

Collectif des
Plateformes
d'Affiliation



Tweet This!

#CPA_Affiliation

Baromètre de l'affiliation

1^{er} semestre 2011

Tendances et chiffres clés



COLLECTIF DES
PLATEFORMES
D'AFFILIATION



COLLECTIF DES
PLATEFORMES
D'AFFILIATION

Qui sommes-nous ?

Le CPA regroupe les 8 principaux acteurs du marché :



Représentant + de 95% du marché de l'affiliation en France

Notre rôle

- **Promouvoir et analyser l'activité de plateforme d'affiliation**
- **Promouvoir la communication et l'échange d'informations**
- **Promouvoir l'affiliation comme un vecteur de développement du e-commerce et des activités en ligne**
- **Elaborer des règles communes**

Méthodologie

Collecte de données quantitatives
transmises par les adhérents du CPA
sous contrôle d'huissier

Sources d'information
complémentaires à travers divers
études et chiffres publiés par les
organisations interprofessionnelles
(notamment FEVAD et SRI)

Consolidation et analyse des données réalisées
par le CPA



.....

- Résultats
- Investissements publicitaires en affiliation
- Affiliation et e-commerce

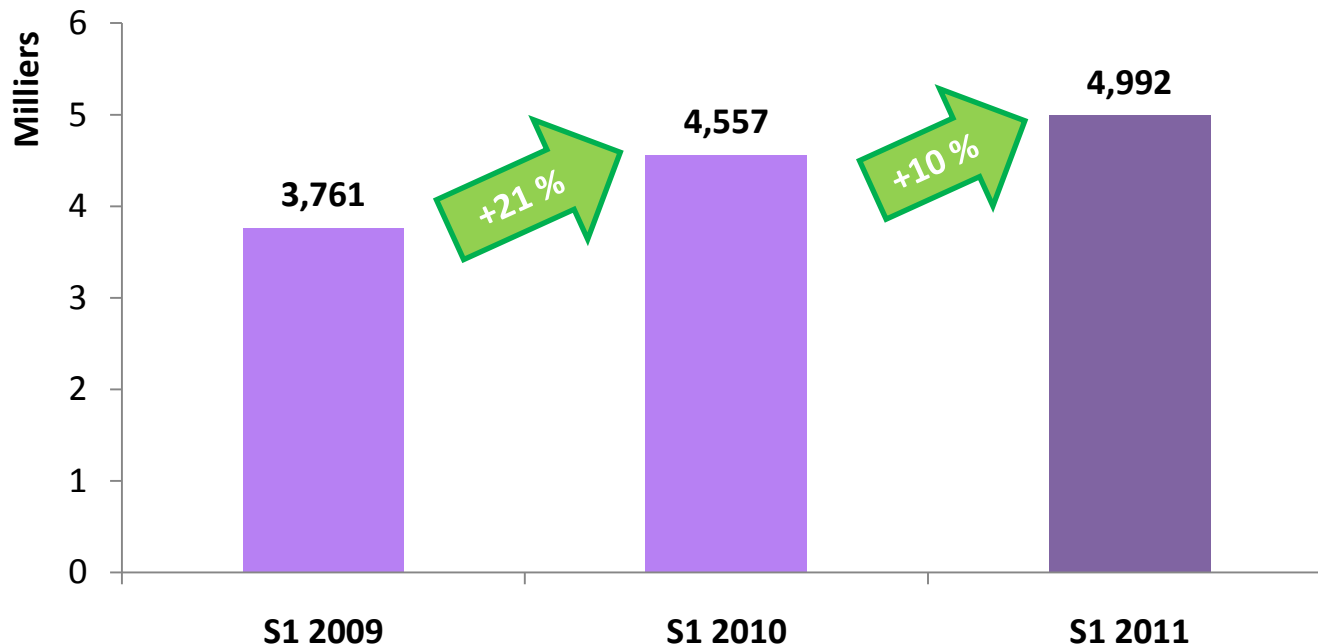
Evolution par canaux de diffusion

Résultats 1/4- Nombre de programmes

■ + 10% de programmes/campagnes actifs :

Poursuite de la tendance 2010 avec une consolidation du nombre d'annonceurs sur les plateformes membres du CPA -

Milliers de campagnes/programmes actifs enregistrés

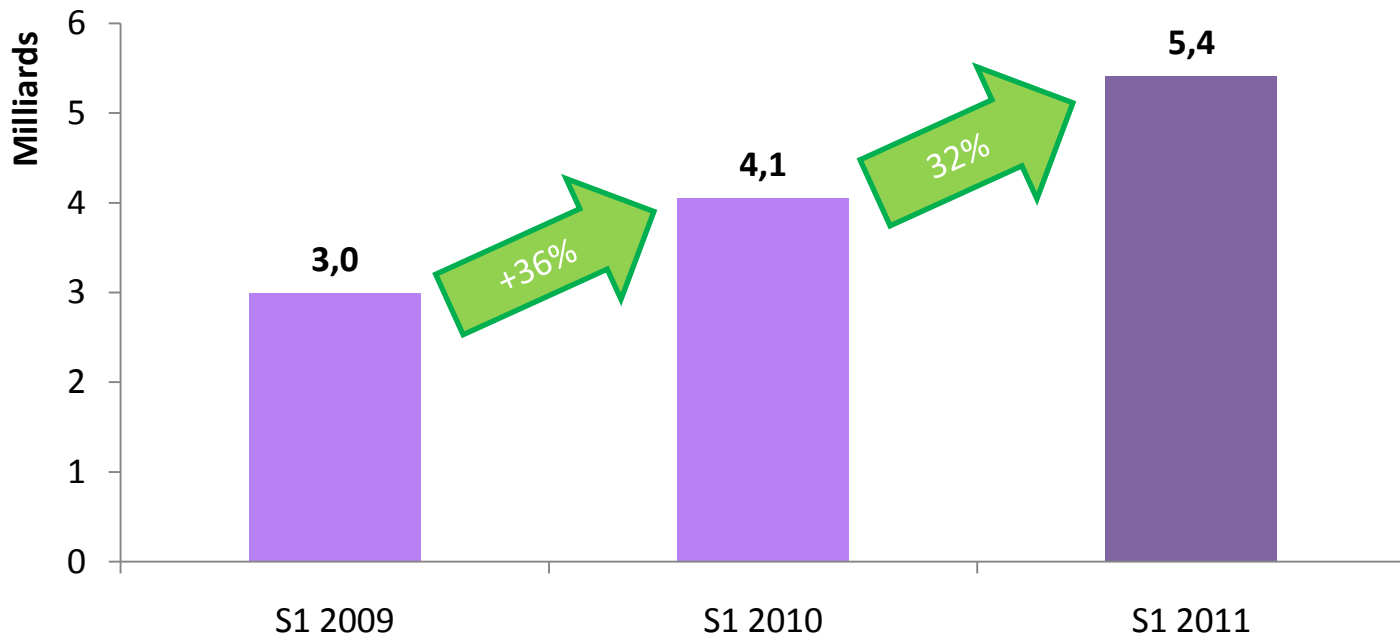


Résultats 2/4 - Nombre de visites

■ + 32% de visites générées :

- *Augmentation du nombre d'internautes*
- *Augmentation du volume d'inventaires avec le développement du display à la performance et des réseaux sociaux*

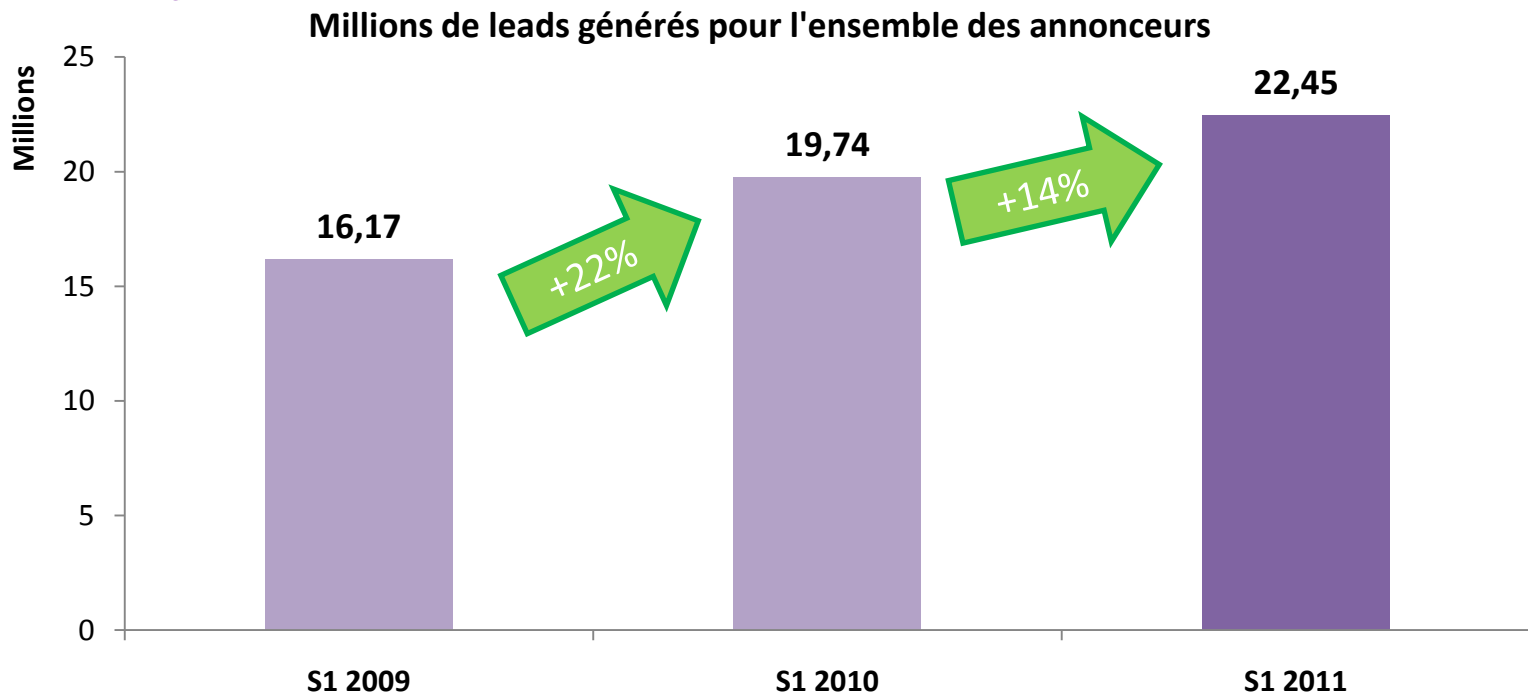
Milliards de clics générés pour l'ensemble des annonceurs



Résultats 3/4- Nombre de prospects

■ +14% de prospects

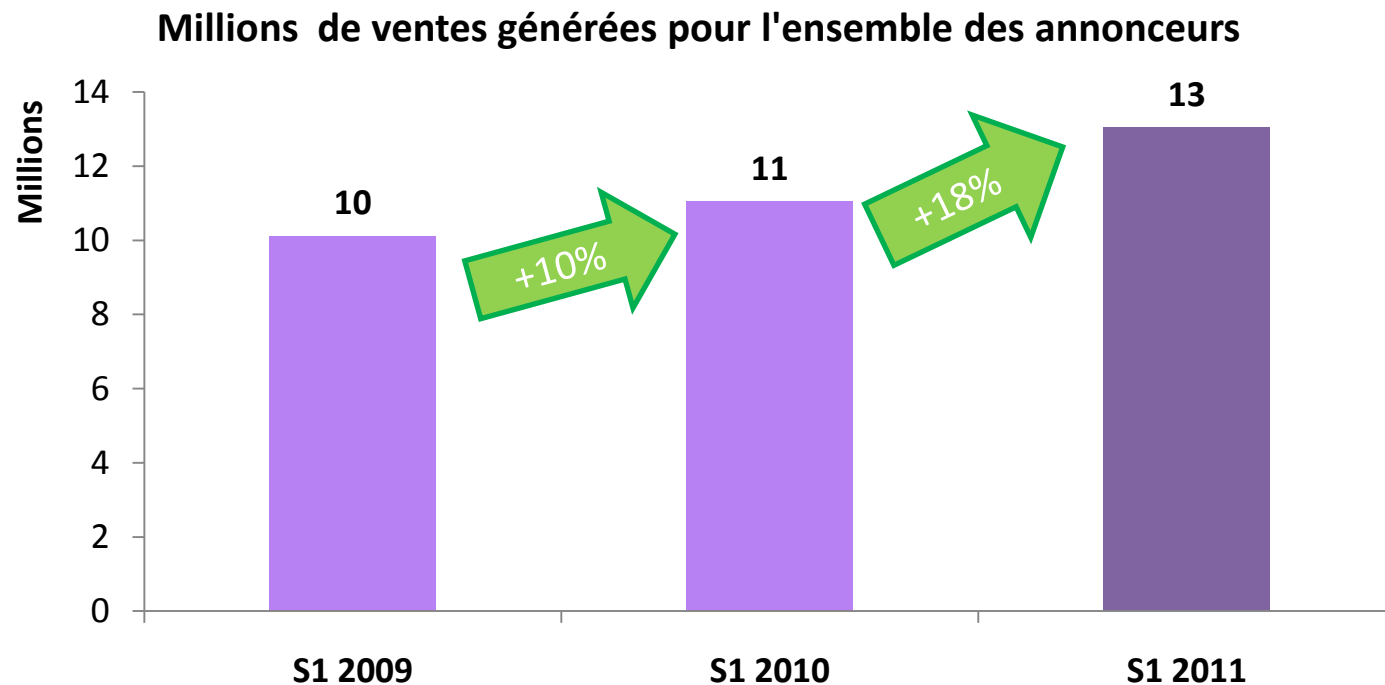
- Des campagnes plus efficaces avec des formulaires optimisés, mieux ciblés
- Dynamisme de certains secteurs utilisant les leads (mutuelles, services notamment)



Résultats 4/4- Nombre de ventes

■ + 18% de ventes :

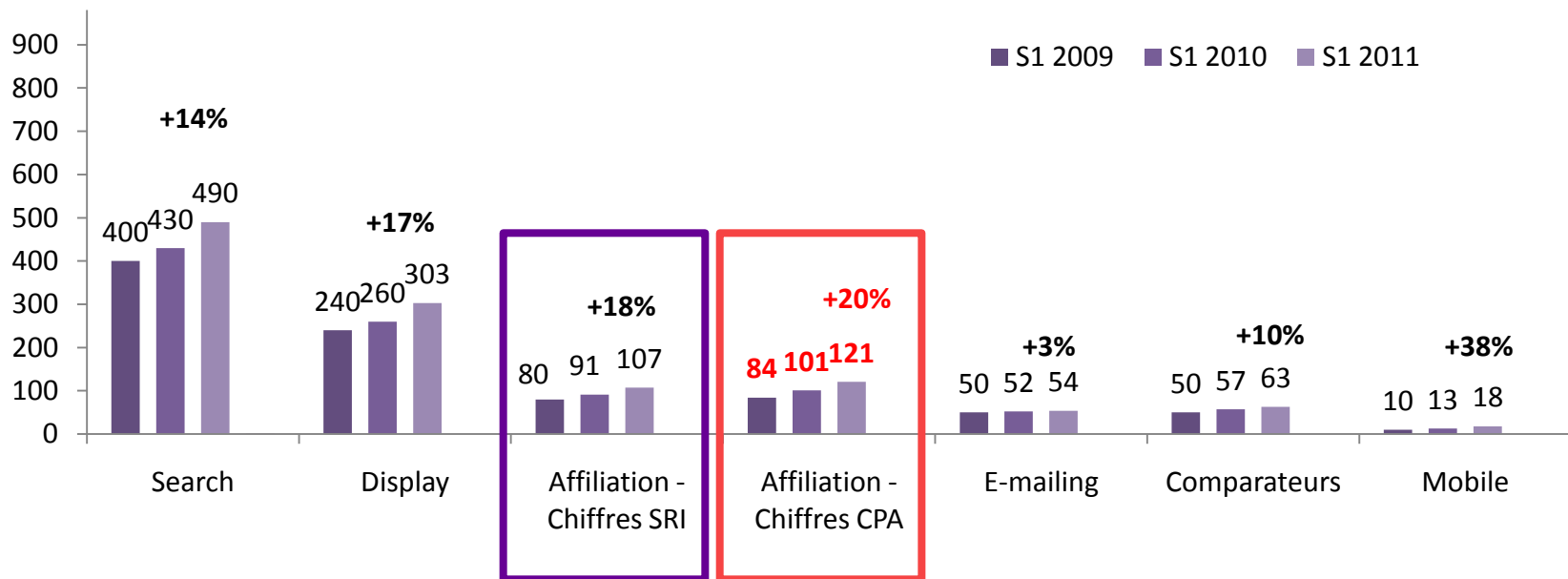
*Soit une croissance des ventes correspondant à la tendance du marché
(+20% de ventes déclarées au premier semestre 2011 par la Fevad)*



Affiliation et investissements publicitaires – 1/2

- **+20%** d'investissements publicitaires, répartis sur seulement 6% des e-marchands**

En M€ Evolution du marché sur les principaux canaux de la communication online

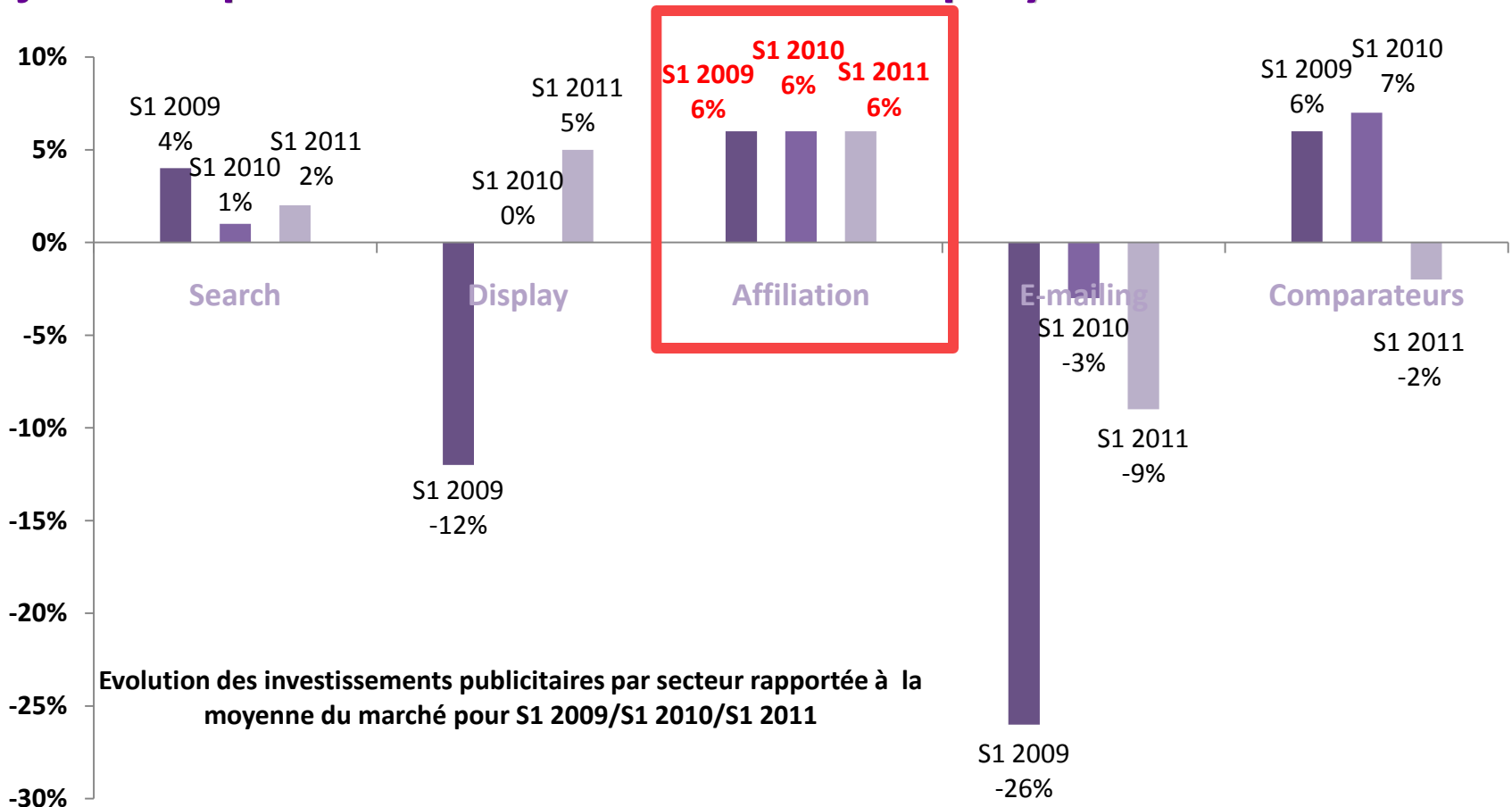


* Observatoire de l'e-pub SRI-Cap Gemini – 6ème édition

**90 000 marchands actifs au 1^{er} semestre 2011 selon la Fevad

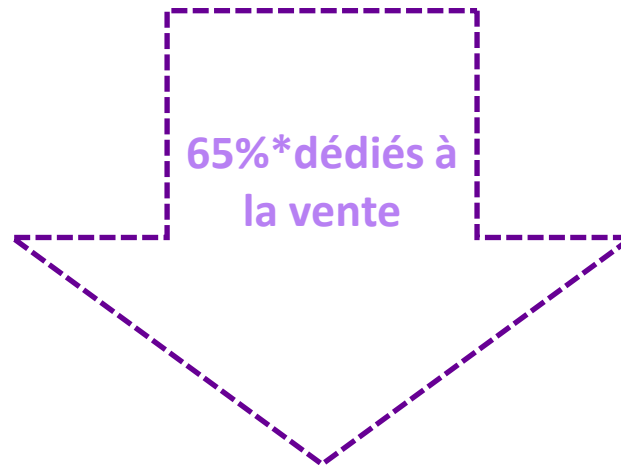
Affiliation et investissements publicitaires – 2/2

- Une croissance stable et continue des investissements, toujours supérieure au search et au display



Affiliation et e-commerce – 1/2

- **121 millions€ d'investissements publicitaires en affiliation (12% du total)**

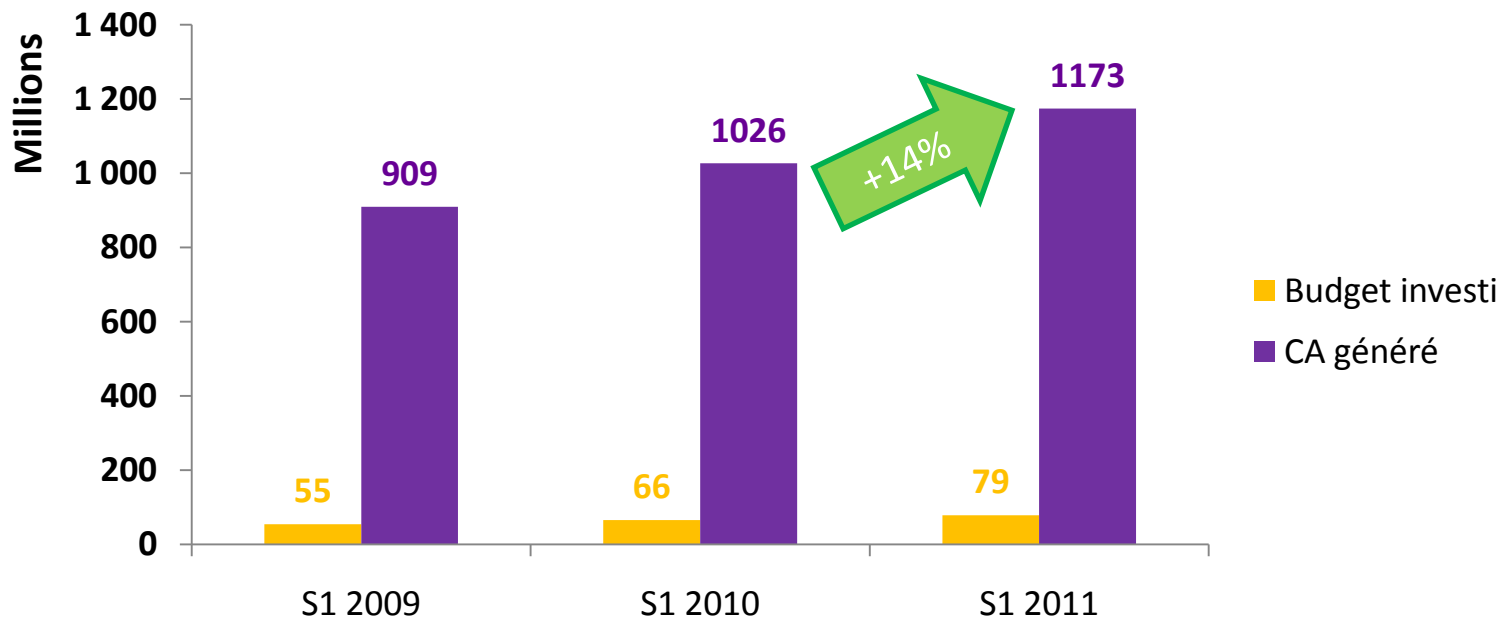


**79 millions dédiés à la vente
(8% du total)**

*65% des investissements publicitaires en affiliation sont dédiés à la vente

Affiliation et e-commerce – 2/2

- 1,2 milliards € de CA généré pour les annonceurs en S1 2011*



* Soit le nombre de ventes générées par les plateformes d'affiliation membres du CPA x cout du panier moyen FEVAD selon le semestre concerné – 90€ pour S1 2011)

Faits marquants

- Evolution de l'activité avec une forte augmentation du volume des leads entre S1 2009 et S1 2011 (+ 39%).
- Dans le même temps, la part des ventes générées par l'affiliation augmente de 29%
- Au 1^{er} semestre 2011, l'affiliation réalise 7% du CA général de l'e-commerce*.

*Chiffres Fevad 2011 : 17,5 milliards de CA généré par 90 000 e-commerçants



COLLECTIF DES
PLATEFORMES
D'AFFILIATION

AGENDA

Evolution du marché de l'affiliation

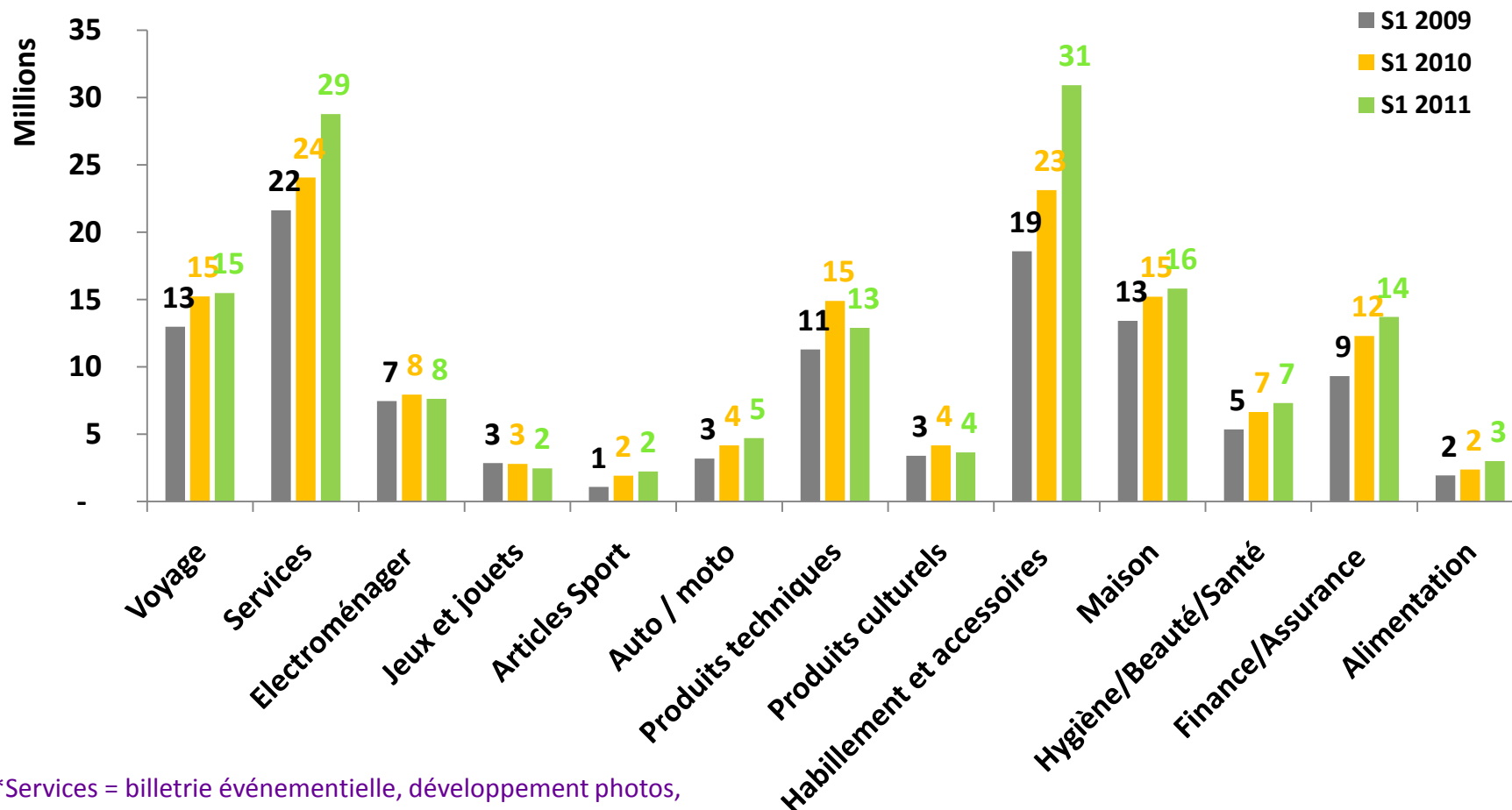
Evolution par secteurs d'activité

- Budgets investis par secteur
- Nombre de programmes par secteur

Evolution par canaux de diffusion

Investissements par secteur d'activité

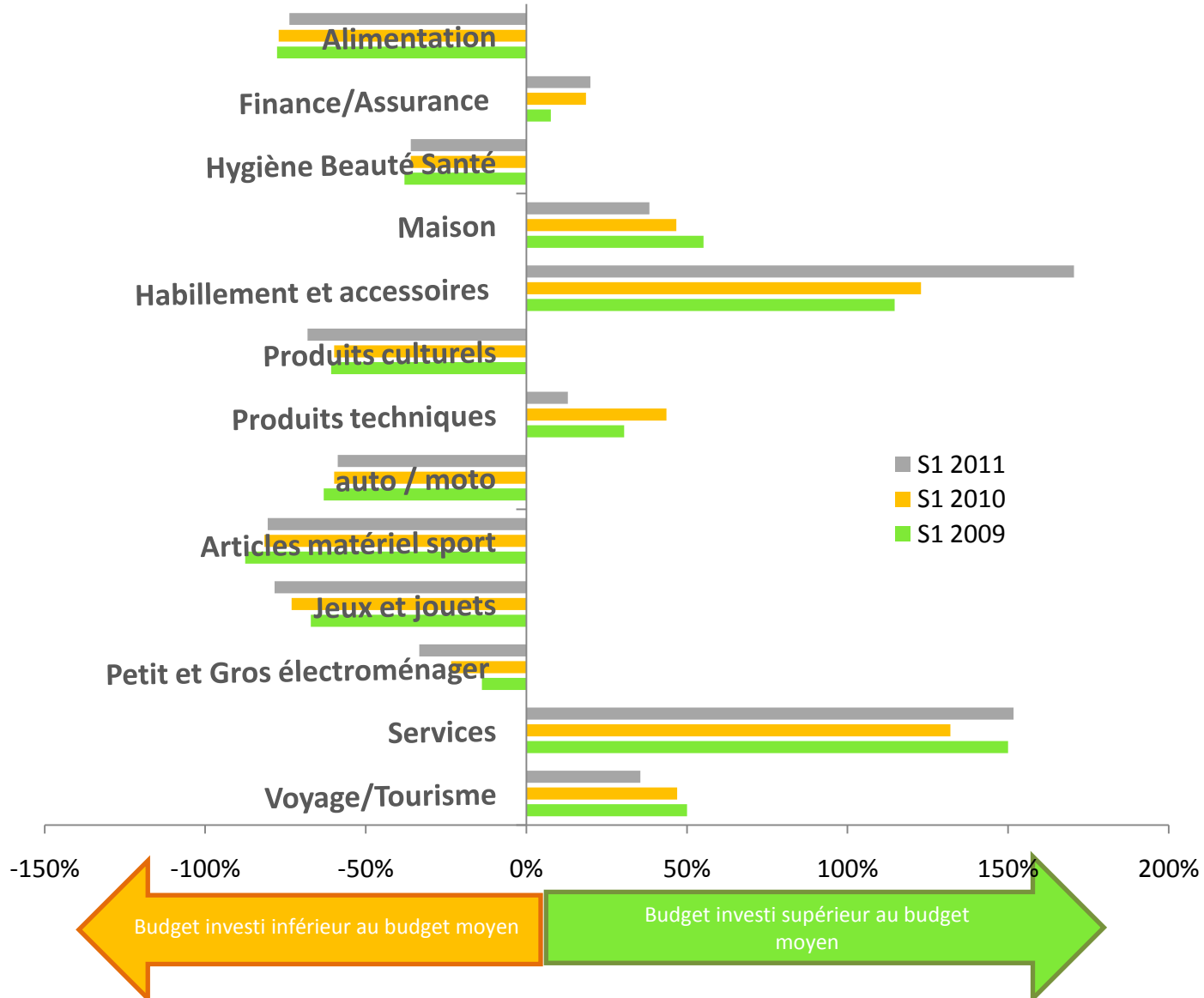
Tous les secteurs continuent à maintenir ou augmenter leurs investissements sur ce canal (+7% en moyenne).



*Services = billetterie événementielle, développement photos, rencontre, souscription offre téléphonique ou télévision, téléchargement de musique, logos ou sonneries, abonnements (revues, magazines)

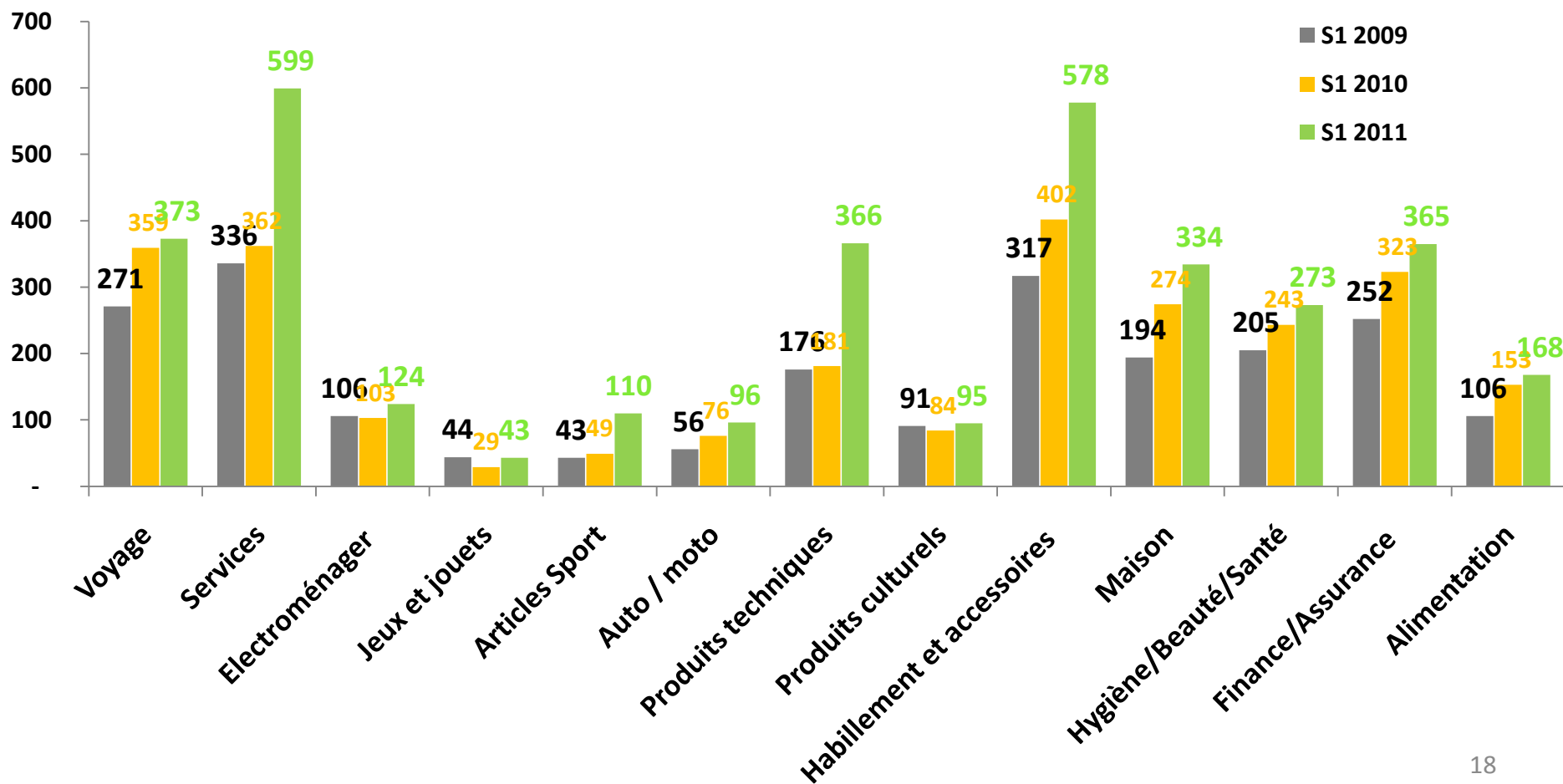
Investissements par secteur d'activité

Evolution du budget moyen investi /secteur rapporté au budget moyen tous secteurs



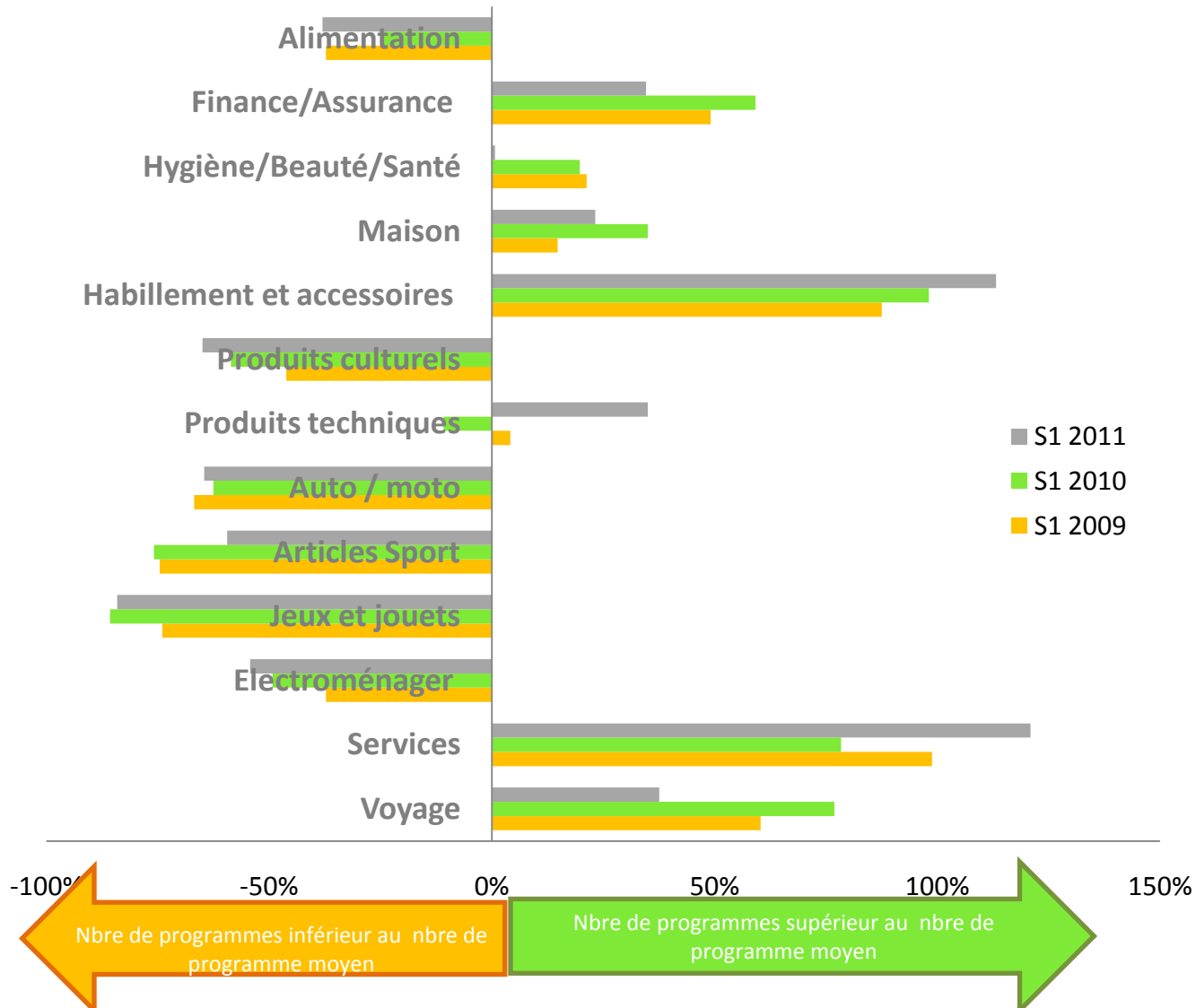
Programmes par secteur d'activité

- Augmentation générale du nombre de programmes (+32% en moyenne)



Programmes par secteur d'activité

Evolution du nombre de programmes moyen par secteur /au nombre moyen de programmes tous secteurs confondus



Faits marquants

- Secteurs en croissance surinvestissant le canal : mode ; services ; maison
- Secteurs « historiques » surinvestissant toujours le canal : voyage ; finance ; produits techniques
- Secteurs « à la traine » : auto/moto ; articles de sport ; jeux et jouets, hygiène/Beauté
- L'alimentation est le secteur dont le budget moyen par campagne a le plus augmenté sur S1 2011
- On observe une dilution du budget moyen liée à l'arrivée d'acteurs de taille moins importante (mid-size)



COLLECTIF DES
PLATEFORMES
D'AFFILIATION

AGENDA

Evolution du marché de l'affiliation

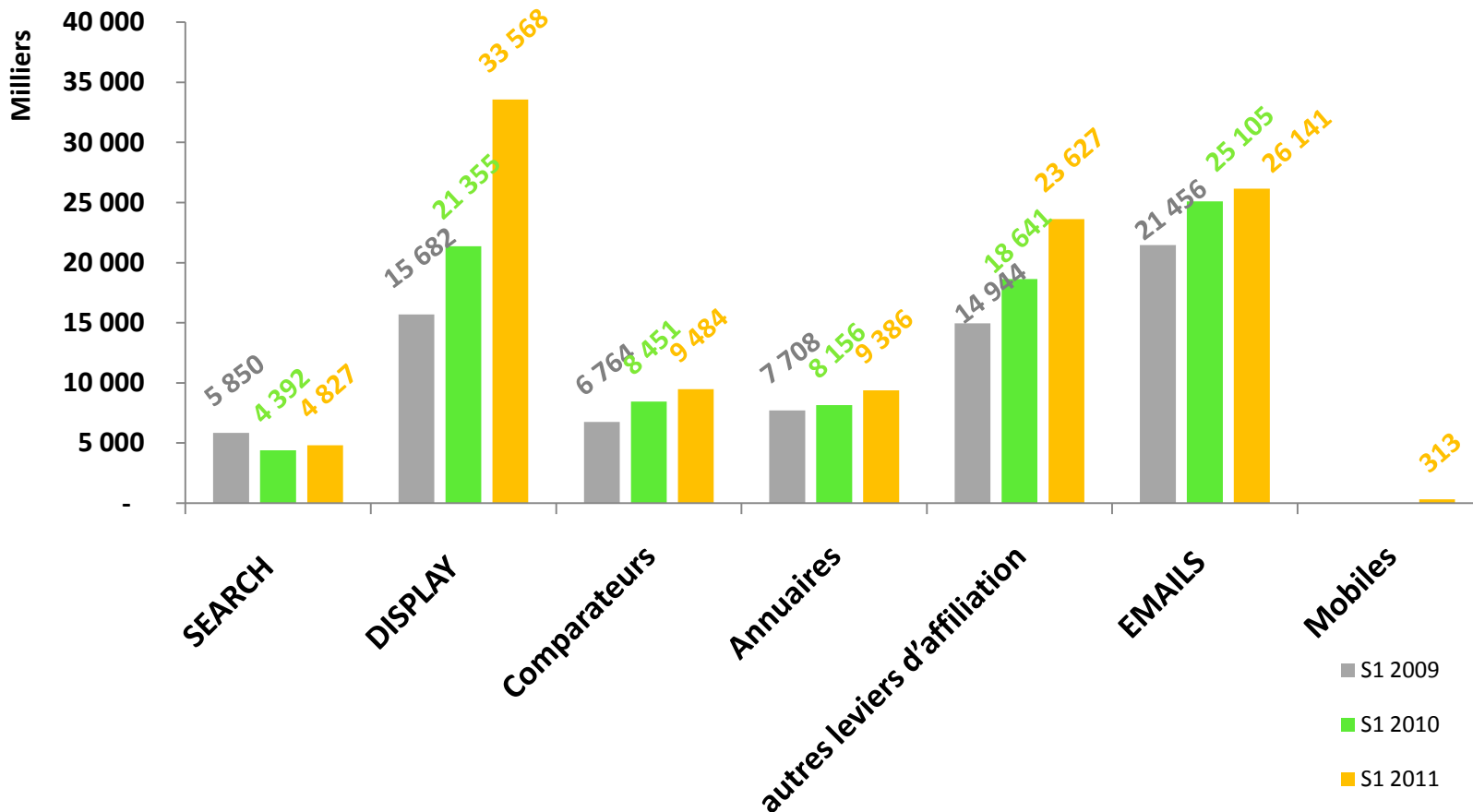
Evolution selon les secteurs d'activité

Evolution par canaux de diffusion

- Commissions nettes reversées par canal

Evolution des commissions nettes par levier

Commissions nettes versées par les adhérents CPA par canal de diffusion



*Autres leviers d'affiliation = contenu éditorial, Contenu "social", Contenus vidéos/musique/images, Cashback, Programmes de fidélité, Codes de réduction

* Mobile : résultat inférieur au marché, une seule plateforme ayant donné ces chiffres



Faits Marquants 2/2

- Même s'il stagne, l'email à la performance est le 2ème canal le plus utilisé (il était le premier en S1 2009 et S1 2010)
- Autres leviers d'affiliation : le développement de l'inventaire sur les réseaux sociaux portent la progression de ce levier
- Timide arrivée du mobile en 2011



COLLECTIF DES
PLATEFORMES
D'AFFILIATION

Contact :

Carole Leblond

Délégué Permanent CPA

cleblond@cpa-france.org

www.cpa-france.org

#CPA_Affiliation