

AchatVille, un très bon mois de décembre dans une année en croissance

Avec plus d'un million d'internautes chaque mois en 2011, les résultats attestent de l'engouement des commerçants de proximité pour le dispositif AchatVille et de l'attrait des internautes pour ces portails, à la fois vitrines du commerce de proximité et sites de e-commerce à part entière. AchatVille regroupe à ce jour 313 000 commerces référencés selon leur secteur d'activité et leur localisation. Présentation d'un dispositif en pleine croissance.

Observatoire de la bonne santé du dispositif, le mois décembre 2011 met en évidence le dynamisme de l'ensemble du dispositif : le portail enregistre près de 1 400 000 visites, ainsi qu'un record historique de près de 3 600 000 pages vues. Sur ce mois capital pour les commerces, le chiffre d'affaires en ligne, est également augmentation de 15,24%, ainsi que le volume des ventes avec une hausse de 11,90%, par rapport à décembre 2010.

AchatVille allie la proximité et le e-commerce pour valoriser l'offre des commerçants et développer leur activité via le principe du « cross canal » : la vente en boutique combinée à la vitrine ou à la boutique en ligne.

Présenter son commerce, ses produits et services à 12 millions d'internautes annuels

Plus de 6 millions de pages présentant les coordonnées et informations des commerces ont été consultées en 2011. Une fonctionnalité utile pour les visiteurs d'AchatVille puisque 37% d'entre eux* déclarent l'utiliser pour rechercher un commerce dans leur région.

Les commerçants peuvent également présenter sur Achatville leurs produits et leurs services et ainsi développer plus activement leur visibilité et leur activité, jusqu'à proposer l'achat en ligne à l'internaute.

Un levier de développement pour le commerce local

Les commerçants estiment pour 49%** qu'AchatVille leur a permis de générer aussi des visites en magasin, élément confirmé par les internautes* eux-mêmes, qui interrogés sur leurs usages d'AchatVille, nous confient pour 73% d'entre eux avoir navigué sur un des sites du dispositif avant d'acheter en magasin. Sur un an, on observe ainsi une évolution de 49% des retraits en magasin et 34% des internautes interrogés nous confient acheter exclusivement chez les commerçants de leur région.

Véritable vitrine du commerce local, AchatVille remplit pleinement son rôle de portail local et renforce l'activité des commerçants. Cette réussite explique que 95%** des adhérents AchatVille recommandent ce dispositif à d'autres commerçants !

« AchatVille est un superbe outil de communication, ce portail assure une visibilité sur la toile et un primo référencement à moindre coût » déclare Jean Paul Hasseler, président du Comité de gouvernance d'AchatVille.

L'ambition d'un grand site de e-commerce

On observe que les besoins et les usages des internautes sur AchatVille sont les mêmes que pour les grands sites de e-commerce : 28 % traquent les bonnes affaires, 20% comparent les prix, 22% cherchent des produits originaux ou des spécialités. Pour 53% d'entre eux, AchatVille leur permet de gagner du temps et pour 45% d'avoir accès à un catalogue produits*.

AchatVille mobile

Un autre enjeu de taille concerne l'utilisation des smartphones. Sur AchatVille, 39% des sondés possèdent un smartphone et l'utilisent au quotidien. La montée en puissance de la version mobile d'Achatville est confirmée par une croissance du trafic de +34% sur le dernier trimestre 2011. La version mobile du dispositif AchatVille couvre aujourd'hui un quart du territoire français***. Elle offre la possibilité aux mobinautes de localiser les commerçants les plus proches et de consulter les bons plans à proximité.

« Avec AchatVille, nous souhaitons apporter aux commerçants toutes les opportunités qu'offre internet pour développer leur activité. L'adéquation avec l'évolution des usages des internautes est essentielle, que ce soit sur leurs utilisations des medias sociaux, des terminaux multiples (ordinateur, smartphone, tablette, écran) ou leurs parcours clients : web, web to store ou in store » déclare Agnès Simonnet, co-dirigeante d'AchatVille à Eolas.

* enquête réalisée auprès d'un panel de 2 735 internautes

** enquête réalisée auprès d'un panel de 235 commerçants adhérents AchatVille

*** liste des plateformes mobiles AchatVille sur mobile.achatville.com

A propos d'AchatVille

Achatville est un dispositif mis en place par 38 Chambres de commerce et d'Industrie qui permet aux commerçants d'augmenter leur visibilité sur Internet. Il propose aujourd'hui 313 000 adresses de commerçants, dont plus de 2 800 ont opté pour une vitrine Internet présentant leurs produits. AchatVille regroupe aujourd'hui plus de 130 portails territoriaux et un site national Achatville.com. A la fois site de e-commerce et média de proximité pour valoriser le commerce traditionnel local, AchatVille bénéficie d'une notoriété et d'un dynamisme croissant et est aujourd'hui reconnu comme acteur important du e-commerce français.

www.achatville.com

A propos de Business & Decision Eolas et de Business & Decision

Eolas est l'opérateur web du dispositif AchatVille. Filiale du groupe Business & Decision, Business & Decision Eolas, est spécialiste de l'Internet, expert en hébergement, digital marketing et conception d'applications. Eolas assure la réussite de nombreux projets clients en e-commerce, e-administration et e-business.

Plus d'informations sur <http://www.businessdecision-eolas.com>.



Business & Decision est consultant et intégrateur de systèmes international. Leader de la Business Intelligence et du CRM, acteur majeur de l'e-Business, de l'Enterprise Information Management, des Enterprise Solutions ainsi que du Management Consulting. Présent dans 19 pays, Business & Decision emploie actuellement plus de 2 800 personnes en France et dans le monde.

Plus d'informations sur <http://www.fr.businessdecision.com>

Contact presse

Audrey Dryjski
Business & Decision Eolas
communication@eolas.fr
<http://www.businessdecision-eolas.com>