

## LES CHIFFRES DU ROUTAGE EMAIL 2016



**18,65%** : taux moyen d'ouvriers



**6,41%** : taux moyen de cliqueurs

Source : SNCD Étude 2016 sur l'activité routage email en France

# Les chiffres du routage email 2016

Les chiffres du routage email 2016 sont parus.

Le SNCD Syndicat National de la Communication Directe publie tous les ans des chiffres sur le routage des emails marketing. Combien de mails ont été envoyées sur l'année civile précédente ?

Ce chiffrage est basé sur le recueil de données chiffrées déclaratives des prestataires interrogés sur leur chiffre d'affaires, le volume d'emails routés vers la France et le nombre de clients concernés. Sont exclus de cette étude les routages internationaux issus des filiales européennes.

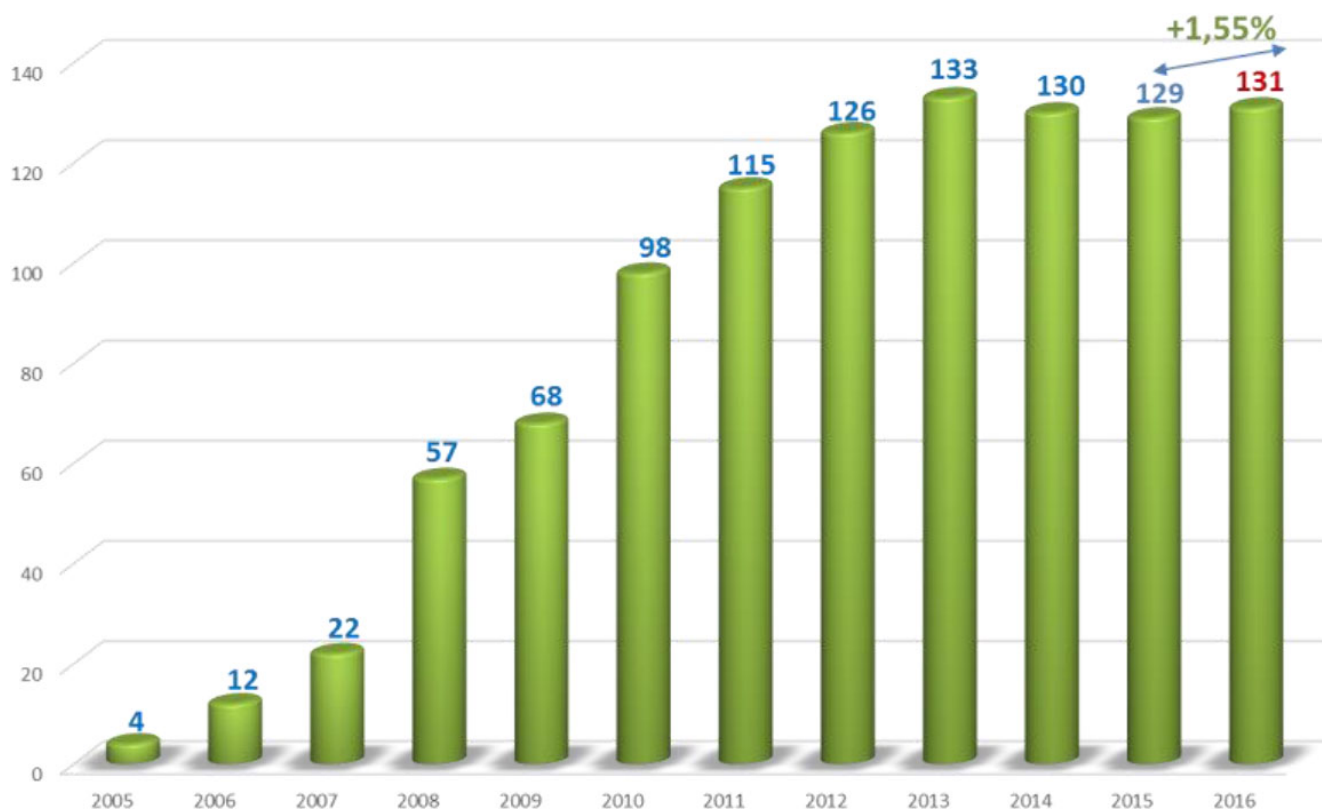
Pour l'année 2016, 22 sociétés membres du Sncd, qui représentent les plus importants prestataires de routage d'emailing français, ont participé à l'étude : 1000mercis, A7 Emailing, Cabestan, ContactLab, Dolist, Edatis, Ediware, Emailstrategie, idMailing, Inxmail, Iroquois, Mailissimo, Mapp, Message Business, Mindbaz, Odyssey Messaging, Rapidmail, Sarbacane, Selligent, Sendinblue, SmartFocus et Splio.

Donc les solutions comme Mailchimp, Campaign Monitor, etc, bien utilisées en France, ne font pas partie de ce panel. Toutefois, ces chiffres établis de cette manière depuis plus de 10 ans, donnent une bonne idée de la réalité du marché.

## Ce qu'il faut retenir des chiffres du routage email 2016

Le Sncd estime l'activité de l'ensemble des routeurs membres du Sncd pour 2016 à :

- Volume : 131 milliards d'emails routés (+1,55% par rapport à 2015)
- CA : 105 millions d'euros (+14,13% par rapport à 2015)
- Nombre de clients : 26 795 (+19,14% par rapport à 2015)



Document exclusivement réservé aux membres du Sncd - Propriété intellectuelle Sncd

Source : SNCD Étude 2016 sur l'activité routage email en France

Le volume global a augmenté par rapport à l'année précédente mais n'a pas retrouvé son niveau de 2013.

« Le routage d'emails, en France, est un canal de

*communication de confiance ancré dans le quotidien des internautes. L'étude donne à voir une progression du nombre d'émetteurs toujours plus matures dans leurs pratiques et leurs compréhensions des enjeux de la délivrabilité technique et marketing des messages. La croissance du chiffre d'affaires est portée par des fonctionnalités de ciblage et de personnalisation plébiscitées par les émetteurs. »*

Deux nouvelles statistiques ont été déterminé lors de cette nouvelle étude : le calcul du taux moyen d'ouverture des emails et du taux moyen de clic. En 2016, le taux moyen d'ouvreurs (destinataires ayant ouvert en téléchargeant les images ou en cliquant dans l' emailing) est de 18,65%. Le taux moyen de cliqueurs (destinataires ayant cliqué sur au moins un lien contenu dans l' emailing) est quant à lui de 6,41%.



**18,65% : taux moyen d'ouvreurs**



**6,41% : taux moyen de cliqueurs**

Source : SNCD Étude 2016 sur l'activité routage email en France

Ces chiffres sont à garder en mémoire et comparer lorsque nous envoyons nos propres campagnes emailing.

Ils peuvent également être comparés à [Les performances de l'email marketing en 2015](#) (en attendant d'avoir les nouvelles)