

Le routage email en légère baisse en 2014

Les chiffres du routage email

Tous les ans le SNCD Syndicat de la Communication Directe, publie les chiffres du routage email sur l'année passée.

Ces chiffres de l'étude sur l'activité routage email en France proviennent de la Commission E-Marketing du SNCD.

Depuis 2005, c'est la 10ème édition de l'étude.

Cette étude est basée sur l'activité de 22 sociétés membres du Sncd, qui représentent les plus importants prestataires de routage d'emailing français.

Ces sociétés sont : 1000mercis, Cabestan, ContactLab, Dolist.net, Edatis, Ediware, Emailstrategie, Emarsys, Epsilon, Experian Marketing Services, Inxmail, Iroquois, Message Business, Mindbaz, Odyssey Messaging, Rapidmail, Sarbacane, Selligent, Sendinblue, SmartFocus, Splio et Teradata.

Sont exclus de cette étude les routages internationaux issus des filiales européennes.

Les grands chiffres estimés par le Sncd de l'ensemble des

routeurs membres du Sncd pour 2014 à :

Volume : 130 milliards d'email routés (-2,26% par rapport à 2013)

CA : 90 millions d'euros (-5,27% par rapport à 2013)

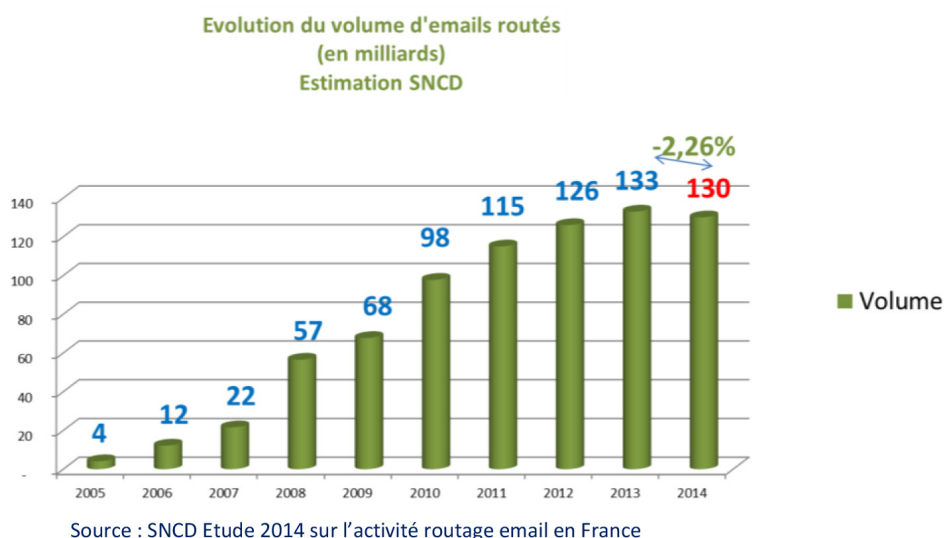
Nombre de clients : 21 578 (+5,55% par rapport à 2013)

– La France compte désormais près de 43,2 millions d'internautes (Estimation Médiamétrie)

– Ces internautes consultent quotidiennement à 95 % leurs emails à partir d'un ordinateur, **52% de leur smartphone** ou encore 33% de leur tablette.

– Les campagnes d'envoi d' emailing sont plus ciblées et scénarisées Ce qui expliquent la baisse du chiffre d'affaires de -5,27% constatée pour 2014.

– Le nombre d'emails commerciaux reçus par jour et par internaute baisse à 8,24 (-3,4% vs 2013). Les contraintes de délivrabilité amènent les annonceurs à faire des envois de campagnes sur de plus petits volumes, plus ciblés, mieux personnalisés et plus respectueux des internautes.



Pour lire le communiqué de la SNCD : [Le Sncd publie les chiffres du routage email 2014.](#)

A 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. Le Sncd et le Selced ont fusionné le 23 décembre 2014 et regroupent aujourd'hui près de 200 membres qui se sont engagés à proposer leurs services dans le respect de la déontologie et des bonnes pratiques de la profession. Ces professionnels intègrent les nouveaux canaux de communication et les technologies performantes. Ils offrent des compétences étendues à l'ensemble des métiers représentés comme les : 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.