

Paris, le 2 octobre 2008

## Saviez-vous que 56% des commerçants utilisent déjà Internet pour générer du trafic dans leur point de vente

-----

### L'étude BROZENGO dévoile en exclusivité les comportements et les usages de l'Internet par les commerçants en France !

Alors que la France cherche des solutions pour enrayer les problèmes résultant de la crise économique et financière, les commerces dit « traditionnels » (grandes enseignes, franchises, petits commerces) résistent par leurs propres moyens. Pour attirer de nouveaux clients et accroître leur chiffre d'affaires, ils investissent avec pragmatisme. Fort de ce constat et face à l'engouement grandissant du media Internet comme canal de communication locale, BROZENGO s'est intéressé à décrypter les comportements et les usages des commerçants pour ce nouveau media incontournable.

#### Quelques chiffres clés :

- **89% des commerçants ont un accès internet** chez eux et/ou dans leur magasin et 65% l'utilisent à titre professionnel et/ou particulier et plusieurs fois par jour.
- **83% utilisent les annuaires** et/ou 56% Internet comme support de communication pour générer du trafic dans leurs points de vente.
- **88% dépensent jusqu'à 5.000 euros par an en communication locale**
- **56% utilisent déjà Internet pour générer du trafic** et 34% envisagent de le faire.

→ **Les commerçants ont une utilisation fréquente et professionnelle d'Internet. Ce media constitue pour eux un support de communication local générateur de trafic pour leurs points de vente**

Dans un **contexte économique mondial défavorable**, les commerces doivent faire face à la baisse du pouvoir d'achat, la hausse du pétrole et des matières premières ou encore à la crise financière et immobilière. Si le secteur des commerces dit « traditionnels » est en croissance (Insee « Le Commerce en 2007 » publiée en juin 2008), la baisse du pouvoir d'achat a néanmoins ralenti son évolution. **Le plan d'action en faveur des commerces de proximité de la Loi de Modernisation de l'Economie** présentée par les ministres Christine Lagarde, Hervé Novelli et Luc Chatel a été votée en juin 2008 dans l'objectif d'**aider les commerces de proximité à mieux résister à la conjoncture**.

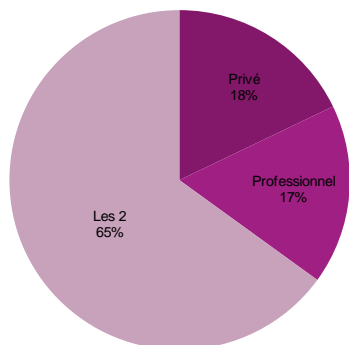
Pour augmenter le trafic sur leurs points de vente, **les commerces misent en partie sur l'investissement publicitaire local**. Les dépenses de communication locale (\*) en 2007 ont en effet augmenté de +2,2% par rapport à 2006 et représentent 11,02 milliards d'euros soit 1/3 de l'ensemble des dépenses (32,725 milliards d'euros) – source France Pub 2007. Pour ce budget, les annonceurs plébiscitent de plus en plus le média Internet : + 36,5% de croissance des investissements publicitaires sur Internet en 2007 (0,740 milliards d'euros) – source France Pub 2007

(\*) PQR, PHR, Cinéma, Presse Gratuite, Affichage local, Radio locale, TV locale, Annuaires locaux, Imprimés sans adresse (catalogues)

L'étude réalisée par BROZENGO a permis d'analyser cette tendance et de mettre en exergue l'utilisation d'Internet par les commerçants et plus précisément l'utilisation qu'ils en ont à des fins de communication.

### Largement équipés, les commerçants plébiscitent les moteurs de recherche

Usage d'Internet par les commerçants



Au regard des résultats, près de 89% des commerçants affirment être équipés d'un accès Internet et, parmi eux, **77% sont connectés à Internet sur leur lieu de travail**. Ces derniers en ont une utilisation régulière que ce soit à usage privé (83%) ou professionnel (82%) : en effet, 83% des commerçants déclarent utiliser Internet au moins une fois par jour.

Parmi les sites les plus consultés, **les moteurs de recherche et les messageries électroniques rencontrent un grand succès auprès des commerçants (87%)**, loin devant les sites d'e-commerce (68%) ou encore les actualités (34%).

### Les commerçants s'appuient sur Internet dans leur démarche d'achat

43% des commerçants déclarent consulter Internet pour préparer un achat en magasin et 54% ont déjà effectué un achat sur Internet : on peut donc en déduire que **les commerçants ont conscience que le media Internet est devenu un support de communication incontournable pour les Français qui désirent procéder à un achat**.

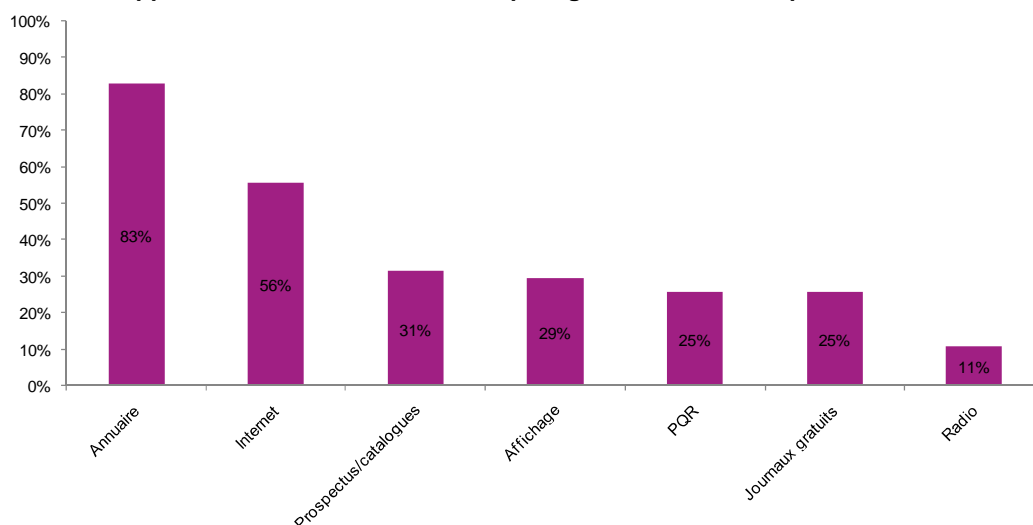
### Communication et génération de trafic : Internet un support de communication en devenir

Selon les commerçants, les clients choisissent un point de vente plutôt qu'un autre pour plusieurs raisons :

- 78% pensent que c'est pour le service et l'accueil
- 74% pour la qualité des produits et/ou services vendus
- 72% pour la notoriété de l'enseigne
- L'emplacement est également un facteur déterminant selon 65% des commerçants.

**Pour générer du trafic dans leurs points de vente, les commerçants utilisent en grande majorité (83%) l'annuaire, et déjà 56% d'entre eux se tournent vers Internet**. Suivent ensuite les prospectus et catalogues (31%), l'affichage (29%)...

Supports de communication utilisés pour générer du trafic en point de vente



En terme de communication, **plus de la moitié des commerçants (57%) dépensent moins de 1500 euros par an**. Et si, **56% des commerçants affirment utiliser déjà Internet** pour générer du trafic dans leur point de vente, 34% qui ne l'utilisent pas encore envisagent de le faire.

### Brozengo, un support de communication intelligent et adapté aux attentes des commerces

BROZENGO s'adresse aux **grandes enseignes de distribution, réseaux de franchise et petits commerces**. Le site a mis en place **un modèle gagnant de communication locale sur leur(s) point(s) de vente** destiné à générer plus de trafic en magasin **via la mise en ligne de leurs bonnes affaires** dans la vitrine du site.

Le modèle se veut :

- **Efficace** : réactivité par la gestion en temps réel des bonnes affaires et suivi de la performance et du ROI grâce à un outil de suivi statistique
- **Economique** : un modèle gagnant/gagnant puisque le coût est lié à la performance (lorsque les fiches produits ou magasins sont consultées) et des coûts de communication maîtrisés.
- **Ecologique** : Zéro papier

Le concept BROZENGO permet aux commerçants, quel que soient leur taille et leur secteur d'activité, de combiner les méthodes traditionnelles de vente avec Internet, puissant vecteur d'échanges d'informations et, de façons de « faire des affaires ».

### Les commerçants, une cible qui tient une place primordiale dans le paysage économique français

Avec des ventes qui atteignent 1.215,9 milliards d'euros en valeur de ventes en 2007, en progression constantes de + 3% en volume entre 2006 et 2007 (Source Insee, Le commerce en France 2007)... avec une valeur ajoutée de 147 milliards d'euros, soit 18,3% de la valeur ajoutée totale de la France - Source Insee 2005... avec plus de 3,5 millions de personnes employées sur les 16,5 millions de salariés français - Source Insee 2005... avec 580 000 commerces sur les 2 500 000 entreprises que compte la France soit 23,2% - Source Insee 2005..., le commerce de gros ou le commerce de détail et l'artisanat commercial occupent donc une place prépondérante dans l'économie Française.

### Méthodologie de l'étude

L'étude a été réalisée du 15 au 28 juillet 2008 par l'équipe de Brozengo, par téléphone auprès d'un échantillon national de 318 commerçants en France, représentatif de l'ensemble des secteurs d'activité des commerces de détail, artisanat commercial et réparation d'automobiles (catégorisés par leur code NAF), soit 27 secteurs d'activité différents. Les commerces interrogés couvrent près de 26 villes de 20 départements réparties de façon équilibrée sur l'ensemble du territoire français.

### BROZENGO, en bref

Premier moteur de recherche local de bonnes affaires, BROZENGO est un site non transactionnel qui se présente comme une interface de mise en relation entre les internautes et les commerces physiques dans une dimension exclusivement locale. Le concept, inédit en France, s'appuie sur un système de géolocalisation très performant permettant d'avoir cette approche locale dès la connexion sur [www.brozengo.com](http://www.brozengo.com).

Véritable relais de croissance media innovant pour le commerce « traditionnel », BROZENGO compte devenir la vitrine des commerces physiques sur Internet afin de leur donner une visibilité mesurée et conséquente auprès de l'ensemble des internautes.

#### Contact Presse



Adeline Pastor – Alexandra André  
apastor@vecteurimage.com  
01 47 62 81 05 / 06 62 57 42 73