

Le CPA annonce que l’affiliation rapporte 2,8 milliards d’euros de CA à l’e-commerce en 2011

Le Collectif des Plateformes d’Affiliation, plus important groupement représentant du marketing à la performance sur le marché français, présente la 5^{ème} édition de son baromètre à travers les chiffres compilés de ses 8 adhérents plateformes d’affiliation pour l’année 2011.

Apport de l’affiliation au e-commerce en 2011

Sur 226 millions d’euros d’investissements publicitaires en affiliation, la part des dépenses investies dans les programmes à la vente est de 65% soit 147 millions d’euros pour plus de 30 millions de paniers d’achats validés par les membres du CPA en 2011.

L’affiliation a ainsi réalisé une progression de 14% des ventes par rapport à 2010. Avec un panier moyen estimé à 91 euros, ce modèle à la performance rapporte 2,8 milliards d’euros de chiffre d’affaires aux e-marchands.

Si l’affiliation a enregistré plus de 14% des ventes en 2011, elle enregistre également plus de 5% de programmes/campagnes actifs, et produit, pour l’ensemble de ses 6 581 annonceurs, plus de 36% de prospects et plus de 25% de visites au travers de 10 milliards d’affichage.

Efficacité reconnue des annonceurs pour les investissements à la performance avec une croissance continue des budgets alloués

Sur un marché de l’e-pub estimé à 2,5 milliards d’euros en 2011 (sur les principaux segments investis par les annonceurs) par le Syndicat des Régies Internet, l’affiliation représente 207 millions d’euros soit 8 % des dépenses publicitaires. Cependant, si l’on inclut, dans le segment affiliation, la part de performance du display, alors le CPA estime à 15% la totalité des investissements publicitaires placés en affiliation.

L’affiliation reste l’un des modèles les plus dynamiques : depuis 3 ans, il enregistre les plus forts taux de croissance des investissements publicitaires au détriment du search et du display. Ainsi en 2011 les investissements en affiliation ont augmenté de 15 %, contre 11 % pour le search ou 14% pour le display (dont 27% est investi dans le display à la performance).

La Mode et les Services, secteurs les plus dynamiques et retour de la Finance Assurance en 2011

- 21% du budget total des investissements en affiliation et 20% du nombre total des programmes sont dédiés à la Mode
- Les Services représentent 18% des budgets investis et 17% des programmes
- Les secteurs Voyages, Maison et Finance pèsent chacun 10% du budget total investi et 11% du nombre total de programmes pour Voyages et Maison. Le secteur Finance Assurance représente quant à lui 14% des programmes diffusés en affiliation.

COMMUNIQUE DE PRESSE

Le 25 janvier 2012



+ 33% pour le display à la performance

Avec une croissance de 33%, 2011 confirme l'exceptionnel développement du display à la performance. Croissance qui est notamment le fait du développement de nouveaux modes d'achat d'audience sur des places de marché automatisées (adexchanges, adnetworks à la performance).

L'email à la performance reste le 2^{ème} canal le plus utilisé avec 39 millions de commissions nettes versées, mais se voit rattrapé par les nouveaux canaux (réseaux sociaux, vidéos) et les coupons de réductions (37 millions de commissions nettes versées).

A propos du Collectif des Plateformes d'Affiliation

Le Collectif des Plateformes d'Affiliation (CPA) a été créé en 2008 à l'initiative de TradeDoublé, Commission Junction et zanox. Le Syndicat a rapidement été rejoint par les principaux acteurs du marché : affilinet, Effiliation, NetAffiliation (2009), Public-Idées (2010) et ReactivPub (2011).

Fin 2011, le Syndicat s'est ouvert aux acteurs du marché de la performance hors plateformes d'affiliation et a accueilli 12 nouveaux membres : Arthur Media Group, AtoutMail, Caloga, Elixis, Ividence, Rivieraweb RW, Plug'nPresse, TGMEDIA, Clashmedia, Wbusiness, nextdata, Eulerian Technologies.

Les principaux objectifs de ce collectif sont de promouvoir et d'analyser l'activité des plateformes d'affiliation, de défendre les intérêts et les droits collectifs et individuels de ses membres, et de préserver les règles déontologiques entre ses membres.

Présidé par Amaury Delloye, Directeur Général de ValueClick France, le Collectif des Plateformes d'Affiliation a son siège social à Paris dans les locaux de ValueClick France.

Pour de plus amples informations :

<http://www.CPA-France.org>

cleblond@cpa-france.org