

Le CPA annonce que l’affiliation rapporte 2,4 milliards d’euros de CA à l’e-commerce en 2010

Le Collectif des Plateformes d’Affiliation, plus important groupement représentant du marketing à la performance sur le marché français, présente les chiffres compilés de ses 7 adhérents pour l’année 2010.

L’apport de l’affiliation au e-commerce en 2010

Sur un marché de l’e-pub estimé à 1,9 milliards d’euros en 2010 (sur les principaux segments investis par les annonceurs) par le Syndicat des Régies Internet, l’affiliation représente 180 millions d’euros soit 9 % des dépenses publicitaires. La part de ces dépenses investies dans les programmes à la vente est de 65% soit 117 millions d’euros pour 26 millions de paniers d’achats générés par les membres du CPA au premier semestre 2010. L’affiliation a donc réalisé une progression de 40% des ventes par rapport à 2009. Avec un panier moyen estimé à 92 euros par la Fevad, l’affiliation a rapporté plus de 2,4 milliards d’euros de chiffre d’affaires aux e-marchands.

Si l’affiliation a enregistré plus de 40% des ventes au premier semestre 2010, elle rapporte également plus de 10% de programmes/campagnes actifs, plus de 80% de prospects et plus de 52% de visites au travers de 8 milliards d’affichage à l’ensemble de ses 6294 annonceurs.

Une croissance continue des investissements publicitaires

L’affiliation est le troisième canal publicitaire en ligne en termes d’investissements nets, soit 9% du total des investissements. Cependant, si l’on inclut, dans le segment affiliation, la part de performance des différents canaux, alors le CPA estime à 20% la totalité des investissements publicitaires placés en affiliation.

L’affiliation est également l’un des canaux les plus dynamiques : depuis 3 ans, il enregistre les plus forts taux de croissance des investissements publicitaires au détriment du search et du display. Ainsi en 2010 les investissements sur ce canal ont augmenté de 15 %, contre 9 % pour le search ou 12% pour le display. Seuls le mobile (+23 %) et les comparateurs (+19 %) ont connu une progression supérieure à celle de l’affiliation, mais pour des investissements, en valeur, nettement inférieurs.

L’explosion du volume d’activité des éditeurs

Avec une croissance de 52%, 2010 marque l’exceptionnel développement de la puissance de livraison et du volume global d’inventaires des réseaux d’éditeurs. Croissance accompagnée par la progression de nouveaux canaux comme les réseaux sociaux ou de nouveaux acteurs gérant l’optimisation pour rentabiliser les campagnes via le retargeting, le ciblage contextuel...

Pour les éditeurs, cette croissance s’accompagne d’une volonté de mettre en place une relation de partenariat dans la durée avec les annonceurs à travers plus de transparence sur les annulations de conversion ou les délais de paiement mais également une meilleure qualité des éléments promotionnels fournis.

COMMUNIQUE DE PRESSE

Le 31 janvier 2011



A propos du collectif des plates-formes d'affiliation

Créé en 2008, le Collectif des Plateformes d’Affiliation est un syndicat regroupant les sept principaux acteurs du marché : Affilinet, Commission Junction, Effiliation, NetAffiliation, Public-Idees, TradeDoubler et zanox. A eux sept, ils représentaient en 2010 plus de 95% du marché de l’affiliation en France. Les principaux objectifs de ce collectif sont de promouvoir et d’analyser l’activité des plateformes d’affiliation, de défendre les intérêts et les droits collectifs et individuels de ses membres, et de préserver les règles déontologiques entre ses membres.

Présidé par Amaury Delloye, Directeur Général de ValueClick France, le Collectif des Plateformes d’Affiliation a son siège social à Paris dans les locaux de ValueClick France.

Pour de plus amples informations :

<http://www.CPA-France.org>

cleblond@cpa-france.org

Agence Grayling France

Marie Myrmigelis & Nadia Bouloudene

marie.myrmigelis@grayling.com

nadia.bouloudene@grayling.com

01 55 30 71 00