

Rapport de performance — Semaine du 25 mai 2026

Rapport Pro

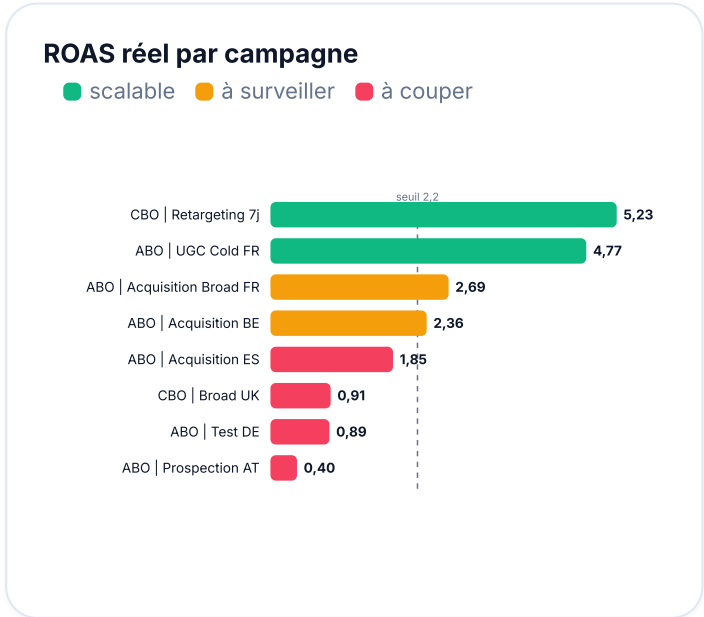
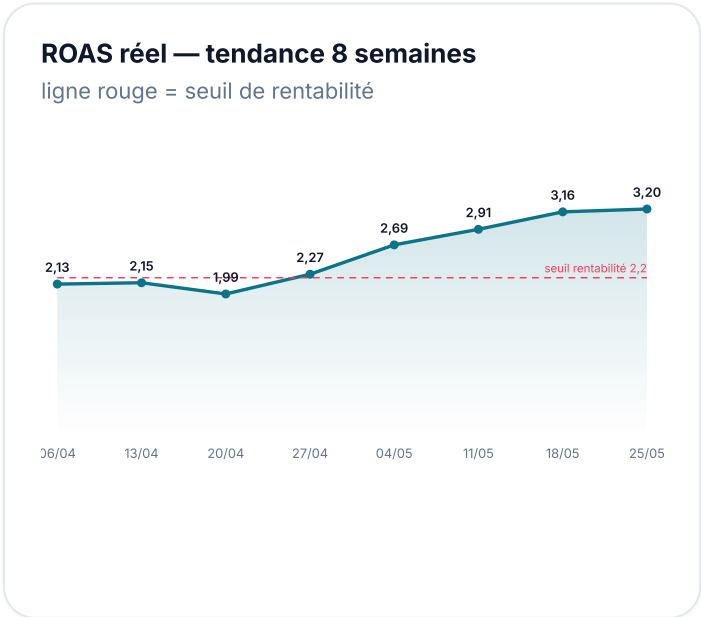
Boutique Démo · analyse vérifiée au-delà de l'Ads Manager (Location Fees + attribution)

|                                                                                        |                                                                     |                                                                                          |                                                               |                                      |                                         |
|----------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------|--------------------------------------|-----------------------------------------|
| <div>ROAS RÉEL</div> <div>3,20</div> <div>vs 3,28 affiché</div> <div>▲ 1% vs S-1</div> | <div>BUDGET DÉCLARÉ</div> <div>2 747 €</div> <div>▲ 3% vs S-1</div> | <div>SURCÔÛ CACHÉ</div> <div>71 €</div> <div>2,6% du budget</div> <div>▲ 5% vs S-1</div> | <div>CPA RÉEL</div> <div>20,13 €</div> <div>▼ 2% vs S-1</div> |                                      |                                         |
| <div>CTR MOYEN</div> <div>1,86 %</div>                                                 | <div>TAUX CONV.</div> <div>2,96 %</div>                             | <div>PANIER MOYEN</div> <div>64 €</div>                                                  | <div>CPA RÉEL</div> <div>20,13 €</div>                        | <div>FRÉQUENCE</div> <div>1,29</div> | <div>CPM MOYEN</div> <div>10,81 €</div> |

**Compte rentable : ROAS réel 3,20 (+1% vs semaine précédente) fees inclus. Levier de la semaine : scaler.**

- 71€ de Location Fees (2,6% du budget) ramènent ton ROAS affiché de 3,28 à 3,20 réel.
- Funnel — Sain : Funnel équilibré : CTR 1,86%, 2,96% de conversion, CPM 11€. Le levier est l'allocation budgétaire, pas un point de fuite.
- Potentiel actionnable cette semaine : ~523€ de CA en plus en suivant les recommandations budgétaires ci-dessous.
- Conversion 2,96%, panier 64€. iOS sous-déclare ~15-25% des achats : ta rentabilité réelle est probablement meilleure.

**Diagnostic funnel — Sain.** Funnel équilibré : CTR 1,86%, 2,96% de conversion, CPM 11€. Le levier est l'allocation budgétaire, pas un point de fuite.



## Recommandations budgétaires — chiffrées, à dépense maîtrisée

### Scalper

**+523 €**

Monter « CBO | Retargeting 7j » de +25% (400€ → 500€) : ROAS réel 5,23, fréquence 2,0 encore basse. Revenu projeté +523€/semaine.

## Lecture des campagnes — quoi faire, et pourquoi

### Scalper · CBO | Retargeting 7j

**ROAS réel 5,23**

ROAS réel 5,23, fréquence 2,0 encore basse : marge pour +20-30% de budget par paliers.

### Scalper · ABO | UGC Cold FR

**ROAS réel 4,77**

ROAS réel 4,77, fréquence 1,5 encore basse : marge pour +20-30% de budget par paliers.

### Surveiller · ABO | Acquisition Broad FR

**ROAS réel 2,69**

ROAS réel 2,69 : rentable mais sans marge de scaling (fréquence 1,4). Optimiser créa/audience avant d'augmenter le budget.

### Surveiller · ABO | Acquisition BE

**ROAS réel 2,36**

ROAS réel 2,36 : rentable mais sans marge de scaling (fréquence 1,4). Optimiser créa/audience avant d'augmenter le budget.

### Retravailler · ABO | Acquisition ES

**ROAS réel 1,85**

ROAS réel 1,85 sous le seuil (~2,2) sur 8 conversions : revoir l'offre ou le ciblage avant de couper.

### Surveiller · ABO | Test DE

**ROAS réel 0,89**

ROAS réel 0,89 sous le seuil (~2,2), mais sur seulement 1 conversion cette semaine : volume trop faible pour conclure. Laisser tourner et révéifier la semaine prochaine avant toute coupe.

### Couper · CBO | Broad UK

**ROAS réel 0,91**

ROAS réel 0,91 sous 1 fees inclus, déficitaire 2 semaines de suite : perte sèche. Couper et rediriger le budget vers les campagnes rentables.

### Couper · ABO | Prospection AT

**ROAS réel 0,40**

ROAS réel 0,40 sous 1 fees inclus, déficitaire 2 semaines de suite : perte sèche. Couper et rediriger le budget vers les campagnes rentables.

## Analyse créative — verdict par annonce

### Scalper · UGC unboxing

**ROAS réel 4,33**

ROAS 4,33, hook 34%, fréquence 1,5 basse : ta meilleure créa. Pousser le budget et lancer un lookalike sur les acheteurs.

### Scalper · Retargeting 7j — carrousel

**ROAS réel 5,39**

ROAS 5,39, hook 0%, fréquence 2,0 basse : ta meilleure créa. Pousser le budget et lancer un lookalike sur les acheteurs.

**Scaler · UGC — Témoignage cliente****ROAS réel 4,08**

ROAS 4,08, hook 28%, fréquence 1,4 basse : ta meilleure créa. Pousser le budget et lancer un lookalike sur les acheteurs.

**Scaler · UGC routine matin****ROAS réel 5,86**

ROAS 5,86, hook 36%, fréquence 1,4 basse : ta meilleure créa. Pousser le budget et lancer un lookalike sur les acheteurs.

**Rafraîchir · UGC unboxing BE****ROAS réel 2,36**

hook 24% (sous 25) : l'audience sature, le CTR va décrocher. Décliner 2-3 variantes.

**Rafraîchir · Vidéo promo -20%****ROAS réel 2,40**

hook 20% (sous 25) : l'audience sature, le CTR va décrocher. Décliner 2-3 variantes.

**Retravailler · Vidéo lifestyle ES****ROAS réel 1,91**

ROAS 1,91 sous ton seuil (~2,2) sur 8 achats : elle couvre sa dépense mais pas ta marge. Revoir l'angle ou l'audience avant de remettre du budget.

**Surveiller · Image soldes UK****ROAS réel 0,93**

ROAS 0,93 sous le seuil mais sur seulement 2 achats : signal trop faible pour couper. Laisser accumuler avant de décider.

**Surveiller · Packshot produit statique****ROAS réel 0,44**

ROAS 0,44 sous le seuil mais sur seulement 1 achat : signal trop faible pour couper. Laisser accumuler avant de décider.

**Surveiller · Prospection AT — vidéo****ROAS réel 0,42**

ROAS 0,42 sous le seuil mais sur seulement 1 achat : signal trop faible pour couper. Laisser accumuler avant de décider.

**Surveiller · Test hook B — DE****ROAS réel 0,89**

ROAS 0,89 sous le seuil mais sur seulement 1 achat : signal trop faible pour couper. Laisser accumuler avant de décider.

**Anomalies** — checks automatiques vs semaine précédente**Aucune anomalie détectée**

CPA réel, ROAS réel, CPM et taux de conversion sont dans les rails par rapport à la semaine dernière. Rien à corriger en urgence.

**Arbitrage budgétaire par pays** — où chaque euro travaille vraiment, taxes locales incluses

| PAYS | DÉPENSE (PART) | TAXE | FEES | ROAS RÉEL | DÉCISION |
|------|----------------|------|------|-----------|----------|
| GB   | 184 € (6 7%)   | 2%   | 4 €  | 0 91      | Exclure  |
| AT   | 110 € (4 0%)   | 5%   | 6 €  | 0 40      | Exclure  |
| ES   | 239 € (8 7%)   | 3%   | 7 €  | 1 85      | Réduire  |

| PAYS | DÉPENSE (PART)  | TAXE | FEES | ROAS RÉEL | DÉCISION  |
|------|-----------------|------|------|-----------|-----------|
| DE   | 59 € (2 1%)     | 0%   | 0 €  | 0 89      | Réduire   |
| FR   | 1 824 € (66 4%) | 3%   | 55 € | 3 99      | Pousser   |
| BE   | 331 € (12 0%)   | 0%   | 0 €  | 2 36      | Maintenir |

#### Exclure · GB

ROAS réel 0,91

184 € (7 % du budget) partis en GB, taxé à 2 % (chaque euro y coûte 1,02 €), pour un ROAS réel de 0,91 : perte confirmée sur 2 semaines. Exclure ce pays du ciblage récupère ~16 €/semaine.

#### Exclure · AT

ROAS réel 0,40

110 € (4 % du budget) partis en AT, taxé à 5 % (chaque euro y coûte 1,05 €), pour un ROAS réel de 0,40 : perte confirmée sur 2 semaines. Exclure ce pays du ciblage récupère ~69 €/semaine.

#### Réduire · ES

ROAS réel 1,85

ES est sous ton seuil de rentabilité ( $1,85 < 2,2$ ), taxé à 3 % (chaque euro y coûte 1,03 €). Réduire de moitié le budget limite la perte (~20 €/semaine) le temps de retravailler l'angle local.

#### Réduire · DE

ROAS réel 0,89

DE est déficitaire (0,89 de ROAS réel, non taxé) mais la dépense (59 €) est trop faible pour une conclusion ferme. Réduire de moitié en attendant confirmation (~3 €/semaine préservés).

#### Pousser · FR

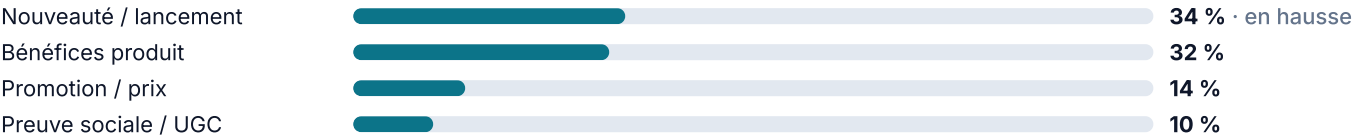
ROAS réel 3,99

FR sort 3,99 de ROAS réel, taxé à 3 % (chaque euro y coûte 1,03 €) : le marché absorbe la taxe. +20 % de budget ≈ +1455 €/semaine de CA au rendement actuel.

**Nord&Voile** 80 annonces actives (+18 vs S-1) · 18 nouvelle(s) · 0 retirée(s)

Avec 80 annonces actives et 18 lançements cette semaine sans aucun retrait, Nord&Voile mène une phase de test créatif agressive pour trouver son prochain winner. L'angle « Nouveauté / lancement » domine à 33,8 % (en hausse), validé par leur meilleure publicité active depuis 61 jours sur le « Vanity S ». Les bénéfices produit restent un second pilier fort représentant 32,5 % du mix créatif.

**Ce qu'il met en avant**



**Ses winners prouvés** — créas actives depuis le plus longtemps : elles rapportent, sinon il les aurait coupées

- **61 jours** · nouveauté / lancement — « 🌟 NOUVEAU : le Vanity S Nord&Voile Petit format, mais grand sens de l'organisation. »
- **59 jours** · preuve sociale / ugc — « Et vous, avez-vous craqué pour l'un des nouveaux modèles de notre collection l'Échappée... »
- **52 jours** · garantie / durabilité — « 🧳 Le Crossbody Nord&Voile 🧳 Sac bandoulière avec pochettes personnalisables, garanti à... »

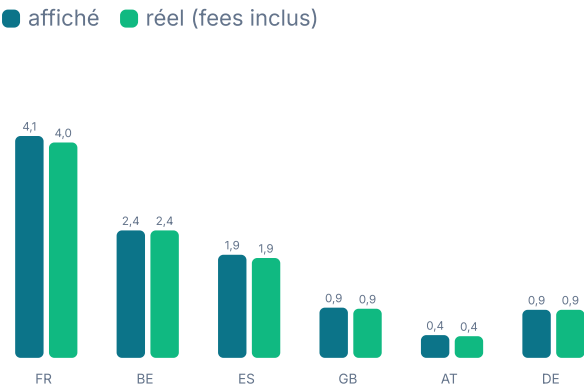
**Nouveau cette semaine (18 créas lancées)**

- Bénéfices produit : 3 créas (ex. « Découvrez le Voyager 🧳 Un café à emporter, une réunion qui déborde et cette notification... »)
- Nouveauté / lancement : 2 créas (ex. « NOUVEAU : Le Voyager Nord&Voile. Avec ses lignes fluides et sa conception pensée pour la... »)
- Promotion / prix : 1 créa (ex. « Dernière chance : -30% sur une nouvelle sélection ! »)

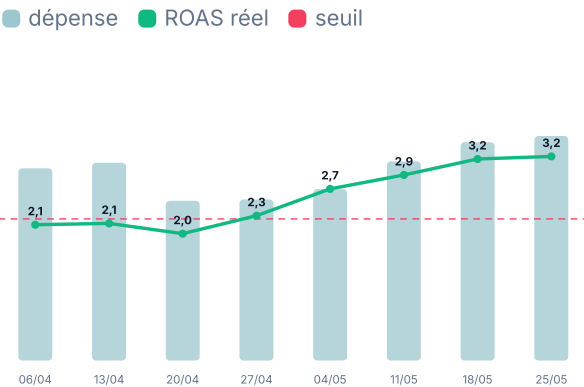
**Vos moves cette semaine**

1. Testez un concept similaire à leur winner actif depuis 61 jours (« 🌟 NOUVEAU : le Vanity S Nord&Voile Petit format... ») en adoptant un format court axé sur la nouveauté et l'organisation.
2. Positionnez-vous sur l'angle « Livraison offerte », un créneau stratégique totalement délaissé par ce concurrent sur ses 80 publicités actives.
3. Suivez l'évolution de leurs 18 nouveautés de la semaine (notamment autour de la gamme « Voyager ») pour identifier d'ici sept jours les angles qu'ils décideront de maintenir actifs.

**ROAS affiché vs réel par pays**



**Dépense vs ROAS réel — 8 semaines**



Parcours d'achat — taux de passage

conversion à chaque étape · 254 059 impressions → 140 achats

Impressions → Clics  1,9% bon · 4 727  
CTR · typique 1-2%

Clics → Ajouts panier  9,2% bon · 434  
clic → panier · sain 5-10%

Ajouts panier → Achats  32,3% bon · 140  
panier → achat · sain 25-35%

Repères funnel

Clics → achats : **2,96%**

Panier moyen : **64 €**

CPA réel : **20,13 €**

Fréquence moyenne : **1,29**

Détail par pays

| PAYS | SPEND DÉCLARÉ | TAUX | FEES CACHÉS | COÛT RÉEL | ROAS AFFICHÉ | ROAS RÉEL |
|------|---------------|------|-------------|-----------|--------------|-----------|
| FR   | 1 824 €       | 3%   | 55 €        | 1 879 €   | 4 11         | 3 99      |
| BE   | 331 €         | 0%   | 0 €         | 331 €     | 2 36         | 2 36      |
| ES   | 239 €         | 3%   | 7 €         | 246 €     | 1 91         | 1 85      |
| GB   | 184 €         | 2%   | 4 €         | 188 €     | 0 93         | 0 91      |
| AT   | 110 €         | 5%   | 6 €         | 116 €     | 0 42         | 0 40      |
| DE   | 59 €          | 0%   | 0 €         | 59 €      | 0 89         | 0 89      |

Santé des audiences par pays

| PAYS | CPM     | CTR    | FRÉQUENCE | CPMR  | CONVERSIONS | CPA RÉEL |
|------|---------|--------|-----------|-------|-------------|----------|
| FR   | 10,73 € | 2,11 % | 1,33      | 14,27 | 117         | 16,06 €  |
| BE   | 10,29 € | 1,63 % | 1,25      | 12,86 | 11          | 30,06 €  |
| ES   | 9,17 €  | 1,39 % | 1,20      | 11,00 | 8           | 30,80 €  |
| GB   | 13,10 € | 0,92 % | 1,19      | 15,59 | 2           | 93,98 €  |
| AT   | 13,96 € | 0,91 % | 1,19      | 16,61 | 1           | 115,62 € |
| DE   | 15,19 € | 1,23 % | 1,08      | 16,41 | 1           | 58,89 €  |

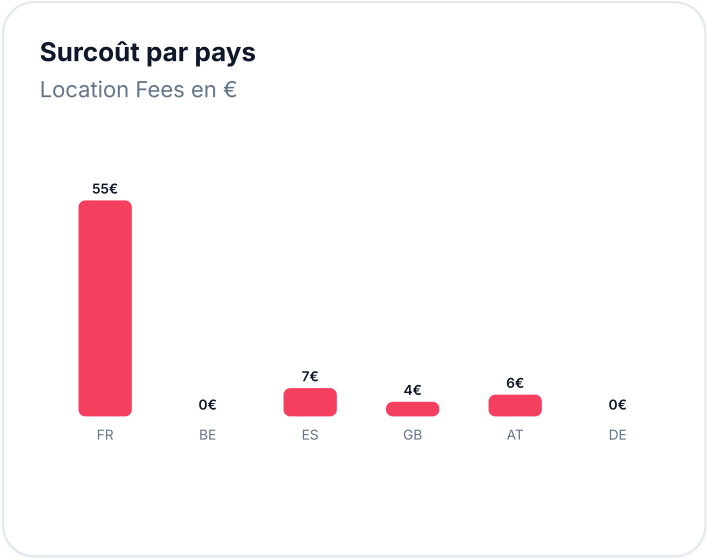
Performance par placement — où ton budget travaille le mieux

| PLACEMENT | DÉPENSE | CONVERSIONS | CTR    | ROAS RÉEL |
|-----------|---------|-------------|--------|-----------|
| Feed      | 1 374 € | 73          | 1 86 % | 3 41      |
| Reels     | 934 €   | 56          | 2 23 % | 3 87      |

| PLACEMENT | DÉPENSE | CONVERSIONS | CTR    | ROAS RÉEL |
|-----------|---------|-------------|--------|-----------|
| Stories   | 440 €   | 18          | 1 34 % | 2 62      |

**Location Fees — le surcoût caché que les autres ne voient pas** (réconciliation pays par pays)

71 € de Location Fees cette semaine (2 6% du budget) — facturés par Meta mais **invisibles dans ton Ads Manager**. C'est ce qui ramène ton ROAS de 3 28 affiché à **3 20 réel**. On les réconcilie pour toi pays par pays : tes seuils de rentabilité sont enfin justes.



**Attribution iOS — estimation.** Depuis iOS 14, Meta sous-déclare ~15-25 % des achats. Sur ton volume, on **estime 21-35 ventes** réellement générées mais non attribuées : ta rentabilité réelle est probablement supérieure à ce rapport. (estimation benchmark, pas une mesure backend)

**Plan d'action de la semaine**

1. Monter « CBO | Retargeting 7j » de +25% (400€ → 500€) : ROAS réel 5,23, fréquence 2,0 encore basse. Revenu projeté +523€/semaine.
2. Exclure GB du ciblage (184€/semaine, taxe 2%, ROAS réel 0,91) : ~16€/semaine récupérés.