



Europe E-commerce / Consommation

Etude comparative des comportements des
cyber-acheteurs européens sur Twenga

Etude des marques, des produits et catégories de produits les plus
cliqués sur le moteur de recherche/comparateur de prix Twenga



10 décembre 2007

Contacts Presse
HDL Communication

Nicolas FAGET
01 58 65 20 17
nfaget@hdlcom.com

Jérémy BELLAIS
01 58 65 00 70
nfaget@hdlcom.com

Alexandra RICHERT
01 58 65 00 76
arichert@hdlcom.com

Contexte de l'étude

Cette étude a été réalisée par Twenga en décembre 2007. Elle porte sur les comportements des internautes lors de leurs recherches d'informations concernant les produits sur Twenga (moteur de recherche et comparateur de prix utilisé par plus de 7 millions de personnes en Europe). En effet, les recherches d'informations en ligne ne concernent pas uniquement les achats réalisés sur internet mais servent également à éclairer le consommateur lors de la préparation de ses achats en magasin.

Des cyber-acheteurs de plus en plus informés

En France, **66% des internautes français utilisent un comparateur de prix avant d'effectuer leur achat¹** (en ligne ou non). Ils recherchent les informations qui leur permettent de trouver les produits ou les services qui correspondent le mieux à leurs besoins, leurs exigences et leur budget. Il faut noter que les cyber-acheteurs, et de manière générale tous les consommateurs, cherchent davantage d'informations lorsqu'il s'agit d'achats dits « impliquants » (pour une utilisation à long terme, techniquement assez compliqué et onéreux) que pour des achats courants dont les prix varient peu d'un marchand à l'autre (aliments de base, produits culturels, consommables informatiques...)

L'e-commerce poursuit son fort développement en Europe

Selon l'institut Forrester Research, 27 millions de personnes (soit 58% des internautes) feront leurs courses sur Internet en cette fin d'année (d'octobre à décembre). On observe une maturité inégale des différents marchés nationaux. Les Britanniques seront les champions de l'achat en ligne avec des dépenses estimées à 20 milliards d'euros, suivis des Allemands (12 milliards d'euros), des Français (6,5 milliards d'euros) et des Italiens (2,1 milliards d'euros).

Pour l'année 2011, l'institut estime que les internautes européens dépenseront 263 milliards d'euros en ligne. Plusieurs facteurs contribuent à cette croissance :

- Offre en ligne toujours plus diversifiée.
- Développement des équipements (réseaux, haut débit, ordinateurs, box...)
- Développement de la création d'entreprises dédiées au net
- Croissance de l'audience d'internet

Audience internet, pénétration d'internet et de l'e-commerce dans les principaux pays européens

Pays	Visiteurs uniques (en milliers)		Variation en % Sept07/sept06	Part de la population âgée de 15 ans et plus ayant accès à internet	Part des internautes ayant effectué un achat en ligne en 2006*
	Sept 2006	Sept 2007		Septembre 2007	2 ^{ème} et 3 ^{ème} trimestre 2006
Espagne	12 281	14 490	+ 18 %	60 %	68%
France	23 980	27 260	+ 14 %	53 %	75%
Royaume-Uni	29 589	32 179	+ 9 %	47 %	89%
Allemagne	32 085	33 174	+ 3 %	42 %	83%
Pologne**	NC	NC	NC	41 %	NC
Italie	17 389	17 638	+ 1 %	35 %	54%
Europe	216 197	226 712	+ 5%	37 %	78%

Source : ComScore World Metrix 2007 - connexion domicile et travail, internautes de 15 ans et plus

* Source : EIAA (European Interactive Advertising Association) Etude "Online Shoppers 2007"

** Source : Cabinets SMG/KRC NetTrack

¹ Selon une étude administrée par l'institut de sondage LH2 les 14 et 15 septembre 2007, auprès d'un échantillon national représentatif de 1053 personnes âgées de 15 ans et plus selon la méthode des quotas. Etant donnée la spécificité de la problématique, seuls les internautes ont été interrogés : soit 666 personnes.

Date d'ouverture des sites Twenga dans les principaux pays européens

Site	Ouverture du site
Twenga.fr	Septembre 2006
Twenga.co.uk	Mars 2007
Twenga.es	Mars 2007
Twenga.it	Juin 2007
Twenga.de	Juin 2007
Twenga.pl	Juin 2007

Analyse

Plus le marché de l'e-commerce est mature, plus les types de produits recherchés en ligne sont similaires à ceux de la vente à distance (VAD) traditionnelle.

Les cyber-acheteurs des pays où l'e-commerce est peu mature comme l'Italie, l'Espagne et la Pologne recherchent avant tout des produits high-tech. La population d'internautes achetant en ligne dans ces pays a un profil très technophile et expérimenté, d'où les recherches concernant le matériel informatique (carte mère, carte graphique, moniteurs) très présentes en Pologne, Italie et Espagne.

A l'inverse, les pays où l'e-commerce est plus développé (France, Royaume-Uni, Allemagne) connaissent une population de cyber-acheteurs plus diversifiée recherchant des produits similaires à ceux que l'on connaît en vente à distance (VAD) traditionnelle comme les vêtements, les articles de sport, le mobilier, la décoration...

Les tendances de novembre





- **La high-tech au top**
Les TV LCD (écrans à cristaux liquides), Les appareils photos numériques et les téléphones portables sont les produits phares de novembre. Les TV LCD arrivent en tête des classements dans tous les pays sauf le Royaume-Uni où elles arrivent 2^{ème} derrière les téléphones portables.
- **Les articles de sports suivent la High-tech**
Emmenés dans le haut du classement par leurs marques emblématiques (Nike, Adidas, Asics...), par les marques de sport d'hiver (Salomon...) et de cyclisme (Shimano...), les articles de sports (Univers Sport), arrivent dans le top 5 de 4 pays sur 6. Ils sont en tête du classement en France.
- **Les jouets pour Noël très cliqués en novembre**
En toute logique, l'univers Famille, constitué en partie par les jouets, est plus fortement cliqué en novembre qu'auparavant. Il est au 4^{ème} rang du classement français, 7^{ème} en Espagne, 3^{ème} en Italie, 8^{ème} en Allemagne et 3^{ème} en Pologne. Les marques les plus populaires dans cet univers sont celles à forte notoriété (Hasbro, Fisher Price, Barbie, Smoby, Disney, Playmobil...).
Originalité au Royaume Uni, cet univers n'apparaît pas dans le top 10 des univers. A noter cependant, que la console Wii de Nintendo est très présente dans le top 10 des produits les plus cliqués au Royaume-Uni (voir top 10 des produits les plus cliqué au Royaume Uni p. 9).
- **Les marques françaises de l'univers Beauté-Santé confirment leur suprématie en Europe**
Quel que soit le pays, les marques françaises (Avene, Laroche Posay, l'Oréal, Chanel, Dior...) sont omniprésentes dans le top 5 de l'univers Beauté-Santé.

Top 10 des univers¹ les plus cliqués (du 1^{er} novembre au 30 novembre 2007 - Etude sur plus d'1,6 millions de clics)

France 		Royaume Uni 		Espagne 		Italie 		Allemagne 		Pologne 	
Univers ¹		Univers ¹		Univers ¹		Univers ¹		Univers ¹		Univers ¹	
1	Sports	1	Informatique	1	Audio et Vidéo	1	Audio et Vidéo	1	Audio et Vidéo	1	Audio et Vidéo
2	Audio et Vidéo	2	Audio et Vidéo	2	Informatique	2	Informatique	2	Photo	2	Informatique
3	Electroménager	3	Photo	3	Auto-Moto	3	Famille	3	Sports	3	Famille
4	Famille	4	Electroménager	4	Photo	4	Sports	4	Informatique	4	Electroménager
5	Mode	5	Mode	5	Sports	5	Photo	5	Electroménager	5	Photo
6	Informatique	6	Bijoux	6	Electroménager	6	Auto-Moto	6	Mode	6	Sports
7	Bijoux	7	Mobilier	7	Famille	7	Electroménager	7	Auto-Moto	7	Mode
8	Jardin et Bricolage	8	Beauté - Santé	8	Loisirs	8	Bijoux	8	Famille	8	Beauté - Santé
9	Auto - Moto	9	Sports	9	Bijoux	9	Loisirs	9	Bijoux	9	Auto-Moto
10	Mobilier	10	Jardin et Bricolage	10	Beauté - Santé	10	Beauté - Santé	10	Mobilier	10	Loisirs

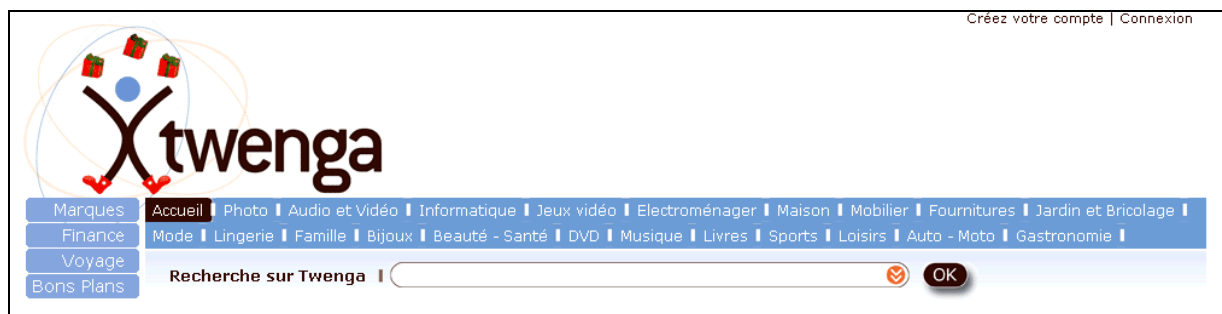
¹Détails des univers Twenga en annexe.

Top 10 des catégories les plus cliquées (du 1^{er} novembre au 30 novembre 2007 - Etude sur plus d'1,6 millions de clics)

France 		Royaume Uni 		Espagne 		Italie 		Allemagne 		Pologne 	
Catégorie de produits		Catégorie de produits		Catégorie de produits		Catégorie de produits		Catégorie de produits		Catégorie de produits	
1	TV LCD	1	Téléphone Portable	1	TV LCD	1	TV LCD	1	TV LCD	1	TV LCD
2	Montre femme	2	TV LCD	2	Appareil Photo Numérique	2	Appareil Photo Numérique	2	Téléphone Portable	2	Appareil Photo Numérique
3	Appareil photo numérique	3	Ecran Plasma	3	Téléphone Portable	3	Divers jeux et jouets	3	Appareil Photo Numérique	3	Moniteur LCD
4	Montre automatique homme	4	Ipod	4	GPS auto	4	Téléphone Portable	4	Montre Homme	4	Téléphone Portable
5	Téléphone portable	5	Ensemble Home Cinéma	5	Montre divers	5	Moniteur LCD	5	PC Portable	5	Carte mère
6	Ecran Plasma	6	Baladeur MP3	6	PDA	6	Maison de jeu	6	Moniteur LCD	6	Lecteur/enreg. DVD de salon
7	Lave-linge	7	Lecteur audio réseau	7	Carte mère	7	Carte mère	7	Autres chaussures femmes	7	Divers jeux et jouets
8	Moniteur LCD	8	Enceinte Hi-Fi	8	Carte graphique	8	Ecran Plasma	8	Chaussures de ski alpin	8	Divers chaussures
9	Réfrigérateur-congélateur	9	Casque Audio	9	Smartphone	9	GPS auto	9	Caméscope	9	Ensemble Home Cinéma
10	Stylo	10	Récepteur TNT	10	Caméscope HDD	10	Poupée Ciccibello	10	GPS auto	10	Ecran Plasma

Qui est Twenga

Twenga est un moteur de recherche et un comparateur de prix indexant tous les marchands du web et leurs offres dans les principaux pays européens. Twenga a développé un programme original capable de parcourir 20 millions de pages par jour des sites marchands, garantissant la mise à jour de la base d'informations sur les produits (prix, avis, caractéristiques techniques...). Twenga référence 25 000 marchands en Europe et en ajoute plus 200 nouveaux chaque jour. Cette technologie est la même dans les différents pays européens disposant d'un site Twenga. Ce « catalogue » d'offres quasi exhaustif de marchands et d'informations sur les produits attire chaque mois des millions d'internautes. Twenga leur donne la possibilité de trouver n'importe quel produit vendu en ligne, de se renseigner sur les niveaux des prix et de trouver l'offre qui leur correspond, au meilleur prix.



Twenga.fr, moteur de recherche et comparateur de prix

Méthodologie de l'étude

Les technologies développées par Twenga permettent de recueillir les données de navigation de ses utilisateurs (les Twenganauts).

L'unité de mesure est le clic. Un clic est comptabilisé lorsqu'un utilisateur clique sur l'offre qu'il a sélectionnée et qu'il est redirigé chez le marchand qu'il a choisi. Si un utilisateur clique plusieurs fois durant une seule session de 30 minutes, 1 seul clic est comptabilisé. Un utilisateur qui revient 30 minutes après sa première connexion sera comptabilisé une deuxième fois (2 clics). Un utilisateur qui effectue une simple recherche sans cliquer sur une offre de marchand ne sera pas comptabilisé dans les clics.

En termes de comportement, le clic sur une offre référencée sur Twenga représente une action très proche de l'acte d'achat.

Les données de cette étude ont été relevées sur les différents sites européens de Twenga pour la période allant du 1^{er} novembre au 30 novembre 2007. L'étude s'effectue sur plus de 1,6 millions de clics pour toute l'Europe et sur un minimum de 50 000 clics pour chaque pays étudié.

Le moteur de recherche et le comparateur de prix sont essentiellement dédiés aux produits et aux informations les concernant (prix, avis de consommateurs, caractéristiques techniques...). Ainsi, les services tels que les voyages et le téléchargement de musique ne sont pas pris en compte dans cette étude.

A partir des données recueillies, Twenga a établi :

- Le top 10 des univers de produits les plus cliqués par pays (22 univers sur Twenga)
- Le palmarès des catégories par pays (les 20 les plus cliquées)
- Des focus sur chaque pays avec le palmarès des produits (les 20 les plus cliqués) et le top 5 des marques sur 5 univers phares sélectionnés par Twenga selon leur popularité

Focus sur les pays



Avec 75% des internautes ayant acheté en ligne en 2006, l'e-commerce français est un marché mature. Le top 10 des univers montre que les types de produits achetés en ligne ressemblent de plus en plus à ceux de la vente à distance traditionnelle (sport, mode, électroménager, maison).

Le top 10 des produits révèle l'intérêt des Twenganauts pour la marque Guess. Il indique aussi le succès des TV LCD, qui sont les produits stars de novembre partout en Europe.

Top 10 des produits			
	Produit	Marque	Catégorie
1	MONTRE GUESS 96049L	Guess	Montre femme
2	I80340L1	Guess	Montre femme
3	LC46X20E	Sharp	TV LCD
4	KDL-40D3000	Sony	TV LCD
5	MONTRE GUESS G86073L	Guess	Montre femme
6	MONTRE GUESS REF 75916L [75916L]	Guess	Montre femme
7	LE40M86BD	Samsung	TV LCD
8	MONTRE GUESS U11503L1	Guess	Montre femme
9	M100	Magimix	Cafetière Nespresso
10	LE32R86BD	Samsung	TV LCD

Top 10 des univers	
Univers ¹	
1	Sports
2	Famille
3	Audio et Vidéo
4	Mode
5	Electroménager
6	Auto - Moto
7	Informatique
8	Bijoux
9	Jardin et Bricolage
10	Maison

Top 10 des catégories	
Catégorie de produit	
1	TV LCD
2	Montre femme
3	Appareil photo numérique
4	Montre automatique homme
5	Téléphone portable
6	Ecran Plasma
7	Lave-linge
8	Moniteur LCD
9	Réfrigérateur-congélateur
10	Stylo



Top 5 des marques par univers de produits	
Univers Mode	
	Marque
1	Guess
2	Adidas
3	Kickers
4	Burberry
5	Esprit

Univers High-tech ¹	
	Marque
1	Samsung
2	Sony
3	Philips
4	Canon
5	Panasonic

Univers Sport	
	Marque
1	Nike
2	Shimano
3	Salomon
4	Adidas
5	Asics

Univers Beauté Santé	
	Marque
1	Philips
2	Babyliss
3	Braun
4	Calor
5	Chanel

Univers Famille	
	Marque
1	Smoby
2	Hasbro
3	Fisher Price
4	Baby-Walz
5	Berchet

Ces classements sont établis en fonction des clics des internautes sur les offres référencés sur le site Twenga.fr (50 000 clics minimum). Ils concernent la période du 1er novembre au 30 novembre 2007.

¹Détails des univers Twenga en annexe

Allemagne

Les allemands sont moins connectés que les français avec seulement 42% de la population de 15 ans et plus en ligne (contre 53% en France), mais ses internautes sont plus de 80 % à avoir acheté en ligne en 2006. Comme pour la France, les achats en ligne des Twenganautes allemands s'alignent sur ceux des achats réalisés en vente à distance (articles de sport, la mode et même le mobilier).

En novembre, on note que le top 10 des produits est dominé par les téléphones portables.

Top 10 des produits			
	Produit	Marque	Catégorie
1	FinePix F31fd	Fujifilm	Appareil Photo Num.
2	MOTOKRZR K1	Motorola	Téléphone Portable
3	Lattissima EN 680	De'Longhi	Cafetière Nespresso
4	W580i Walkman	Sony Ericsson	Téléphone Portable
5	EOS 400D	Canon	Appareil Photo Num.
6	SGH U700 Ultra Edition 12.1	Samsung	Téléphone Portable
7	K550i Cyber-shot	Sony Ericsson	Téléphone Portable
8	S500i	Sony Ericsson	Téléphone Portable
9	W810i	Sony Ericsson	Téléphone Portable
10	W200i Walkman	Sony Ericsson	Téléphone Portable

Top 10 des univers	
Univers ¹	
1	Audio et Vidéo
2	Photo
3	Sports
4	Informatique
5	Electroménager
6	Mode
7	Auto-Moto
8	Famille
9	Bijoux
10	Mobilier

Top 10 des catégories	
Catégorie de produit	
1	TV LCD
2	Téléphone Portable
3	Appareil Photo Numérique
4	Montre Homme
5	PC Portable
6	Moniteur LCD
7	Autres chaussures femmes
8	Chaussures de ski alpin
9	Caméscope
10	GPS auto



Top 5 des marques par univers de produits

Univers <i>Mode</i>	
Marque	
1	G-Star
2	Karl Kani
3	Camel Active
4	Legero
5	Converse

Univers *High-tech*¹

Marque	
1	Samsung
2	Sony Ericsson
3	Canon
4	Sony
5	Nokia

Univers *Sport*

Marque	
1	Salomon
2	Fischer
3	Walther
4	Adidas
5	Schöffel

Univers *Beauté Santé*

Marque	
1	Philips
2	Panasonic
3	Braun
4	Remington
5	La Roche-Posay

Univers *Famille*

Marque	
1	Carson
2	Baby-Walz
3	Tamiya
4	Harry Potter
5	Hema

Ces classements sont établis en fonction des clics des internautes sur les offres référencés sur le site Twenga.de (50 000 clics minimum). Ils concernent la période du 1er novembre au 30 novembre 2007.

¹ Détails des univers Twenga en annexe

Le Royaume-Uni est le pays où l'e-commerce est le plus développé avec près de 90% des internautes ayant effectué un achat en ligne en 2006. On note pour novembre un fort intérêt assez fort pour la Wii (console de jeux vidéos fabriquée par Nintendo). De même, les Twenganautes anglais se sont fortement intéressés à l'Ipod d'après le classement par catégories de produits.

Top 10 des produits			
Produit	Marque	Catégorie	
1	W580i Walkman	Sony Ericsson	Téléphone Portable
2	KDL-32D3000	Sony	TV LCD
3	E-410	Olympus	Appareil Photo Num.
4	SGH D900i Ultra Edition 12.9	Samsung	Téléphone Portable
5	Wii Console (Includes Wii Sports)	Nintendo	Console Nintendo Wii
6	Wii Console + Wii Sports	Nintendo	Console Nintendo Wii
7	Wii Console + Wii Sports (White)	Nintendo	Console Nintendo Wii
8	KDL-40W2000	Sony	TV LCD
9	LE37R87BD	Samsung	TV LCD
10	FinePix F31fd	Fujifilm	Appareil Photo Num.

Top 10 des univers	
Univers ¹	
1	Informatique
2	Audio et Vidéo
3	Photo
4	Electroménager
5	Mode
6	Bijoux
7	Mobilier
8	Beauté - Santé
9	Sports
10	Jardin et Bricolage

Top 10 des catégories	
Catégorie de produit	
1	Téléphone Portable
2	TV LCD
3	Ecran Plasma
4	Ipod
5	Ensemble Home Cinéma
6	Baladeur MP3
7	Lecteur audio réseau
8	Enceinte Hi-Fi
9	Casque Audio
10	Récepteur TNT



Top 5 des marques par univers de produits	
Univers <i>Mode</i>	
Marque	
1	The North Face
2	G-Star
3	Nike
4	Lyle & Scott
5	Lacoste

Univers <i>High-tech</i> ¹	
Marque	
1	Samsung
2	Sony
3	LG
4	Panasonic
5	Canon

Univers <i>Sport</i>	
Marque	
1	Nike
2	Adidas
3	Burton
4	Karrimor
5	Mizuno

Univers <i>Beauté Santé</i>	
Marque	
1	Marc Jacobs
2	Philips
3	Yves Saint Laurent
4	Dentemp
5	Dior

Univers <i>Famille</i>	
Marque	
1	Barbie
2	Disney
3	Mamas and Papas
4	Playmobil
5	Little Tikes

Ces classements sont établis en fonction des clics des internautes sur les offres référencés sur le site Twenga.co.uk (50 000 clics minimum). Ils concernent la période du 1er novembre au 30 novembre 2007.

¹ Détails des univers Twenga en annexe

L'Espagne connaît un e-commerce en progression mais pas encore tout à fait mature avec seulement 68 % des internautes ayant acheté en ligne en 2006. En novembre, les Twenganautes espagnols se sont davantage intéressés à l'univers Auto-Moto que leurs homologues européens, et notamment aux systèmes GPS pour les voitures. La présence des cartes mères et des cartes graphiques dans le top 10 des catégories de produits révèle le profil expérimenté des utilisateurs de Twenga en Espagne.

Top 10 des produits			
	Produit	Marque	Catégorie
1	N95	Nokia	Téléphone Portable
2	KDL-40X3500	Sony	TV LCD
3	GO 720	Tomtom	GPS auto
4	32LT75	LG	TV LCD
5	32LC56	LG	TV LCD
6	PowerShot G9	Canon	Appareil Photo Num.
7	KDL-40V3000	Sony	TV LCD
8	37LF65	LG	TV LCD
9	KDL-32D3000	Sony	TV LCD
10	GO 520	Tomtom	GPS auto

Top 10 des univers	
Univers ¹	
1	Audio et Vidéo
2	Informatique
3	Auto-Moto
4	Photo
5	Sports
6	Electroménager
7	Famille
8	Loisirs
9	Bijoux
10	Beauté - Santé

Top 10 des catégories	
Catégorie de produit	
1	TV LCD
2	Appareil Photo Numérique
3	Téléphone Portable
4	GPS auto
5	Montre divers
6	PDA
7	Carte mère
8	Carte graphique
9	Smartphone
10	Caméscope HDD



Top 5 des marques par univers de produits	
Univers <i>Mode</i>	
	Marque
1	Bikkembergs
2	Etxeondo
3	Dolce & Gabbana
4	Clarks
5	Magnum

Univers <i>High-tech</i> ¹	
	Marque
1	Sony
2	LG
3	Nokia
4	Canon
5	Philips

Univers <i>Sport</i>	
	Marque
1	Adidas
2	Nike
3	Walther
4	Shimano
5	Scott

Univers <i>Beauté Santé</i>	
	Marque
1	Avene
2	Eucerin
3	Vichy
4	Sesderma
5	Philips

Univers <i>Famille</i>	
	Marque
1	Jané
2	Tamiya
3	Barbie
4	Playmobil
5	Spiderman

Ces classements sont établis en fonction des clics des internautes sur les offres référencés sur le site Twenga.es (50 000 clics minimum). Ils concernent la période du 1er novembre au 30 novembre 2007.

¹ Détails des univers Twenga en annexe

L'Italie est le pays où l'e-commerce est le moins développé avec seulement 54% des internautes ayant réalisé un achat en ligne en 2006. Les italiens ont davantage plébiscités les jouets que les autres Twenganauts européens.

Top 10 des produits			
	Produit	Marque	Catégorie
1	My Life Console	Giochi Preziosi	Divers jeux et jouets
2	CASA DI TOPOLINO DISNEY	Disney	Maison de jeu
3	LE40M86BD	Samsung	TV LCD
4	LC37X20E	Sharp	TV LCD
5	LE37M86BD	Samsung	TV LCD
6	LE40F86BD	Samsung	TV LCD
7	37PFL9632D	Philips	TV LCD
8	N95	Nokia	Téléphone Portable
9	MATILDE "PARLA CON ME"	Giochi Preziosi	Divers jeux et jouets
10	ONE v2	Tomtom	GPS auto

Top 10 des univers	
	Univers ¹
1	Audio et Vidéo
2	Informatique
3	Famille
4	Sports
5	Photo
6	Auto-Moto
7	Electroménager
8	Bijoux
9	Loisirs
10	Beauté - Santé

Top 10 des catégories	
	Catégorie de produit
1	TV LCD
2	Appareil Photo Numérique
3	Divers jeux et jouets
4	Téléphone Portable
5	Moniteur LCD
6	Maison de jeu
7	Carte mère
8	Ecran Plasma
9	GPS auto
10	Poupée Ciccibello



Top 5 des marques par univers de produits	
	Univers <i>Mode</i>
	Marque
1	Peuterey
2	Nike
3	Dainese
4	Tamrac
5	Converse

Univers <i>High-tech</i> ¹	
	Marque
1	Samsung
2	Sony
3	Philips
4	Canon
5	Sharp

Univers <i>Sport</i>	
	Marque
1	Adidas
2	Nike
3	Beretta
4	Shimano
5	Dunlop

Univers <i>Beauté Santé</i>	
	Marque
1	Avene
2	La Roche-Posay
3	Vichy
4	Lierac
5	Rilastil

Univers <i>Famille</i>	
	Marque
1	Giochi Preziosi
2	Fisher Price
3	Disney
4	Clementoni
5	Mattel

Ces classements sont établis en fonction des clics des internautes sur les offres référencés sur le site Twenga.it (50 000 clics minimum). Ils concernent la période du 1er novembre au 30 novembre 2007.

¹ Détails des univers Twenga en annexe

La part de la population ayant accès à internet est supérieure à celui de l'Italie (41% pour la Pologne contre 35 % pour l'Italie) mais les chiffres sur l'e-commerce manquent pour déterminer le développement de l'e-commerce dans le pays. D'après le top 10 des produits les plus cliqués, les Twenganautes polonais se sont intéressés aux TV LCD. Si on regarde le top 10 des univers, on s'aperçoit que l'univers Famille et notamment les jouets ont été très cliqués en novembre.

Top 10 des produits			
	Produit	Marque	Catégorie
1	LC 32RD2E	Sharp	TV LCD
2	32LC2RR	LG	TV LCD
3	FinePix S6500fd	Fujifilm	Appareil Photo Num.
4	LE-32S81B	Samsung	TV LCD
5	LC46X20E	Sharp	TV LCD
6	LE32M87BD	Samsung	TV LCD
7	LC 32WD1E	Sharp	TV LCD
8	LC 37RD2E	Sharp	TV LCD
9	32PFL5322	Philips	TV LCD
10	LC 37XD1E	Sharp	TV LCD

Top 10 des univers	
Univers ¹	
1	Audio et Vidéo
2	Informatique
3	Famille
4	Electroménager
5	Photo
6	Sports
7	Mode
8	Beauté - Santé
9	Auto-Moto
10	Loisirs

Top 10 des catégories	
Catégorie de produit	
1	TV LCD
2	Appareil Photo Numérique
3	Moniteur LCD
4	Téléphone Portable
5	Carte mère
6	Lecteur/Enreg. DVD de salon
7	Divers jeux et jouets
8	Divers chaussures
9	Ensemble Home Cinéma
10	Ecran Plasma



Top 5 des marques par univers de produits	
Univers <i>Mode</i>	
	Marque
1	Nike
2	Leg Avenue
3	DC Shoes
4	Salomon
5	Dolce & Gabbana

Univers <i>High-tech</i> ¹	
	Marque
1	Samsung
2	Sony
3	LG
4	Philips
5	Sharp

Univers <i>Sport</i>	
	Marque
1	Burton
2	Atomic
3	Shimano
4	Salomon
5	Robinson

Univers <i>Beauté Santé</i>	
	Marque
1	Philips
2	Braun
3	L'Oréal
4	Revlon
5	Pupa

Univers <i>Famille</i>	
	Marque
1	Barbie
2	Fisher Price
3	Chicco
4	Bratz
5	Hasbro

Ces classements sont établis en fonction des clics des internautes sur les offres référencés sur le site Twenga.pl (50 000 clics minimum). Ils concernent la période du 1er novembre au 30 novembre 2007.

¹ Détails des univers Twenga en annexe

Twenga en Europe



A propos de Twenga

Twenga est le moteur de shopping le plus complet du web. Il indexe les marchands, les produits et les prix du net de manière robotisée (shopbot), donc objective et impartiale. Créé en septembre 2006 après deux ans de recherches technologiques, le site est plébiscité par plus de 7 millions d'utilisateurs en Europe (source interne- novembre 2007). Twenga offre des services pratiques pour consommer malin avec notamment le comparateur de prix neutre et exhaustif et le comparateur de caractéristiques techniques. Le moteur de recherche permet de trouver les biens de grande consommation comme les produits rares et très peu visibles sur le net. Pour les internautes, une nouvelle façon de consommer existe désormais. Twenga signifie *droit au but* en swahili.

Contacts Presse
HDL Communication

Nicolas FAGET
01 58 65 20 17
nfaget@hdlcom.com

Jérémy BELLAIS
01 58 65 00 70
nfaget@hdlcom.com

Alexandra RICHERT
01 58 65 00 76
arichert@hdlcom.com

ANNEXE

Détail des Univers Twenga

- **Auto-Moto** (voitures, camping-car, caravanes, 2 roues, accessoires, pièces détachées, électronique, vêtements moto, tuning...)
- **Audi et Vidéo** (TV, Hi-Fi, home cinéma, baladeurs, téléphonie, accessoires...)
- **Beauté-santé** (parfums, cosmétiques, maquillage, soins hommes et femmes, hygiène, bien-être, santé, médical...)
- **Bijoux** (montres, parures, colliers, bagues, bracelets, boutons de manchette...)
- **Electroménager** (Robots, cafetières, machines expresso, aspirateurs, réfrigérateurs, lave-linge, lave-vaisselle, climatiseurs, nettoyeurs vapeur, appareils de cuisson, barbecue...)
- **Famille** (Jeux, jouets, produits pour bébés et enfants, alimentation pour bébés, mobilier pour bébés...)
- **Informatique** (Ordinateurs, périphériques, logiciels, connectique...) Les consommables ne sont pas inclus dans cet univers
- **Jardin et Bricolage** (Plantes, arbres, matériel de jardinage, décorations pour jardins, piscines, matériel de bricolage, outils, accessoires, peinture, papiers peints, plomberie...)
- **Loisirs** (Matériels pour les loisirs créatifs, matériel pour la musique, matériel pour les vacances, animalerie...)
- **Maison** (Décorations, luminaires, cadres, linge de maison, ustensiles de cuisine...)
- **Mobilier** (Meubles de cuisine, meubles de salle de bains, meubles de chambre, lits, cheminées...)
- **Mode** (Vêtements femmes, vêtements hommes, accessoires, maroquinerie, chaussures...)
- **Photo** (Appareils photos numériques, appareils photos argentiques, caméscopes, jumelles, cadres photos numériques, accessoires, imprimantes photos, cartes mémoires...)
- **Sports** (Articles de sports individuels, articles de sports collectifs, articles de chasse, armes blanches...)

L'univers High-tech est composé des univers Audio-Vidéo, Informatique et Photo. Ce regroupement est spécifique à l'étude.