



+500% de croissance pour Looneo en 2008 !

Les chiffres de Décembre 2008 de Médiamétrie / NNR, communiqués la semaine dernière, confirment la forte croissance de Looneo et sa position de leader sur le social shopping en France.

Avec 1,4 M de visiteurs uniques en Décembre 2008, c'est une croissance de plus de 500% qu'a connue Looneo en 2008.

Ces chiffres confirment la montée en puissance du social shopping. Les avis des consommateurs sont désormais au cœur des décisions d'achat. Une tendance forte qui devrait se renforcer en 2009 et qui offre de nouvelles perspectives aux marques.



La crise :

Un stimulus pour le social shopping en général et Looneo en particulier

La montée en puissance du social shopping et de Looneo en ces temps de crise s'explique assez simplement : les internautes préparent mieux leurs achats car ils n'ont plus les moyens de se tromper ou d'être déçus !

En ces temps d'incertitude, les avis de consommateurs représentent une information clé, car qui mieux qu'un autre consommateur peut donner un conseil pragmatique, indépendant et utile.

« Nous connaissons une vraie accélération depuis septembre dernier, tant au niveau de l'audience que des contributions » explique Alban Peltier, fondateur de Looneo. « C'est comme si les internautes avaient décidé en rentrant de vacances de mieux consommer ! »

Une croissance de +500% en un an et de belles perspectives

Une tendance qui s'est confirmée avec les fêtes de fin d'année. Ainsi en décembre dernier plus de 1,4 M de visiteurs uniques se sont rendus sur Looneo pour préparer leurs achats de Noël, selon Mediametrie / NNR, soit une croissance de 500% sur 2008.

Ce qui conforte Looneo dans sa position de leader du social shopping en France.

L'année 2009 devrait voir ce phénomène s'amplifier encore davantage. De nombreux instituts d'études ou medias placent en effet le social shopping comme une des tendances majeures de consommation cette année.

Cette tendance va également impacter les stratégies des marques qui commencent à placer le consommateur au cœur de leur dispositif de communication et de création de produits.

« Les consommateurs, via leurs avis et leurs idées, peuvent également aider les marques à mieux répondre aux besoins réels des gens » indique Alban Peltier. « En tant que du leader du social shopping, nous devenons un partenaire privilégié et naturel des marques pour les accompagner dans leur interaction avec les consommateurs et leur donnons les outils pour optimiser leur image en ligne. »



A propos de Looneo

Looneo est une communauté de consommateurs qui permet aux internautes de choisir facilement et rapidement les produits et services qui correspondent le mieux à leurs besoins ou à leurs envies, grâce à des outils d'aide au choix, un forum et à plus de 30 000 avis de consommateurs modérés.

Lancé en avril 2007, Looneo a été fondé par Alban Peltier, ancien Directeur des services de communication de MSN France qui a mené durant 4 ans chez Microsoft le développement de services tels que MSN Messenger, MSN Hotmail et les services mobiles. Il a ensuite été rejoint par Jérôme Gay, ancien Directeur Technique de MSN France et par Céline Corvisier, ex responsable marketing chez Orange.

Looneo, c'est maintenant plus de 100 000 consommateurs membres de la communauté et plus de 1,4 M de visiteurs uniques (Mediametrie / NNR, Décembre 2008).

Looneo a effectué un premier tour de financement en octobre 2007 de 2 M€ auprès de GML (Groupe Marc de Lacharrière, actionnaire majoritaire de Fimalac) et de business angels.

Contacts presse

OXYGEN

Annabelle Sou / David Pilo
Tél : 01 41 11 35 40
asou@oxygen-rp.com

LOONEO

Alban Peltier
Tél : 06 69 13 19 75
apeltier@looneo.com