

# Les métamorphoses du Search

Chiffres clés



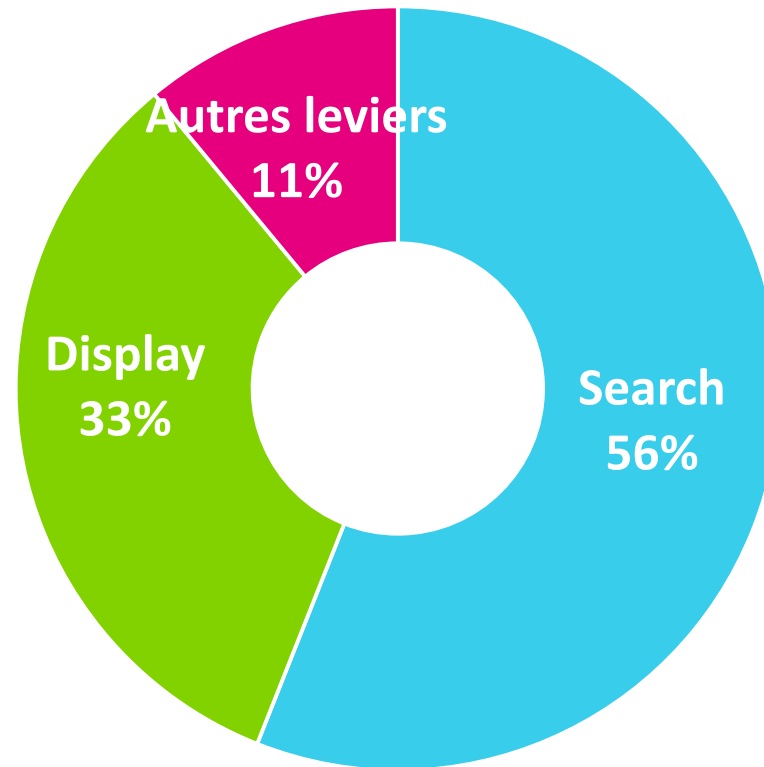
Mediametrie



# Search : 56% du mix media digital



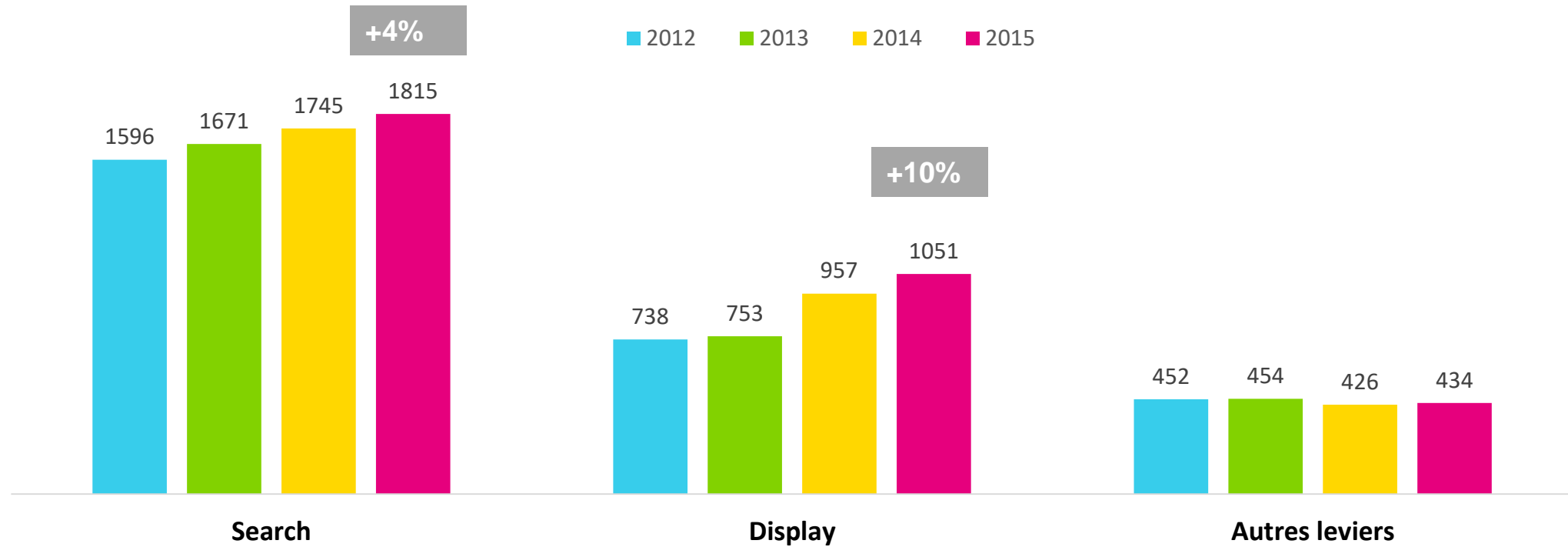
Investissement publicitaires en M€  
2015



# Search : +4% de croissance en 2015



Investissement publicitaires en 2015  
M€



# Search : 25% des investissements sur le mobile



**SEARCH**  
**1 815 M€**



456  
M€  
25%

↗ +58%



1359  
M€  
75%

↘ -7%

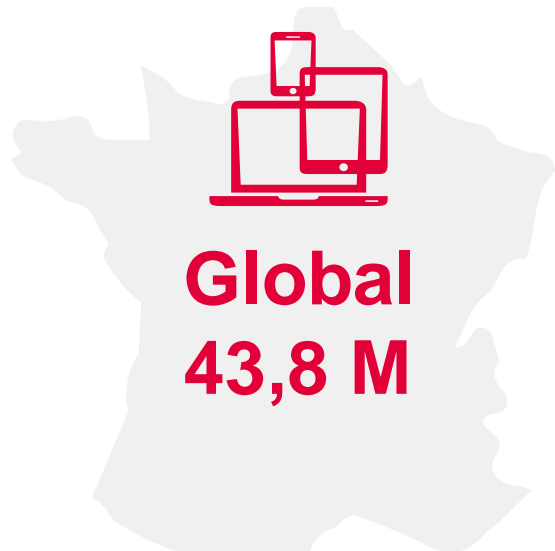
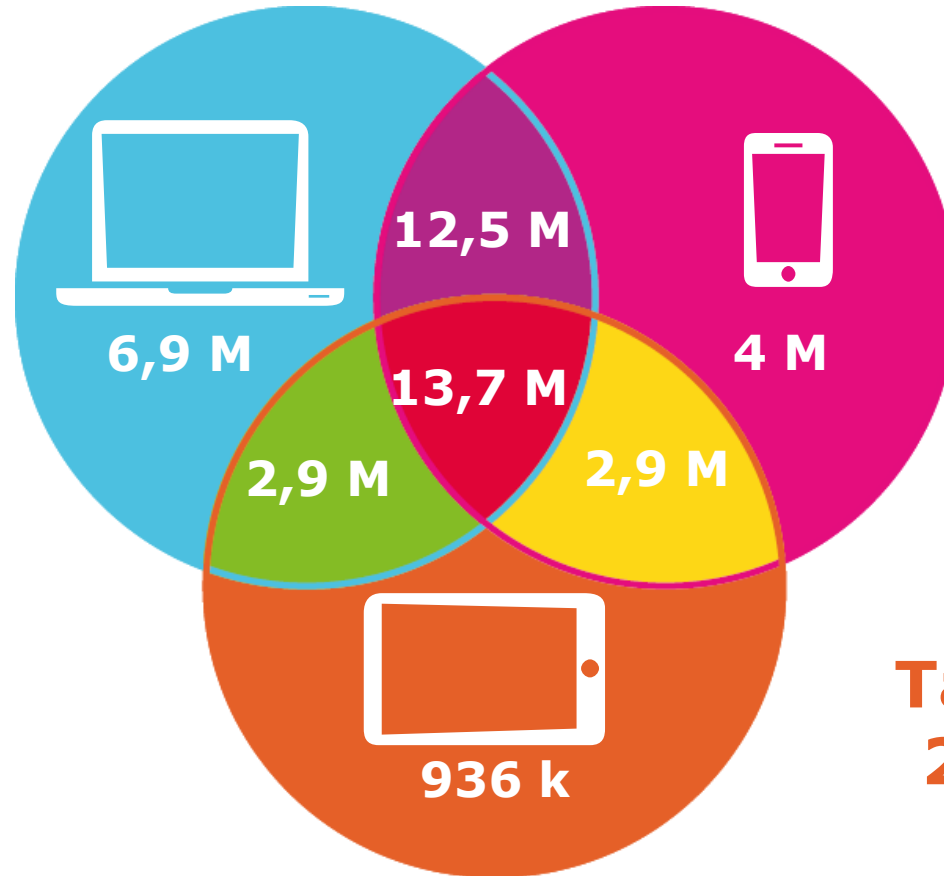
# 44 millions de «chercheurs» mensuels



Audience  
Visiteurs uniques mensuels

**Ordinateur**  
**36 M**

**Mobile**  
**33 M**

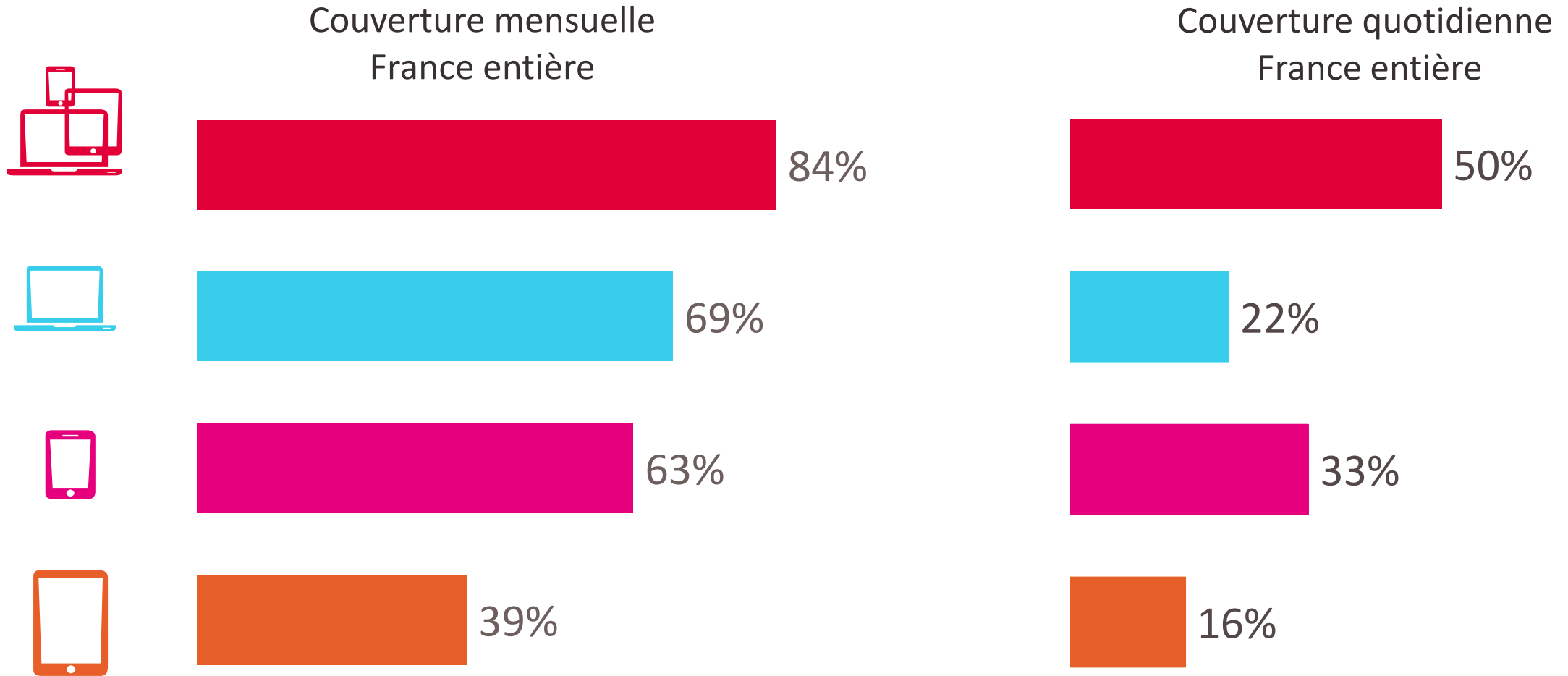


**Global**  
**43,8 M**

► Médiamétrie et Mediametrie//NetRatings – Audience Internet Global – France – Août 2016 – Base : 15 ans et plus – Copyright Mediametrie//NetRatings - Tous droits réservés

► Périmètre: Google (Brand Mobile), Google Search (Channel Ordinateur), Google Image Search (Channel Ordinateur), Google (Brand Tablette), Yahoo (Brand Mobile), Yahoo Search (Channel Ordinateur), Yahoo (Brand Tablette), Bing (Brand), Trouver.fr (Brand), ZapMeta (Brand), Free search (Channel Ordinateur), Qwant (Brand), Ask.com (Brand), Alhea (Brand), Baidu (Brand), Duck Duck Go (Brand), Ecosia (Brand), iZito (Brand), SoundHound (Brand), Orange Le Moteur (Channel Ordinateur), AOL Search Websites (Channel Ordinateur)

# Mobile First



# Top 10 des moteurs de recherche



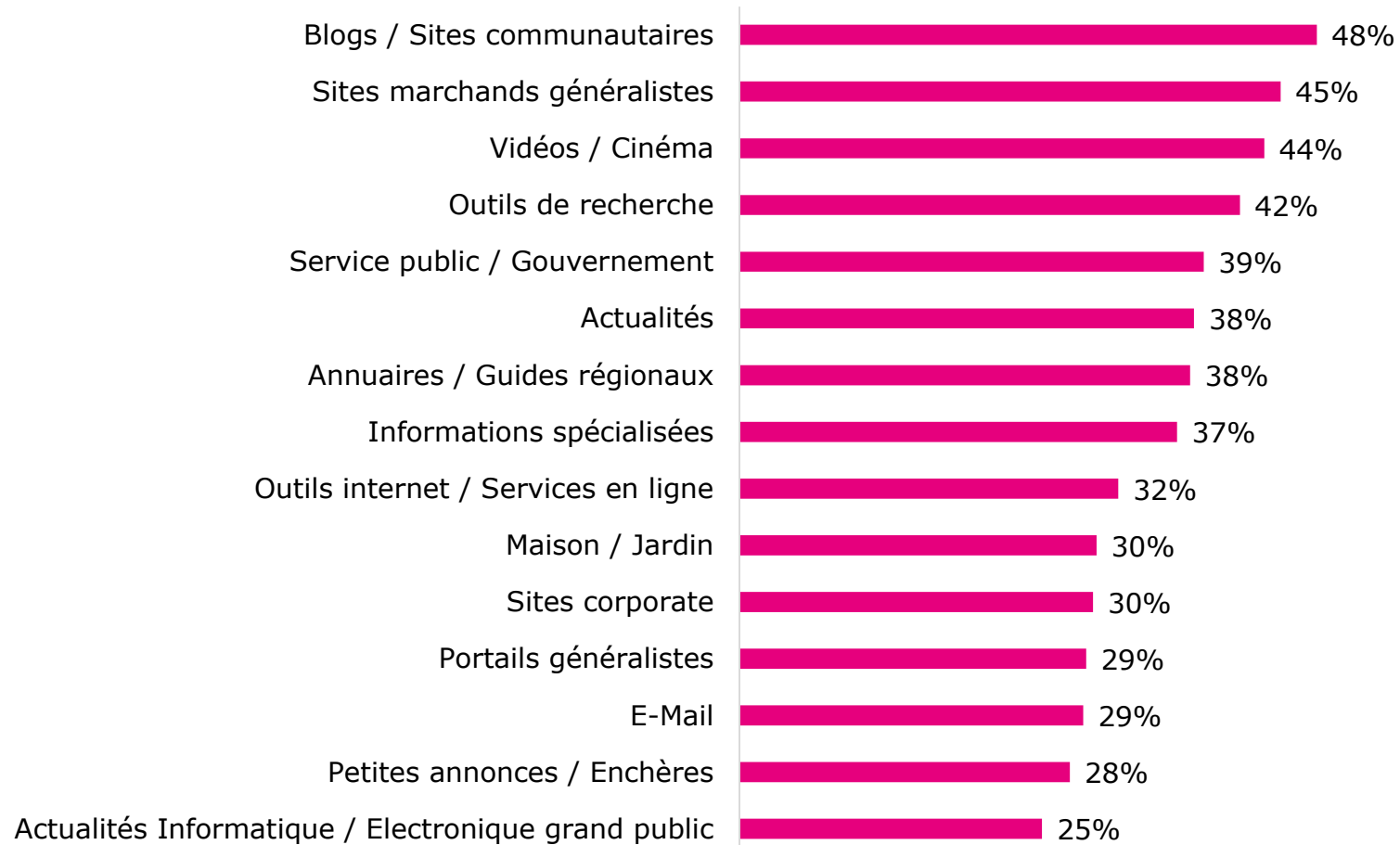
Rang	Moteurs de recherche	Couverture mensuelle France Entière
1	<i>Google Search</i>	56,8%
2	<i>Google Image Search</i>	35,2%
3	Bing	16,9%
4	<i>Yahoo Search</i>	8,6%
5	<i>Orange le moteur</i>	3,0%
6	ZapMeta	2,0%
7	Ask.com	1,6%
8	iZito	1,3%
9	Qwant	1,2%
10	Homepage-web.com	0,4%

*\*Les channels sont en italique*

# Réseaux sociaux, sites marchands et plateformes vidéos : catégories de sites bénéficiant le plus des recherches



Catégories de site visités après une recherche  
% internautes



48% des internautes consultent un site de la catégorie Blog/Sites communautaires après une recherche



# Lors d'une recherche liée à un achat ...



Les chercheurs cliquent :

53% sur les liens naturels

24% sur les liens commerciaux

15% sur les vignettes shopping

28% ne font pas la différence

The screenshot shows a Google search for "acheter une robe". The search bar at the top contains the text "acheter une robe". Below the search bar, there are navigation tabs for "Tous", "Shopping", "Images", "Vidéos", "Actualités", "Plus", and "Outils de recherche". The search results are divided into two main sections: "Liens commerciaux" (Commercial links) and "Vignettes shopping" (Shopping snippets).

**Liens commerciaux:** This section lists several search results with titles and snippets. The first result is from "bonprix.fr" with the title "Acheter une robe à bon prix - Découvrez les bons plans - bonprix.fr". The second result is from "asos.fr" with the title "ASOS: Acheter Une Robe - Grand choix de Robes en ligne - asos.fr". The third result is from "costume-sur-seine.fr" with the title "Vente Robe de bal 19ème - costume-sur-seine.fr". The fourth result is from "esprit.fr" with the title "La boutique Esprit - Esprit: Robes à acheter sur la Boutique en ligne". The fifth result is from "asos.fr" with the title "Robes mi-longues | Acheter des robes mi-longues - Asos". The sixth result is from "milano.com" with the title "Acheter des robes femme pas cher sur Milano.com".

**Vignettes shopping:** This section displays a grid of shopping results. Each result includes a small image of a dress, the brand name, the product name, and the price. The results include items from Desigual, Seraphine, Vertbaudet, and La Redoute. Prices range from 15,00 € to 40,50 €.

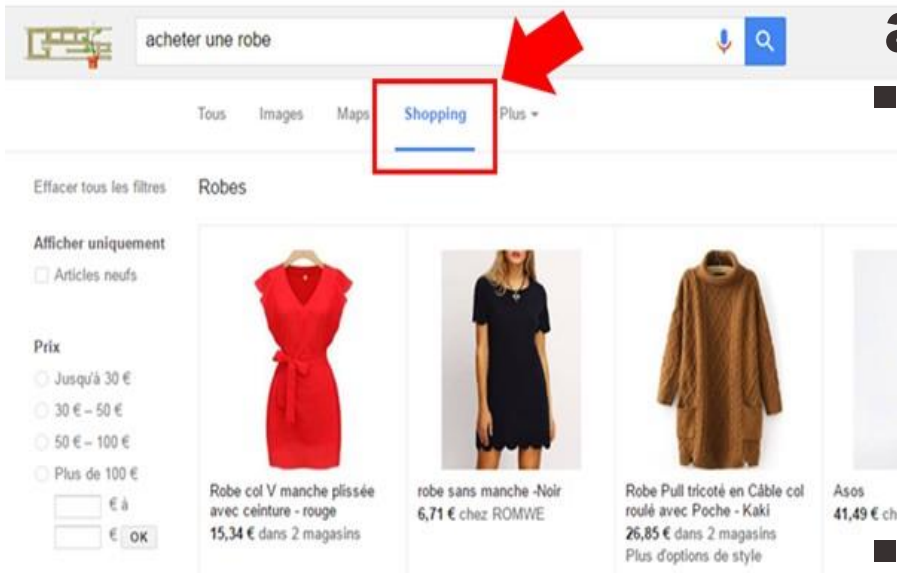
**Liens naturels:** This section is highlighted with a blue box and contains the same search results as the "Liens commerciaux" section.

# Quel rôle pour les moteurs de shopping?




Lors d'une recherche liée à un achat...

- 29% des chercheurs ont déjà utilisé la fonction shopping

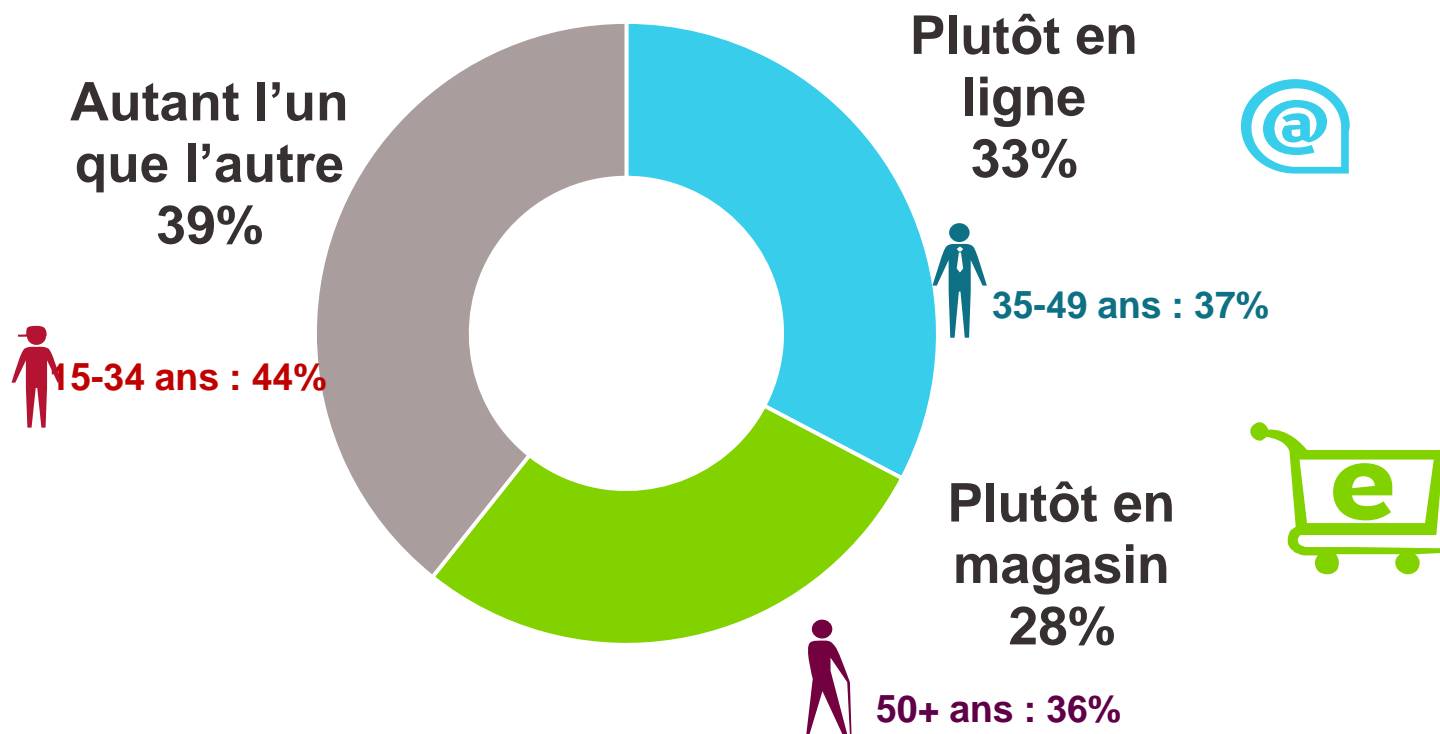


 Femmes : 33%       15-34 ans : 48%

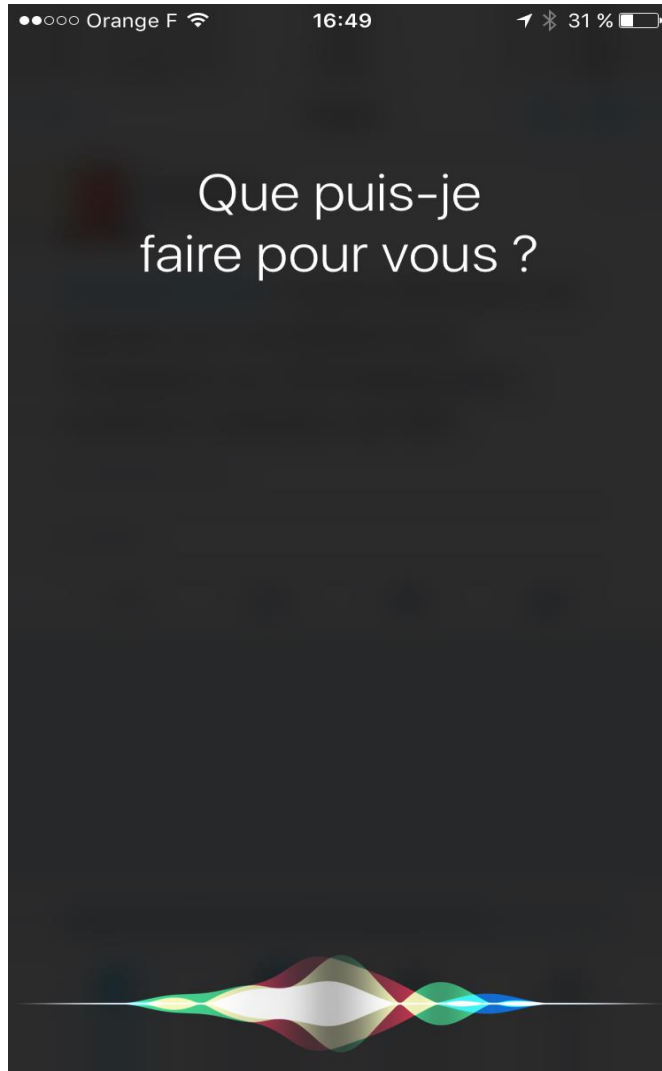
- ... mais 29% ne connaissent pas la fonction

 50+ ans : 41%

# Finalisation de l'achat après une recherche



# 1/4 des chercheurs utilisent la fonction vocale



- 25% des chercheurs utilisent la fonction vocale
  - 👤 15-34 ans : 37%
- 72% d'entre eux trouvent les résultats aussi pertinents que les recherches classiques



**Merci**

**[www.mediametrie.fr](http://www.mediametrie.fr)**

**@BertrandKrug**