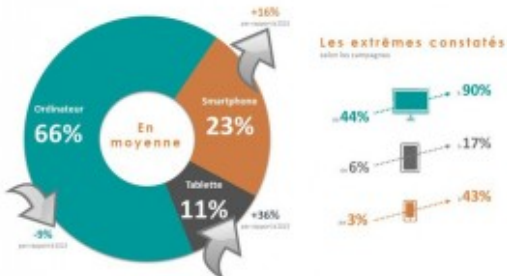




## OUVERTURE DES EMAILS EN FRANCE EN 2014



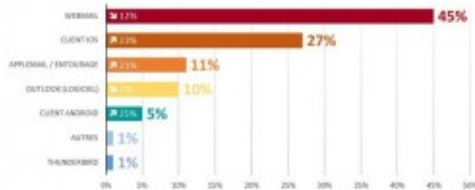
### Les internautes consultent-ils un email sur plusieurs types d'appareils ?

5% des internautes lisent leurs emails sur plusieurs appareils. Ces multi-devices constituent une cible très engagée qui transforme plus.



Les utilisateurs exclusifs de la tablette sont en forte progression : **+33%** par rapport à 2013 !

### Chute du webmail\* au profit des applications iOS et Android



### Répartition des ouvertures par tranche horaire



### Synthèse

- La croissance de la consultation sur smartphones et tablettes se confirme.
- Très nette diminution du webmail (-12 %) qui passe en dessous de la barre des 50 % et du logiciel Outlook (-7%), au profit des applications Android/iOS.
- Les internautes qui consultent exclusivement leurs emails sur tablettes ont augmenté de 33%.
- Le segment des ouvreurs multi-device est à surveiller et exploiter car il est très engagé.
- Attention, l'ordinateur reste le terminal principal de consultation des internautes.

### NOTE SUR LA METHODOLOGIE

Ces statistiques sont issues de notre propre outil de mesure Reachtag. Les chiffres évoqués sont une moyenne des ouvertures de toutes les campagnes que nous avons mesurées sur l'année 2014.

### Et pour vos campagnes, quels sont les chiffres ?

Vous souhaitez mesurer vos campagnes, obtenir une analyse personnalisée ou encore exploiter le segment des ouvreurs multi-devices ?

Contactez-nous !

# Ouverture des emails en France en 2014

## une infographie sur l'ouverture des emails en France

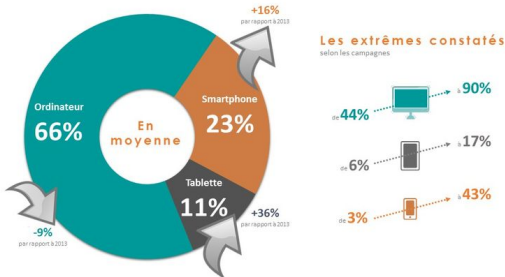
Florence Consultant, cabinet consultant en emailing, publie une nouvelle infographie sur l'ouverture des emails en France.

Données établies à partir de l'outil de mesure [Reachtag](#).

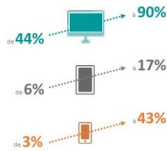
- En moyenne les campagnes emails sont ouvertes à 66% sur un ordinateur, 23% sur un smartphone, 11% sur une tablette.
- L'ouverture sur smartphone est en augmentation de 16% par rapport à 2013.
- Selon les campagnes, les extrêmes d'ouvertures sur un smartphone sont comprises entre 3 et 43%
- 5% des internautes consultent le même email sur plusieurs types d'appareils.
- Les utilisateurs exclusifs de la tablette sont en forte progression : +33% par rapport à 2013.
- Chute du webmail par rapport aux applications IOS et Android
- 10% des mails sont ouverts avec Outlook, 45% sur webmail
- La lecture sur tablette est leader à partir de 20H, le smartphone domine le midi
- L'ordinateur reste le terminal principal de consultation des emails des internautes



## OUVERTURE DES EMAILS EN FRANCE EN 2014

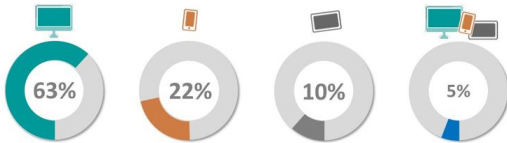


### Les extrêmes constatés selon les campagnes



### Les internautes consultent-ils un email sur plusieurs types d'appareils ?

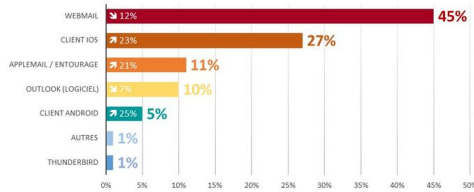
5% des internautes lisent leurs emails sur plusieurs appareils. Ces multi-devices constituent une cible très engagée qui transforme plus.



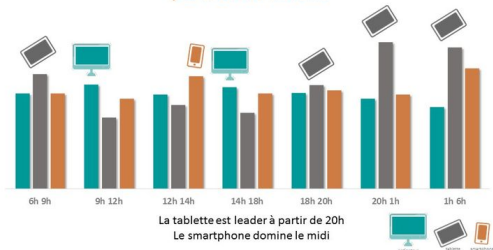
Les utilisateurs exclusifs de la tablette sont en forte progression : **+33%** par rapport à 2013 !

### Chute du webmail\* au profit des applications IOS et Android

\* Par rapport à 2013



### Répartition des ouvertures par tranche horaire



### Synthèse

La croissance de la consultation sur smartphones et tablettes se confirme.

Très nette diminution du webmail (-12%) qui passe en dessous de la barre des 50% et du logiciel Outlook (-7%), au profit des applications Android/Apple/iOS.

Les internautes qui consultent exclusivement leurs emails sur tablettes ont augmenté de 33%.

Le segment des ouvreurs multi-devices est à surveiller et exploiter car il est très engagé.

Attention, l'ordinateur reste le terminal principal de consultation des internautes.

### NOTE SUR LA METHODOLOGIE

Ces statistiques sont issues de notre propre outil de mesure Reachtag. Les chiffres évoqués sont une moyenne des ouvertures de toutes les campagnes que nous avons mesurées sur l'année 2014.

Et pour vos campagnes, quels sont les chiffres ?

Vous souhaitez mesurer vos campagnes, obtenir une analyse personnalisée ou encore exploiter le segment des ouvreurs multi-devices ?

Contactez-nous !