

COMMUNIQUE DE PRESSE
Paris, le 15 janvier 2009

« Emailing » s'impose toujours en 2008 comme le terme générique servant à désigner le marketing direct par email

Selon *Google Trends**, il ressort que le nombre de recherches sur le terme générique « Emailing » est stable en 2008 par rapport aux années précédentes (Nota : les statistiques sont disponibles depuis Fin 2005). A titre de comparaison, on peut remarquer que le terme « email marketing » est très loin d'être aussi recherché que le terme générique « emailing » par les utilisateurs du moteur de recherche.



Cette tendance se vérifie également au niveau du détail des recherches par région, où il apparaît que le terme « email marketing » n'est employé que dans les recherches effectuées dans les régions Ile de France, Nord Pas de Calais, Rhône-Alpes, Aquitaine et PACA, son usage restant toutefois dans de très faibles proportions par rapport à l'inégalé « Emailing ».

Au-delà des frontières de la France, on note que le terme « email marketing » semble en fait beaucoup plus significatif dans les pays anglo-saxons que dans les pays francophones, sans pour autant détrôner l'usage du terme « Emailing » dans les moteurs de recherche.

Subregions	Cities	Languages
1. Nord-Pas-de-Calais , France	1. Saint-Amand-Les-Eaux, France	1. English
2. Ile-de-France , France	2. Neuilly-Sur-Marne, France	2. French
3. Rhône-Alpes , France	3. Puteaux, France	
4. Aquitaine , France	4. Aubervilliers, France	
5. Provence-Alpes-Cote d'Azur , France	5. Lille, France	
6. Languedoc-Roussillon , France	6. Paris, France	
7. Auvergne , France	7. Nice, France	
8. Pays de la Loire , France	8. Lyon, France	
9. Alsace , France	9. Bordeaux, France	
10. Midi-Pyrenees , France	10. Courbevoie, France	

* *Google Trends* est un outil d'analyse mis à disposition par Google dans l'ensemble de sa suite logicielle, permettant de connaître et analyser le volume des termes recherchés par pays sur son moteur de recherche. Au delà des valeurs de volume, Google Trends permet également d'indiquer en partie la signification que peuvent donner les utilisateurs de moteur de recherche pour désigner un terme propre à un domaine d'activité en particulier.

Ces tendances confirment que le terme « Emailing » est bien le terme consacré pour désigner en France l'activité de gestion et d'envoi de campagnes de marketing direct effectué par courrier électronique : « Emailing » est le terme employé par les utilisateurs dans les recherches qu'ils effectuent sur internet, et c'est le terme qu'utilisent les professionnels pour décrire leur activité et présenter leurs services.

Comment pourrait-on priver les professionnels de l'utilisation du terme « Emailing » ? Une telle exclusion reviendrait à les obliger à inventer un nouveau langage, non reconnu des utilisateurs, les isolant ainsi complètement de leurs clients et prospects ! C'est pour que le terme « Emailing » reste libre d'utilisation par tous que le sncd et 16 de ses membres (Adress Company, Cabestan, Cnet Direct, Come&Stay, Dolist, Ediware, Emailvision, Experian Cheetahmail, Florence Consultant, Goto Software, Ibase, MailPerformance, Message Business, Neolane, Splio et Tikal) se sont mobilisés pour obtenir l'annulation de la marque « Emailing ».

A propos du SNCD

Le Syndicat National de la Communication Directe est l'organisation professionnelle des experts de la communication directe multicanal et de la relation client. Depuis 1933, il aide ses membres à se positionner face aux évolutions et aux perspectives du marché. Le SNCD définit le cadre et les usages des métiers de la communication directe qu'il contribue ainsi à valoriser. Aujourd'hui 130 acteurs de la communication directe, parmi lesquels acteurs des marketing services, courtiers et propriétaires de fichiers, gestionnaires de BDD, acteurs de l'e-marketing et de l'emailing, SSII, éditeurs et intégrateurs CRM, opérateurs du courrier, sociétés d'études, de conseil et d'analyses statistiques..., ont choisi de proposer leurs services dans le respect de la déontologie et des usages de la profession en devenant membres actifs du SNCD. www.sncd.org

Contact presse SNCD
Bureau de presse Idenium
Tél. 01 56 21 19 90
Email : myriam@idenium.com

SNCD - Nathalie PHAN PLACE
Tél. : 01 53 63 27 70
nplace@sncd.org