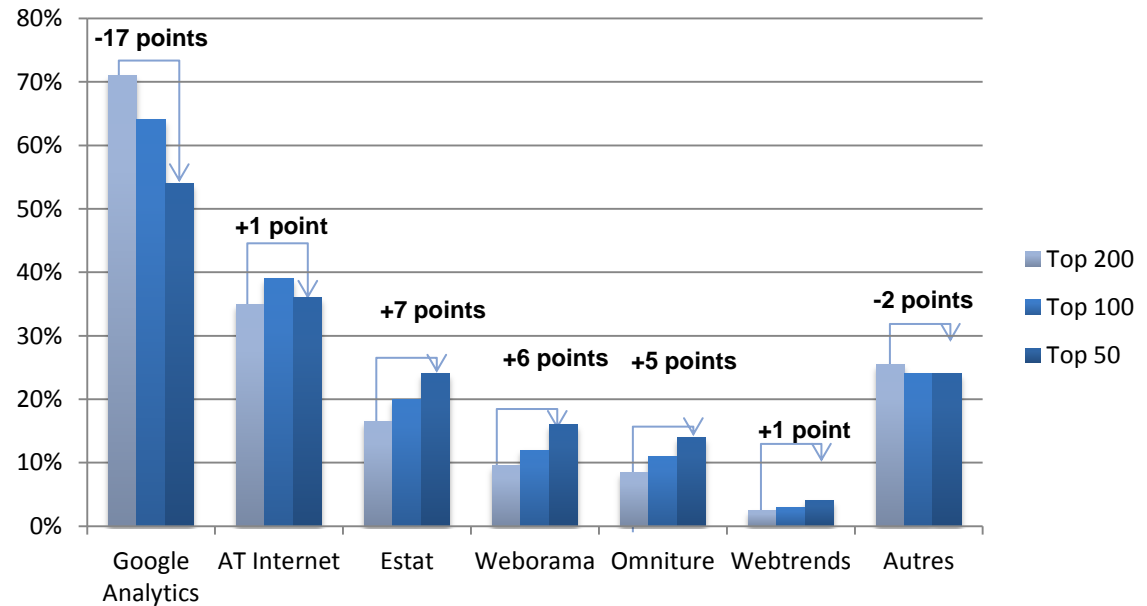
-17 points

de taux de pénétration pour Google Analytics au sein du top 50 par rapport au top 200

5 à 7 points

d'augmentation des taux de pénétration d'eStat, Weborama et Omniture

Taux de pénétration des outils selon le classement



- Google Analytics apparaît comme un outil de « longue traîne » alors qu'eStat, Weborama, Omniture et Webtrends voient leurs taux de pénétration s'accroître lorsque l'on réduit le périmètre aux 50 sites les plus visités

Les configurations multi-solutions sont assez répandues

40%

des sites ont installé plusieurs solutions de webanalyse en parallèle

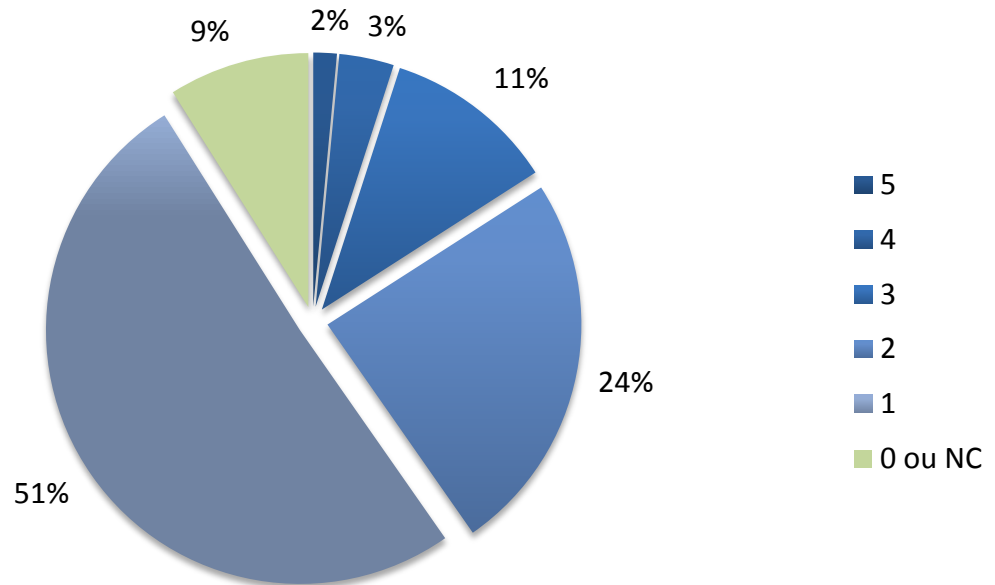
2,1

outils installés en moyenne sur les 50 premiers sites (versus 1,76 sur les 150 suivants)

9%

des sites ne disposent pas d'une solution de webanalyse du marché

Répartition des sites étudiés par nombre d'outils utilisés



- On peut supposer que cette tendance est due à plusieurs facteurs : la gratuité et la facilité de mise en place de Google Analytics, les besoins de certification OJD de certains sites media, les périmètres fonctionnels variables (optimisation des campagnes publicitaires de Weborama, remarketing Adwords avec Google Analytics, ...)
- Attention toutefois, le maintien en parallèle de plusieurs solutions de webanalyse peut-être à l'origine de débats internes stériles sur les différences constatées entre les solutions souvent liées au fonctionnement intrinsèque de chaque outil. Il est important d'identifier le rôle de chaque outil (analyses, certification, remarketing, ...)

Certaines solutions apparaissent plus volontiers comme outil de webanalyse unique

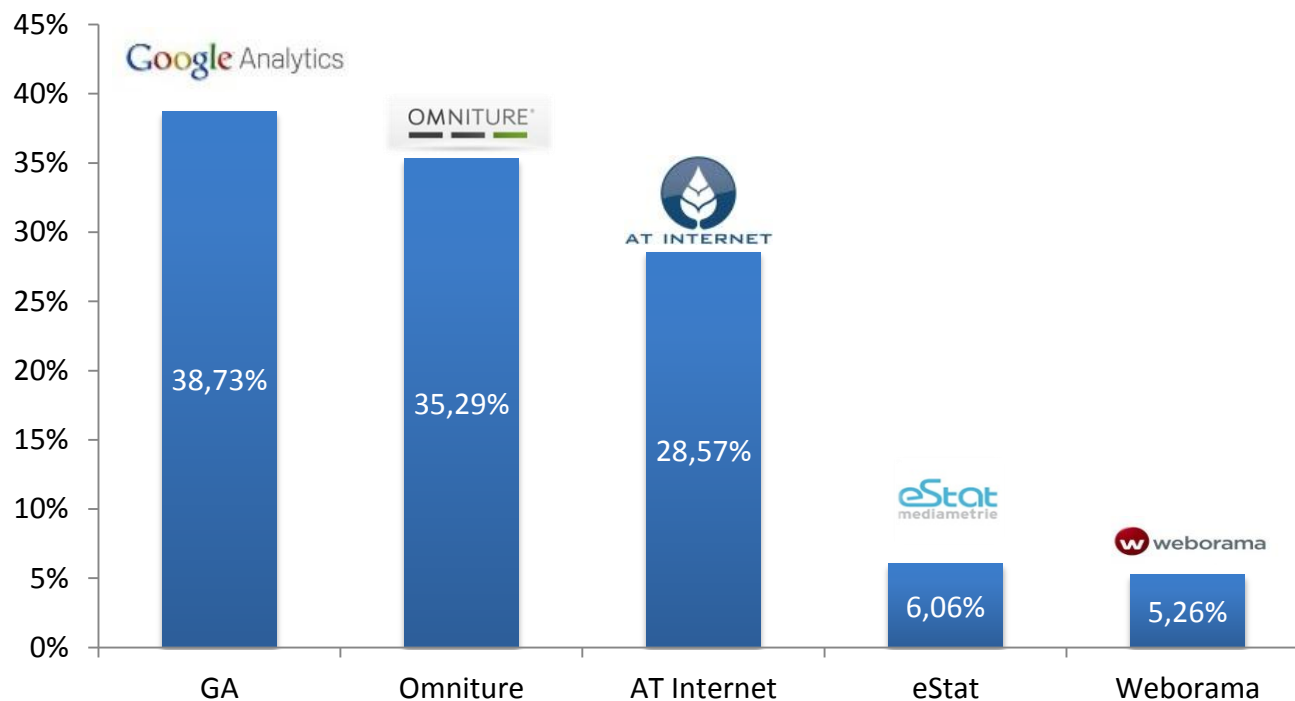
38,7%

taux d'utilisation de Google Analytics en tant qu'outil unique

5,3%

taux d'utilisation de Weborama comme unique solution de webanalyse

Taux d'utilisation en tant qu'outil unique



Les données recueillies permettent de distinguer deux types d'outils :

- les outils principaux (Google Analytics, AT Internet et Omniture) qui sont régulièrement utilisés comme uniques solutions de webanalyse
- les outils de complément (eStat et Weborama) qui sont souvent installés à côté d'une ou plusieurs autres solutions

Les solutions d'origine française gardent un avantage auprès des sites français mais peinent auprès des autres sites

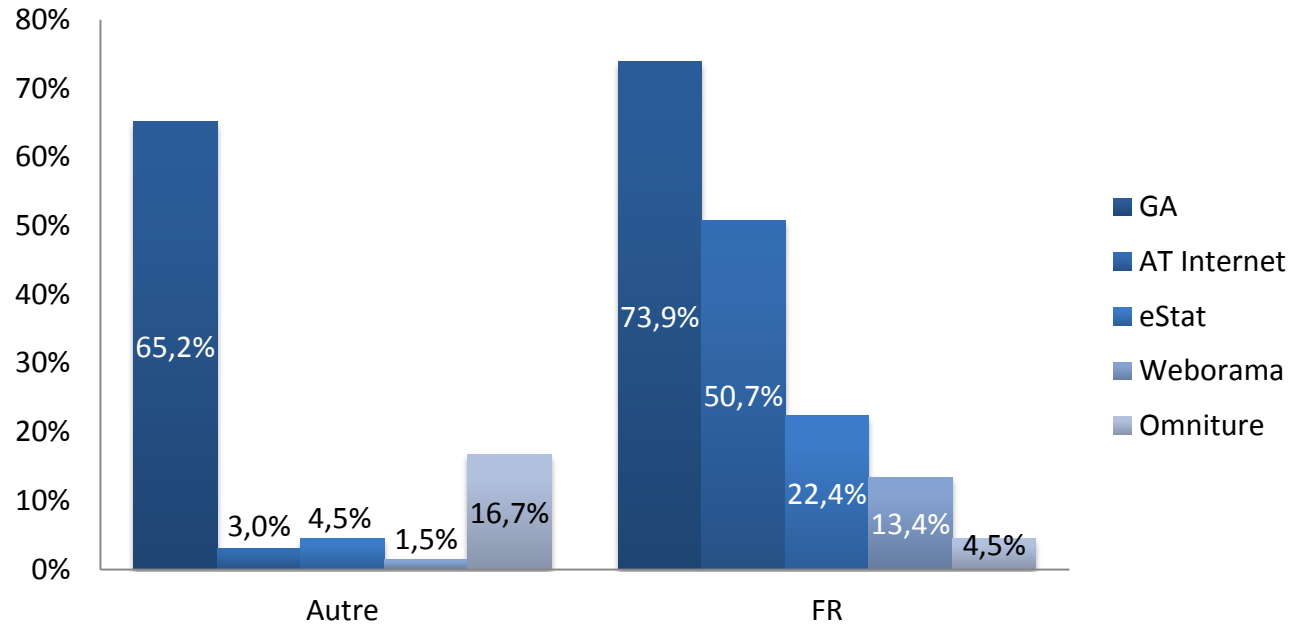
50,7%

taux de pénétration d'AT Internet pour les sites issus de sociétés mères françaises

17x

plus de chance de trouver AT Internet sur un site d'une société française qu'étrangère

Comparaison de l'utilisation des outils de webanalyse par nationalité de la société-mère*



* 134 sites « FR » et 66 sites « Autre » parmi les 200 sites étudiés

- L'utilisation d'un ou plusieurs outils particuliers dépend fortement de l'origine de la société propriétaire du site. Les solutions françaises eStat et AT Internet sont ainsi beaucoup plus présentes au sein des entreprises dont la société mère est française
- Omniture, relativement peu utilisé par les entreprises françaises, est second parmi les solutions de webanalyse sur les sites étudiés détenus par des sociétés étrangères

Les sites « Media* » utilisent souvent plusieurs outils dont au moins un est certifié OJD

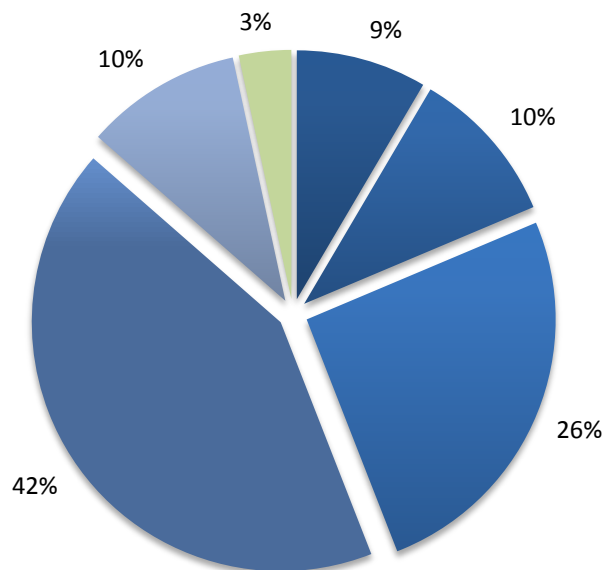
+131%

des occurrences d'eStat dans cette catégorie par rapport à la moyenne

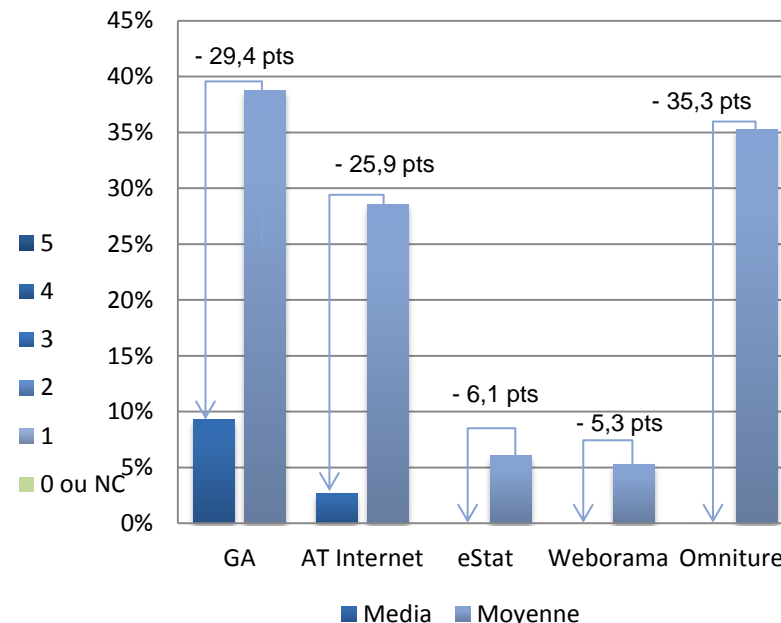
45%

des configurations des sites médias comportent 3 solutions de webanalyse ou plus (vs 16% en moyenne)

Nombre d'outils utilisés « Media »



Taux d'utilisation « unique » des outils



- Les outils tels que Weborama ou eStat sont régulièrement associés à Google Analytics
- Weborama et eStat sont des outils certifiés OJD : ce label offre une garantie aux annonceurs et est donc nécessaire pour les sites dont les revenus sont principalement issus de campagnes publicitaires

* 59 sites « Média » parmi les 200 sites étudiés

Les sites « e-commerce » se caractérisent par une plus forte utilisation d'Omniure

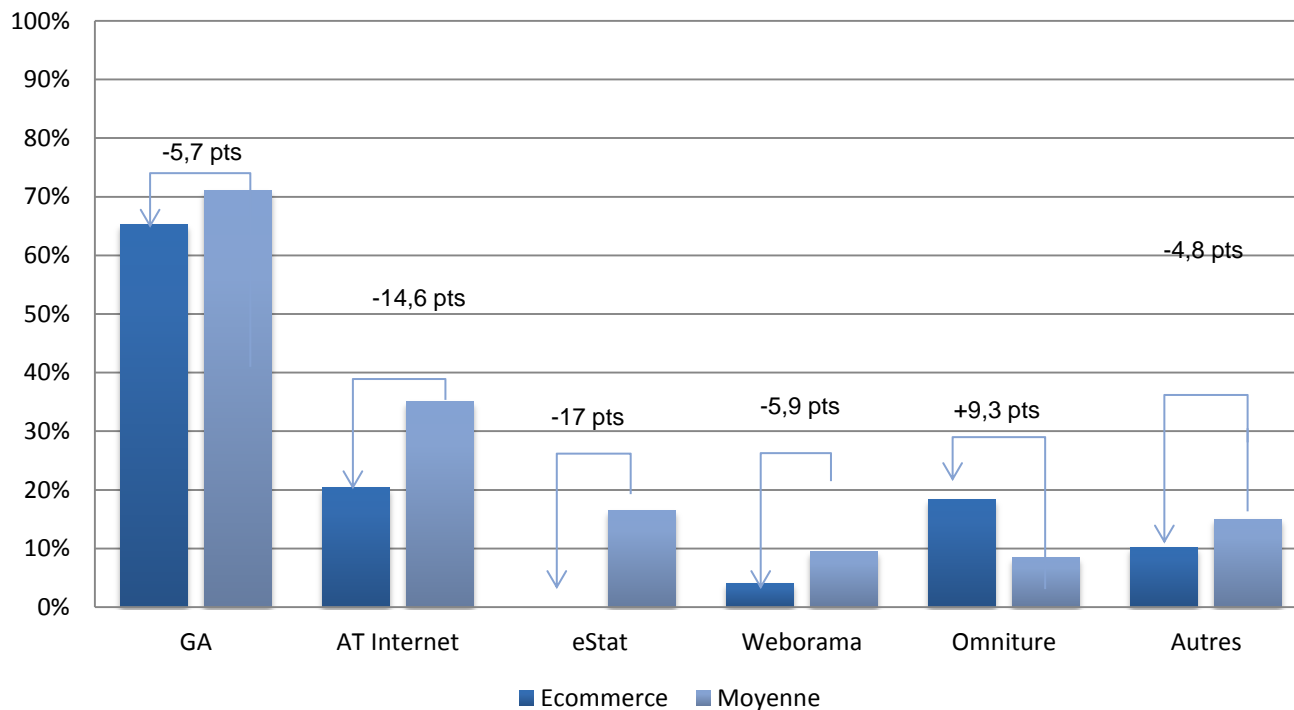
104%

augmentation de la part d'Omniure dans cette catégorie par rapport à son poids moyen

75%

des sites e-commerce utilisant seulement Omniure font partie des 50 premiers au classement Alexa.

Taux de pénétration des outils



- Les sites « Ecommerce » sont caractérisés par une forte présence de l'outil Omniure
- Omniure, compte tenu de son périmètre fonctionnel et de son prix, est destiné prioritairement aux sites e-commerce

* 48 sites « e-commerce » parmi les 200 sites étudiés

Certains sites parmi les plus importants n'utilisent aucune solution de webanalyse du marché

- Pour certains sites, nous n'avons pu identifier de solutions de webanalyse du marché alors que ceux-ci font partie des plus importants acteurs du web :
 - Google, Facebook, Youtube, Amazon, Wikipedia, Yahoo!, eBay, Bing
- Il est intéressant de noter que certains de ces acteurs sont eux-mêmes éditeur d'une solution de webanalyse (Google Analytics, Yahoo Analytics, Facebook Insights)
- Il est évident que ces acteurs disposent dans les faits d'une solution de webanalyse mais qu'ils ont fait le choix d'utiliser une solution maison (vraisemblablement adaptée de la solution grand public pour Google, Yahoo et Facebook)
- Le cas de Wikipedia est à part dans la mesure où l'absence de tracking des visiteurs est la conséquence d'un choix « idéologique » de la fondation Wikimedia
- Parmi les e-commerçants, Amazon et eBay ont également développé en interne leur propre solution de tracking afin de pouvoir l'adapter précisément à leurs besoins et ne pas dépendre d'une solution éditée par un potentiel concurrent





A propos de Converteo

E-Business Consulting

- **Présent de votre naissance à votre maturité digitale**
 - Définir
 - Définition de stratégies digitales et cadrage de projets opérationnels (objectifs, moyens, planning)
 - Mettre en œuvre
 - Mise en œuvre de stratégies et de projets → Pilotage expert ou AMOA, aide au choix de prestataires ou de solutions
 - Optimiser
 - Audit et optimisation de dispositifs digitaux sur les dimensions pertinentes (stratégie, marketing, organisation, techniques web et ergonomie, outils...) en s'appuyant sur des données fiables et riches (webanalytics, eCRM, supply chain, finance...)

- **5 points à retenir**
 - Un conseil customer et data-centric
 - Une vision stratégique intégrant Internet dans une logique multicanal
 - Une maîtrise opérationnelle des enjeux du Digital (acquisition, conversion, fidélisation...)
 - L'interface avec l'ensemble des interlocuteurs internes impactés (Marketing, Sales, DSI, Relation Client,...)
 - Conduite du changement, formations, coaching

Et aussi...

- Un blog traitant des problématiques e-Business www.converteo.com/blog/
- Deux ouvrages de référence
 - T. Faivre-Duboz et R. Fétique ont coécrit « Web conversion » (Dunod, 2009), un ouvrage dédié à l'amélioration des performances business des sites internet
 - T. Faivre-Duboz et R. Fétique ont coécrit « Le Web marketing » (Dunod, 2011), un ouvrage regroupant l'ensemble des savoirs et techniques essentielles du webmarketing



- Des interventions plébiscitées
 - Dans les rendez-vous professionnels



- Dans les écoles et universités



- Des relations privilégiées
 - Avec certains partenaires : Google Analytics Certified Partner
 - Avec les associations professionnelles
 - Membre FEVAD



+ de 100 clients e-commerce, retail, media, lead generation



Focus : notre expertise en webanalytics

- Nous avons utilisé en condition réelle d'implémentation, analyse ou reporting et de manière intensive les principaux outils du marché



- Notre expérience s'est affirmée sur plus de 50 clients et sur des problématiques complexes multi-pays, multi-filiales, avec des volumes de trafic très importants (jusqu'à 10 à 20M Visites/mois)
- Nous aidons les éditeurs lors d'ateliers de travail et de séances de feedback à améliorer leurs solutions
- Nous sommes en pointe sur certains sujets d'analyse marketing online, sur lesquels notre niveau réflexion interne a devancé de nombreux éditeurs
 - Cf. par exemple notre Livre Blanc sur le sujet « Multitouch et attribution des conversions », 2010.
- Nous sommes depuis 4 ans une des huit sociétés françaises certifiées Google Analytics





N'hésitez pas à nous contacter

Romain CRETEUR – Consultant Senior, responsable webanalytics

Mail : rc@converteo.com

Tél : +33 6 89 82 91 28

Téléphone : 01.84.16.06.60 | <http://www.converteo.com>

A decorative graphic consisting of five curved lines that originate from a single point on the left and fan out towards the right, creating a sense of movement and expansion. The lines are rendered in varying shades of gray, with the topmost line being the darkest and the bottommost being the lightest.

Annexes

Listes des sites étudiés 1/2

Classement	Site	Url
1	Google France	http://www.google.fr/
2	Facebook	http://www.facebook.com/
3	YouTube	http://www.youtube.com/
4	Windows live	https://login.live.com/login.srf?
5	Amazon.fr	http://www.amazon.fr/
6	leboncoin.fr	http://www.leboncoin.fr/
7	Wikipedia	http://fr.wikipedia.org
8	Yahoo!	http://fr.yahoo.com/
9	Orange	http://www.orange.fr/
10	Free	http://portail.free.fr/
11	ebay.fr	http://www.ebay.fr/
12	twitter.com	http://fr.twitter.com/
13	linkedin.com	http://fr.linkedin.com/
14	commentcamarche.net	http://www.commentcamarche.net/
15	sfr.fr	http://www.sfr.fr/
16	lemonde.fr	http://www.lemonde.fr/
17	allocine.fr	http://www.allocine.fr/
18	dailymotion.com	http://www.dailymotion.com/fr
19	babylon.com	http://search.babylon.com/
20	msn.com	http://fr.msn.com
21	pagesjaunes.fr	http://www.pagesjaunes.fr/
22	Cdiscount.com	http://www.cdiscout.com/
23	Programme-Tv.net	http://www.programme-tv.net/
24	Jeuxvideo.com	http://www.jeuxvideo.com/
25	Le Figaro	http://www.lefigaro.fr/
26	La Redoute	http://www.laredoute.fr/
27	Viadeo	http://www.viadeo.com/fr
28	Tumblr	http://www.tumblr.com/
29	L'Equipe	http://www.lequipe.fr/
30	Météo France	http://france.meteofrance.com/
31	Pôle emploi	http://www.pole-emploi.fr/
32	L'internaute	http://www.linternaute.com/
33	Priceminister	http://www.priceminister.com/
34	Groupe Crédit Agricole	http://www.credit-agricole.fr/
35	Microsoft Corporation	http://www.microsoft.com/
36	Fnac	http://www.fnac.com/
37	vente-privee.com	http://www.vente-privee.com
38	Rue du Commerce	http://www.rueducommerce.fr/
39	TF1	http://www.tf1.fr/
40	Clubic	http://www.clubic.com/
41	Apple Inc.	http://www.apple.com/fr/
42	Paypal	https://www.paypal.com/fr/
43	Bing	http://www.bing.com/
44	LaPoste.net	http://www.laposte.net/
45	01net	http://www.01net.com/
46	La Banque Postale	https://www.labanquepostale.fr/i
47	Le nouvel observateur	http://tempsreel.nouvelobs.com/
48	Ovh	http://www.ovh.fr/
49	Le Parisien	http://www.leparisien.fr/
50	Pinterest	http://pinterest.com/

Classement	Site	Url
51	Voyages SNCF	http://www.voyages-sncf.com/
52	Ask	http://fr.ask.com/
53	Deezer	http://www.deezer.com/fr/
54	Caisse d'Epargne	http://www.caisse-epargne.fr/
55	Au féminin	http://www.aufeminin.com/
56	20 Minutes	http://www.20minutes.fr/
57	Doctissimo	http://www.doctissimo.fr/
58	L'Express	http://www.lexpress.fr/
59	Société.com	http://www.societe.com/
60	BNP Paribas	http://www.bnpparibas.net/
61	Se loger	http://www.seloger.com
62	Boursorama	http://www.boursorama.com/
63	Société Générale	http://www.societegenerale.fr/
64	Reverso	http://www.reverso.net/
65	Flickr	http://www.flickr.com/
66	Badoo	http://badoo.com/fr/
67	Voilà	http://www.voila.fr/
68	CNAF	http://www.caf.fr/
69	Uploaded.net	http://uploaded.net/
70	Vivastreet	http://www.vivastreet.com/
71	Le journal du net	http://www.journaldunet.com/
72	Colissimo	http://www.colissimo.fr
73	Aeria games	http://www.aeriagames.com/
74	Libération	http://www.liberation.fr/
75	Adobe	http://www.adobe.com/fr/
76	Le Point	http://www.lepoint.fr/
77	Webrankinfo	http://www.webrankinfo.com/
78	Bouygues Telecom	http://www.bouyguetelecom.fr/
79	Banque Populaire	http://www.banquepopulaire.fr
80	Instagram	http://instagram.com/
81	Goodgame Studios	http://www.goodgamestudios.com/
82	Zalando	http://www.zalando.fr/
83	Hardware.fr	http://www.hardware.fr/
84	WordReference.com	http://wordreference.com/
85	Marmiton	http://www.marmiton.org/
86	Eurosport	http://www.eurosport.fr/
87	Les Echos	http://www.lesechos.fr/
88	Spartoo	http://www.spartoo.com/
89	Stack Overflow	http://stackoverflow.com/
90	LeGuide.com	http://www.leguide.com/
91	AVG Antivirus	http://www.avg.com/
92	La Chaîne Météo	http://france.lachainemeteo.com/
93	Crédit Mutuel	https://www.creditmutuel.fr
94	Rue89	http://www.rue89.com/
95	Darty	http://www.darty.com/
96	Service-public.fr	http://service-public.fr/
97	Pixmania	http://www.pixmania.com
98	ParuVendu	http://www.paruvendu.fr/
99	LCL	https://www.lcl.fr/
100	RATP	http://www.ratp.fr/

Liste des sites étudiés 2/2

Classement	Site	Url
101	IMDB	http://www.imdb.com/
102	Showroomprive	http://www.showroomprive.com/
103	Foot Mercato	http://www.footmercato.net/
104	Les Numériques	http://www.lesnumeriques.com/
105	Canal Plus	http://www.canalplus.fr/
106	Developpez.net	http://www.developpez.net/forums/
107	Journal des femmes	http://www.journaldesfemmes.com/
108	Site du Zéro	http://www.siteduzero.com/
109	Prestashop	http://www.prestashop.com/fr/
110	IKEA	http://www.ikea.com/fr/fr/
111	Vimeo	http://vimeo.com/
112	Booking.com	http://www.booking.com/
113	1&1	http://www.1and1.fr/
114	Softonic	http://www.softonic.fr/
115	Scoop.it	http://www.scoop.it/
116	Indeed.fr	http://www.indeed.fr/
117	Adopteunmec	http://www.adopteunmec.com/
118	Rapidgator	http://rapidgator.net/
119	depositfiles	http://depositfiles.com/fr/
120	Meetic	http://www.meetic.fr/
121	Adf.ly	http://adf.ly/
122	SourceForge	http://sourceforge.net/
123	La Centrale	http://www.lacentrale.fr/
124	Groupon	http://www.groupon.fr/
125	Le Huffington Post	http://www.huffingtonpost.fr/
126	Leroy Merlin	http://www.leroymerlin.fr/
127	Ameli	http://www.ameli.fr/
128	Prizee	http://www.prizee.com/fr/
129	BBC	http://www.bbc.co.uk/
130	planetside2.eu	http://planetside2.eu/
131	Carrefour	http://www.carrefour.fr/
132	Assurland	http://www.assurland.com/
133	Imgur	http://imgur.com/
134	Mappy	http://fr.mappy.com/
135	Ouest-France	http://www.ouest-france.fr/
136	On va sortir !	http://www.onvasortir.com/
137	Trip Advisor	http://www.tripadvisor.fr/
138	Brandalley	http://www.brandalley.fr/
139	Boulangier.fr	http://www.boulangier.fr/
140	Europe 1	http://www.europe1.fr/
141	LDLC	http://www.ldlc.com/
142	CIC	https://www.cic.fr/fr/
143	Purepeople	http://www.purepeople.com/
144	Castorama	http://www.castorama.fr/store/
145	DeviantART	http://www.deviantart.com/
146	Kiabi	http://www.kiabi.com/
147	AOL	http://www.aol.fr/
148	FranceTV	http://www.francetv.fr/
149	Turbobit	http://turbobit.net/
150	Cherchons.com	http://www.cherchons.com/

Classement	Site	Url
151	Futura-Sciences	http://www.futura-sciences.com/
152	ForgeofEmpires	http://fr.forgeofempires.com/
153	Fotolia	http://fr.fotolia.com/
154	APEC	http://www.apec.fr/
155	FDJ	https://www.fdj.fr/accueil/
156	Premiere.fr	http://www.premiere.fr/
157	Wiktionary	http://www.wiktionary.org/
158	Conforama	http://www.conforama.fr/
159	PMU	http://www.pmu.fr/
160	750g.com	http://www.750g.com/
161	Ladépêche.fr	http://www.ladepeche.fr/
162	prixmoinscher.com	prixmoinscher.com
163	Dropbox	https://www.dropbox.com/
164	MediaFire	http://www.mediafire.com/
165	France3	http://www.france3.fr/
166	PCInpact	http://www.pcinpact.com/
167	Forum-Auto.com	http://www.forum-auto.com/
168	Amoureux.com	http://fr.amoureux.com/start.html
169	Hellocton.fr	http://www.hellocton.fr/
170	ViaMichelin	http://www.viamichelin.fr/
171	Skype	http://www.skype.com/intl/fr/home
172	Decathlon	http://www.decathlon.fr/
173	Sarenza	http://www.sarenza.com/
	Jean Marc	
174	Morandini.com	http://www.jeanmarcmorandini.com/
175	Vistaprint	http://www.vistaprint.fr
176	Soundcloud	https://soundcloud.com/
177	SudOuest.fr	http://www.sudouest.fr/
178	PAP.fr	http://www.pap.fr/
179	MaxiFoot	http://www.maxifoot.fr/
180	GitHub	https://github.com/
181	URSSAF	http://www.urssaf.fr/
182	SlideShare	http://fr.slideshare.net/
183	Gamekult	http://www.gamekult.com/
184	Le Journal du Geek	http://www.journaldugeek.com/
185	Materiel.net	http://www.materiel.net/
186	1fichier.com	http://1fichier.com/
187	jeux.fr	http://www.jeux.fr/
188	Air France	http://www.airfrance.fr/
189	Voici	http://www.voici.fr/
190	LégiFrance	http://www.legifrance.gouv.fr/
191	Easyflirt	http://www.easyflirt.com/fr_FR/
192	BFMTV	http://www.bfmtv.com/
193	Woozgo	http://www.woozgo.fr/
194	Monster	http://www.monster.fr/
195	Télérama	http://www.telerama.fr/
196	CuisineAZ	http://www.cuisineaz.com/
197	Auchan	http://www.auchan.fr/
198	WAT.tv	http://www.wat.tv/
199	La Tribune	http://www.latribune.fr/
200	Easyvoyage	http://www.easyvoyage.com/