



BAROMÈTRE DE L’AFFILIATION ÉDITION 2019



RÉDACTEURS DU BAROMÈTRE AFFILIATION ÉDITION 2019

Ce baromètre vous est présenté par les plateformes d'affiliation du **collège Retail du CPA**.
Tous les résultats proviennent d'une étude menée par les rédacteurs du baromètre, sur la période de septembre 2017 à août 2018 inclus.



PRÉFACE

Après le succès rencontré par la publication du 1er **baromètre de l'affiliation**, l'édition n°2 s'est imposée au CPA (Collectif Pour les Acteurs du marketing digital). Cette année, nous avons récolté et analysé les chiffres de **15 secteurs d'activités de l'e-commerce**.

Vous trouverez dans ce baromètre des **indicateurs clés, analyses** et des **témoignages** annonceurs et diffuseurs par secteur d'activité.

L'affiliation est un levier incontournable pour des milliers d'acteurs du e-commerce : annonceurs, agences, plateformes et éditeurs. Les indicateurs présentés dans ce livre sont utiles pour comprendre l'impact de l'affiliation par secteur d'activité.

LES CONTRIBUTEURS

Les premiers contributeurs du baromètre sont les plateformes d'affiliation : Awin, Effinity, Kwanko, membres du conseil d'administration, CJ Affiliate et TimeOne, adhérents au CPA. Notre métier est riche d'informations complexes et clés pour les annonceurs du e-commerce. C'est donc en collaboration que nous avons agrégé nos datas par secteur d'activité.

LES ANALYSES

Les indicateurs clés de performance sont réunis dans un document qui peut vous servir tout au long de l'année et être la référence de vos actions marketing. Retrouvez les KPIs suivants : pourcentage de commission moyenne, taux de transformation moyen, nombre d'annonceurs analysés par secteur d'activité, pourcentage de ventes en device mobile, nombre de transactions par jour, panier moyen, et apport du chiffre d'affaires par euro investi.

LES TÉMOINS

Des annonceurs et diffuseurs de 15 secteurs d'activité différents ont témoigné pour partager avec vous, leurs avis, expériences, conseils et vision de l'affiliation sur cette année écoulée et pour l'avenir.

Quel que soit votre secteur de prédilection et votre business model, nous espérons que ce baromètre vous apportera la lumière nécessaire pour optimiser votre diffusion, vos indicateurs clés de performance, vos emplacements publicitaires, votre contenu et vos stratégies d'affiliation pour 2019 et les années qui suivront.



Faride AMGHAR,

Directeur France chez Kwanko et Président 2018 du collège Retail du CPA



SOMMAIRE

■ B to B : informatique, CHR, fournitures, ...	6 - 7
■ Beauté, Hygiène, Santé	8 - 9
■ Chaussures, Sacs et Accessoires : maroquinerie, ...	10 - 11
■ Drive, Alimentation	12 - 13
■ Électroménager	14 - 15
■ Équipements Sportifs : matériels et habillement TOUT sport	16 - 17
■ Fleurs, Cadeaux	18 - 19
■ High-tech	20 - 21
■ Jeux, Jouets	22 - 23
■ Maison, Jardin : ameublement, décoration, bricolage	24 - 25
■ Pneus, Auto, Moto : pièces détachées, ...	26 - 27
■ Prêt-à-porter	28 - 29
■ Produits Culturels et Loisirs : presse, loisirs créatifs, billetterie, instruments de musique, ...	30 - 31
■ Télécom : FAI, téléphonie, VOD	32 - 33
■ Voyage : location, transporteur, ...	34 - 35

8,2%
commission moyenne
(% / vente)



1,34%
taux transfo
moyen



221
annonceurs
analysés



CHIFFRES B TO B



208€
de panier
moyen



4%
de ventes
via le device
mobile



1€ investi rapporte
12€ de chiffre
d'affaires



Hung Quan NGUYEN

Traffic Manager

<https://www.inmac-wstore.com>



Hervé NOVARESE

Directeur de clientèle

<http://www.sls-data.com>

Annonceur

“Nous utilisons le canal affiliation depuis 2009. Nous avons pour objectif de générer de nouveaux clients, et développer notre visibilité et présence auprès de clients B to B. Nous travaillons avec **Effinity** pour qu'ils gèrent le recrutement de nouveaux affiliés spécialisés dans le secteur IT (technologies de l'information) pour les professionnels.”

Éditeur

“Ces derniers mois nous ont permis de se mettre aux normes RGPD en B2C, ce qui bénéficie également à la sécurisation et à la fluidité de notre offre dans le domaine du B2B. Je recommande aux clients qui travaillent avec nous de mettre en place autant que possible des déduplications avec leur base de données et entre les affiliés, de proposer des kits mails, des offres et des wordings différents le plus régulièrement possible.”

Ce qu'il faut retenir

Les acteurs du B2B sont moins présents en affiliation comparé aux acteurs du B to C. Pourtant, le canal affiliation est apporteur d'affaires et le réseau de publishers ne cessent de se développer. Nous vous conseillons d'adapter la structure de votre site, de votre tunnel de conversion et de votre expérience utilisateur si votre taux de transformation est inférieur à celui relevé lors de cette étude : 1,34%.

4,9%
commission moyenne
(% / vente)



1,14%
taux transfo
moyen



358
annonceurs
analysés



CHIFFRES BEAUTÉ, HYGIÈNE, SANTÉ



79€
de panier
moyen



1€ investi rapporte
20€ de chiffre
d'affaires



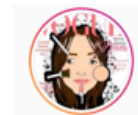
8%
de ventes
via le device
mobile



Marie-Laure BERAUDO

Manager Acquisition E-Commerce

<https://www.fleurancenature.fr>



Nessma

Influenceuse

https://www.instagram.com/nessma_____

“Notre programme d'affiliation chez **TimeOne** participe activement à la croissance de notre visibilité et à l'acquisition de nouveaux clients. La force de l'affiliation VS les autres leviers, c'est le réseau de sites de toutes tailles : bases de données, blogs, couponers... disponibles sur la même plateforme. La possibilité d'animer un réseau, une communauté, de proposer des mécaniques différenciantes sont des atouts majeurs qu'il faut conserver sur les années à venir.”

Annonceur

“J'ai une communauté qui a confiance en moi, je me dois de partager les offres les plus pertinentes en termes de prix et qualité. Je n'hésite pas à montrer la satisfaction de mes abonnés en partageant leurs témoignages. En plus de nous permettre d'avoir une rémunération, l'affiliation nous permet d'être informée des offres à venir. Les Account Manager nous aident au quotidien.”

Éditeur

Ce qu'il faut retenir

Le secteur de la Beauté, Santé et Hygiène poursuit sa progression sur le web avec de nombreux nouveaux e-marchands entrants dans nos analyses : +25%. A noter, que le panier moyen a augmenté de 5€ vs la période précédente avec un investissement plus faible ! En effet, les e-marchands ont gagnés +2 points de chiffre d'affaires par euro investi.

5,5%
commission moyenne
(% / vente)

46
annonceurs
analysés



0,16%
taux transfo
moyen



CHIFFRES CHAUSSURES, SACS ET ACCESSOIRES



72€
de panier
moyen



1€ investi rapporte
18€ de chiffre
d'affaires



1%
de ventes
via le device
mobile

TÉMOIGNAGES & ANALYSE CHAUSSURES, SACS ET ACCESSOIRES

Baromètre de
L'Affiliation 2018

minelli
PARIS

Carole DROITCOURT

Responsable acquisition
digitale

<https://www.minelli.fr>

ANDRÉ

Marine CASANOVA

Traffic Manager
<https://www.andre.fr>

CHAUSPORT

Marie COUTE

Traffic Manager
<https://www.chausport.com>

“Notre programme d'affiliation est ouvert chez **Kwanko** depuis 2013. Notre principal objectif jusqu'ici était le développement de notre business : trafic, nombre de ventes et de chiffre d'affaires. Un deuxième grand objectif est depuis peu confié à notre plateforme : le branding de notre marque Minelli. Nous bénéficions d'un très bon service pour atteindre ces objectifs et répondre à nos besoins.”

Annonceur

“Depuis le lancement du site e-commerce, en 2015, nous travaillons en affiliation avec **Kwanko**. Notre objectif n°1 est de développer notre chiffre d'affaires avec un coût d'acquisition raisonnable. Nous sommes attentifs à la rentabilité de chaque affilié ainsi nous adaptons leurs rémunérations en fonction de leurs performances. Notre Account Manager nous accompagne dans l'atteinte de nos objectifs fixés chaque début de mois.”

Annonceur

“Notre programme d'affiliation a pour objectifs de développer notre chiffre d'affaires et d'acquérir de nouveaux clients tout en étant rentable. Cette collaboration permet de rassembler l'ensemble des sites affiliés sur une même interface pour une gestion centralisée et simplifiée. **Effinity** nous apporte une veille constante du marché pour développer notre programme et accroître la notoriété de notre enseigne.”

Annonceur

Ce qu'il faut retenir

Nouveauté 2019 ! Le collège Retail a décidé de faire un focus sur le secteur d'activité Chaussures, Sacs et Accessoires. En effet, nous pensons que les e-commerçants de ce secteur ont des données différentes de celles du Prêt-à-porter. Exemple à travers cet indicateur clé : le panier moyen est de 72€ vs 66€ en Prêt-à-porter...

2,2%
commission moyenne
(% / vente)

185
annonceurs
analysés



1,96%
taux transfo
moyen



CHIFFRES DRIVE, ALIMENTATION



97€
de panier
moyen



8%
de ventes
via le device
mobile



1€ investi rapporte

46€ de chiffre
d'affaires

TÉMOIGNAGES & ANALYSE DRIVE, ALIMENTATION

Baromètre de
L'Affiliation 2018

Casino drive .fr

MesCoursesCasino.fr

Annabelle PERENON

Direction Digitale

<https://www.casinodrive.fr>

<https://www.mescoursescasino.fr>

twil
Le vin #directproducteur

Hélène HURAND

Responsable Marketing

www.twil.fr

lebondrive.fr
Comparer Economiser

Guillaume LEYDIER

Co-fondateur

<https://lebondrive.fr>

Annonceur

“Nos programmes d'affiliation sont ouverts depuis 2014 pour répondre principalement à nos besoins de recrutement de nouveaux clients.

Notre plateforme **Effinity** met en avant nos offres auprès des éditeurs du réseau, recrute de nouveaux éditeurs permettant d'atteindre notre objectif, analyse et nous reporte régulièrement nos résultats.”

Annonceur

“Nous travaillons en affiliation depuis 2 ans. Nos principales problématiques étaient, et sont toujours, la génération de nouveaux clients issus d'une niche d'amateurs et de consommateurs de vin. Pour développer notre business de startup, dans un cadre le plus ROIste possible, **TimeOne** nous accompagne, nous conseille. De plus, l'équipe nous oriente en fonction de nos besoins vers les Business Unit les plus adaptées. Et nous espérons aller encore plus loin à l'avenir.”

Éditeur

“Nous consacrons notre énergie à créer beaucoup de valeur en amont de l'annonceur. Pour nous, cela se traduit par des services uniques et innovants qui transforment l'expérience d'achat des courses en ligne et offrent un trafic très qualifié aux annonceurs.

Le canal de l'affiliation est excellent sur ce secteur puisque la rentabilité du modèle est largement soutenue par les paniers moyens qui sont élevés et la récurrence d'achat.”

Ce qu'il faut retenir

Beaucoup d'indicateurs ont évolué en une année sur le secteur de l'Alimentation, Drive compris. En effet, le taux de transformation moyen est en hausse de 38%, un euro investi est équivalent à 46€ de chiffre d'affaires rapporté vs 34€ en N-1 et le panier moyen est en hausse de 29€. Constatez-vous des résultats équivalents ? Avis aux affiliés, relayez les annonceurs Drive et Alimentation !

3,4%

commission moyenne
(% / vente)

1,26%

taux transfo
moyen

27

annonceurs
analysés



CHIFFRES ÉLECTROMÉNAGER



142€

de panier
moyen



1€ investi rapporte

30€ de chiffre
d'affaires



11%

de ventes
via le device
mobile

TÉMOIGNAGES & ANALYSE ÉLECTROMÉNAGER

Baromètre de
L'Affiliation 2018



Alessandra SORBELLO

Responsable Affiliation et Partenariats

Jean CAMPAN

Responsable Acquisition Online

<https://www.darty.com>



Cédric FREMENTEAU

Web Analyste

<https://www.pixmania.fr>



Ella LABIOD

Account Executive

<https://www.savoo.fr>

“Le programme d'affiliation Darty est porté par la performance ! Notre objectif est de générer de nouveaux clients mais aussi de développer notre business. Cela repose sur une dynamique commerciale forte et la mise en place constante de nouveaux partenariats, toujours dans une logique de test & learn. Awin nous permet de faire rayonner la marque Darty auprès d'un réseau d'affiliés très dense.”

Annonceur

“Notre priorité est de développer le business dans une logique ROIste, en gardant un coût d'acquisition ajusté. Grâce à TimeOne, nous avons accès à de nombreux éditeurs auprès desquels communiquer nos deals produits, tout en facilitant les choses d'un point de vue opérationnel. A l'avenir, c'est un levier qui doit permettre de varier notre mix acquisition, d'accroître nos ventes, tout en préservant un bon niveau de rentabilité.”

Annonceur

“Nous préparons les Soldes d'hiver 2019 avec pour objectifs de développer le content, ainsi que les réseaux sociaux. Le principal frein pour relayer un programme est le pourcentage de rémunération parfois très bas. Ce que nous attendons des clients et des plateformes d'affiliation sont la mise en place de plans de mises en avant sur le long terme, la possibilité d'obtenir des codes exclusifs, du PPC (Pay-Per-Click) exclusif ou partagé, et des frais fixes.”

Éditeur

Ce qu'il faut retenir

L'Électroménager est un secteur porté par la tendance actuelle du cuisiner soi-même, posséder des appareils à faible consommation, etc. Les français accordent 12€ de plus en moyenne par achat vs N-1. Les acteurs du marché proposent des rémunérations légèrement plus élevées avec une progression de 13% du pourcentage concédé par vente.

7,2%
commission moyenne
(% / vente)

150
annonceurs
analysés



0,52%
taux transfo
moyen



CHIFFRES ÉQUIPEMENTS SPORTIFS



58€
de panier
moyen



1€ investi rapporte

14€ de chiffre
d'affaires



4%
de ventes
via le device
mobile

withings

Lucie BALSOLLIER

Partnership Manager

<https://www.withings.com/fr/fr/>

Radins.com

Serge BITEGHE

Business Developer

<https://www.radins.com>

“L’affiliation est aujourd’hui un levier essentiel de notre stratégie digitale, qui nous apporte un trafic supplémentaire qualifié et qui nous permet de travailler avec de nouveaux éditeurs que nous n’aurions pas approché sans CJ. L’accompagnement est important et régulier, de manière simple et efficace. Nous sommes satisfaits de cette aide et développement, avec des ventes qui augmentent chaque mois.”

Annonceur

“Le trafic, la notoriété de la marque et du site, le panier moyen, le taux de commission et le taux d’annulation moyen sont les principaux critères pour nous assurer un taux de conversion potentiel intéressant. Nous attendons de nos partenaires un plan d’animation commercial dense et anticipé, avec des offres flexibles et une équipe d’account manager réactifs. L’équipe de Radins et moi-même sommes toujours ouvert à tester des nouveautés.”

Éditeur

Ce qu’il faut retenir

Le Sport a le vent en poupe de par l’enjeu majeur de santé publique qu’il représente. Les éditeurs sont prisés car sont en majorité des influenceurs avec des communautés acheteuses. Cela se reflète par le pourcentage de commission moyenne qui est passé de 4 à 7,2% en une année. Avis aux éditeurs, les annonceurs de ce secteur sont dans le Top 3 des rémunérations les plus hautes !

6,4%

commission moyenne
(% / vente)

168

annonceurs
analysés



1,07%

taux transfo
moyen



CHIFFRES FLEURS, CADEAUX



82€
de panier
moyen



1€ investi rapporte

16€ de chiffre
d'affaires



11%
de ventes
via le device
mobile

TÉMOIGNAGES & ANALYSE FLEURS, CADEAUX

Baromètre de
L'Affiliation 2018



Claire DECOMBE

Responsable Acquisition

<https://www.interflora.fr>



Aurore PANTINI

Chargée Marketing Offre et Services

<https://www.florajet.com>

“Chez Interflora, le programme d'affiliation existe depuis près de 10 ans. Il a pour objectif de faire croître les ventes sur desktop et mobile et d'acquérir de nouveaux clients, tout en étant un levier rentable. Nous sommes très satisfaits du niveau de service fourni par **TimeOne** car nous sommes accompagnés par une équipe experte sur les différentes problématiques liées au marketing à la performance.”

Annonceur

“Nous travaillons le levier affiliation depuis 14 ans. Anciennement, nous collaborions avec diverses plateformes d'affiliation, environ 5. Depuis quelques temps, nous avons décidé de réduire le nombre de partenaires et de nous concentrer seulement sur 2 plateformes : **Kwanko** et **Effinity**. Les objectifs que nous leur avons fixés sont l'acquisition de trafic et la génération de ventes incrémentales tout en préservant un CPA identique.”

Annonceur

Ce qu'il faut retenir

Nouveauté 2019 ! Le collège Retail du CPA vous propose une nouvelle rubrique dédiée aux annonceurs Fleurs & Cadeaux. Les analyses portent sur pas moins de 168 annonceurs du secteur. Le plaisir d'offrir et la joie de recevoir font certainement partie des devises préférées des français, car le panier moyen est de 82€.

2,6%
commission moyenne
(% / vente)

146
annonceurs
analysés



1,34%
taux transfo
moyen



CHIFFRES HIGH-TECH



139€
de panier
moyen



1€ investi rapporte

39€ de chiffre
d'affaires



4%
de ventes
via le device
mobile



Réda OUAHBI

Responsable Affiliation & Partenariats
- Direction client 3.0
<https://www.boulanger.com>

Annonceur

“Depuis 2014, notre programme d'affiliation répond au fait de pouvoir centraliser l'intégralité de nos partenaires dans une seule interface. Le recrutement de nouveaux clients est un KPI que nous suivons avec attention ainsi que la croissance de notre CA. **Effinity** nous accompagne dans l'atteinte de ces objectifs, et propose un service flexible, qui nous permet notamment de mettre en place des évolutions techniques sur mesure.”



Florent ALZIEU

DGA
<https://www.lesnumeriques.com>

Éditeur

“Nos conseils pour les annonceurs ? Besoin de transparence sur les ventes réalisées suite à l'envoi de nos lecteurs en e-boutiques. Les annulations d'attribution de commissions ont un effet toujours très décevant. N'oubliez pas de les justifier ! Les règles de rémunération alambiquées, simplifiez-vous ! D'un point de vue technique, la présence d'EAN (European Article Numbering, ou, code-barres européen) ainsi que de frais de ports sont des éléments indispensables à avoir dans les flux.”

Ce qu'il faut retenir

C'est le secteur qui rapporte le plus de chiffre d'affaires de tous les secteurs analysés dans ce baromètre. La plupart des indicateurs sont en hausse : +5€ par panier moyen, +9€ de chiffre d'affaires par euro investi et un taux de transformation qui croît de 61% entre les deux périodes.

6%
commission moyenne
(% / vente)



0,96%
taux transfo
moyen



143
annonceurs
analysés



CHIFFRES JEUX, JOUETS



57€
de panier
moyen



8%
de ventes
via le device
mobile



1€ investi rapporte
17€ de chiffre
d'affaires

TÉMOIGNAGES & ANALYSE JEUX, JOUETS

Baromètre de
L'Affiliation 2018



Victor HUGUET

Trafic et Content Manager junior

<https://www.picwic.com>



Xavier NATALI

Fondateur

<https://www.coleka.com>

Annonceur

“Depuis 2015, Picwic a amorcé sa transformation, l'objectif étant de passer d'enseigne à marque en remettant l'enfant au cœur du concept. L'affiliation a pour objectif de nous générer de nouveaux clients. **Effinity** nous accompagne de manière très professionnelle et pédagogique sur la mise en place de notre stratégie d'acquisition. De plus, nous attendons de l'affiliation qu'il devienne un levier incontournable dans notre stratégie multicanale !”

Éditeur

“A une époque où les internautes ont pris l'habitude du tout gratuit, il est devenu délicat de trouver des modèles économiques viables et durables dans le temps. Une chose ne change pas, les internautes sont des consommateurs quoi qu'il arrive ! L'affiliation constitue un complément de revenus et une source de solution “shopping” pour les utilisateurs. Nous travaillons avec des annonceurs fiables et en lien avec les attentes des collectionneurs.”

Ce qu'il faut retenir

Secteur incontournable de fin d'année, les jeux éducatifs, made in France, avec des matériaux plus naturels sont la grande tendance de ces dernières années. Quels sont les indicateurs clés ? +28€ par panier moyen et +9€ de chiffre d'affaires rapporté par euro investi vs la période précédente. La commission des éditeurs est en hausse passant de 4 à 6%/vente en moyenne.

5,8%
commission moyenne
(% / vente)

324
annonceurs
analysés



0,61%
taux transfo
moyen



CHIFFRES MAISON, JARDIN



152€
de panier
moyen



1€ investi rapporte

17€ de chiffre
d'affaires



8%
de ventes
via le device
mobile

TÉMOIGNAGES & ANALYSE MAISON, JARDIN

Baromètre de
L'Affiliation 2018



Floriane FLECHE

Chef de projet web marketing &
Traffic management
<http://www.gammvert.fr>



Pauline NAESSENS

Country Marketeer FR
<https://www.vidaxl.fr>



Ronan PETILLON

Fondateur
<https://www.homelistry.com>

“En tant que levier d'acquisition, nous utilisons l'affiliation via **Effinity** pour générer de nouveaux clients qualifiés et des ventes incrémentales. Ce canal contribue au développement de notre business, tout en répondant à nos objectifs de rentabilité. Au vu des résultats que nous avons depuis que nous travaillons avec notre agence d'affiliation, nous sommes confiants quant à la réalisation de nos objectifs et à la croissance de ce levier.”

Annonceur

“Notre programme d'affiliation existe depuis plus de 6 ans et nous aide notamment dans l'acquisition de nouveaux clients. Grâce au large réseau, nous avons la possibilité de nous connecter à des éditeurs variés et ainsi booster les ventes dans toutes nos catégories. Nous sommes heureux du service fourni par **TimeOne** et grâce à leur expertise nous atteignons nos objectifs de croissance.”

Annonceur

“La communication tripartite est très importante. Des échanges réguliers permettent de développer des partenariats gagnants sur le long terme. Avant de diffuser un programme, il est important d'avoir les bonnes informations et de comprendre les objectifs de l'annonceur. Un exemple ? Proposer du contenu saisonnier pour mettre en avant les actualités et offres de l'annonceur sur des moments clés (Soldes, sortie des nouvelles Co., période de Noël,...).”

Éditeur

Ce qu'il faut retenir

Ce secteur est porteur depuis quelques années. En effet, les français accordent un budget plus important à la déco, l'ameublement de leur logement, et le jardinage, en témoigne la hausse du panier moyen entre 2017 et 2018 : +57€. De son côté, le taux de transformation moyen augmente du double. La preuve que les nombreuses bonnes pratiques, telles qu'améliorer la rapidité de son site ou encore proposer la comparaison de produits, sont appliquées dans ce secteur d'activité.

6%
commission moyenne
(% / vente)



0,43%
taux transfo
moyen



167
annonceurs
analysés



CHIFFRES PNEUS, AUTO, MOTO



90€
de panier
moyen



8%
de ventes
via le device
mobile



1€ investi rapporte

17€ de chiffre
d'affaires

TÉMOIGNAGES & ANALYSE PNEUS, AUTO, MOTO

Baromètre de
L'Affiliation 2018



Agathe WAMBERGUE

Traffic Manager

<https://www.motoblouz.com>



Guillaume PROSTAK

Traffic Manager Norauto

International

<https://www.norauto.fr>



Nicolas VOISIN

Assistant projets web

<http://www.rezulteo.com>

Annonceur

“Nous assurons le développement de notre CA grâce à notre programme d'affiliation : acquisition de nouveaux clients via des partenariats ciblés, réactivation anciens clients et nouveaux visiteurs. Le suivi professionnel, régulier et les propositions stratégiques pertinentes de **Kwanko** nous permettent d'atteindre nos objectifs. Notre projet à venir est de travailler sur de nouveaux formats de diffusion et leviers publicitaires.”

Annonceur

“Nos objectifs sont d'accroître le nombre de nos ventes et de développer notre CA tout en cherchant à réduire notre dépendance à Google. **Effinity** a une bonne compréhension de nos besoins et de nos enjeux. Ils nous conseillent sur la marche à suivre pour atteindre nos objectifs grâce à leur expérience et leur expertise sur des sujets complexes que nous ne maîtrisons pas toujours en interne.”

Éditeur

“Le 1er critère de choix d'un programme ? Le cœur de business de l'annonceur, pneu et automobile. Le 2nd critère ? La rémunération. Mes principaux conseils aux annonceurs sont d'animer leur programme, de proposer de nouveaux visuels régulièrement, d'indiquer la durée des offres, etc. Aussi, je leur conseillerais de nous faire part de leur calendrier prévisionnel d'actions commerciales pour nous permettre de planifier la diffusion de leurs offres.”

Ce qu'il faut retenir

Toujours aussi concurrentiel, le secteur Auto/Moto/Pneus/Pièces détachées enregistre une belle hausse de son chiffre d'affaires moyen par euro investi avec 15 euros supplémentaires. Le taux de transformation moyen augmente de 16% entre les deux périodes analysées, peut-être dû à la hausse de la commission moyenne des éditeurs passant de 3 à 6%/vente !

5%
commission moyenne
(% / vente)

610
annonceurs
analysés

1,11%
taux transfo
moyen

CHIFFRES PRÊT-À-PORTER

66€
de panier
moyen

11%
de ventes
via le device
mobile

1€ investi rapporte
20€ de chiffre
d'affaires

TÉMOIGNAGES & ANALYSE PRÊT-À-PORTER

Baromètre de
L'Affiliation 2018

The Kooples

Philippine JUNGMANN

Coordinatrice e-Marketing
<https://www.thekooples.com>



Sandra PAQUIGNON

EMEA Affiliate Manager
<https://www.quiksilver.fr>



Laëtitia DUFAY

Responsable Affiliation &
Partenariats
<https://www.capitalkoala.com>

"Effinity nous accompagne dans notre stratégie de développement de la marque. Les divers sites affiliés, principalement les comparateurs, nous permettent de relayer nos opérations commerciales auprès d'une cible plus large et stratégique tout en s'alignant à nos besoins et objectifs. Les équipes d'Effinity nous proposent régulièrement de nouvelles opportunités pour étoffer notre portefeuille d'affiliés et améliorer nos performances eMarketing."

Annonceur

"Nous travaillons avec **Kwanko** depuis 2010 dans le but d'acquérir de nouveaux clients et d'augmenter le taux de conversion des clients existants. Nous comptons aussi sur le canal affiliation pour répondre à notre sujet du moment : sites affinitaires et influenceurs.

Nous bénéficions d'un accompagnement personnalisé dans la gestion de notre programme : gestion des éditeurs, mise en ligne de nos offres co., reporting, analyses des résultats, etc."

Annonceur

"Nos actualités du moment sont le lancement de notre offre Koala Offline, de notre application mobile et la refonte de notre site. Nous souhaitons accéder à des rémunérations attractives afin de fidéliser les membres et augmenter leur panier moyen, rencontrer les annonceurs via les plateformes d'affiliation afin de discuter des opportunités de développement tous ensemble."

Éditeur

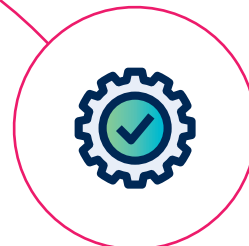
Ce qu'il faut retenir

Le secteur du Prêt-à-porter subit des variations de performance ces dernières années à cause de saisons moins marquées, de la multiplication des opérations commerciales qui entraînent les consommateurs à attendre les promotions avant d'acheter, etc. Il n'empêche que des données positives sont relevées : hausse du taux de transfo (+0,65 point), et un panier moyen en légère hausse de 2€.

5,9%
commission moyenne
(% / vente)

207
annonceurs
analysés

0,88%
taux transfo
moyen



CHIFFRES PRODUITS CULTURELS ET LOISIRS



93€
de panier
moyen



9%
de ventes
via le device
mobile



1€ investi rapporte

17€ de chiffre
d'affaires

TÉMOIGNAGES & ANALYSE PRODUITS CULTURELS ET LOISIRS

Baromètre de
L'Affiliation 2018



Olivier PACAUD

Responsable Acquisition de trafic
et performance

<https://www.fnacspectacles.com/>

Annonceur

“Nous avons la chance de promouvoir des produits à fort potentiel affinitaire avec une large variété de thématiques éditoriales. À ce titre, l’affiliation est un formidable moyen d’associer notre marque à des sites et app qui ont su développer une vraie préférence auprès de leur audience. L’objectif principal de notre programme d’affiliation, géré par **Awin**, est de développer nos ventes, en adressant ces audiences complémentaires aux nôtres.”

Ticketac.com

Ariane GALLICE

Directrice Marketing

<https://www.ticketac.com>

Annonceur

“L’affiliation avec **TimeOne** est au cœur de notre stratégie digitale. Nous privilégions avant tout un réseau très affinitaire en ligne avec notre stratégie de contenu. L’objectif pour les années à venir est d’étendre notre réseau d’affiliés tout en augmentant le revenu de nos tops affiliés en les poussant à optimiser l’efficacité de leur diffusion via des mises en avant plus optimisées : personnalisation des publicités, outils adaptés, etc.”

Ce qu’il faut retenir

Comment se comporte le marché de l’affiliation pour les produits Culturels et de Loisirs ? Il semble en hausse lorsque nous observons le panier moyen augmenter de 18€ et le taux de transformation de 38%. La commission moyenne pour les éditeurs passe de 5 à 6% entre les deux périodes analysées.

15,4%
commission moyenne
(% / vente)

62
annonceurs
analysés

1,22%
taux transfo
moyen



CHIFFRES TÉLÉCOM



83€
de panier
moyen



10%
de ventes
via le device
mobile



1€ investi rapporte

7€ de chiffre
d'affaires



Mariam CESBRON

Responsable Affiliation & Emailing

<https://www.sfr.fr>



Stéphane DESCHAMPS

Fondateur

<https://www.LesMobiles.com>

Annonceur

“Nous avons ouvert notre programme d'affiliation en 2013 afin de générer des nouveaux clients et développer notre business en ligne. Le niveau de service fourni par **Awin** est irréprochable. Les objectifs que nous leur assignons sont d'aller chercher plus de ventes et nous accompagner sur les évolutions et nouvelles tendances digitales.”

Éditeur

“Nous sommes toujours à la recherche de partenariats win/win dans l'univers lié aux smartphones. Le plus gros frein concerne la qualité des flux produits qui doivent être bien optimisés et actualisés. Les annonceurs ont souvent tendance à modifier la structure de leur flux sans nous prévenir en amont, ce qui engendre souvent des soucis techniques. Les échanges et retours d'expérience sont nécessaires afin d'améliorer les partenariats et générer toujours plus de CA.”

Ce qu'il faut retenir

Nouveauté 2019 ! Nous avons pris le parti d'isoler le secteur des télécoms (FAI, téléphonie, VOD, etc) dans une rubrique distincte. Ce secteur propose les commissions éditeurs les plus élevées. Le panier moyen est de 83€, pourtant le niveau de rentabilité est le plus faible de tous les secteurs confondus. En plein essor, le marché des abonnements subit une concurrence féroce.

4,1%
commission moyenne
(% / vente)



0,62%
taux transfo
moyen



321
annonceurs
analysés



CHIFFRES VOYAGE



217€
de panier
moyen



4%
de ventes
via le device
mobile



1€ investi rapporte
24€ de chiffre
d'affaires

TÉMOIGNAGES & ANALYSE VOYAGE

Baromètre de
L'Affiliation 2018



Alexandre SIAHOU

Responsable Digital Marketing
<https://www.thalasseo.com>

AIRFRANCE

**Sabine LEGROS &
Nadège NARDOT**

Media Planners
<https://www.airfrance.fr>



Loris KEPENEGHIAN

Directeur de Clientèle
<http://www.plebicom.com>

Annonceur

“Depuis près de dix ans, notre programme d'affiliation est un levier essentiel de notre stratégie digitale. Il nous permet de générer du trafic qualifié sur notre site et de vendre des séjours bien-être avec un ROI très satisfaisant. Grâce à l'accompagnement et l'expertise de notre plateforme d'affiliation **CJ Affiliate**, nous développons chaque jour de nouveaux partenariats avec des éditeurs de tous types sur le marché français.”

Annonceur

“L'affiliation est un levier sur lequel nous investissons car il nous permet d'accéder à des partenaires performants sur l'ensemble du parcours d'achat d'un billet d'avion. Avec l'organisation optimisée de **CJ Affiliate**, l'affiliation nous permet de développer notre activité en France comme à l'international. L'affiliation demeure l'un des leviers les plus ROIste.”

Éditeur

“L'année 2019 sera riche en nouveautés pour Plebicom : lancement de la nouvelle appli, de Yers et Sofinco. Nous attendons des annonceurs qu'ils soient plus réactifs dans le traitement des ventes. En effet, les marchands qui proposent des visuels variés, de façon régulières et qui traitent leurs ventes rapidement remplissent toutes les conditions nécessaires pour obtenir des recommandations et commentaires positifs de nos membres !”

Ce qu'il faut retenir

Le secteur du Voyage regroupe de nombreux acteurs : location, hôtellerie, transport, agences, tours operator, etc. Nous avons agrégé les résultats d'affiliation de plus de 300 de ces acteurs. La concurrence est très marquée sur les marchés du Voyage avec un taux de transformation de moins d'1% en moyenne. Cela dit, le panier moyen est en hausse de 25€ comparé à la période d'analyse précédente.



A PROPOS DU CPA :

Créé en 2008, le CPA (Collectif pour les Acteurs du Marketing Digital) est le syndicat professionnel des acteurs du marketing digital à la performance, secteur d'activité constituant le socle de toute stratégie d'acquisition digitale.

Le CPA représente des Editeurs et Prestataires experts, offrant des solutions indépendantes et sur mesure aux décideurs du marketing digital (annonceurs et e-marchands) afin de soutenir leur développement.

Par son action (Livres blancs, Chartes de qualité, Recommandations, Evènements & Networking), le CPA répond à quatre objectifs principaux :

- Réguler un marché foisonnant et en mutation permanente,
- Informer sur les meilleures pratiques de l'acquisition digitale,
- Assurer leur mise en oeuvre dans l'application du cadre légal,
- Représenter les droits et intérêts de ses membres.

Face à la multiplication des modèles d'acquisition et aux parcours utilisateurs toujours plus complexes, les membres du CPA s'engagent à mettre leur **expertise**, leur **compréhension du secteur** et leur **esprit d'innovation** au service de leurs clients.

Le CPA fédère les principaux acteurs du marché du marketing digital qui représente **10 000 emplois** et un chiffre d'affaires de **600 millions d'euros**.

Conseil d'Administration du CPA



Adhérents

