

Les sites préférés des internautes français

Les sites amazon.fr, aufeminin.com, franceinter.fr, jeuxvideo.com, leboncoin.fr, pole-emploi.fr, science-et-vie.com, service-public.fr, tele-loisirs.fr et voici.fr ont été plébiscités par les internautes au cours de la session d'automne 2016 de NetObserver®

Paris — le 26 janvier 2017 —

NetObserver®, le baromètre de l'expérience utilisateur sur les sites web de l'institut Harris Interactive, dévoile à l'issue de sa session de printemps, l'identité des **sites préférés des internautes français dans les 10 catégories suivantes** :

- Auto-Moto ;
- Conseils Pratiques du quotidien (droits, finances, consommation...) ;
- Emploi-Formation ;
- Jeux Vidéo ;
- Parentaux (mamans, grossesse, éducation...) ;
- People (actualité des stars, célébrités) ;
- Radio ;
- Sciences, Nature et Environnement ;
- TV (Chaînes ou Programmes) et
- Vente de produits multimédia et culturels.



Zoom sur les sites préférés dans la catégorie « Vente de produits multimédia et culturels » : amazon.fr, fnac.com et cdiscount.com composent toujours le trio de tête.

Top 10 des sites préférés dans la catégorie « Vente de produits multimédia et culturels »

Rang	Site internet	Votes (en %)
1	amazon.fr	37,4%
2	fnac.com	12,2%
3	cdiscount.com	9,8%
4	leboncoin.fr	4,9%
5	vente-privee.com	3,4%
5	ruedocommerce.fr	3,4%
7	ldlc.com	3,0%
8	darty.com	2,4%
8	boulangier.fr	2,4%
10	priceminister.com	2,3%

Base : 5 833 visiteurs réguliers de sites de vente de produits multimédia et culturels

Si le trio de tête de cette catégorie reste inchangé par rapport au précédent classement établi à l'automne 2015, on notera cependant que le leadership d'**Amazon.fr** en tant que site préféré des acheteurs en ligne de produits multimédia et culturels se renforce encore. Avec 37.4%, il gagne en effet plus de 3.5% de votes en sa faveur au détriment de son challenger **fnac.com** (12.2%) du groupe Fnac Darty qui, lui, perd plus de 3.5% de votes par rapport à l'an dernier. De son côté, **cdiscount.com** (9.8%) du groupe Casino accuse également une perte de votes en sa faveur mais nettement moindre puisqu'inférieure à 1%.

Dans la suite du Top 10 dont la composition est stable par rapport à celle de l'automne 2015, on notera principalement la progression la 9^{ème} à la 6^{ème} place de **ruedocommerce.fr** (3.4%) du groupe Carrefour qui gagne quasiment 1% de votes en sa faveur et, inversement, le déclin du site **priceminister.com** (2.3%) du groupe Rakuten de la 5^{ème} à la 10^{ème} et dernière place du classement en perdant près d'1% de votes.



Les trophées NetObserver® : un gage de reconnaissance pour les sites récompensés

La préférence pour un site : une notion complémentaire aux mesures d'audience et de fréquentation

Les classements NetObserver® des sites préférés des internautes apportent semestriellement un éclairage complémentaire aux données d'audience et de fréquentation. Basés sur une notion plus qualitative, ces classements permettent ainsi de mettre à l'honneur les sites plébiscités par les internautes dans les catégories qu'ils consultent régulièrement.

Les sites élus parmi les 10 premiers de leur catégorie se voient décerner un trophée NetObserver® mentionnant leur rang dans leur catégorie. Mis en avant auprès de leurs partenaires commerciaux et de leur audience, ces trophées permettent aux sites récompensés, à la fois de remercier les visiteurs actuels de leur fidélité et de valoriser la qualité de leur site auprès des nouveaux utilisateurs et des annonceurs.

Mesurer la préférence n'étant qu'une première étape vers une compréhension plus approfondie des mécanismes d'engagement vis-à-vis d'un site web, l'étude NetObserver® propose par ailleurs d'aider gracieusement l'ensemble des sites internet à mieux comprendre les ressorts de la satisfaction de l'expérience utilisateur et de la fidélité de leurs visiteurs.

Parallèlement aux classements des sites préférés des internautes, l'institut Harris Interactive labélise ainsi régulièrement les sites partenaires de l'étude NetObserver® les plus méritants. Les meilleurs d'entre eux, en termes de satisfaction globale de leurs visiteurs, de réponse à leurs attentes mais aussi d'intention de revisiter le site et de le recommander à leur entourage, se voient attribuer le **label d'excellence Harris Interactive**. Ce label est non seulement témoin de la qualité d'expérience utilisateur et de l'engagement de son audience pour chaque site l'obtenant mais également une véritable caution pour ses futurs visiteurs.



L'édition de printemps 2017 de l'étude NetObserver démarrera le 20 mars.
La participation à cette étude est gratuite.

*_**

Méthodologie

Les sites préférés sont ceux qui sont arrivés en tête des votes effectués par des sous-échantillons redressés afin d'être représentatifs des visiteurs réguliers de chacune des 10 catégories de sites retenues par Harris Interactive pour ces élections des sites préférés des internautes français. Ce sont ainsi entre 896 et 8 567 internautes, selon la catégorie concernée, qui se sont exprimés en faveur de leur site préféré dans un univers qui leur est familier. Ces internautes ont été recrutés en ligne, par interception sur site ou via newsletter, au travers du dispositif de recueil de l'enquête NetObserver® qui s'est déroulée du 19 septembre au 11 décembre 2016. Lors de cette vague de printemps 2016, NetObserver® a exploité les réponses d'un échantillon brut de plus de 35 000 individus redressé pour être représentatif de la population des internautes de 15 ans et plus résidant en France métropolitaine.

Afin d'éviter tout biais lié à la méthodologie de recueil sur les sites ou via les newsletters des partenaires de l'étude NetObserver®, aucun répondant en provenance du site ou de la newsletter d'un partenaire appartenant à l'une des 10 catégories étudiées n'était sollicité pour élire son site préféré dans ladite catégorie.

Merci de noter que toute diffusion de ces résultats doit être accompagnée d'éléments techniques tels que : la méthode d'enquête, les dates de réalisation, le nom de l'institut, la taille de l'échantillon.

A propos de NetObserver®

Avec en moyenne 200 sites participants et plus de 100 000 répondants par an, NetObserver® est le plus grand baromètre de la qualité d'expérience utilisateur, telle que directement remontée par les visiteurs de ses sites partenaires (sites médias, marchands ou serviciels) auxquels l'institut Harris Interactive offre gratuitement des informations indispensables.

Conduit en ligne tous les 6 mois (printemps et automne) depuis 1998, NetObserver® suit l'évolution des profils des visiteurs (données sociodémographiques et de consommation) et de l'expérience utilisateurs (satisfaction, retour d'expérience...) sur les sites internet de ses partenaires.

En allant au-delà des seuls indicateurs quantitatifs d'audience ou de trafic et de performance mesurées par les outils de web analytics ou d'A/B testing, les adservers ou les panels d'audience, NetObserver® apporte aux éditeurs une compréhension des ressorts clés de la satisfaction et de l'engagement de leurs utilisateurs. En fonction des besoins des éditeurs, NetObserver® pourra leur apporter, toujours gracieusement, un complément d'informations sur la performance de leurs sites web : profil d'utilisateur de la marque éditrice, impact du site sur la marque (son image, ses niveaux de satisfaction et de recommandation ou sa consommation), profil de consommation des utilisateurs ou encore satisfaction du processus d'achat pour les sites marchands.

A propos de Harris Interactive

Harris Interactive France est un acteur historique du marché des études.

Dirigé par ses fondateurs Nathalie Perrio-Combeaux et Patrick Van Bloeme, l'institut propose des approches innovantes, qualitatives et quantitatives, en France comme à l'international.

Harris Interactive repense le marché en alliant innovation technologique et accompagnement d'experts au-delà des études. Pour aider ses clients à prendre les meilleures décisions, avec un temps d'avance. Depuis juillet 2014, Harris Interactive Europe (regroupant Harris Interactive France, Allemagne et UK) a rejoint ITWP permettant ainsi à ce groupe international d'étendre sa présence dans la filière études.

Suivez l'actualité de Harris Interactive France sur www.harrisinteractive.fr, [Facebook](#), [Twitter](#) et [LinkedIn](#).

Contacts Harris Interactive France :

Laurence Lavernhe – Directrice Marketing & Communication – 39 rue Crozatier – 75012 Paris – Tel : 01 44 87 60 94 – 01 44 87 60 30 - llavernhe@harrisinteractive.fr

Jean-Laurent Bouveret – Directeur du Développement des Offres Digitales – 01 44 87 60 57 - jlbouveret@harrisinteractive.fr

Nicolas Lemaire – Business Development France – NetObserver – 01 44 87 60 85 – nlemaire@harrisinteractive.fr