



# RAPPORT D'ACTIVITÉ 2025



Le collectif pour les acteurs du  
marketing digital performant

# SOMMAIRE

**1 Partie Administrative**

---

**2 Élections du nouveau bureau 2025**

---

**3 Mission #1 : Juridique – affaires publiques**

---

**4 Mission #2 : Formation**

---

**5 Mission #3 : Informations**

---

**6 Annexes**

---

**7 Conclusion**



# A propos de nous



Créé en 2008, le CPA (Collectif Pour les Acteurs du Marketing Digital) est le syndicat professionnel des acteurs du marketing digital, secteur d'activité constituant le socle de toute stratégie d'acquisition digitale. Le CPA représente des Éditeurs 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, Événements & 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 œuvre 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.

+ 85

## ADHÉRENTS

A ce jour, le CPA compte plus de 95 adhérents.

## Clôture des comptes 2024

### Compte de résultat :

Produits d'exploitation : 250 525 €

Charges d'exploitation : 249 240 €

**Résultat d'exploitation : = 1284 €**

Résultat financier : -11 €

Résultat exceptionnel : 0 €

**Résultat de l'exercice : 1272 €**

# 2

# Élections du nouveau bureau 2025

Liste du bureau actuelle + renouvellement 2nd Mandat : juin 2025-2027 (2 ans)

					
Emmanuel Brunet	Alban Peltier	Christophe Bosquet	Mathilde Chenel	Fabrice Perbost	Clément Grandjean
					

Il nous en rejoint au conseil d'administration en cours d'année

					
Romain Cambien Fondateur et président 	Kelli Parkja Client Services Director 	Gregory Bocquenet CEO 	Anne Konow-Le Roux Directrice Business Development 	Guillaume Bournizien Directeur développement digital 	Sara Pereira Directrice des Activités Performance 

## Nouvelle réorganisation du site web CPA

- Collège Juridique
- Collège Métiers et compétences



- Commission Affiliation
- Commission Bons de réduction
- Commission B to B
- Commission Cashback
- Commission Content commerce
- Commission emailing et newsletter
- Commission Lead
- Commission Média
- Commission Influence

# 3

## Nouvelles missions et Nouveaux chantiers



Le CPA est le syndicat du marketing digital performant fédérant les éditeurs de sites internet, leurs partenaires et leurs prestataires. Il promeut les meilleures pratiques en matière de création de trafic et de monétisation, facilite la collaboration et défend les intérêts de ses membres.

### Nos missions :

#### FEDERER

Rassembler les acteurs locaux du marketing digital performant autour de valeurs communes et les accompagner dans l'évolution des compétences de leurs équipes grâce à une certification

#### VALORISER

Sensibiliser sur les bonnes pratiques marché à travers des labels et promouvoir l'expertise et l'importance des membres du CPA auprès des annonceurs, des médias et des pouvoirs publics

#### DEVELOPPER

Permettre aux entreprises de croître sur leur marché et de générer davantage de chiffre d'affaires grâce aux rencontres initiées par le collectif.

# 3

# Nouvelles missions et Nouveaux chantiers

## 2023/2024 - Notre promesse



## Les premières réalisations

- Faire basculer le CPA du "Marketing à la Performance" au "Marketing Performant"
- Structurer le CPA pour créer le contexte des conditions de croissance
- Mise à jour des statuts
- Réorganisation des collèges et les commissions
- Analyse des nouvelles activités à viser pour le CPA

## Constats

### Constats marché :

- Un marché globalement compliqué pour toute la chaîne publicitaire
- Le commerce digital passe du eCommerce simple à une combinaison eCommerce / Social Commerce / IA-Commerce
- Des budgets marketing qui stagnent et une obligation d'implémentation de l'IA dans les entreprises avec les impacts RH qui vont avec
- Des GAFA challengés (procès, ...) = opportunité de valoriser les acteurs locaux !

### Constats CPA :

- Le recrutement de membres par le CPA reste lent (conjoncture, pas de plan commercial proactif, positionnement pas toujours lisible)
- Toutefois, une catégorie d'acteurs montre un réel intérêt : les éditeurs

# 3

## Nouvelles missions et Nouveaux chantiers

### Stratégie



#### Contexte favorable à l'engagement des éditeurs

- Faible activité du GESTE sur le marketing perf et les sujets technologiques.
- Enjeux juridiques et SEO importants (Google, ChatGPT, Perplexity...).
- Poids croissant de la performance dans la monétisation.

#### Axer le recrutement sur les éditeurs web en priorité (pure players ou groupes médias) :

- L'éditeur est un acteur central : il peut être à la fois fournisseur, client ou partenaire pour les membres actuels et futurs du CPA.
- Les problématiques des éditeurs concernent tous les acteurs du CPA : création de trafic, monétisation, gestion & fidélisation de l'audience

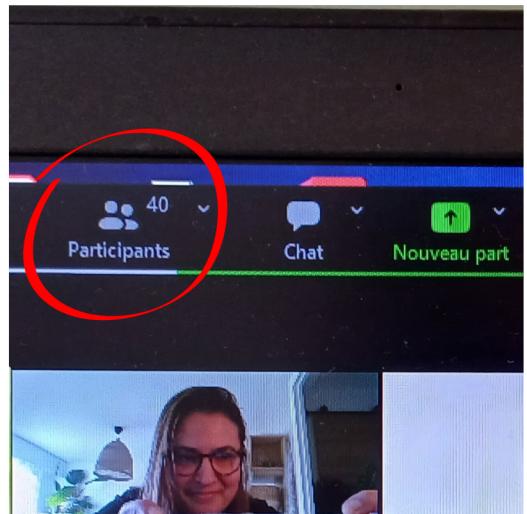
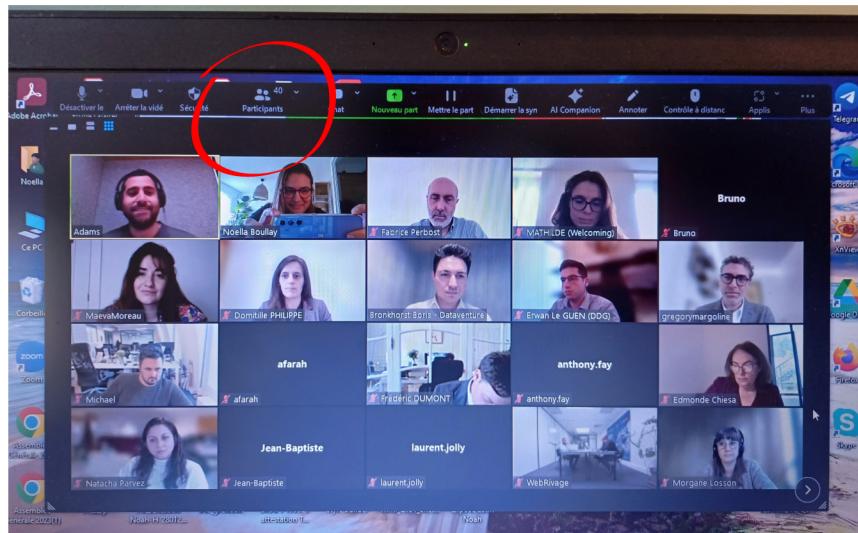
### Opportunité de croissance

- Miser sur le recrutement prioritaire d'éditeurs web (pure players, groupes médias) et sur le recrutement de nouvelles familles d'éditeurs (comparateurs, influence, etc).
- Objectif : 30 éditeurs en 12 mois, avec une promesse adaptée à leurs besoins.

# 3

# MISSION #1: JURIDIQUE – AFFAIRES PUBLIQUES

Réunion Juridique – 12 décembre 2025 [40 adhérents connectés]



## Ateliers de consultation CNIL – PIXEL D'OUVERTURE

Atelier #1 (27 Septembre 2023) – Lister les finalités

-> CR CNIL envoyé

-> CR interpro envoyé + réponse au questionnaire

Atelier #2 (22 Novembre 2023) – Applicabilité des exemptions

-> CR CNIL envoyé

-> Réponse au questionnaire interpro envoyé (vaut pour CR)

Atelier #3 (24 Janvier 2024) – Modalités de recueil du consentement

> CR CNIL envoyé

-> Réponse Interpro envoyée en attente CR n°2 et n°3 définitifs

Atelier #4 – Synthèse – (14 juin 2024)

> CR CNIL (en cours)

> projet de recommandation pour T1 2025 (sera soumis à consultation publique)



Domitille Philippe

Avocat à la Cour  
Senior Counsel



Boris Bronkhorst

Co-Fondateur



Mathilde Chenel

Trésorière  
Directrice BU Publishing



# 3

# MISSION #1: JURIDIQUE – AFFAIRES PUBLIQUES

## Atelier de consultation CNIL

### Consentement cross device en univers logué

Atelier #1 (23 Septembre 2024)

CNIL a décidé de prioriser l'élaboration d'une recommandation sur le recueil du consentement « cross-device » en environnement entièrement logué.



Domitille Philippe  
Avocat à la Cour  
Senior Counsel



Christophe Bosquet  
CEO



### Ateliers de consultation CNIL – PIXEL D'OUVERTURE

Stakeholder Event – CEPD (18 novembre 2024)

Le Comité européen de la protection des données organise le 18 novembre 2024 un « Stakeholder event » relatif aux modèles « Consent or Pay », dans lesquels les personnes concernées doivent choisir entre consentir au traitement de leurs données à caractère personnel pour une finalité déterminée ou payer pour accéder à un service. Cet événement, qui aura lieu à distance, vise à recueillir l'avis des parties prenantes dans le contexte des futures lignes directrices du CEPD sur l'application de la législation à ces modèles.

- >> 200 participants répartis dans 5 salles virtuelles.
- >> Analyse d'impact Cookie Wall (enseignement) / prix-proportionnalité
- >> Documenter un maximum



Domitille Philippe

Avocat à la Cour  
Senior Counsel



Joseph Rubio

Data Protection Officer &  
Legal Counsel



Mireille Monnier

Directeur juridique et  
data protection officer



# 3

# MISSION #1: JURIDIQUE – AFFAIRES PUBLIQUES

## Intervention volontaire – Groupe Canal+

- > Mémoire en intervention volontaire déposé le 29/11/2024
- > Réplique attendue de la CNIL (pas de date de fixée)
- > Objectif : faire reconnaître par le Conseil d'Etat que le consentement éclairé n'exige pas la communication de l'identité des destinataires des données au moment de la collecte par un primo-collectant.



## Intervention volontaire – Groupe Canal+

**Merci à nos contributeurs pour cette action !**



## Contrôles de la CNIL dans le secteur de la prospection commerciale

2 contentieux en cours – publication des décisions envisagée en début d'année 2025 – acteurs du marketing digital

Exposé des enjeux et risques pour le secteur :  
Instauration d'un régime de responsabilité solidaire entre les acteurs d'une même chaîne de traitement ?

Quelles obligations sur la preuve du consentement pour les partenaires de monétisation ?

Les apports jurisprudentiels de la CNIL sont-ils rétroactifs ?

Les injonctions envisagées et leurs impacts potentiels.



Grégory Margoline

Avocat

PERSPECTIVES

# 3

# MISSION #1: JURIDIQUE – AFFAIRES PUBLIQUES

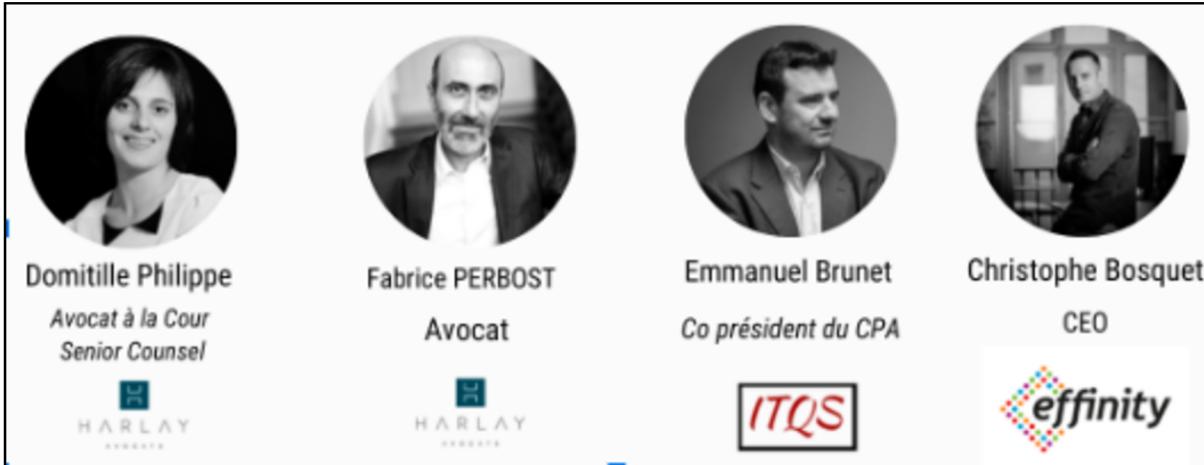
**RDV CPA dans les locaux de la CNIL – le 4 décembre 2024**

Points abordés : responsabilité solidaire; preuve du consentement et portée des audits des opérateurs de la chaîne de traitement; prospection et exigence concernant la liste des destinataires; rétroactivité des décisions.

Prochaines actions :

intervention CNIL auprès du CPA pour présenter exigences en matière de prospection (référentiel et décisions définitives)

travail avec la CNIL pour traiter de questions de fond (définition, preuve et audit)  
retour attendu de la CNIL sur portée de la décision Canal+ au regard de la liste des destinataires



# 3

# MISSION #1: JURIDIQUE – AFFAIRES PUBLIQUES

**RDV CPA dans les locaux de la CNIL – le 6 février**

**Points abordés :** responsabilité solidaire; preuve du consentement et portée des audits des opérateurs de la chaîne de traitement; prospection et exigence concernant la liste des destinataires; rétroactivité des décisions.

**2 réunions internes** avec les collecteurs : webrivage, tagadamedia, egentic, dataventure. Production d'un document commun

**Prochaines actions :**

Prochain RDV CNIL + possible intervention CNIL auprès du CPA pour présenter exigences en matière de prospection (référentiel et décisions définitives)

				
<b>Domitille Philippe</b> Avocat à la Cour Senior Counsel	<b>Fabrice PERBOST</b> Avocat	<b>Bruno Dermoum</b> Head of Customer Service & Deliverability	<b>Christophe Bosquet</b> CEO	<b>Mathilde CHENEL</b> HEAD OF PUBLISHING & STRATEGY
				

**CNIL.** | **PROTÉGER** les données personnelles  
**ACCOMPAGNER** l'innovation  
**PRÉSERVER** les libertés individuelles



**Thomas DAUTIEU**  
Directeur de  
l'accompagnement  
juridique



**Nacéra BEKHAT**  
Cheffe du service de  
l'économie numérique  
et du secteur financier



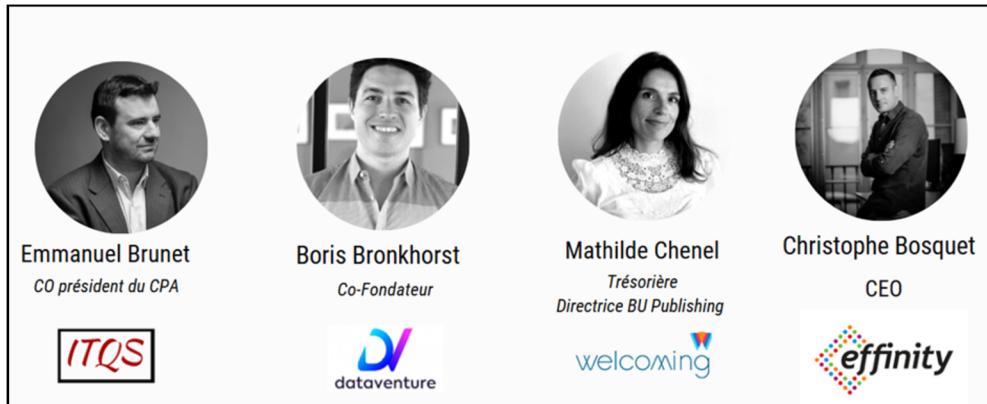
**Lise SALZMANN**  
Juriste Droit de la propriété intellectuelle /  
NTIC - Droit de la communication - Droit  
des contrats - RGPD

# 3

# MISSION #1 : JURIDIQUE – AFFAIRES PUBLIQUES

**Invitation CNIL – Pixel d'ouverture 5 juin de 15h à 16h**

Présentation du projet de recommandation "pixels de suivi dans les courriels"



## Canal+ Décision du conseil d'Etat le 5 mai 2025

Le Conseil d'Etat a préféré renvoyer l'affaire à la CJUE à Luxembourg

La formulation en deux temps de la question préjudiciale est positive

**Prochaine étape :** décider (avant le 23 juin) si vous souhaitez vous joindre à la procédure



## Réunion juridique le 30 juin 2025

### Sujets liés à l'emailing d'acquisition / lead :

- Réunions de concertation CNIL : pixel d'ouverture – recommandations : attention nouveautés en matière de B to B – consentement demandé également
- Réunions CPA / CNIL : preuve du consentement (historisation) pour les collecteurs + Audit (brokers)
- Canal+ / décision CNIL : Action interasso – où en est-on ?
- Intervention de Gregory Margoline (Perspectives Avocats) sur le jugement de 2 cas clients (partage d'information)
- Q/R : Axel Infopro –

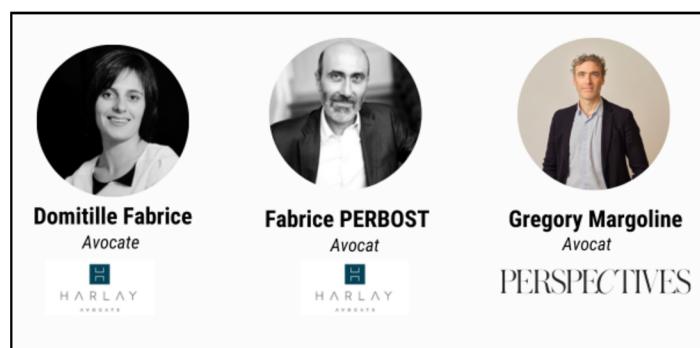
### Le Conseil d'Etat a préféré renvoyer l'affaire à la CJUE à Luxembourg

- La formulation en deux temps de la question préjudiciale est positive

**Prochaine étape :** décider (avant le 23 juin) si vous souhaitez vous joindre à la procédure

### Sujets liés à l'emailing au content to commerce :

AI Overview (SGE) – Autorité de la concurrence  
Chat GPT



# 4

# Mission #3 : Formation

## Valoriser les compétences



### LE SCORE

Mise en place d'un questionnaire Marketing digital performant évaluant les compétences des collaborateurs



### VALORISER

Permettre aux entreprises membres du CPA de valoriser leur expertise et la qualité de leurs équipes



### RAYONNER

Le CPA : être plus visibles (RP), attirer de nouveaux membres Les salariés de nos membres en les encourageant à renforcer leur expertise et à le faire savoir



### QUALITÉ

Proovee accompagne le CPA dans la mise en place opérationnelle et le maintient dans le temps du Score CPA

## Nouvelles features – Score CPA

### Evolution du produit

Quid d'une question autour du parcours scolaire du répondant (dev proovee)

Félicitations d'avoir testé votre SCORE CPA en marketing digital performant.

Ce SCORE CPA est conçu pour permettre aux professionnels du marché de se benchmarker et de valoriser leurs connaissances et leurs profils. Donc, pas de stress, vous avez des domaines à perfectionner, c'est tout !

Pour cela, plongez dans les ressources et les conseils d'experts que nous vous avons listé en bas de ce bilan. ☺

J'ai validé le test de référence des connaissances du Marketing Digital Performant

Comment vous positionnez-vous ? Répartition par quintiles

Partage ce bilan sur LinkedIn

Score CPA mobile application interface showing a bar chart and a megaphone icon.

Accompagner son client

Votre score

Moyenne générale

Votre score indique qu'il vous faut consolider vos connaissances afin de mieux accompagner vos clients. ☀

Comprendre les ficelles de l'achat media, réaliser une veille sur l'environnement légal et savoir formuler des recommandations adaptées sont 3 supers-pouvoirs des métiers du marketing digital performant. Il est important de développer vos connaissances pour évoluer sur ce marché, notamment pour échanger et challenger vos interlocuteurs.

Pour devenir un as, cliquez sur "Lire nos conseils" et découvrez nos astuces sur mesure. ☺

Article: Connaissez-vous le référentiel des formats standards de la publicité digitale ? 3 min de lecture En savoir plus

Article: Les grandes mutations de l'achat media en 2023 3 min de lecture En savoir plus

Guide: Quelles sont les dernières innovations technologiques dans l'univers programmatique ? 3 min de lecture En savoir plus

Cartographie: CPC, CPM, CPA, CPL : Comment choisir, combien investir ? 3 min de lecture En savoir plus

Guide: Le Guide de la Publicité Digitale : 15 leviers à connaître pour performer 4 min de lecture En savoir plus

Cartographie: La French Alternative version 2023-24: La cartographie de la filière publicitaire made in France 5 min de lecture En savoir plus

Podcast: Au cœur de la stratégie d'achat media d'Intermarché 15 min d'écoute En savoir plus

# 4

## Mission #3 : Formation



Le Score CPA - Ils ont accepté de défi -  
Etude + de 350 répondants



Rakuten Advertising x CPA SCORE  
MARKETING DIGITAL PERFORMANCE



powerspace x CPA SCORE x welcoming



Le Parisien x CPA SCORE  
MARKETING DIGITAL PERFORMANCE



Challenge accepté chez Ouest France !

ouest france x CPA SCORE  
MARKETING DIGITAL PERFORMANCE



kwanko Vous et 29 autres personnes 3 commentaires • 6 républications

Challenge accepté chez TradeDoubler !

td x CPA SCORE  
MARKETING DIGITAL PERFORMANCE

## La fermeture du LDMS

18 décembre  
AGE/O  
Liquidation du LDMS



# 4

## Mission #3 : Formation



### Réunion Collège Métiers & compétences:

Petit-déjeuner chez HARLAY le 7 Janvier



### Baromètre Métiers & Compétences

Le CPA lance son premier Baromètre des Métiers et Compétences du Marketing Digital.

Notre secteur industriel fait face à des défis croissants dans le domaine du recrutement, de l'intégration de stagiaires et d'apprentis, ainsi que dans l'identification des établissements d'enseignement appropriés pour nourrir notre vivier de talents. Ces problématiques sont partagées par l'ensemble de nos membres, et il est impératif que nous unissions nos forces pour y faire face de manière plus efficace.

Pour vous les RH  
ou assimilés



Répondez au questionnaire en moins de 10 minutes !  
Vous recevrez en priorité les résultats de cette étude.

[Répondre à l'étude](#)

### Score CPA Junior

**Cible :** à destination de tous les étudiants des formations digitales. Test offert pour les écoles adhérentes au Collège. Adhésions Ecoles.



# 4

## Mission #3 : Formation



### Etude – propositions d'insights grâce à l'IA

Basé sur l'analyse de plus de **350** professionnels du secteur

**Objectifs** : identifier forces, faiblesses, besoins en formation et tendances du marché.

5 compétences clés analysées :

- Data & analyse.
- Canaux organiques.
- Relation client.
- Canaux performance.
- Environnement affiliation.

Évaluation fine via des sous-compétences pour une analyse détaillée.

Données croisées selon : entreprise, adhésion CPA, seniorité, fonction et typologie d'acteur.

#### Profil des répondants

- 60 % accompagnement client, suivis des Sales (12%) et Marketing-Com (10%).
- 53 % de profils seniors, permettant une analyse par niveau d'expérience.
- 
- Entreprises représentées : Kwanko, Effinity, Affilae → diversité des acteurs.
- 
- Une base solide pour comparer les compétences par métier et expérience.

#### DÉCRYPTAGE DES PROFILS :

- Les annonceurs au sommet : Avec un score moyen de 16,87/20, ils surpassent tous les autres profils, probablement grâce à leur vision globale du marketing digital.
- Management et consultants : Excellentes performances (15,07/20 et 14,85/20), particulièrement dans l'accompagnement client et la collecte de données.
- Marketing-Communication en difficulté : Score moyen de 12,57/20, avec une faiblesse marquée dans l'environnement d'affiliation (10,44/20).
- L'expérience compte : L'écart de 1,76 points entre seniors et juniors confirme l'importance de l'expérience dans le développement des compétences.
- Des patterns distincts : Le graphique radar révèle que chaque profil a ses propres forces et faiblesses, suggérant des besoins en formation différenciés.

#### ANALYSE COMPARATIVE DES PROFILS

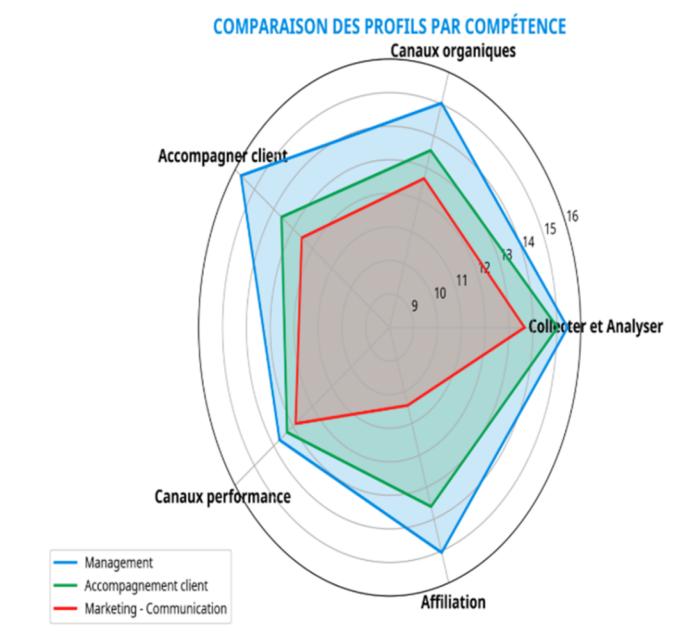


Figure 7: Chaque profil a son propre pattern de forces et faiblesses

# 4

## Mission #3 : Formation



### Etude - propositions d'insights grâce à l'IA

#### OÙ CONCENTRER LES EFFORTS DE FORMATION

PROFIL	RECOMMANDATION PRIORITAIRE
Marketing - Communication	Formation approfondie sur l'environnement d'affiliation (10,44/20)
Sales et Accompagnement client	Renforcement des compétences sur les canaux performance (12,82/20)
Juniors	Programme complet sur les fondamentaux et mentorat par les seniors
Tous profils	Développement des compétences en formulation de recommandations (9,10/20)

#### CONCLUSION :

Bonne maîtrise des données, mais lacunes en recommandations et génération de leads.  
Forts écarts selon la seniorité et le profil → nécessité d'une formation ciblée.  
Les recommandations visent à renforcer l'expertise marketing et booster la performance.

**Analyse interactive disponible :**

[ctsgnghbh.manus.space](http://ctsgnghbh.manus.space)



# 5

## Mission #2 : Informations

### Points sur les chartes de qualité

#### **CHARTE DES BONS DE RÉDUCTION**

##### **Le label des Bons de réduction, qu'est-ce que c'est ?**

Le Label des Bons de réduction est attribué par le syndicat professionnel CPA (Collectif pour les acteurs du marketing digital). Il atteste, pour les sites qui le reçoivent, du respect des bonnes pratiques instituées par la Charte des Bons de réduction.

##### **Quels sont les engagements des sites ayant obtenu le Label ?**

Les sites signataires de la Charte des bons de réduction s'engagent notamment à :

- Ne pas publier de codes expirés
- Rendre la nature de l'avantage conféré par le code facilement identifiable visuellement
- Ne pas diffuser de codes promotionnels factices
- Ne pas diffuser sur leur site des codes ou offres non autorisées par les marques
- Indiquer clairement le type d'offre à laquelle le code permet d'accéder. Il est obligatoire de différencier un code promotionnel d'un bon plan

#### **Les sites labellisés - S02 2024 - Du 1er juin au 31 novembre 2024**



# 5

## Mission #2 : Informations

### Evènements CPA

#### Assemblée générale du CPA - 26 septembre 2024

Le CPA a organisé son assemblée générale le 26 septembre chez AWIN SAS, au 117-119 Quai de Valmy, 75010 Paris.

Au programme de cette journée :

Une première partie consacrée à l'Assemblée Générale ordinaire, où nous avons abordé les sujets essentiels concernant le CPA.



# 5

# Mission #2 : Informations

## Webinars

### Skimlinks – 05 novembre 2024

Le webinaire exclusif où nous explorerons l'importance du Black Friday en France. Découvrez comment le Commerce content influence le comportement des consommateurs, explorez les opportunités de croissance dans des secteurs clés tels que la Beauté et la Maison, et apprenez comment les solutions de Skimlinks peuvent aider les éditeurs à tirer parti de ces tendances pour 2024.

#### Intervenants :

- Jessica Couéron, Business Development Manager France
- Aurélie Gritun, Director, Product Marketing & Customer Experience

**WEBINAR LIVE**

**MARDI 05 NOVEMBRE**

**SKIMLINKS**  
a Taboola company

Explorez le potentiel du Black Friday : Aperçus et tendances

avec



AURÉLIE GRITUN  
DIRECTOR, PRODUCT  
MARKETING & CUSTOMER  
EXPERIENCE

et



JESSICA COUÉRON  
BUSINESS DEVELOPMENT  
MANAGER FRANCE

### Webinar Leadgen – 18 décembre 2024



Dans un contexte de plus en plus ROliste, chaque lead compte. Comprendre la valeur de chaque prospect et intégrer vos campagnes de leadgen dans une stratégie globale sont les clés pour transformer vos prospects en opportunités rentables. Découvrez comment les comportements d'achat, un ciblage précis et une stratégie nurturing personnalisée peuvent booster vos résultats.

# 5

## Mission #2 : Informations

### Les salons partenaires

#### Salon One to One Expérience Client - le 03 octobre 2024

One to One Expérience Client est l'événement incontournable des marques leaders et annonceurs porteurs de projets (nos "invités") : CEO, CMO, CDO, directeur marketing / innovation... venus à la rencontre des meilleurs fournisseurs de solutions "partenaires" de l'acquisition, du marketing client et de la data/IA avec :

- Des rendez-vous ultra qualifiés : un agenda sur-mesure pour répondre à vos enjeux business
- Une double sélection : les marques soumettent un projet d'investissement et les fournisseurs de solutions sont sélectionnés par le comité.
- Des retours d'expériences et contenus d'experts concrets pour étoffer ses stratégies
- Des conférences avec des personnalités hors business pour s'inspirer et challenger ses idées
- Des moments de networking entre pairs inoubliables pour développer son réseau



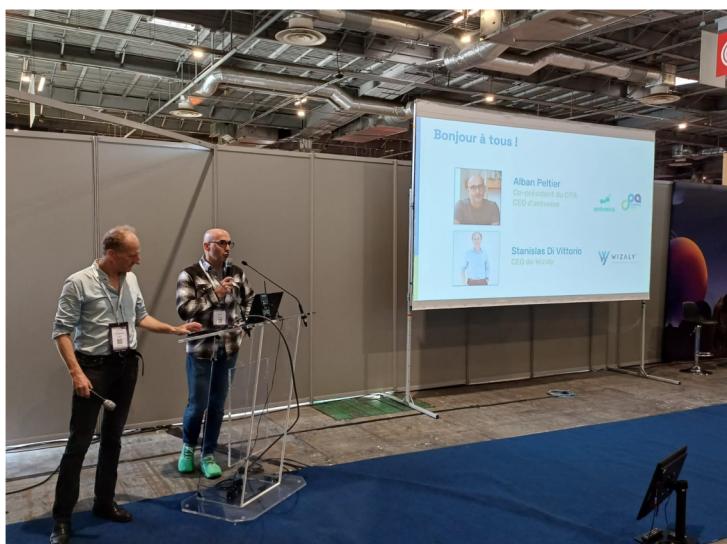
# 5

## Mission #2 : Informations

### Les salons partenaires

#### Salon BIGDATA & AI Paris - 16 octobre 2024

Depuis 13 ans, BIG DATA & AI PARIS impulse la transformation et l'industrialisation IA & Data des entreprises françaises. Avec +300 interventions, 700 speakers, 230 entreprises exposantes et 20 000 professionnels du Big Data et de l'IA, cette édition promet de réunir ce qu'il se fait de mieux dans l'industrie en France.



Maîtriser le ciblage et la mesure de vos campagnes média  
dans un monde avec de moins en moins de cookies tiers



**Stanislas Di  
Vittorio**  
Président de Wizaly



**Alban  
Peltier**  
CEO d'Antvoice  
Co président du CPA

**BIGDATA & AI**  
- P A R I S -

**Le 16 octobre 2024**

**13h30 à 14h00 en Salle 2**

**Porte de Versailles**

# 5

# Mission #2 : Informations

## Les salons partenaires

### Le salon All4Customer - le 2 avril 2025

Les salons E-marketing Paris et Stratégie Clients fusionnent pour donner naissance à All4Customer Paris – Le salon de l'expérience client, de l'intelligence artificielle, du marketing digital, du e-commerce et de la data : la plus grande vitrine du Marketing Digital, de l'Expérience Client de l'E-Commerce et de la Data et IA en France.

Un nouveau nom plus significatif pour représenter tous les produits, solutions et services pour permettre de cibler, acquérir, connaître, interagir et fidéliser les clients afin de répondre au mieux aux attentes des exposants et des visiteurs et de proposer ainsi une offre globale.

**Guides d'achat et médias : Pourquoi les recommandations d'experts restent incontournables à l'ère de l'IA ?**

**Guillaume BOURNIZIEN**  
Directeur développement digital  
**Le Parisien**

**Clément Grandjean**  
Responsable Affiliation  
Vice-Président CPA  
**humanoid**

**All4Customer PARIS EXHIBITION BY WEYOU GROUP**  
mercredi 2 avril 2025  
17h00 à 17h45 Masterclass 1  
Porte de Versailles pavillon4



# 5

## Mission #2 : Informations

### Evènements CPA

#### **LES CAS D'OR - 03 avril 2025**

Le CPA c'est associé aux Cas d'OR pour l'organisation des Cas d'OR du Performance Marketing qui ont célébré les meilleurs dispositifs marketing orchestrés par les acteurs de la Performance le 02 avril 2025 à l'Aéro-Club de France



# 5

# Mission #2 : Informations

## Evènements CPA

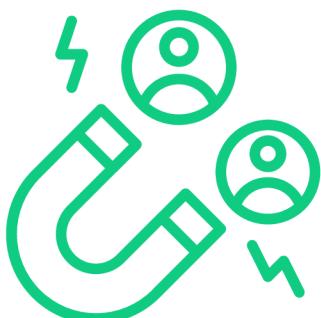
### Table Ronde - Baromètres du Lead et de l'Affiliation - 03 avril 2025

À l'occasion de la parution des Baromètres du Lead et de l'Affiliation, nous vous invitons à participer à une table ronde animée par des experts. Ces derniers examineront les tendances à venir sur le marché.

### Lead en B2B & B2C : Bilan 2024 & Perspectives 2025



En plus des échanges sur le Lead, nous avons convié des experts du secteur qui interviendront en live dans la salle pour enrichir les discussions avec leurs analyses et retours d'expérience.



### Expert Team

Tables Rondes des Baromètres 2025 – Découvrez les paroles d'experts du Lead

 Yannick Bono onleadyou Lead generation & Webmarketing	 Francesco Romanello weendeal	 Christian LECLERC helee
 Thomas Bernard COMPANEO	 Emilie Alexandrescou DATA ON DEMAND	 Laurent Jolly DATA ON DEMAND

# 5

# Mission #2 : Informations

## Publications

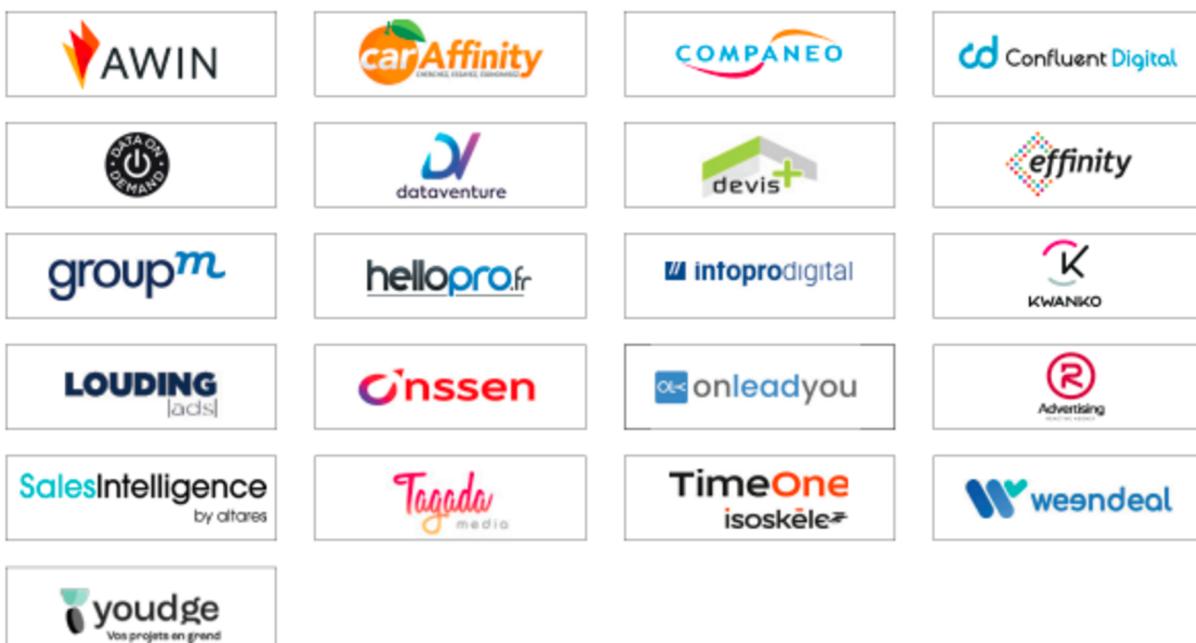
### BAROMÈTRE DU LEAD – avril 2025

Le Baromètre du Lead du CPA vous est présenté par les membres de la Commission Lead du CPA, acteurs du marketing digital et spécialistes de la génération de leads.

Tous les résultats proviennent d'une étude menée par les rédacteurs du Baromètre sur une période d'analyse des chiffres de Septembre 2023 à Août 2024 inclus.



### Les Co-rédacteurs



# 5

# Mission #2 : Informations

## Evènements CPA

Les impacts marchés sur l'affiliation en 2024 et les grandes évolutions en 2025



En plus des échanges sur le Lead, nous avons convié des experts du secteur qui interviendront en live dans la salle pour enrichir les discussions avec leurs analyses et retours d'expérience.



### Expert Team



Tables Ronde des Baromètres 2025 – Découvrez les paroles d'experts d'affiliation



Cédric Lalondre



Gregory Bocquenot



Guillaume Bournizien



Clément Grandjean



# 5

## Mission #2 : Informations Publications

### BAROMÈTRE DE L'AFFILIATION – avril 2025

Ce baromètre vous est présenté par les plateformes d'affiliation de la commission Affiliation du CPA.

Tous les résultats proviennent d'une étude menée par les rédacteurs du baromètre, sur la période de septembre 2023 à août 2024 inclus. Les chiffres sont tirés du nombre de programmes retenus pour l'analyse et non du nombre de programmes d'affiliation existants.



### Les Co-rédacteurs



# 5

## Mission #2 : Informations

### Evenements partenaires

#### **LA NUIT DES ROIS - date**

Le CPA était heureux de renouveler son partenariat avec La Nuit des Rois 2024 !



# 5

# Mission #2 : Informations

## Les salons partenaires

### Le B2B SUMMIT - 24 juin 2025

Branding, Data, Performance : Quels acteurs et quelles approches pour répondre à vos enjeux à travers la cartographie des acteurs du marketing digital B2B réalisée par les membres experts du CPA (Collectif Pour les Acteurs du Marketing Digital)



B2B  
Summit  
PARIS 2025

Inédit : la cartographie des acteurs  
du marketing digital B2B

cpa  
marketing  
digital

Axel Huyghe  
Directeur du  
Développement  
Digital

Lionel Bianco  
Business  
Development  
Director

Domitille  
Philippe  
Avocate

Nicolas  
Schumacher  
Consultant

Jérôme de  
Lempdes  
Directeur  
Délégué

infoprodigital

SalesIntelligence  
by altares

HARLAY

hellopro.fr

PM  
PRISMA MEDIA

This graphic features five circular portraits of professionals, each with their name and title below it. The background is pink with white text. Logos for various companies are also present.

### Parole d'expert



Pedja Ivanovic

B2B Lead generation & smart data expert -  
Founder

Onssen

Thomas Bernard

Head of Sales France

COMPANEO

This graphic features two circular portraits of professionals, Pedja Ivanovic and Thomas Bernard, with their names and titles below them. The background is a gradient from pink to orange.

# MERCI !



## NOELLA BOULLAY

DÉLÉGUÉE GÉNÉRALE

85 Rue Compans  
75019 Paris

- [06 60 46 49 22](tel:0660464922)
- [nboullay@cpa-france.org](mailto:nboullay@cpa-france.org)
- [www.cpa-france.org](http://www.cpa-france.org)



## NOUHAILA NATIK

RESPONSABLE COMMUNICATION

85 Rue Compans  
75019 Paris

- [06 60 46 49 22](tel:0660464922)
- [nnatik@cpa-france.org](mailto:nnatik@cpa-france.org)
- [www.cpa-france.org](http://www.cpa-france.org)



# ADHÉRENTS DU CPA

