

Communiqué de Presse
Paris, le 04/05/2010

TradeDoubler France fête ses 10 ans : Bilan et perspectives du leader du marketing à la performance sur le marché français.

TradeDoubler, entreprise internationale d'origine suédoise présente dans 18 pays, est l'un des acteurs pionniers de l'affiliation. Elle regroupe un réseau de 450.000 sites éditeurs participant à plus de 600 programmes d'affiliation à travers l'Europe.

Ces 10 années passées en France ont permis à TradeDoubler de proposer une offre complète de différentes solutions de marketing digital : plus que d'affiliation, aujourd'hui TradeDoubler répond à l'ensemble des problématiques de marketing à la performance. Retour, tendances et avenir d'une entreprise innovante et de son marché.

2000-2010 : de l'affiliation au marketing à la performance

L'affiliation un secteur arrivé à maturité

Pendant près de 10 ans, ce marché, né avec le modèle « Amazon », s'est fortement développé et a vu nombre d'acteurs émerger. Les marques et distributeurs sont devenus très sensibles et à l'écoute de cette pratique, en complément de leur stratégie médias.

Les entreprises issues du secteur du Tourisme ont longtemps été les premières à faire appel à l'affiliation, et représentaient, il y a 3 ans encore 25% des clients chez TradeDoubler, contre 12% actuellement. Et maintenant le marché s'ouvre aux secteurs de la mode, du textile, de l'automobile, de la grande consommation, de la banque, assurance...

Aujourd'hui, les services se sont professionnalisés. Les clients disposent aujourd'hui, au-delà de la traditionnelle bannière publicitaire, d'une diversité d'outils adaptés à leurs objectifs tels que l'emailing, le cashback, le search,...

Des attentes et besoins clients qui évoluent

En 10 ans, les attentes des clients se sont modifiées. S'il s'agissait essentiellement de « vendre » et recruter de nouveaux clients dans les années 2000. Aujourd'hui, les besoins sont plus précis et qualitatifs et s'orientent également vers la collecte d'informations pertinentes via jeu-concours par exemple, plus de fidélisation et de connaissance du consommateur.

Dans ce contexte, pour TradeDoubler, l'enjeu est aujourd'hui et depuis plusieurs mois maintenant, d'aller au-delà du simple produit « affiliation » comme on l'entendait il y a 10 ans. Les annonceurs attendent toujours plus de pertinence, d'affinage, de transparence et de retour sur investissement :

« Plus que d'affiliation, il s'agit donc de marketing à la performance (affiliation, liens sponsorisés, search marketing, campagnes, etc.) dont l'enjeu est de pouvoir mesurer précisément les résultats des campagnes mises en place, et prenant en compte l'émergence de

nouveaux usages plus mobiles, plus qualitatifs/ciblés et apportant plus de valeur et d'intelligence de l'information pour le client final », commente Frédéric Prigent, Directeur Général de TradeDoublé France.

TradeDoublé : bilan de 10 ans d'expertises sur le marché français

Pionnière, l'entreprise a su croître tout au long de cette décennie pour devenir le leader en volume sur le marché du marketing à la performance. TradeDoublé aura réalisé un CA de 345 millions d'euros en 2008 (chiffre groupe).

Sur le plan RH, ayant démarrée avec une équipe d'une dizaine de personnes au moment de sa création en France, TradeDoublé compte aujourd'hui une soixantaine de collaborateurs, avec toujours la même envie et volonté de valoriser l'humain. Car au-delà des technologies et des solutions innovantes proposées par l'entreprise, la valeur ajoutée et la force de TradeDoublé sont l'expertise, les compétences et l'enthousiasme de ses équipes. Pour preuve, la fidélité de clients historiques présents depuis le début de l'aventure tels que : Dell, Ebookers, 3suisses, Yves Rocher ou encore DisneyLand Resort Paris.

Stratégie et perspectives 2010

Une réorganisation interne transversale pour répondre toujours mieux aux nouveaux besoins Pour mieux correspondre à l'état actuel du marché et de ses enjeux pour les annonceurs, TradeDoublé fait évoluer son fonctionnement :

« Actuellement structuré en silo par offre produit, nous nous orientons vers une démarche plus transversale en mode projet déployant une seule et même stratégie et actionnant différents leviers (affiliation, campagnes médias, etc.) pour répondre à l'ensemble des besoins de nos clients. Nous renforçons ainsi notre démarche stratégique et de conseil pour permettre encore plus de fluidité et d'impact aux campagnes clients », précise Frédéric Prigent.

Apporter plus de lisibilité sur le métier et accompagner les clients dans leur stratégie de marketing digital

2010 est une année charnière pour le marketing digital et de nombreuses perspectives sont à venir, notamment en termes de mobilité, de réseaux sociaux, de cashback,...

TradeDoublé, en tant que leader du marché et expert, a pour volonté de proposer à ses clients la meilleure des combinaisons d'expertises possibles pour un marketing à la performance efficace et de qualité.

« Notre rôle est d'accompagner nos clients dans cette démarche tout en essayant d'apporter plus de compréhension et de transparence à un marché qui a parfois jadis pu paraître opaque. » explique Frédéric Prigent

Dans cette volonté d'échange et d'aborder les problématiques concrètes d'aujourd'hui et de demain, TradeDoublé organisera au second semestre 2010 la première édition du TradeDoublé Digital Day, qui abordera lors d'une journée dédiée différents aspects de la monétisation aujourd'hui, en présence d'expert extérieurs et à destination des éditeurs.

A propos de TradeDoublé

Spécialiste du marketing digital européen, TradeDoublér, grâce à ses solutions de marketing digital basées sur la mesure de la performance, apporte aux entreprises les outils et l'expertise leur permettant de développer leurs résultats en ligne – que ce soit en matière de ventes ou de notoriété. TradeDoublér, dont le siège est situé en Suède, dispose d'une couverture européenne exceptionnelle dans 18 pays. Fort de son expertise dans de nombreux secteurs et d'un réseau de plus de 128 000 affiliés, TradeDoublér permet d'améliorer la performance en ligne de plus de 1 700 annonceurs tels que Apple Store, Dell, Yves Rocher, Disney, Kelkoo et Cdiscount. TradeDoublér est une entreprise cotée à la bourse OMX Stockholm Exchange.