

Collectif des
Plateformes
d’Affiliation



#CPA_Affiliation

Affiliation : Bilan 2010 & Perspectives 2011



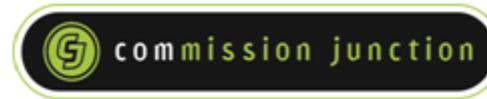
COLLECTIF DES
PLATEFORMES
D’AFFILIATION



COLLECTIF DES
PLATEFORMES
D'AFFILIATION

Qui sommes-nous ?

Le CPA regroupe les 7 principaux acteurs du marché :



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



COLLECTIF DES
PLATEFORMES
D'AFFILIATION

Le rôle du CPA

- **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**



COLLECTIF DES
PLATEFORMES
D'AFFILIATION

AGENDA

Qu'est-ce que l'affiliation ?

Bilan 2009/2010

Perspectives 2011



COLLECTIF DES
PLATEFORMES
D'AFFILIATION

L'affiliation, modèle économique 1/2

- **L'affiliation utilise tous les formats publicitaires existants** (liens e-pub, display, flux produits , emailing, liens sponsorisés), **ainsi que tout type de partenaires actif sur internet** (site web, mobiles,....des sites de contenus aux comparateurs)
- **L'affiliation est le seul canal a offrir une transparence totale** tant aux éditeurs qu'aux annonceurs sans prise de partie.
- **« Faire de l'affiliation » = être présent sur l'ensemble des canaux online mais baser cette présence sur un coût défini par une performance** (montant de CA généré, nombre de formulaires remplis, nombre de visiteurs générés)



COLLECTIF DES
PLATEFORMES
D'AFFILIATION

Les acteurs de l'affiliation - Annonceurs 1/6

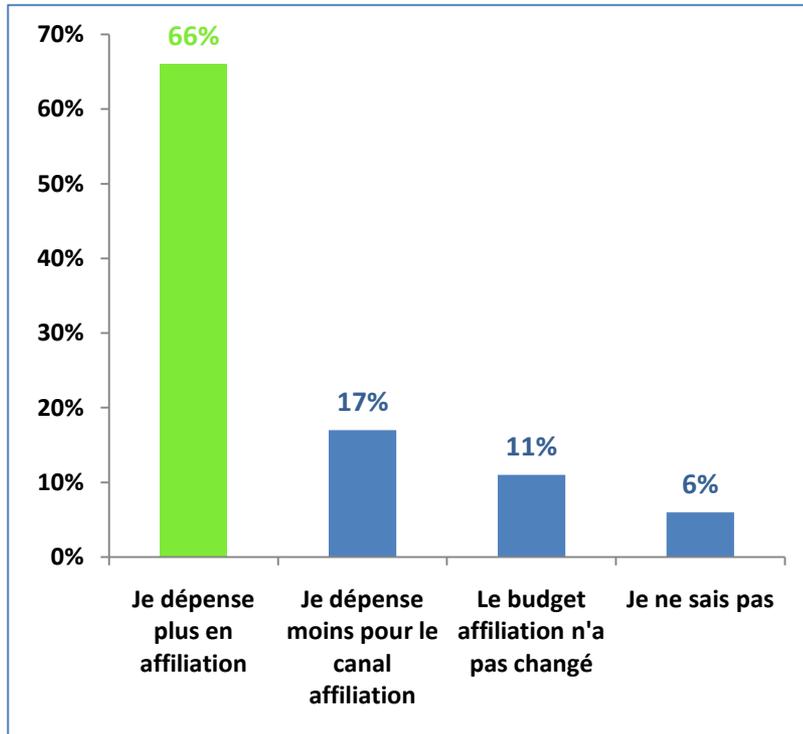
▪ Ce levier est utilisé par 80% du Top 15 des e-marchands* :



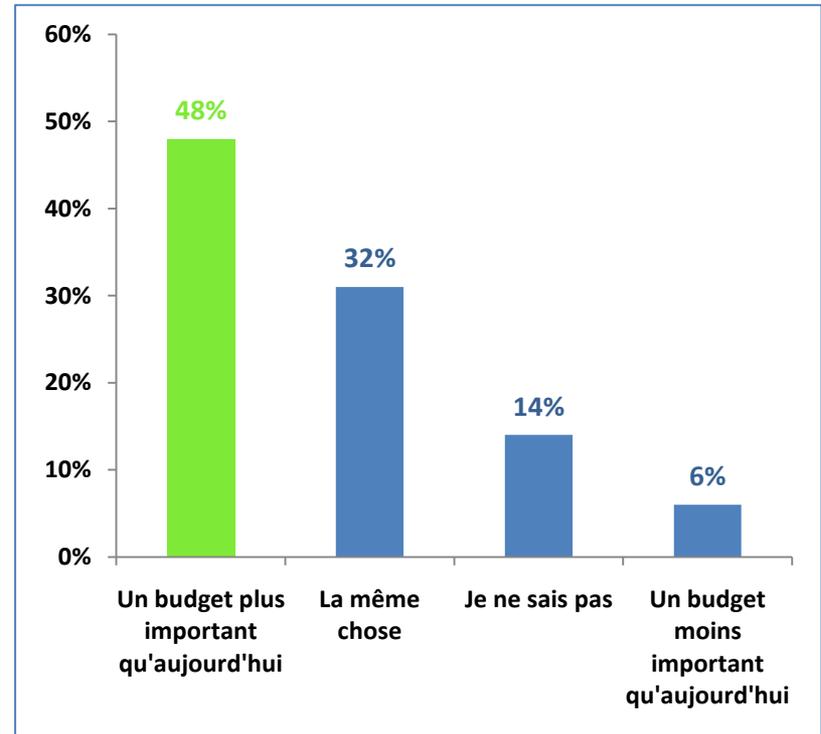
Les acteurs de l'affiliation - Annonceurs 2/6

■ L'affiliation est aujourd'hui un canal-clé du digital marketing (ROI mesurable, budget maîtrisé, etc.) ...

Evolution du budget dédié à l'affiliation au cours des 2 dernières années *



Prévisions d'allocation de budget dans les 2 années à venir*



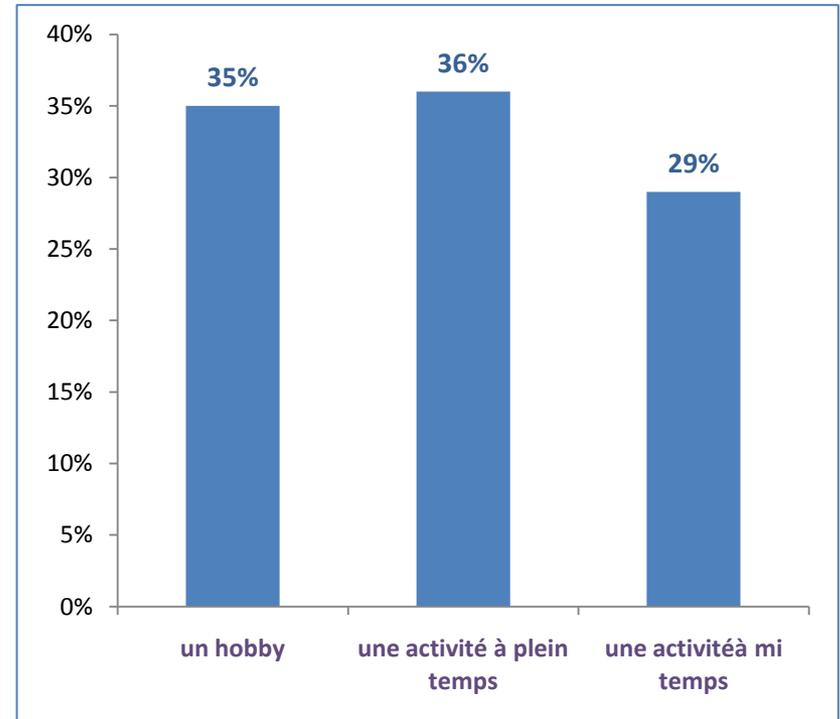
Les acteurs de l’affiliation - Editeurs 3/6

■ Ce qui entraîne une professionnalisation rapide du secteur...

69% des affiliés ont rejoint l’industrie depuis 2005*



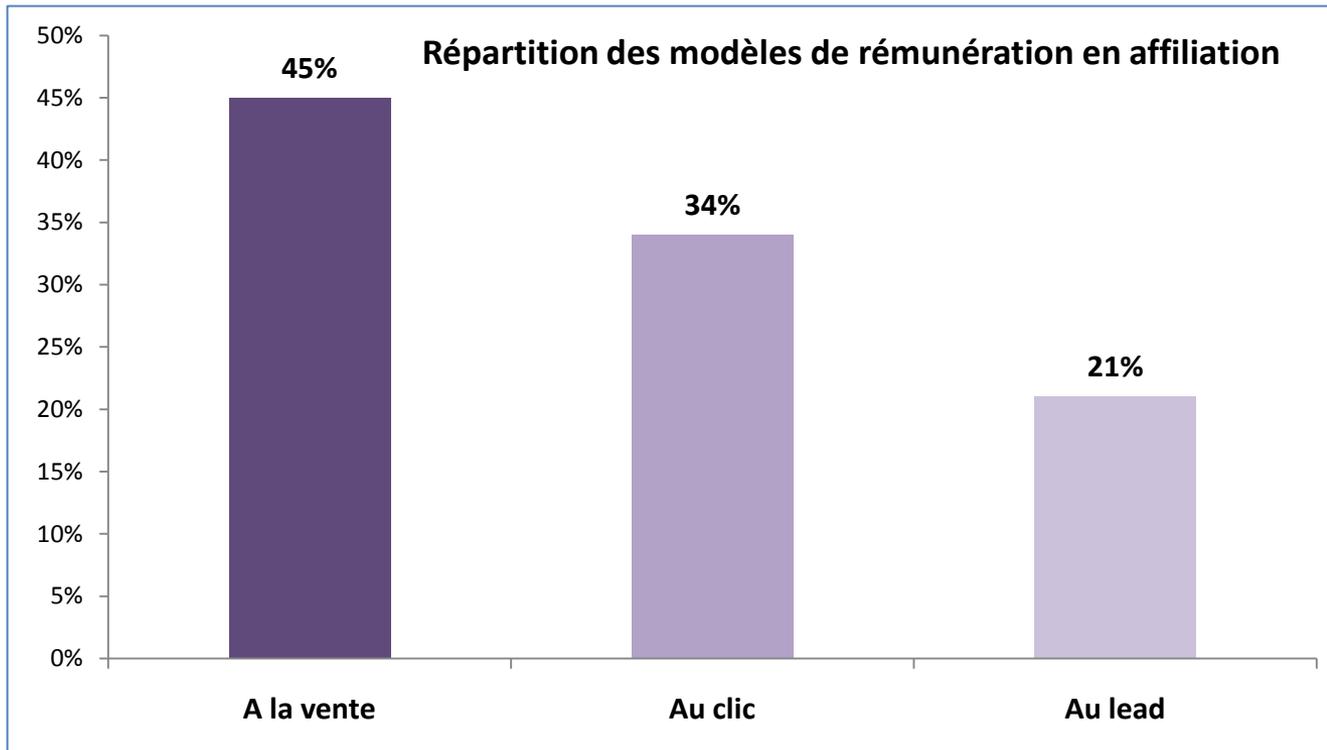
Pour 36% des éditeurs, l’affiliation est une activité à temps plein, même si elle reste encore un levier marketing utilisé par les non professionnels



* Source : enquête réalisée auprès de s éditeurs de Juillet à Septembre 2010 – 1050 répondants

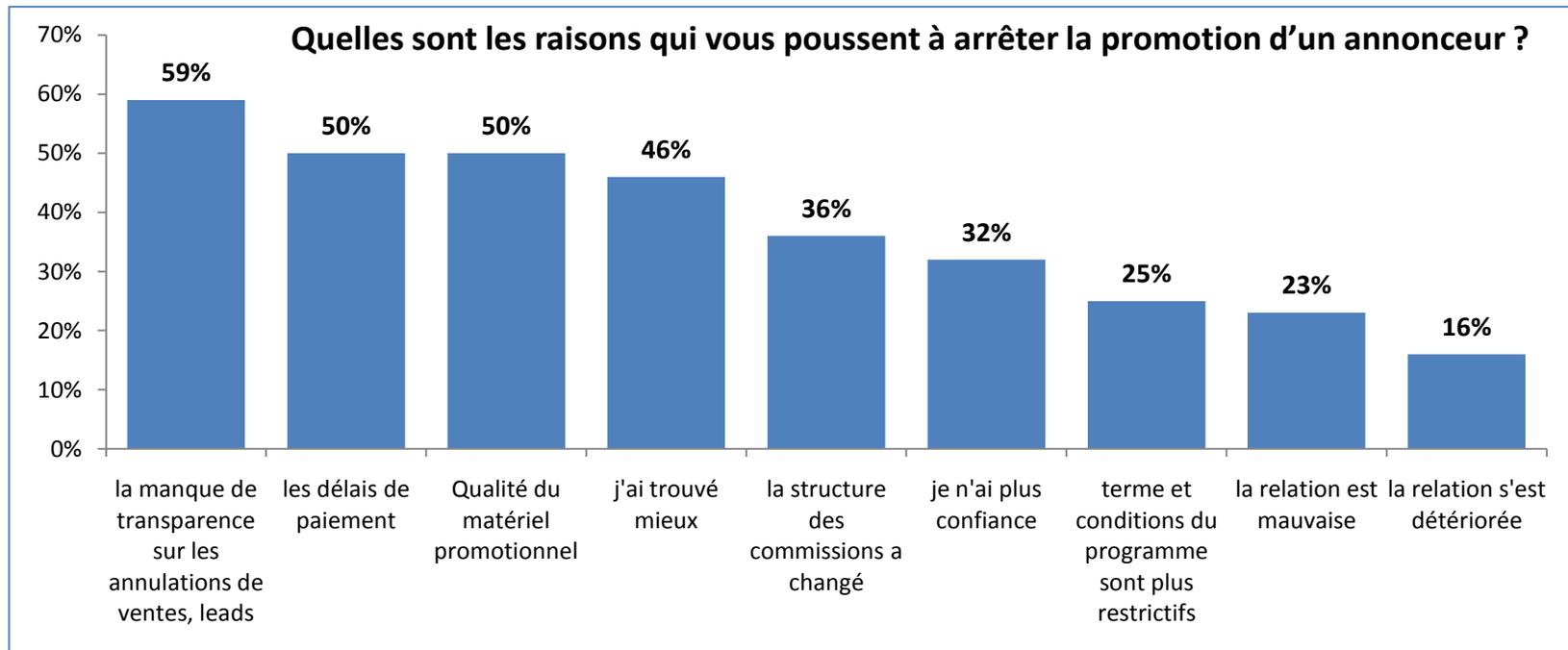
Les acteurs de l'affiliation - Editeurs 4/6

- ...avec un plébiscite du modèle de rémunération à la vente, modèle le plus apprécié des affiliés professionnels (51%).



Les acteurs de l'affiliation - Editeurs 5/6

- ... Et la volonté de développer une relation de partenariat dans la durée avec les annonceurs à travers plus de transparence et une meilleure qualité des éléments promotionnels fournis





COLLECTIF DES
PLATEFORMES
D'AFFILIATION

Les acteurs de l'affiliation - Plateformes 6/6

- **Ce qui renforce le rôle de tiers de confiance et d'intermédiaire tenu par la plateforme d'affiliation entre annonceurs et réseaux d'éditeurs (tracking, technologie, économie d'échelle, etc.)**
 - **Activité de recrutement de clients et/ou de prospects avec une rémunération à l'action, et une logique de long-terme**
 - **Constituer et faire croître un réseau durable de sites affiliés**



COLLECTIF DES
PLATEFORMES
D'AFFILIATION

AGENDA

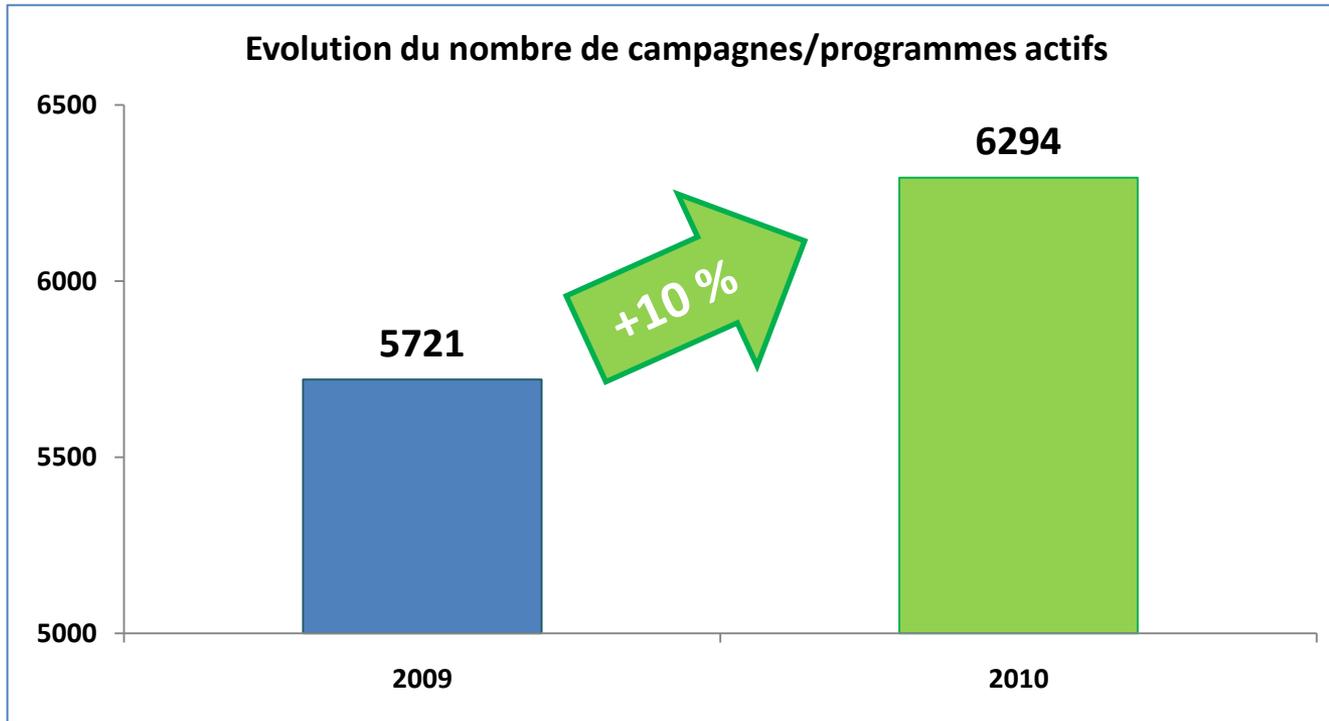
Qu'est-ce que l'affiliation ?

Bilan 2009/2010

Perspectives 2011

2010 : année de la performance – 1/5

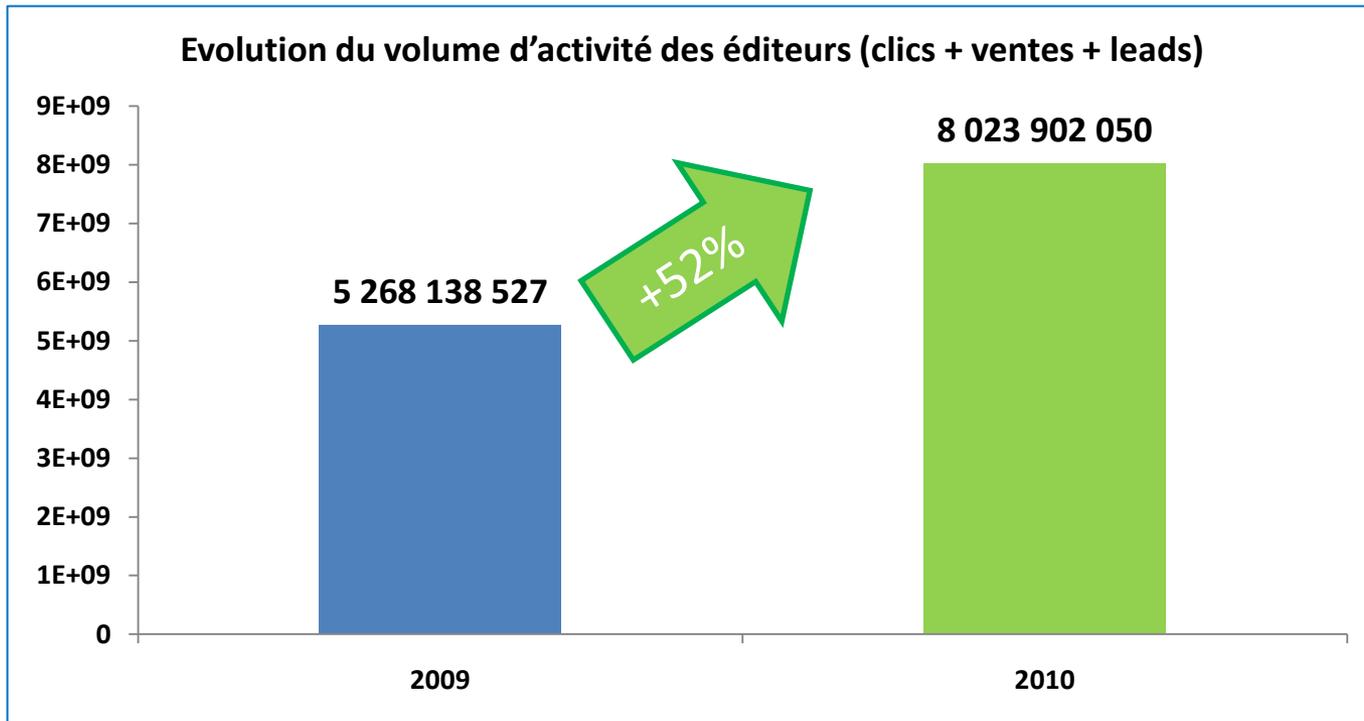
- **+ 10% de programmes/campagnes actifs**



Consolidation du nombre d'annonceurs sur les plateformes d'affiliation membres du CPA

2010 : année de la performance – 2/5

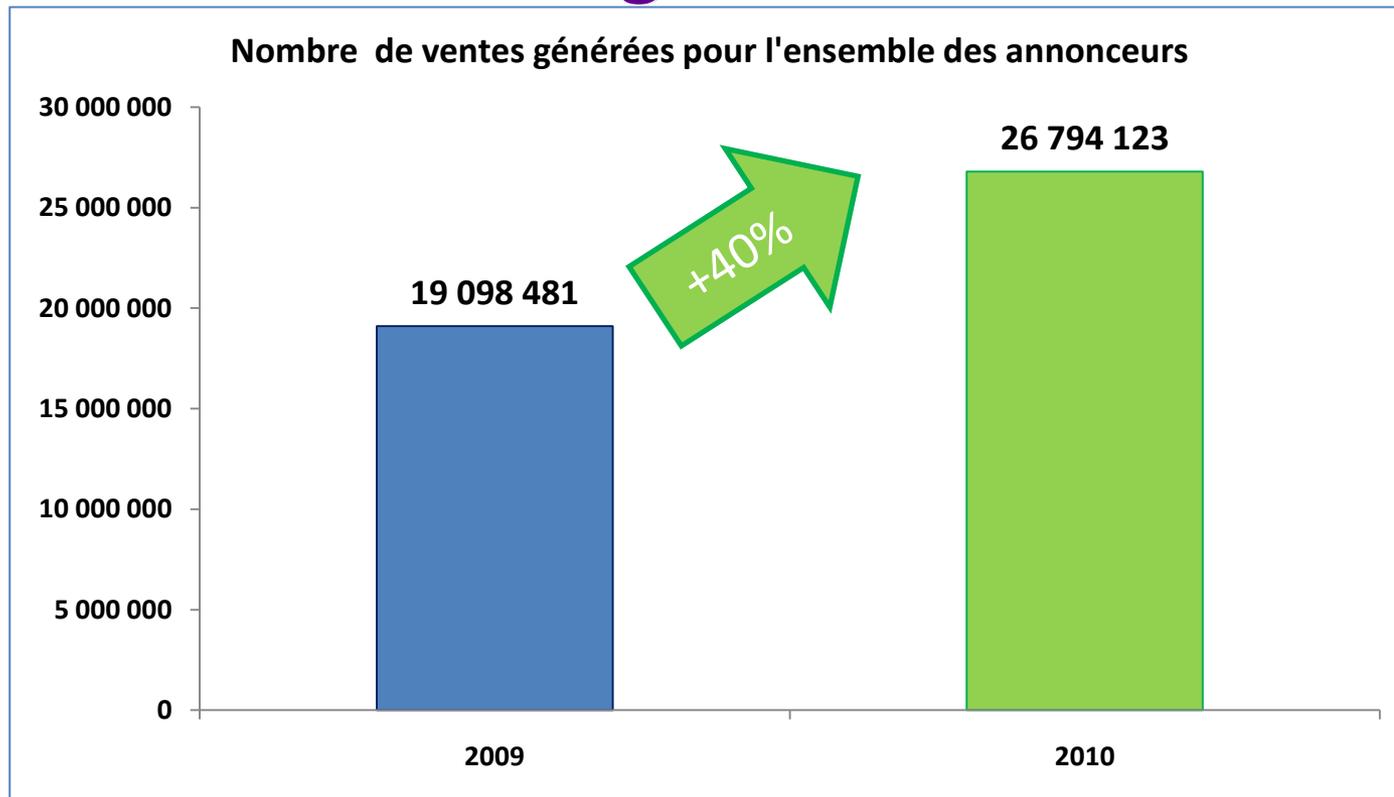
■ + 52 % de capacité d’actions des éditeurs



Explosion de la puissance de livraison et du volume global d’inventaires des réseaux d’éditeurs accompagnée par le développement de nouveaux canaux

2010 : année de la performance – 3/5

■ + 40% de ventes générées



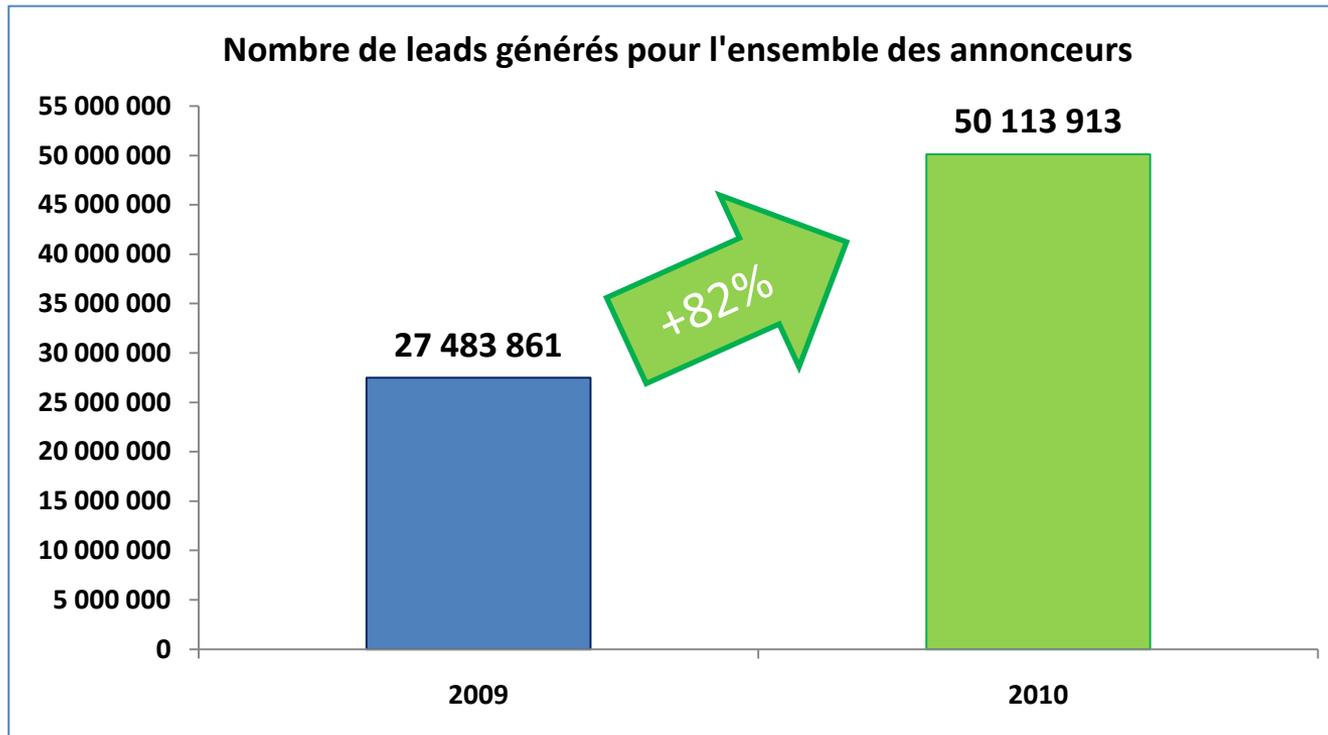
Augmentation de la volumétrie des ventes confirmant que l'affiliation est un apporteur d'affaires incontournable pour les e-commerçants (développement du retargeting)



COLLECTIF DES
PLATEFORMES
D'AFFILIATION

2010 : année de la performance – 4/5

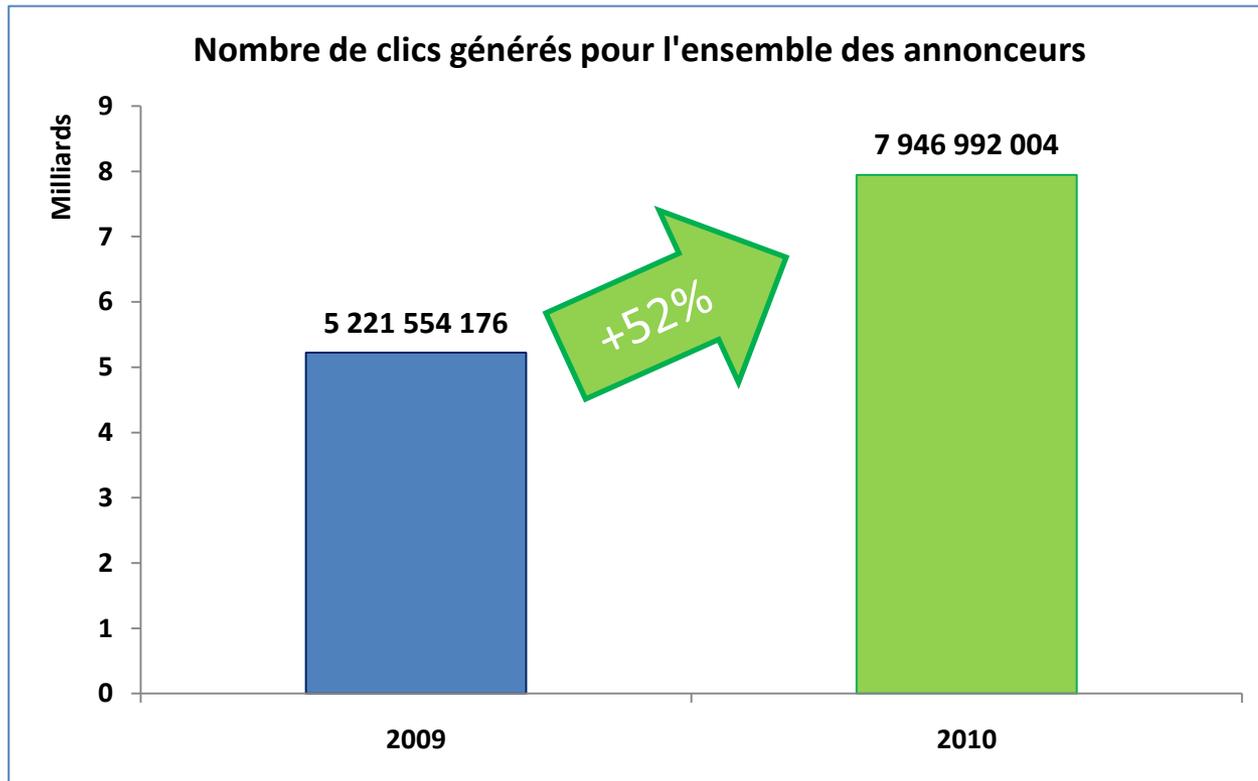
■ +82% de prospects



Accélération exceptionnelle de la génération de leads sur l'ensemble du marché

2010 : année de la performance – 5/5

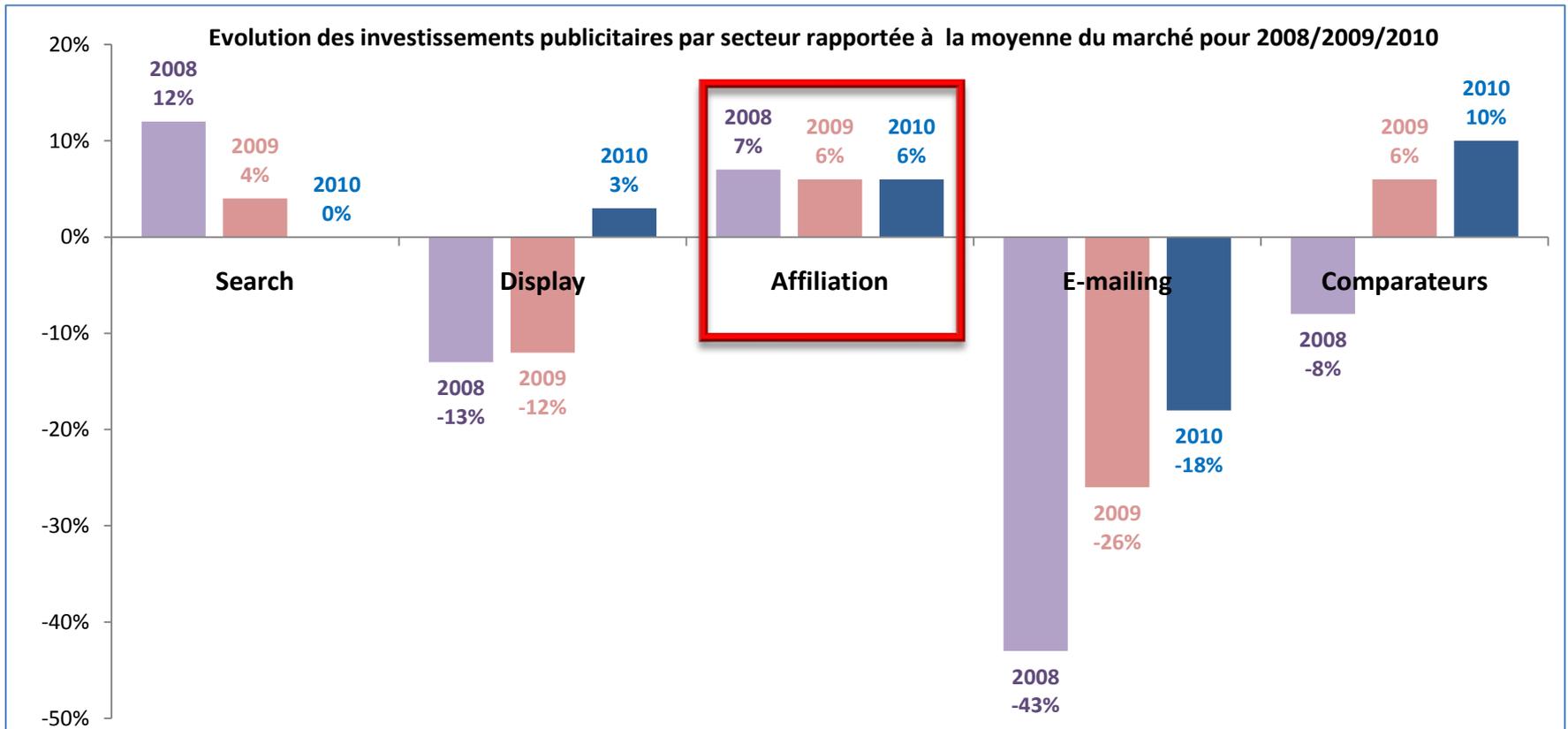
■ + 52% de visites générées



Qualité des visites générées par une intégration toujours plus fine, pertinente et ciblée de la publicité dans le site éditeur

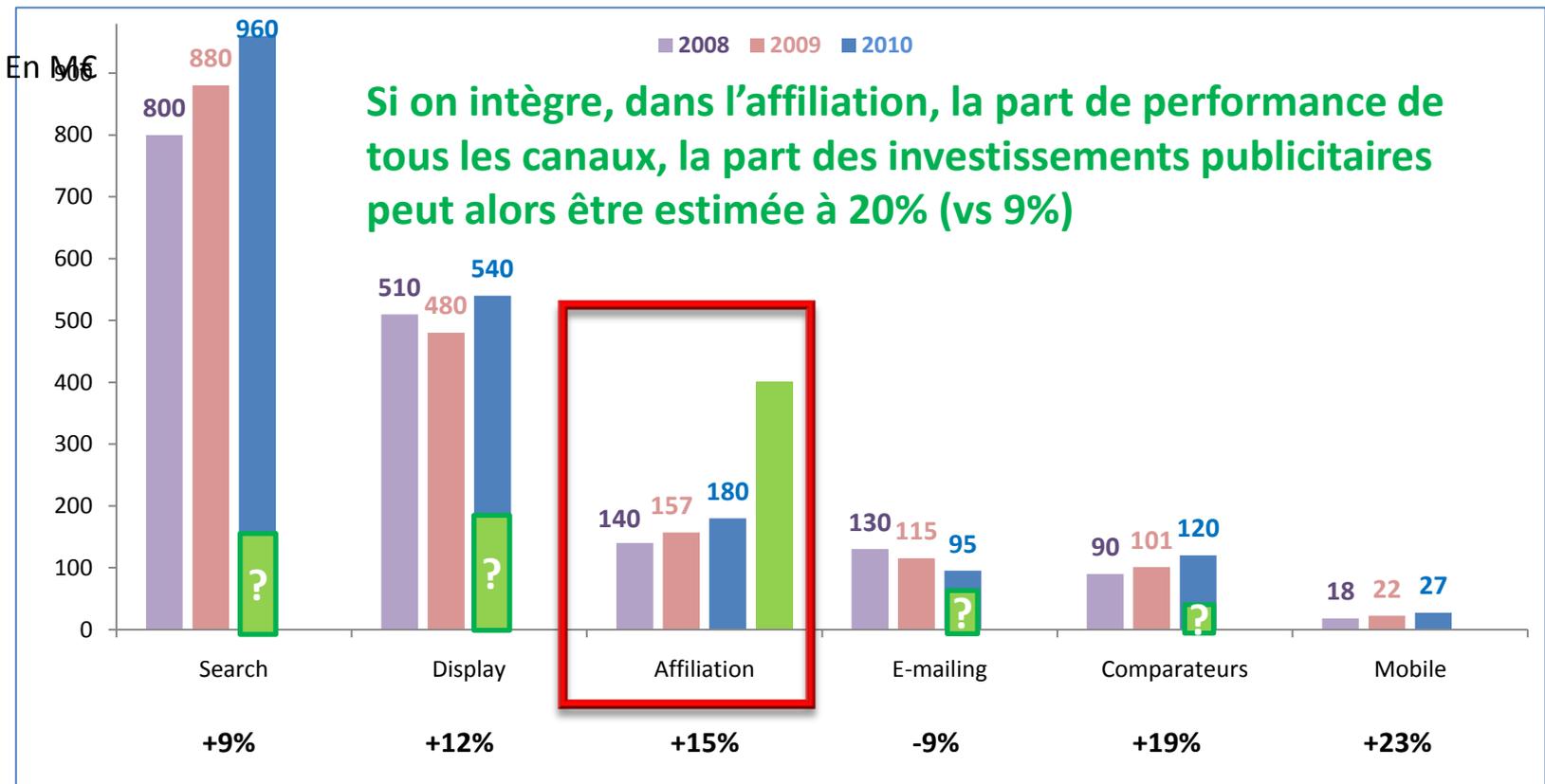
Affiliation et investissements publicitaires online – 1/2

- Depuis 2008, taux de croissance continu des investissements au détriment du search et du display :



Affiliation et investissements publicitaires online – 2/2

▪ **+15 % d'investissements publicitaires* (9% du total) répartis sur 8% des e-marchands****

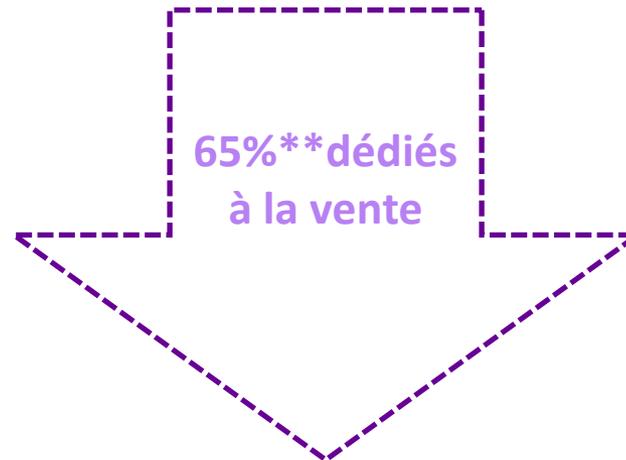


* Observatoire de l'e-pub SRI-Cap Gemini – 5ème édition/Bilan 2010 –Projections 2011 –

**81 900 marchands actifs en 2010 selon la Fevad - Bilan e-commerce 2010

Affiliation et résultats e-commerce – 1/5

- **180 millions€ d'investissements publicitaires en affiliation* (9% du total)**



**117 millions dédiés à la vente
(6% du total)**

* Source : Observatoire de l'e-pub SRI-Cap Gemini – 5^{ème} édition

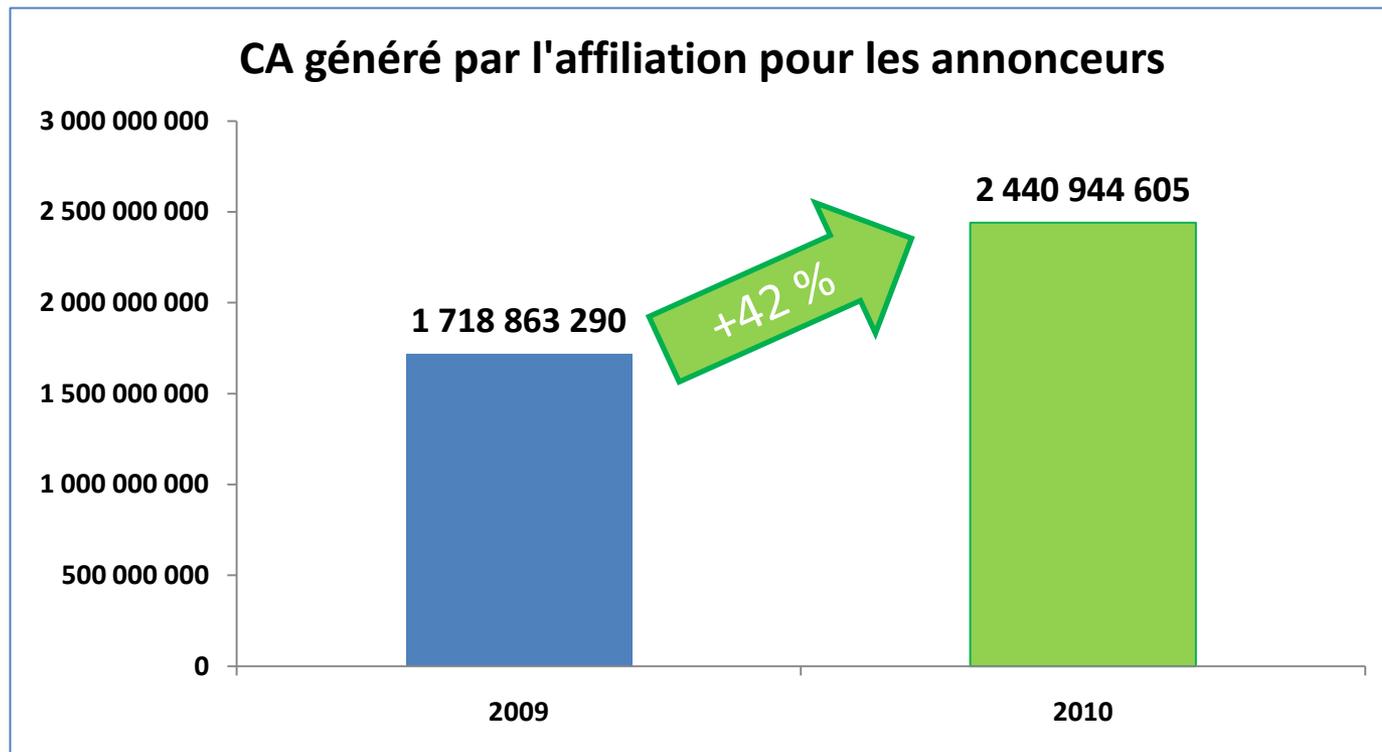
** 65% des investissements publicitaires en affiliation sont dédiés à la vente



COLLECTIF DES
PLATEFORMES
D'AFFILIATION

Affiliation et résultats e-commerce – 2/5

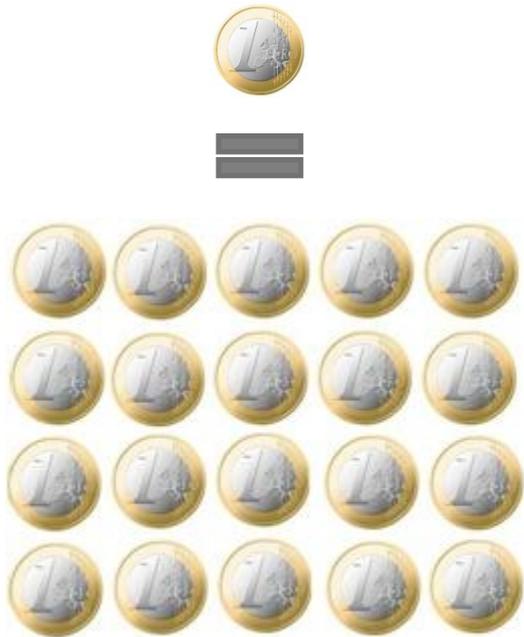
- **2,4 milliards € de CA généré pour les annonceurs en 2010***



* Soit le nombre de ventes générées par les plateformes d'affiliation membres du CPA x cout du panier moyen FEVAD (2010 = 91,1 € ; 2009 = 91,1€)

Affiliation et résultats e-commerce– 3/5

- Un effet de levier supérieur de 18% à celui de 2009 pour les annonceurs

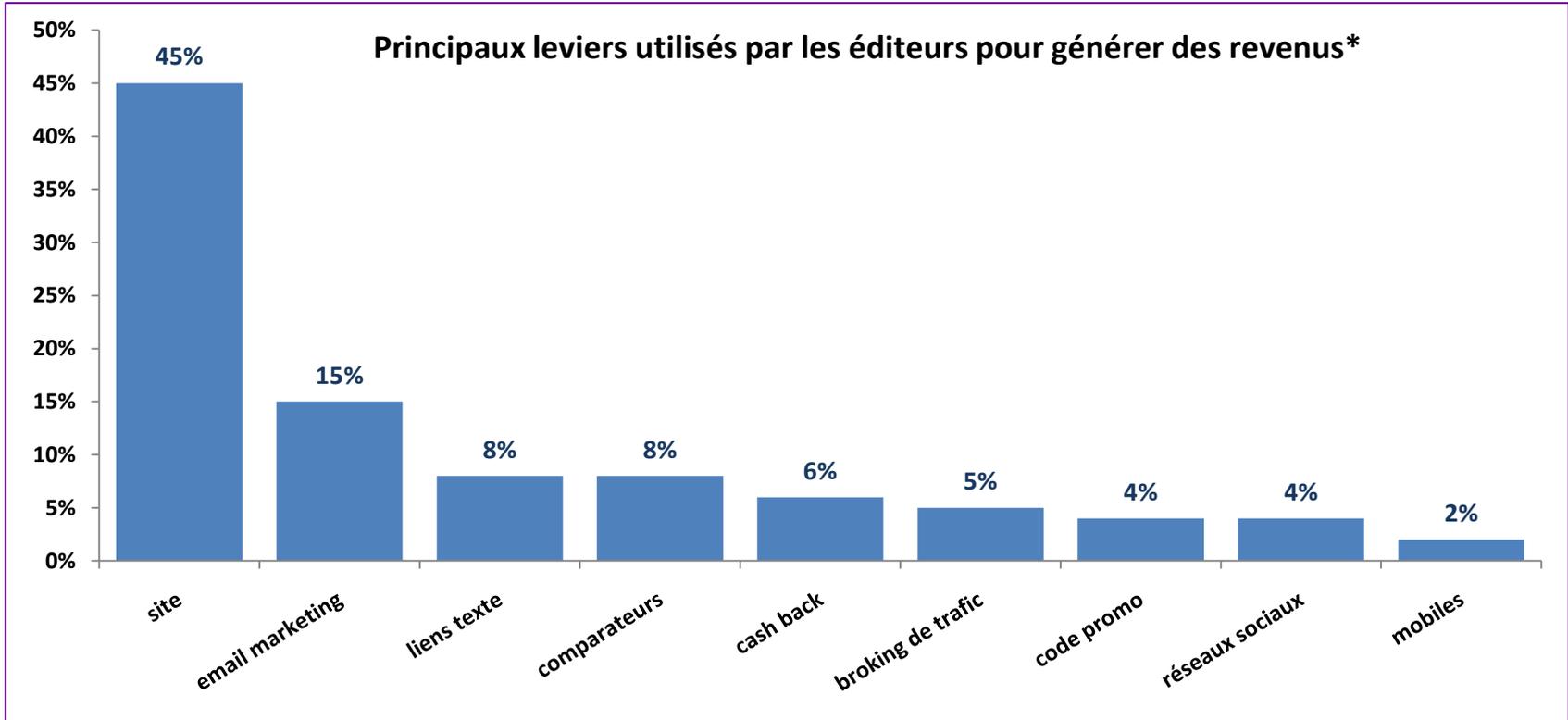


En 2010 :
1 € investi
=
20 € de CA*

Rappel CA 2009 :
1 € investi = 17 € de CA

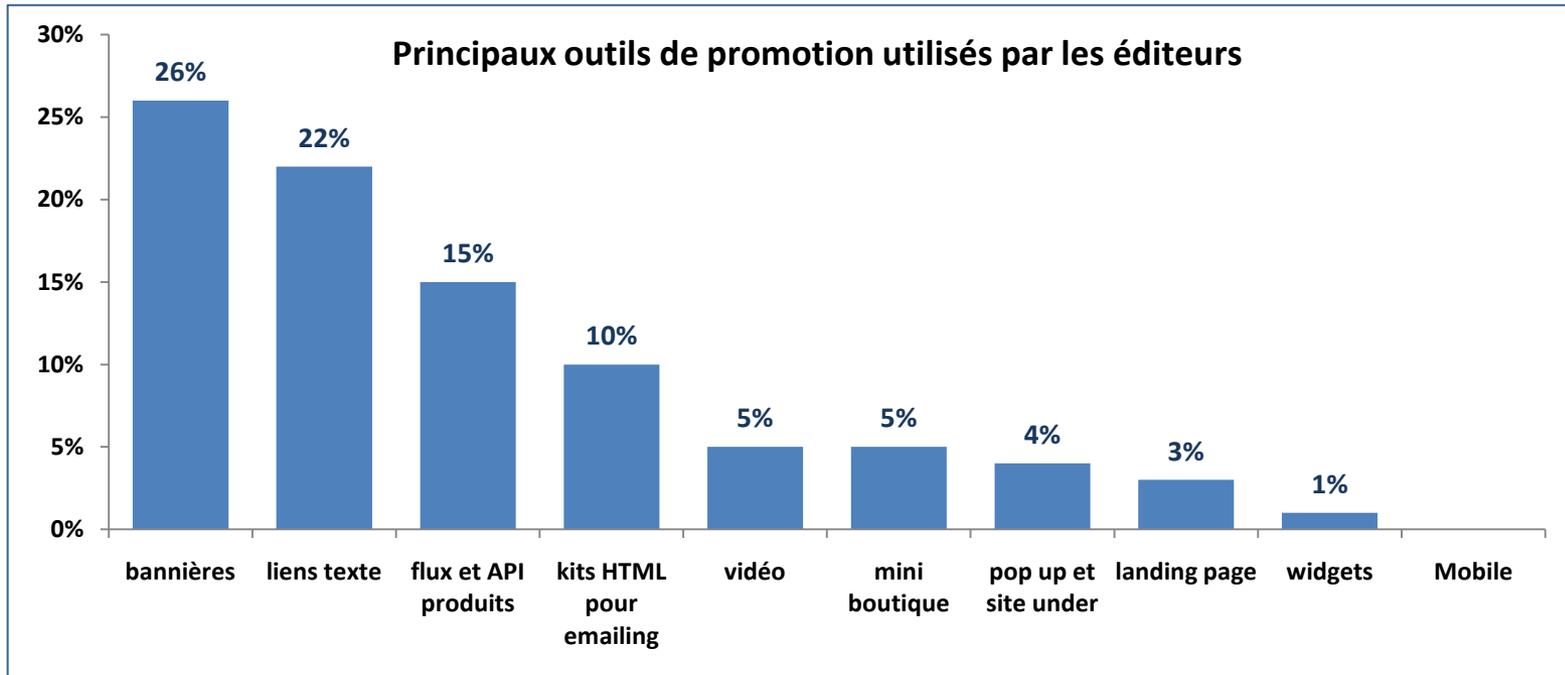
* CA généré pour les annonceurs par l’affiliation (2,4 milliards€) rapporté aux Investissements publicitaires dédiés à la vente en affiliation (117 millions€)

Affiliation et résultats e-commerce – 4/5



- **Contenus et push, les leviers de diffusion les plus performants pour générer des revenus.**

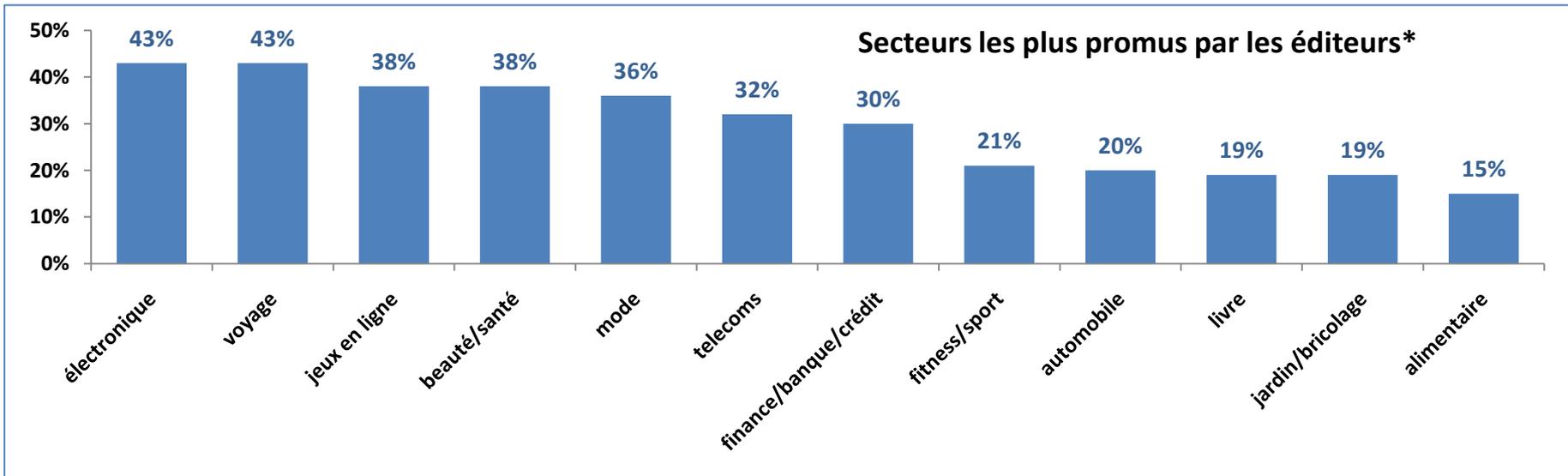
Affiliation et résultats e-commerce – 5/5



- La bannière reste l'outil le plus utilisé par les éditeurs pour relayer des programmes d'affiliation
- Liens textes et API produits, qui permettent une intégration plus fine des programmes dans les pages d'un site sont en 2ème et 3ème position
- A noter : l'arrivée de la vidéo en 5^{ème} place.

Nouveaux entrants, nouveaux budgets

- Si les secteurs historiques restent dominants (High-Tech et tourisme), élargissement aux :
 - opérateurs de jeux dont l'affiliation est au cœur des stratégies d'acquisition
 - acteurs traditionnels du prêt à porter
 - secteurs de la banque en ligne et de l'auto, aux ambitions fortes sur le digital qui devraient progresser également dans les années à venir.





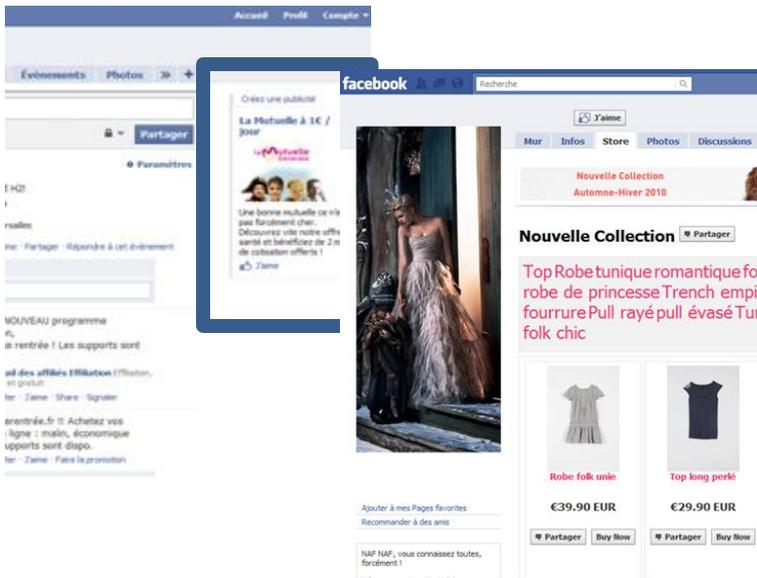
COLLECTIF DES
PLATEFORMES
D’AFFILIATION

L’affiliation, modèle adapté à toutes les innovations 1/2

La croissance du secteur va se poursuivre avec :

1/ De nouveaux débouchés à travers les réseaux sociaux (applications, diffusion de produits ou de bons plans ; capacité de ciblage)

2/ Standardisation du postview et de la capacité d’exploitation du retargeting



SPECIAL TWITTER seulement 3 jours 15€ offerts chez #SACBY avec le code SACR15 dès 50€ d'achats (RT) <http://ow.ly/106VP#shopping#mode> less than 10 seconds ago from HootSuite

L'affiliation, modèle adapté à toutes les innovations 2/2

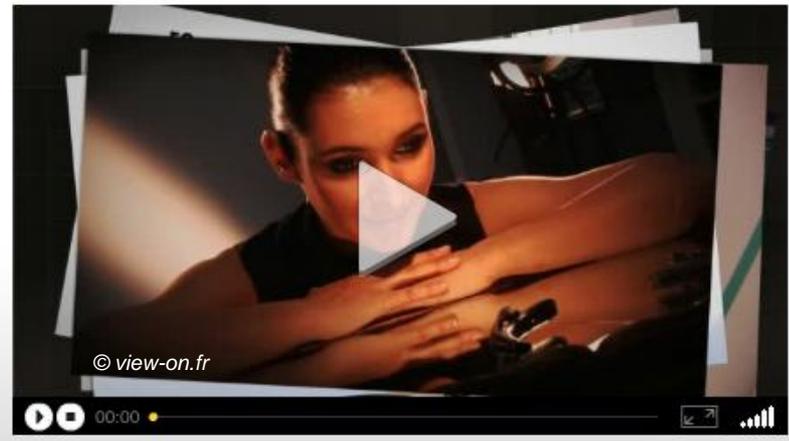
La croissance du secteur va se poursuivre avec :

3/ Renforcement de la vidéo

(Com. institutionnelle et publicité, démonstration de produits, marketing et marketing viral)

4/ Apparition du mobile qui devrait se confirmer en 2011

(geo-localisation en temps réel, achats groupés, e-couponning, micro-paiement...)





COLLECTIF DES
PLATEFORMES
D'AFFILIATION

Conclusion

- **L'affiliation confirme sa position majeure comme canal générateur de CA et ROI pour les e-marchands**
- **Explosion des inventaires alloués aux plateformes d'affiliation à travers l'évolution du nombre d'éditeurs et l'apparition de nouveaux canaux**
- **Tous les canaux, dès leur apparition, utilisent l'affiliation et les formats publicitaires sont de mieux en mieux intégrés et adaptés à l'audience des sites éditeurs**



COLLECTIF DES
PLATEFORMES
D'AFFILIATION

Annexe 1

Baromètre 2009 du Collectif des Plateformes d'Affiliation

	Total
Nombre annonceurs	5 721
C.A. HT généré* pour l'ensemble des annonceurs	1 718 863 290
Nombre de ventes générées pour l'ensemble des annonceurs	19 098 481
Nombre de clics générés pour l'ensemble des annonceurs	5 221 554 176
Nombre de leads générés pour l'ensemble des annonceurs	27 483 861

* Nombre de ventes générées par l'affiliation x cout du panier moyen FEVAD en 2009 (90€)



COLLECTIF DES
PLATEFORMES
D'AFFILIATION

Annexe 2

Baromètre 2010 du Collectif des Plateformes d'Affiliation

	Total
Nombre annonceurs	6 294
C.A. HT généré* pour l'ensemble des annonceurs	2 440 944 605
Nombre de ventes générées pour l'ensemble des annonceurs	26 794 123
Nombre de clics générés pour l'ensemble des annonceurs	7 946 992 004
Nombre de leads générés pour l'ensemble des annonceurs	50 113 913

* Nombre de ventes générées par l'affiliation x cout du panier moyen FEVAD en 2010 (92€)



COLLECTIF DES
PLATEFORMES
D'AFFILIATION

Contact :

Carole Leblond

Délégué Permanent CPA

cleblond@cpa-france.org

www.cpa-france.org

#CPA_Affiliation