



Certains sites web phares du E-commerce français mal préparés pour les fêtes de fin d'année selon les résultats du baromètre de performance de Keynote Systems

- **Darty, Rue du Commerce et Toys 'R' us à la tête du classement en termes de disponibilité**
- **Des ralentissements importants pendant les pics de trafic indiquent des infrastructures mal dimensionnées**
- **De grands progrès à faire pour livrer des performances satisfaisantes régulières à l'utilisateur final**
- **Le premier jour des soldes le 7 janvier a fait des victimes : près d'un tiers des sites mesurés sous les 99% de disponibilité avec une lanterne rouge à 89%. Un record !**

Paris, le 19 janvier 2009 — Keynote Competitive Research, la division études de marché de Keynote (Nasdaq: KEYN), avait mis en place le 17 novembre dernier un baromètre pour mesurer les performances techniques (temps de réponse et fiabilité) de 15 sites Web français de référence dans le domaine du e-commerce (ou assimilé) : Fnac, Amazon, Pixmania, La Redoute, 3 Suisses, CDiscount, Rue du Commerce, Alapage, Virgin, CarrefourOnline, Toys 'R' Us, Darty, Galeries Lafayette, La Grande Récré, Printemps.

Les résultats obtenus par Keynote pendant la période des fêtes de fin d'année sont très contrastés et soulignent des lacunes importantes dans les stratégies de gestion des performances de certains des sites mesurés. Tout d'abord, même si les résultats ont été dans l'ensemble plutôt bons, la plupart des sites monitorés ont subi des ralentissements périodiques aux heures de pointes ce qui semble indiquer que les infrastructures n'ont pas été optimisées correctement pour permettre une répartition des charges suffisante en cas de pic de trafic. Certains grands sites comme Rue du Commerce ou Darty ont néanmoins été de nombreuses fois dans le top 5 du baromètre Keynote, Darty obtenant même le record de 16 jours consécutifs à 100% de disponibilité. Pourtant, pour beaucoup des sites mesurés, la régularité n'a pas été toujours de mise avec des résultats très différents d'une semaine ou même d'un jour à l'autre. Visiblement, certains sites avaient mal anticipé des pics de trafic important malgré les leçons des années précédentes et les avertissements des professionnels. En effet,

selon la Fevad, près de 40% des cadeaux de Noël ont été achetés en ligne en 2007 et cette tendance devrait se confirmer pour 2008, surtout dans le climat économique morose actuel. En n'optimisant pas suffisamment la performance de leur site Internet, certaines enseignes risquent de perdre des parts de marché significatives au profit de sites concurrents plus performants et qui délivrent globalement une meilleure expérience à l'utilisateur final.

Ce baromètre a été réalisé en utilisant une des technologies phare de Keynote : Transaction Perspective High Frequency qui mesure l'expérience de l'utilisateur final en utilisant un véritable navigateur Internet Explorer depuis les principaux réseaux (backbones) mondiaux – et, dans notre cas, français. Transaction Perspective est, à ce jour, l'outil de mesure de performance et de disponibilité le plus précis du marché pour détecter en temps réel les incidents techniques - afin de les corriger aussi rapidement que possible - et étudier leurs impacts réels sur les internautes. Des véritables scénarios d'utilisation sont joués via un navigateur Internet Explorer par les robots de Keynote depuis plus de 240 points de mesures dans le monde.

Keynote continuera de mesurer les performances des 15 sites du panel jusqu'à la fin des soldes d'hiver. Le 7 janvier, premier jour des soldes, a déjà fait, comme on pouvait s'y attendre, des victimes : près d'un tiers des sites mesurés étaient sous les 99% de disponibilité avec même un record de médiocrité à 89%. Les résultats en termes de performance ont également été moins que convaincants : la quasi-totalité des sites ont vu leurs temps de réponse s'allonger significativement par rapport à la semaine précédente. Les acteurs du e-commerce français ont donc encore du chemin à parcourir pour fournir une expérience utilisateur fiable et ainsi fidéliser leur clientèle....

«Certains sites à forte audience ont peiné à conserver une bonne performance pendant les fêtes de fin d'année en général et, plus particulièrement, le premier jour des soldes ; ce qui se traduit mécaniquement par un important manque à gagner pour ces enseignes. Au-delà de ces pertes directes, ces entreprises doivent également prendre conscience que, dans un environnement ultra concurrentiel, la qualité de l'expérience utilisateur est devenu un enjeu majeur : il suffit parfois d'une seule expérience négative sur un site pour qu'un internaute se tourne durablement vers la concurrence. » explique Jérôme Jacq, Directeur de Keynote Western Europe, avant d'ajouter «Nous sommes très

curieux de connaître les résultats de ce baromètre jusqu'à la fin des soldes et nous comptons bien mettre en place d'autres indices du même type dans les semaines qui viennent. »

Si vous souhaitez connaître le détail des résultats du baromètre « soldes d'hiver » (données de performance et classement notamment) veuillez adresser vos demandes à alexandrar@johnsonking.fr

À propos de Keynote

Keynote Systems (Nasdaq "KEYN") est le leader mondial des solutions à la demande de mesure et de test des services mobiles et Internet. Depuis plus de 10 ans, Keynote fournit des solutions de mesure et de test qui permettent aux entreprises de comprendre et d'améliorer l'expérience de leurs utilisateurs de services en ligne et mobiles. Keynote propose quatre solutions de mesure et de test : performance web, qualité des services mobiles, qualité des services de streaming et VoIP et mesure de l'expérience des clients et utilisateurs.

Keynote, reconnu en tant qu'autorité en matière des performances des services mobiles et Internet, dispose d'une infrastructure de 2 600 ordinateurs et équipements mobiles de mesure, disséminés sur plus de 240 villes. Keynote compte parmi ses 2 800 clients des acteurs de référence dans les secteurs des services Internet et mobiles : Via Michelin, Air France KLM, Carlson Wagon Lits, Vivendi Mobile Entertainment, Kelkoo, Le Parisien, France 24, Bouygues Telecom, American Express, Dell, Disney, eBay, ESPN Mobile, E*TRADE, Expedia, FedEx, Microsoft, SonyEricsson, Sprint, T-Mobile, Verizon, Vodafone et You Tube notamment.

Keynote Systems est basé à San Mateo, en Californie et dispose de plusieurs filiales à travers le monde dont Keynote Western Europe basée à Paris. Pour plus d'informations sur la société, merci de consulter www.keynote.com.

© 2009 Keynote Systems. Keynote, The Internet Performance Authority and Perspective sont des marques déposées. The Mobile and Internet Performance Authority et True Experience sont des marques de Keynote Systems, Inc. Toutes les autres marques sont la propriété de leur détenteur respectif.