

Webinar

Baromètre de l’Affiliation



4 MARS 2021



Les Speakers



Nicolas Nauche
DGA



Pierre Nouailhac
Directeur E-commerce



Federica Postorino
Country Manager



Thomas Sauzedde
DG



➤ Introduction

L'affiliation en tête des leviers digitaux en 2020 avec +7% de croissance, ex-aequo avec le Social Media, devant le SEM (+3%) et le Display (-2%)*

- + 1,5 millions de nouveaux e-acheteurs sur le marché français**
- + 17400 nouveaux sites marchands **
- + La part du e-commerce a bondi de 9,8% à 13,4% du commerce de détail entre 2019 et 2020**

Coté Annonceurs:

Un besoin de prudence lié à l'incertitude économique qui a favorisé l'attribution de budget marketing vers le levier Affiliation plus sécurisé et un besoin de compenser les fermetures de boutiques physiques

Côté Editeurs:

Un besoin de diversifier les sources de revenus

**(SRI, 25e Observatoire de l'Epub)*

***Fevad Bilan du e-commerce 2020*

Sommaire

Partie 1 - Analyse du Baromètre

Partie 2 - Charte CPA Bons de Réductions

Partie 3 - Les tendances 2021

Conclusion

Partie 1 - Analyse du Baromètre

➤ ANALYSE DU BAROMÈTRE

Principales tendances 2020 vs 2019

+7% : une année en croissance !



+ 52%
PROGRAMMES
(Tot 5934)



+17%
CA pour les
annonceurs
(2,7 Mds €)



-15%
d'impressions
(12 Mds)



+21%
de clics
(2,8 Mds)

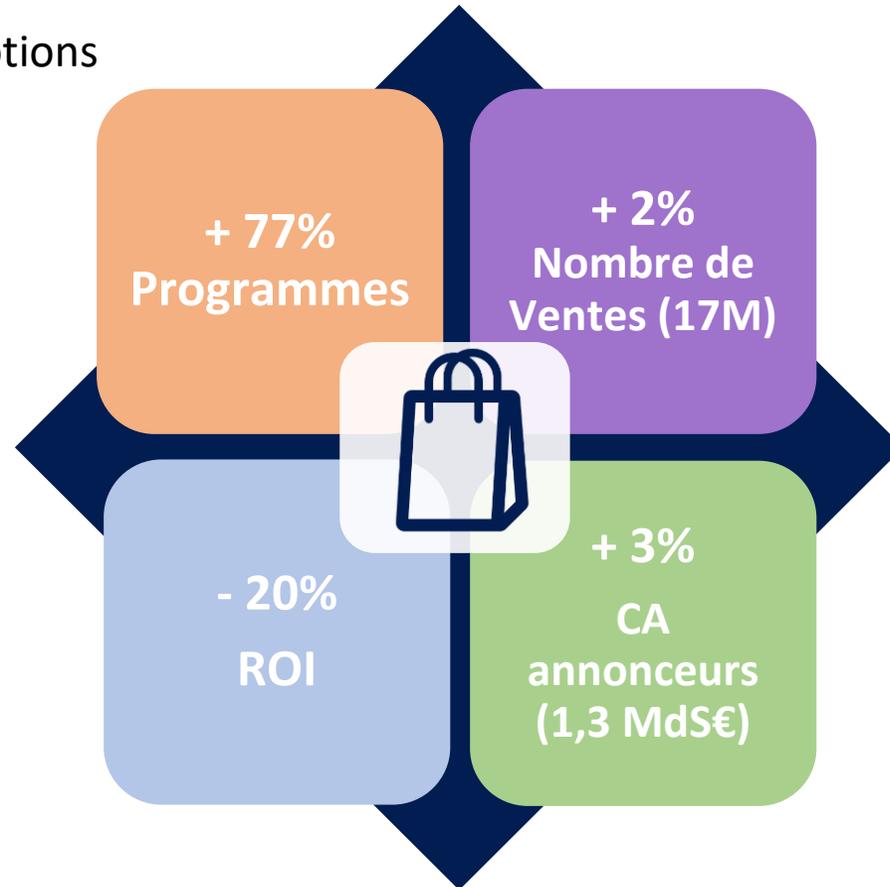


+4%
panier moyen
(84€)



ANALYSE DU BAROMÈTRE

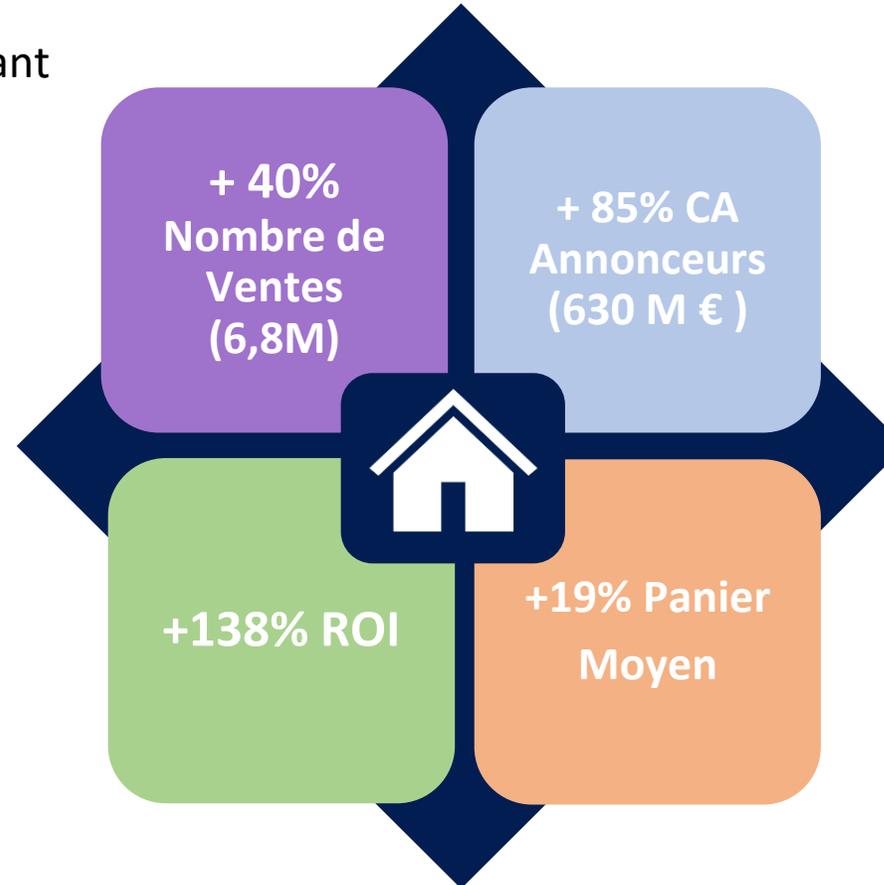
RETAIL* – le secteur des promotions
Chiffres 2020 vs 2019



*Chaussures, sac , accessoires/ Prêt à porter/ High Tech/ Beauté

➤ ANALYSE DU BAROMÈTRE

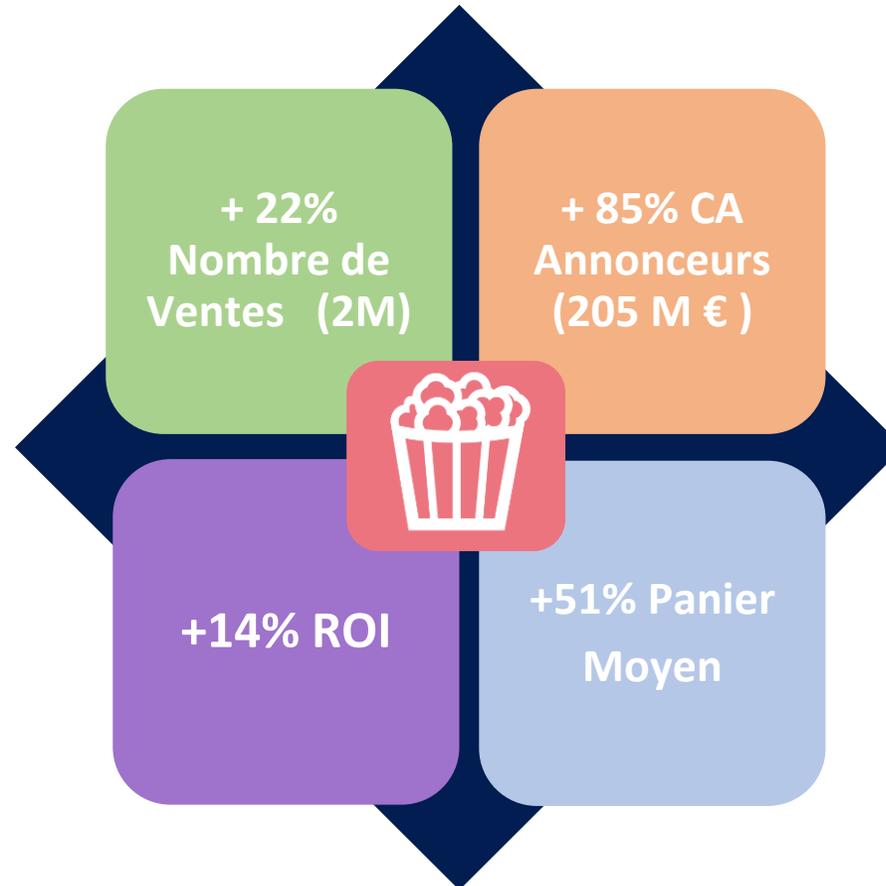
COCOONING* – Le secteur gagnant
Chiffres 2020 vs 2019



*Telecom / Jeux-Jouets / Electroménager/ Maison et Jardin

➤ ANALYSE DU BAROMÈTRE

Loisir* – Le secteur controversé
Chiffres 2020 vs 2019

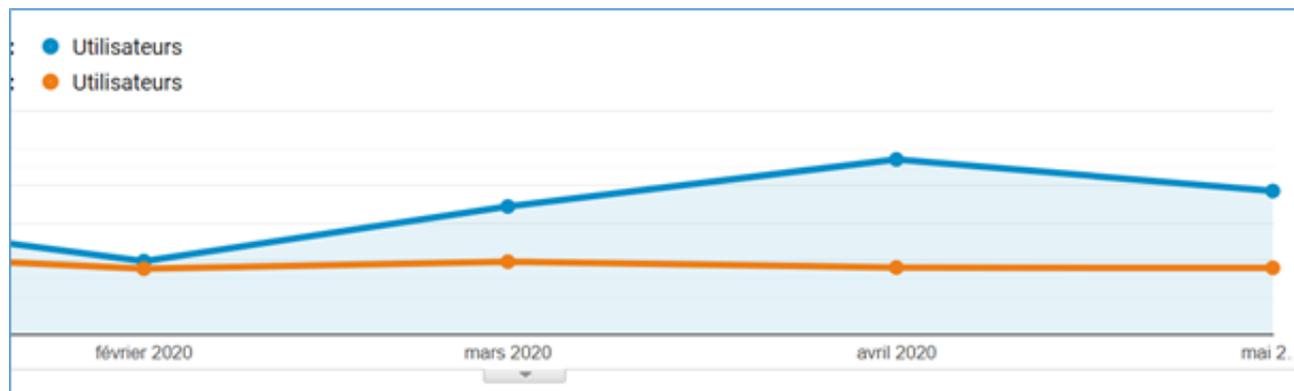


*Presse, loisirs créatifs, billetterie, instruments de musique

ANALYSE DU BAROMETRE

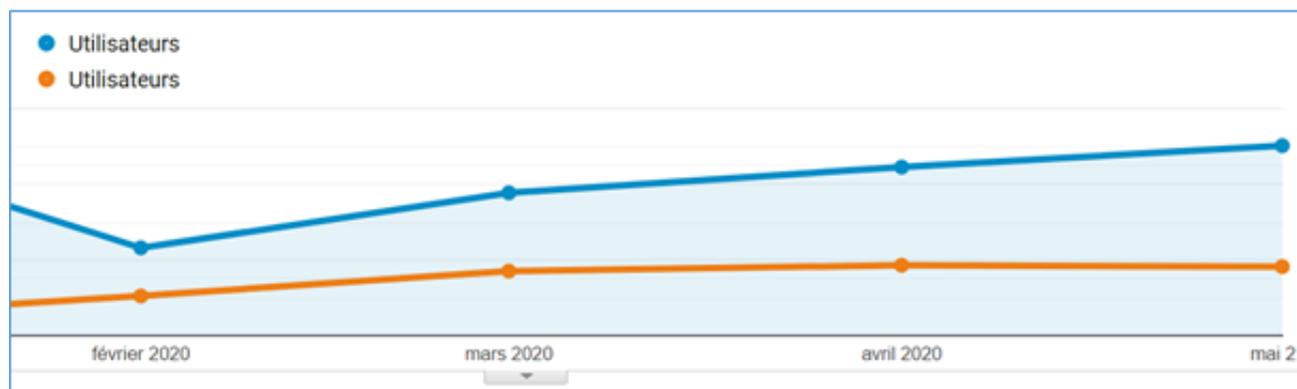


Evolution du trafic Kiosquemag.com fév-mai ; 2020 vs 2019



Jusqu'à + 100 %
de sessions

L'affiliation surperformante vs le trafic du site, car média du dernier kilomètre, et boost du taux de transformation et du trafic sur le site



Jusqu'à + 175 %
de sessions

Partie 2 - Charte Bons de Réductions

➤ CHARTE de QUALITÉ BONS DE RÉDUCTIONS

Déjà plus de 20 éditeurs signataires réunis autour de l'ensemble des Plateformes d'Affiliation

Représentant 85% du marché Français des Bons de réductions

Les plateformes d'affiliation signataires :



Les éditeurs signataires



➤ CHARTE de QUALITÉ BONS DE RÉDUCTIONS

3 missions :

- Assurer un trafic de qualité aux annonceurs
- Garantir une information pertinente aux internautes
- Renforcer la crédibilité du levier bon de réduction

16 articles qui garantissent...

- l'exactitude des offres (dates de validité et exhaustivité des conditions)
- le respect de la propriété du contenu exclusif et original
- une expérience utilisateur exempt de pratiques trompeuses
- le respect des politiques d'achat de mots clefs

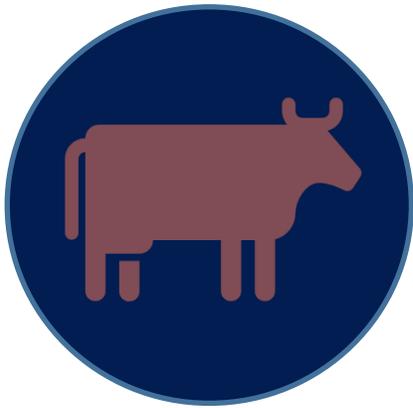
Nouvelle étape 2021

- Création d'un **Label de Qualité** pour les sites éditeurs les plus vertueux
- Décerné par les membres Plateformes Affiliation

Partie 3 - Les tendances 2021

➤ LES TENDANCES 2021

DIRECT TO CONSUMER



**INFLUENCE A LA
PERFORMANCE**



MASS MEDIA / E-BANKING



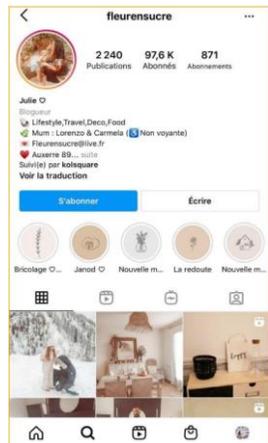
➤ DIRECT TO CONSUMER

Essor des marques en leur nom propre --> désintermédiation des grands distributeurs qui eux se tournent vers le déploiement de solutions de Marketplace



➤ INFLUENCE A LA PERFORMANCE

- De la publicité classique à la création de contenu
- L'importance du bouche à oreille
- Micro / nano influenceurs : taux d'engagement très élevé
- Besoin des marques de maîtriser leur coûts d'acquisition



Il reste quelques tailles de cette robe trop belle que j'ai porté tout le printemps/été 🍷



SWIPE UP FOR TOP



Je vous met le lien du pull ! Je l'ai en gris mais il existe plein de jolies couleurs

➤ MASS MEDIA / E-BANKING

- Accès à des sites média avec une forte audience à la performance
- Content to commerce via des articles de presse
- Système de cashback intégrés aux services E-Banking
- Besoin de revenus additionnels suite à la baisse des investissements publicitaires





LES TENDANCE 2021

Impact et perspectives sur les marques Média

Courbe monétisation sites Reworld Media



Courbe revenus affiliation Reworld Media

**Des revenus en baisse de 50 à 80 %
en quelques jours**

La nécessité de trouver des relais de monétisation,
en s'appuyant sur les contenus déjà référencés

**L'affiliation des revenus récurrents
garantis**



LES TENDANCE 2021

Impact et perspectives sur les marques Média

Menu *PeineVie* JE M'ABONNE

1. JE DÉCRIS MON BESOIN DE MUTUELLE

Personne(s) à assurer

- Moi
- Mon couple
- Mon couple et mes enfants
- Mes enfants et moi

J'ai déjà une complémentaire santé

- Oui
- Non

JE CHOISIS MES NIVEAUX DE GARANTIES :

<input type="checkbox"/>	Soins médicaux	<input type="checkbox"/>
<input checked="" type="checkbox"/>	★★★★★	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	Hospitalisation	<input type="checkbox"/>
<input checked="" type="checkbox"/>	★★★★★	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	Optique	<input type="checkbox"/>
<input checked="" type="checkbox"/>	★★★★★	<input type="checkbox"/>



Maintenir le lien avec les annonceurs

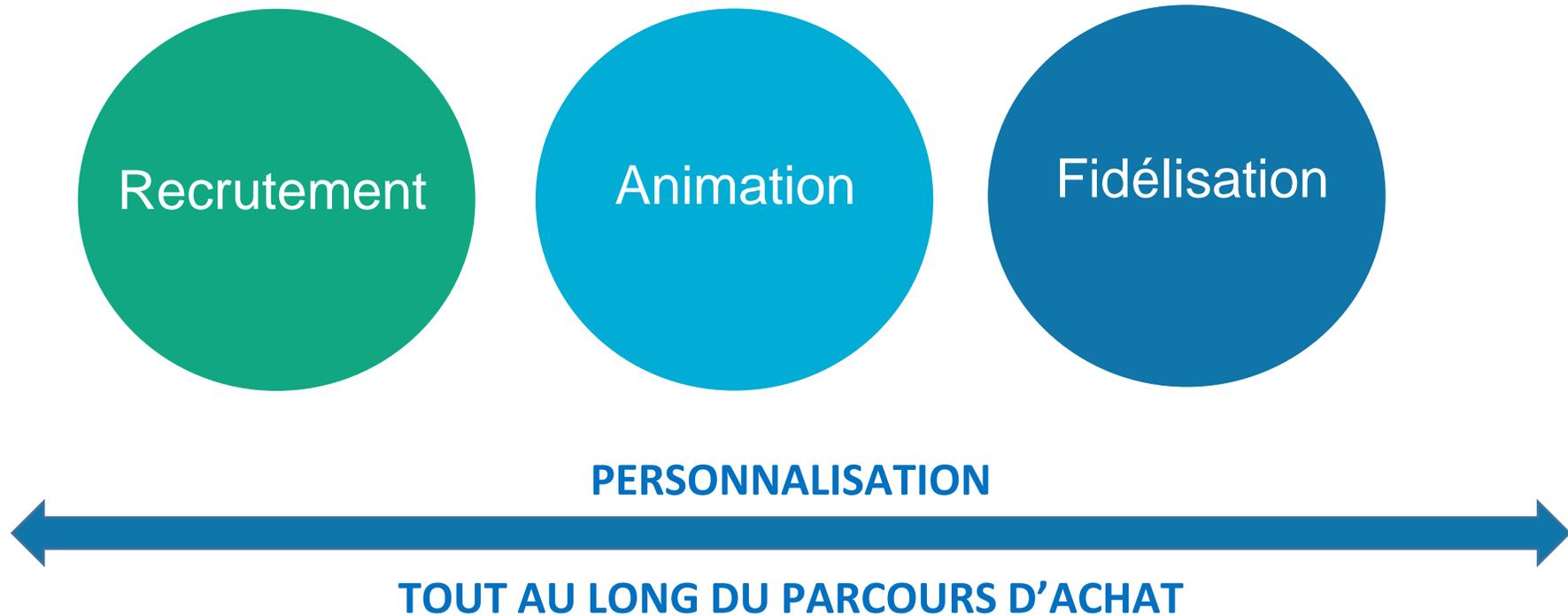
Trouver des idées de nouveaux dispositifs media

Des marques favorisées éditorialement de fait par leur programme

→ LA TENDANCE DU MARCHÉ VERS LA PERFORMANCE QUI SE RENFORCE

➤ Promotions & Content to Commerce

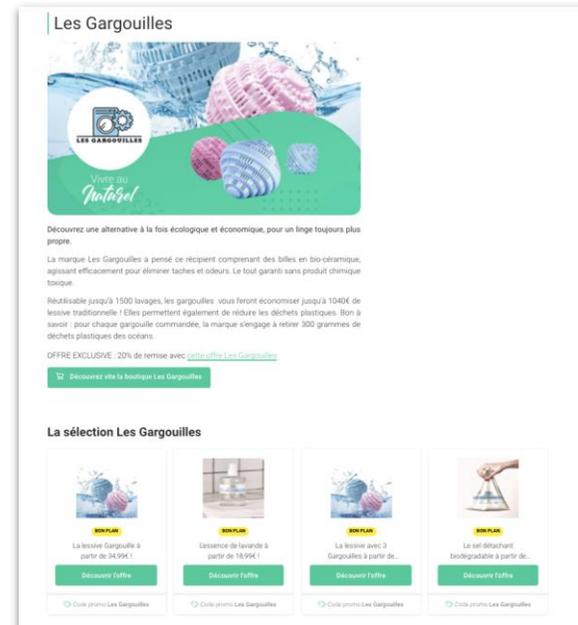
Les 3 leviers d'influence de ce mix Promos & Contenu



➤ Promotions & Content to Commerce

Les promotions & Codes promos :

- se placent à toutes les étapes du funnel d'achat
- évoluent en fonction des moments de vie et/ou besoins des marques
- s'adaptent en temps réel au comportement des internautes



➤ Promotions & Content to Commerce

Le contenu inspirationnel & transactionnel :

- **“de marque”** crée une relation de proximité avec les shoppers, même ceux des concurrents
- **“guide d’achat”** amène les shoppers vers un choix du meilleur produit et naturellement au meilleur prix
- **“bon plan”** accélère la prise de décision des shoppers par un mix parfait entre le meilleur prix du moment et un code promo cumulable associé.

Myprotein - Les protéines au meilleur prix

Richard, mis à jour le 15/01/2021 à 15:09

Les meilleures protéines chez Mypr... La gamme Myvitamins pour le plein... Des snacks pour toute la journée... Des vêtements de sp... >

Myprotein est leader de la nutrition sportive en Europe. Acheter Myprotein c'est pouvoir consommer des produits de qualité premium au meilleur prix. Tout ce dont vous avez besoin pour une séance de sport réussie se trouve sur le site Myprotein : Whey, Gainers, Vêtements de sport et... [Codes promo Myprotein !](#)

Donc si vous cherchez à battre des records n'attendez plus et profitez des meilleurs prix Myprotein ! Découvrez ici la sélection Ma Reduc des meilleurs produits Myprotein.



Les meilleures ventes Myprotein

 Myprotein 48 ^{€99} Impact Whey Protein - 2.5kg - Chocolat Onctueux Codes promo Myprotein	 Myprotein 39 ^{€99} Hard Gainer Extreme - 2.5kg - Vanille Codes promo Myprotein	 Myprotein 17 ^{€49} Isolat de protéine de soja - 1kg - Vanille Codes promo Myprotein
---	---	--

Samsung Galaxy Buds : l'alternatif aux AirPods d'Apple

Richard, mis à jour le 20/02/2021 à 14:00

Afin de concurrencer Apple et ses AirPods, le leader mondial de la téléphonie mobile le géant coréen Samsung propose désormais ses propres écouteurs Bluetooth. Les Galaxy Buds sont vendus moins chers que les AirPods tout en proposant une meilleure autonomie et un son de qualité équivalente.

Samsung Galaxy Buds - Noir

7/10 NOTE MAREDC

Samsung vous propose ici de couper le cordon des écouteurs avec les Galaxy Buds. Facile à insérer dans vos oreilles, vous pourrez les porter durant plus de 6 heures au rythme de vos musiques préférés !

Points forts	Points faibles
<ul style="list-style-type: none">Leur autonomieLeur ergonomieLa charge sans fil de l'étui	<ul style="list-style-type: none">Leurs aigusFonctionne uniquement avec l'application AndroidRechargeable une fois et demi seulement avec l'étui

Où acheter ce produit au prix le plus bas ?

 Samsung	✓ Disponible	119 ^{€00}	Découvrir l'offre
 Conforama	✓ Disponible	149 ^{€99}	Découvrir l'offre
 La Redoute	✓ Disponible	194 ^{€99}	Découvrir l'offre
 Amazon	✓ Disponible	206 ^{€99}	Découvrir l'offre

Mis à jour le 02/03/2021 - Le prix est celui indiqué par le marchand au moment de la publication de l'article.

➤ Conclusion

Une année 2020 qui a vu se normaliser de nouvelles habitudes Ecommerce
L'affiliation est ressortie comme un levier de confiance, performant, économique, innovant et particulièrement dynamique.

Les prochains mois promettent également beaucoup d'émotions:

- Cookie Consent / 1er avril
- Fins des restrictions en boutiques physiques
- Déploiement de la 5G

Q&R

Téléchargez vos exemplaires des baromètres de l'affiliation et du lead sur le site du CPA

www.cpa-france.org



➤ Recommandations CNIL - 1er Avril 2021

Informations à donner au moment du recueil du consentement aux cookies

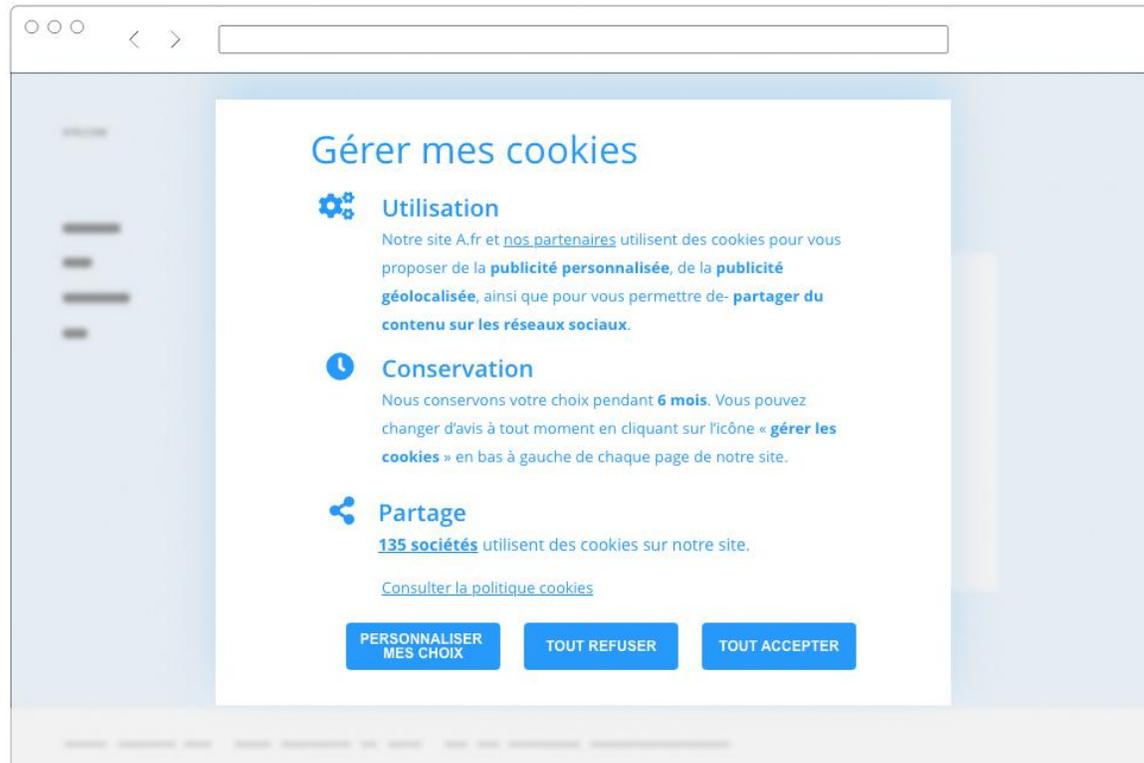
- l'identité du ou des responsables des traitements effectués grâce aux cookies,
- la finalité des cookies,
- la manière d'accepter ou de refuser les cookies,
- les conséquences qui s'attachent à un refus ou une acceptation des cookies,
- l'existence du droit de retirer son consentement aux cookies.

IMPORTANT : La simple poursuite de la navigation sur un site ne peut plus être considérée comme une expression valide de consentement de l'internaute.

La notion de preuve du consentement à également été instauré dans la nouvelle recommandation CNIL

➤ Recommandations CNIL - 1er Avril 2021

Au stade du premier niveau d'information, la CNIL recommande de donner aux utilisateurs le choix entre deux boutons présentés au même niveau et sur le même format, sur lesquels sont inscrits respectivement « Tout accepter » / « Tout refuser » ou « J'autorise » / « Je n'autorise pas » ou « J'accepte tout » / « Je n'accepte rien » (ou toute autre formulation équivalente et suffisamment claire) et permettant de consentir ou de refuser, en une seule action, à plusieurs finalités.



Sources : <https://www.cnil.fr/fr/cookies-et-traceurs-comment-mettre-mon-site-web-en-conformite> et <https://www.cnil.fr/sites/default/files/atoms/files/recommandation-cookies-et-autres-traceurs.pdf>

➤ Recommandations CNIL - 1er Avril 2021

Cookies exemptés

La Commission estime que les traceurs suivants peuvent, notamment, être regardés comme exemptés :

1. les traceurs conservant le **choix exprimé par les utilisateurs sur le dépôt de traceurs** ;
2. Les traceurs destinés à l'**authentification auprès d'un service**, y compris ceux visant à assurer la sécurité du mécanisme d'authentification, par exemple en limitant les tentatives d'accès robotisées ou inattendues ;
3. Les traceurs destinés à **garder en mémoire le contenu d'un panier d'achat** sur un site marchand ou à facturer à l'utilisateur le ou les produits et/ou services achetés ;
4. Les traceurs de **personnalisation de l'interface utilisateur** (par exemple, pour le choix de la langue ou de la présentation d'un service), lorsqu'une telle personnalisation constitue un élément intrinsèque et attendu du service ;
5. Les traceurs permettant l'**équilibre de la charge des équipements** concourant à un service de communication ;
6. Les traceurs permettant aux sites payants de limiter l'**accès gratuit à un échantillon de contenu** demandé par les utilisateurs (quantité prédéfinie et/ou sur une période limitée) ;
7. Mesure d'audience (...) la Commission souligne que ces **traceurs doivent avoir une finalité strictement limitée à la seule mesure de l'audience** sur le site ou l'application pour le compte exclusif de l'éditeur. Ces traceurs ne doivent notamment pas permettre le suivi global de la navigation de la personne utilisant différentes applications ou naviguant sur différents sites web. De même, ces traceurs doivent uniquement servir à produire des données statistiques anonymes.

Source : https://www.cnil.fr/sites/default/files/atoms/files/lignes_directrices_de_la_cnil_sur_les_cookies_et_autres_traceurs.pdf (paragraphe 49, 50 et 51)