

**Communiqué de presse**  
Paris, le 17 mars 2023

## **La DMA France publie les résultats de son étude E-routeurs 2023**

La DMA France, l'organisation représentative de la Data marketing en France, présente les derniers chiffres de l'étude, initiée par la Commission Data & Marketing de la DMA France, sur l'activité du routage email en France.

Cette **18<sup>ème</sup> édition** de l'étude, reconduite tous les ans depuis 2005, est basée sur le recueil de données chiffrées déclaratives des membres de la DMA France, acteurs majeurs du secteur, interrogés sur leur chiffre d'affaires, le volume d'emails routés vers la France, le nombre de clients concernés, le taux moyen d'ouverture et le taux moyen de clic. Sont exclus de cette étude les routages internationaux issus des filiales européennes.

Pour l'étude 2023, 12 sociétés membres de la DMA France, qui représentent les plus importants prestataires de routage d'emailing français, ont participé à l'étude (liste complète ci-dessous).

### **La DMA France estime l'activité des e-routeurs pour 2022 à :**

---

**Volume : 142,16 Milliards d'Emails routés (+1,64 %)**

Le Chiffre d'affaires est indiqué dans l'étude complète réservée aux adhérents de la DMA France.

---

L'année 2022 a été marquée par une belle reprise économique (+2,6 % du PIB) qui a suivi les années difficiles de la pandémie. Le Chiffre d'affaires de l'activité emailing a ainsi augmenté de 4 % sur l'année.

Malgré une intensification des usages des réseaux sociaux, l'email reste durablement implanté dans le paysage digital BtoC, comme le souligne le récent baromètre de l'Arcom qui indique que 65 % des Français ne pourraient se passer de l'email.

Dans une économie toujours plus digitalisée, l'email reste un des identifiants majeurs du citoyen connecté, une clef de réconciliation essentielle dans l'économie publicitaire lentement privée de cookies tiers et un outil de fidélisation incontournable pour les sites des E-commerçants.

Après l'anomalie du confinement, le nombre d'emails reçus par jour et par internaute diminue (-2,46 %), signe de meilleures pratiques marketing plus respectueuses des internautes.

Ce qui confirme l'engagement des professionnels pour une **pratique raisonnée et respectueuse**.

Ils accompagnent leurs clients vers des solutions précises et efficaces (segmentation, marketing automation...).

Depuis 18 ans, cette étude éclaire l'activité du routage email en France de données économiques et techniques précieuses.



**18,20 %**

Taux moyen d'ouverture

En 2022, le taux moyen d'ouverture (destinataires ayant ouvert en téléchargeant les images ou en cliquant dans l'emailing) reste stable par rapport à 2021 : **18,20 %** (18,15 % en 2021).



**5,35 %**

Taux moyen de clic

Le taux moyen de clic (destinataires ayant cliqué sur au moins un lien contenu dans l'emailing) est lui aussi stable : **5,35 %** (identique au taux de 2021). L'intérêt des internautes pour les emails qui leur sont adressés ne faiblit pas.

Pour l'étude 2022, les 12 sociétés prestataires de routage d'emailing tant en prospection qu'en fidélisation ayant participé à l'étude sont :



Nous remercions ces sociétés, membres de la DMA France, pour leur participation à cette étude.



#### ***A propos de la DMA France***

La DMA France est l'organisme référent sur les problématiques de la data marketing multicanal au service des professionnels et des institutionnels. La DMA France a pour mission de fédérer, promouvoir et valoriser les acteurs de l'industrie de la Data et du Marketing en France pour favoriser leur développement. Elle s'appuie sur ses 200 sociétés membres et les accompagne dans l'innovation industrielle et technologique.

#### ***Contact presse***

DMA France - Nathalie Phan Place - Tél. : 01 55 43 06 11 - Email : [nplace@dma-france](mailto:nplace@dma-france)

Pour ne plus recevoir les Communiqués de Presse de la DMA France, contactez [info@dma-france.org](mailto:info@dma-france.org)