

RÉSULTATS

BAROMETRE ADBLOCK

Etude Ipsos

Agnès Gilbert,

Directeur Digital Ipsos Connect France

Christophe Dané,

Administrateur IAB France

Petit Dej de l'IAB

9 mars 2016

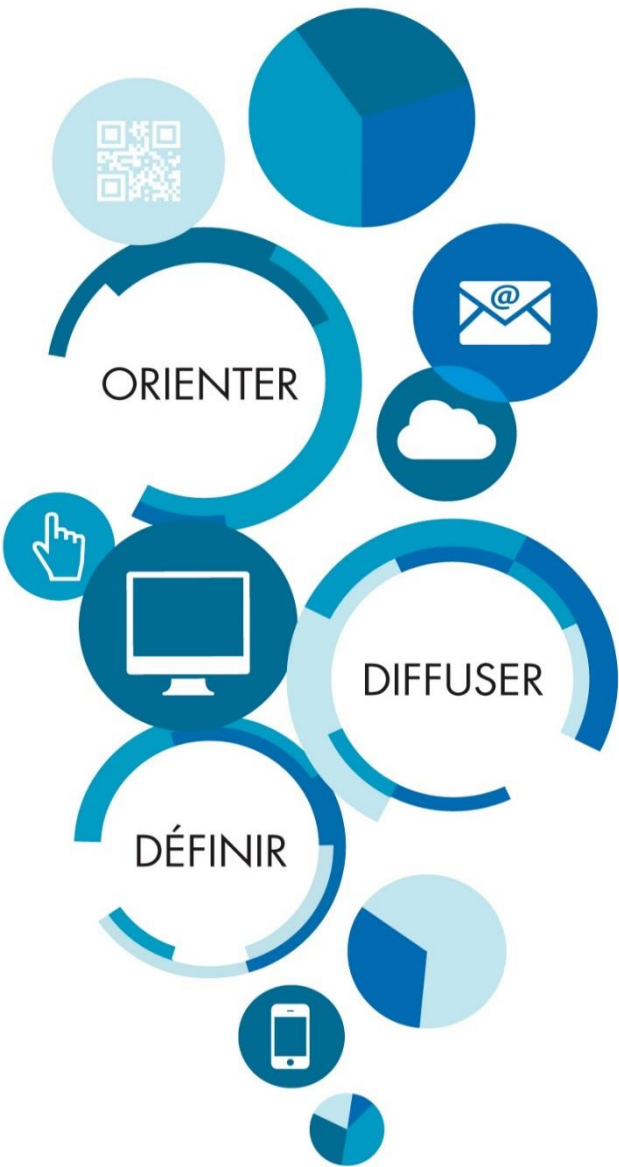
GAME CHANGERS



#IABFrance

ADBLOCK
Vous *sommes* **TOUS**
RESPONSABLES



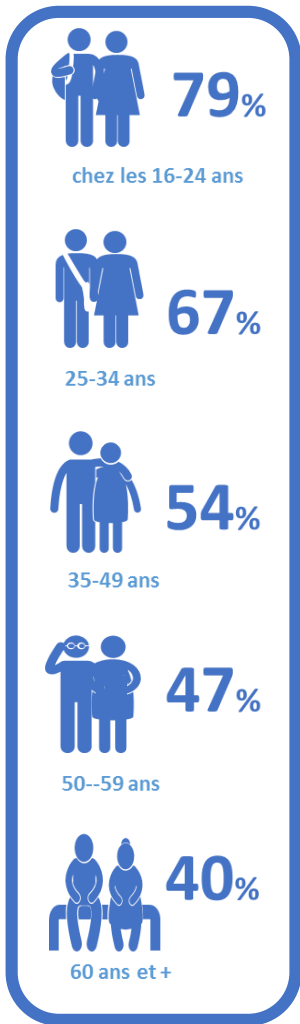


Un phénomène important et répandu **30%**

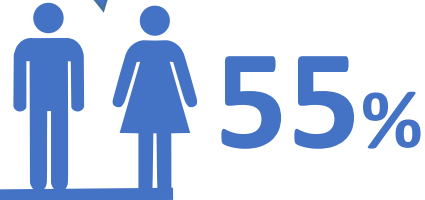
Des français équipés d'un adblock

Base : 13 000 personnes représentatives de la population française interrogées

Baromètre Adblock IPSOS - IAB 2016



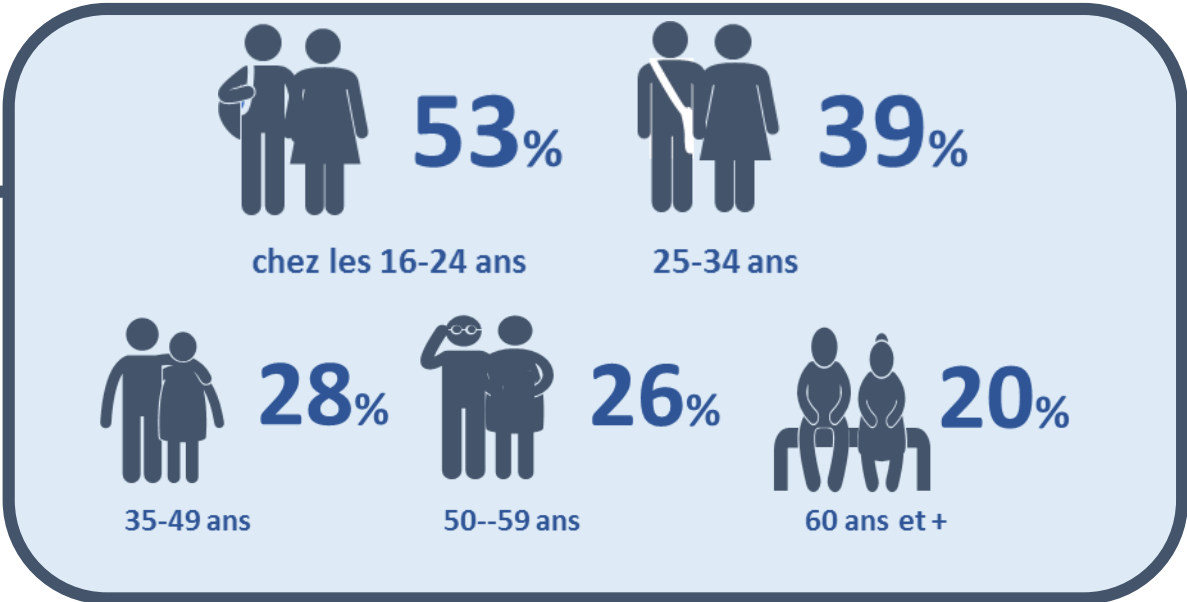
« Oui je connais »



« Oui je suis équipé »



30%
soit 56% de ceux qui connaissent



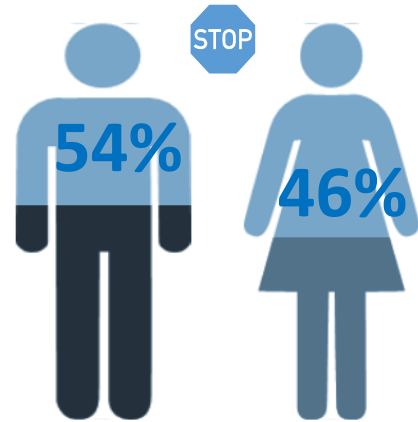
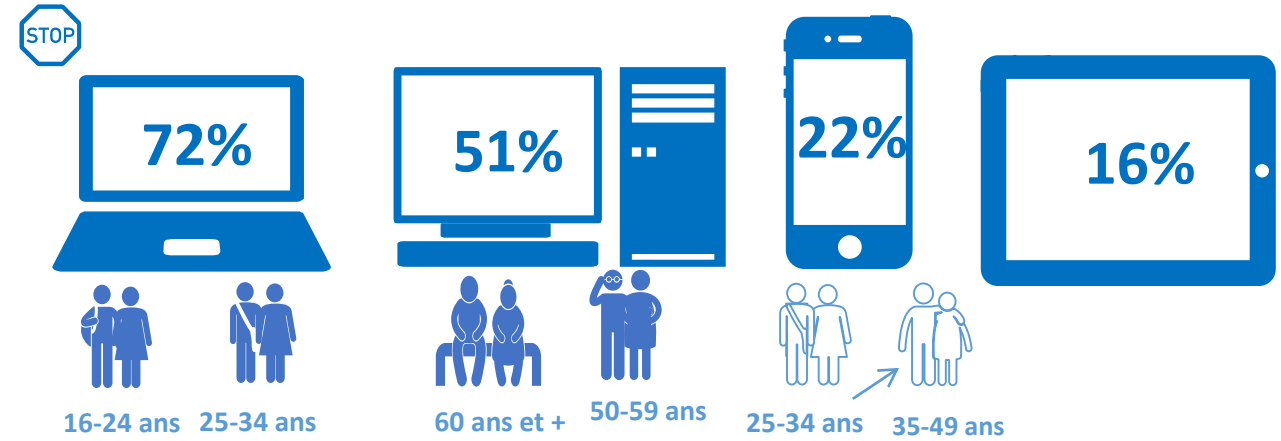
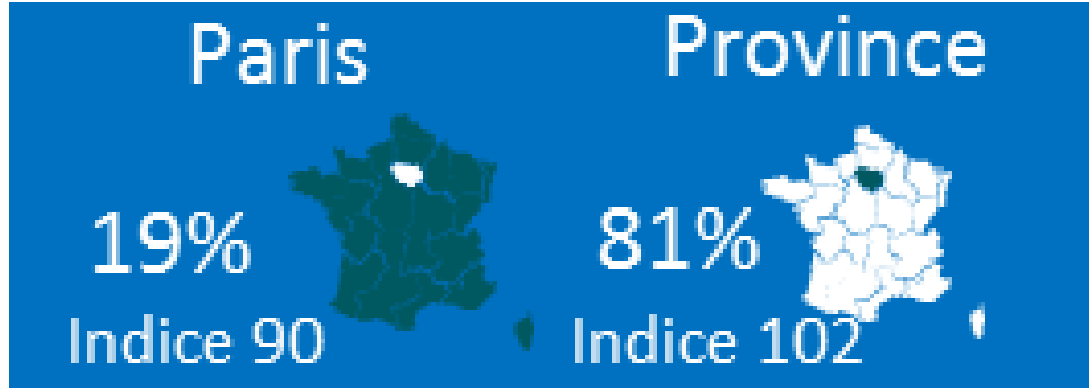
Les ad blockers en France, février 2016

Lecture: au sein de la population française

Base : 13 000 personnes représentatives de la population française interrogées

Un phénomène d'ampleur nationale, bien ancré et relativement plus masculin concentré sur les ordinateurs portables.

GAME CHANGERS



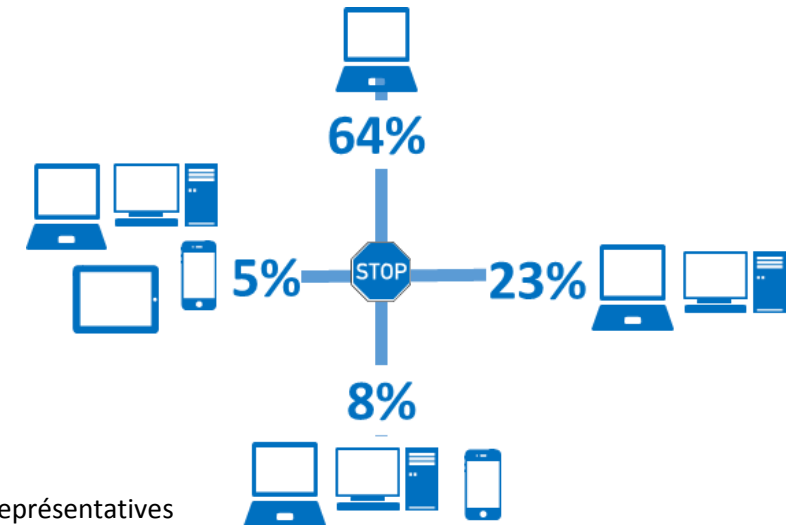
Indices 110 / 90
vs population française

69%



équipés depuis plus d'un an

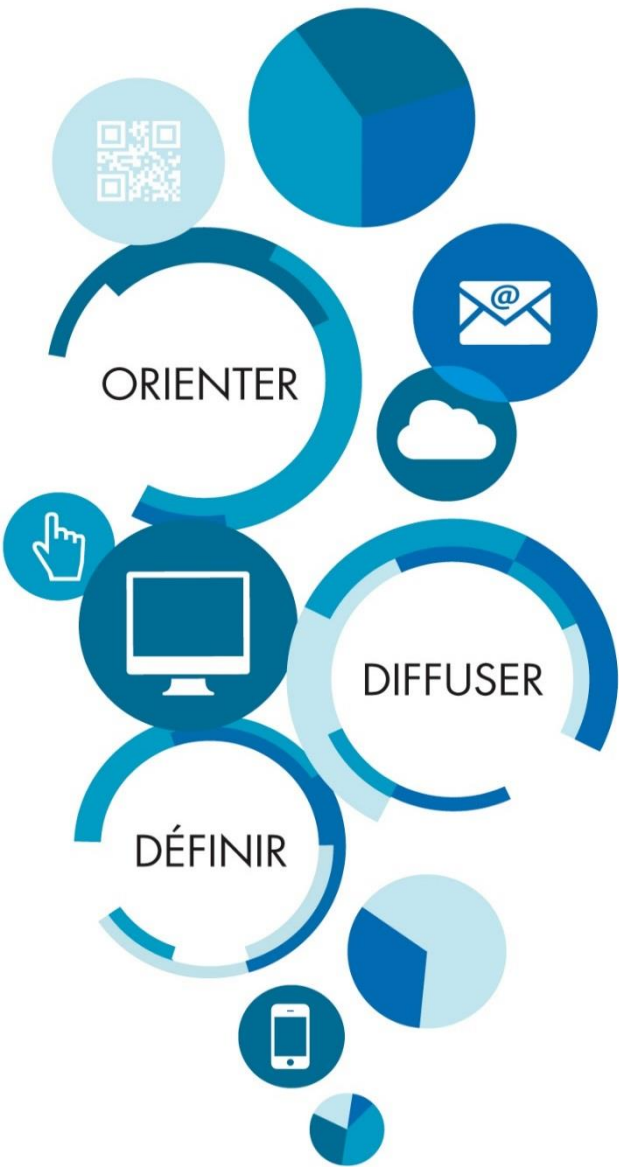
Lecture: parmi les 30% équipés d'un ad blocker...



Base : équipés ad blocks dans les 13 000 personnes représentatives de la population française interrogées

Baromètre Adblock IPSOS - IAB 2016

#IABFrance



Les internautes s'équipent sous la pression publicitaire

Perturbation de la navigation

85%

Base 500 personnes représentatives des équipés d'ad blockers
Baromètre Adblock IPSOS - IAB 2016

Ils perçoivent par ailleurs la perméabilité des systèmes et désactivent eux-mêmes leurs ad blockers

GAME CHANGERS



78% ont remarqué que des publicités apparaissaient quand même



16-24 ans



35-49 ans



Accéder à certains sites et contenus

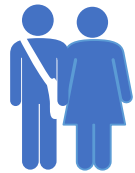
62%



56% désactivent leur ad blocker pour



16-24 ans



25-34 ans



Pour soutenir des sites

13%



25-34 ans



Vers une nécessaire renégociation

À **CONTRAT** DE
navigation

le **Contrat** DE
LECTURE

L'internaute n'est pas publiphobe, il ne met pas de formats spécifiques à l'amende

Il admet que la publicité est mieux ciblée qu'avant

GAME CHANGERS



25-34 ans

Et il privilégie les formats premiums

Formats publicitaires préférés (top 3)



Lecture: parmi les 30% équipés d'un ad blocker...

Base 500 personnes représentatives des équipés d'ad blockers

Baromètre Adblock IPSOS - IAB 2016



Mais il réclame un nouveau contrat de navigation

On devrait privilégier...



56% moins de formats publicitaires sur une seule page
et moins de répétition des mêmes publicités



16-24 ans



25-34 ans

GAME CHANGERS



Lecture: parmi les 30%
équipés d'un ad blocker...

Une publicité acceptable...



69% ne « gèle » pas l'écran / n'interfère pas avec la navigation



16-24 ans

65% se ferme aisément, on peut facilement la faire disparaître



60 ans et +

62% ne force pas la vue avant l'accès à un contenu



16-24 ans



50--59 ans



Base 500 personnes représentatives des équipés d'ad blockers

Baromètre Adblock IPSOS - IAB 2016

#IABFrance



PUB &
Créative
SERVICIELLE



C'est donc à la publicité de proposer une nouvelle norme acceptable.

Il désinstallerait son ad blocker...

GAME CHANGERS



86% bloqueraient aussi la publicité sur au moins un autre média si c'était possible



Si la volumétrie était moins importante

...Moins de pubs

Si la les publicités étaient moins gênantes

...des pubs moins intrusives, qui ne gênent pas la navigation

...les publicités étaient plus discrètes

...S'il y avait moins de pubs ou des pubs muettes

Par nécessité

...Pour pouvoir regarder des vidéos

En mineur : pour aider des sites

En mineur : si les publicités étaient mieux

...plus informatives, divertissantes

En mineur : contre une rémunération

...contre rémunération

Lecture: parmi les 30% équipés d'un ad blocker...

Base 500 personnes représentatives des équipés d'ad blockers

Baromètre Adblock IPSOS - IAB 2016



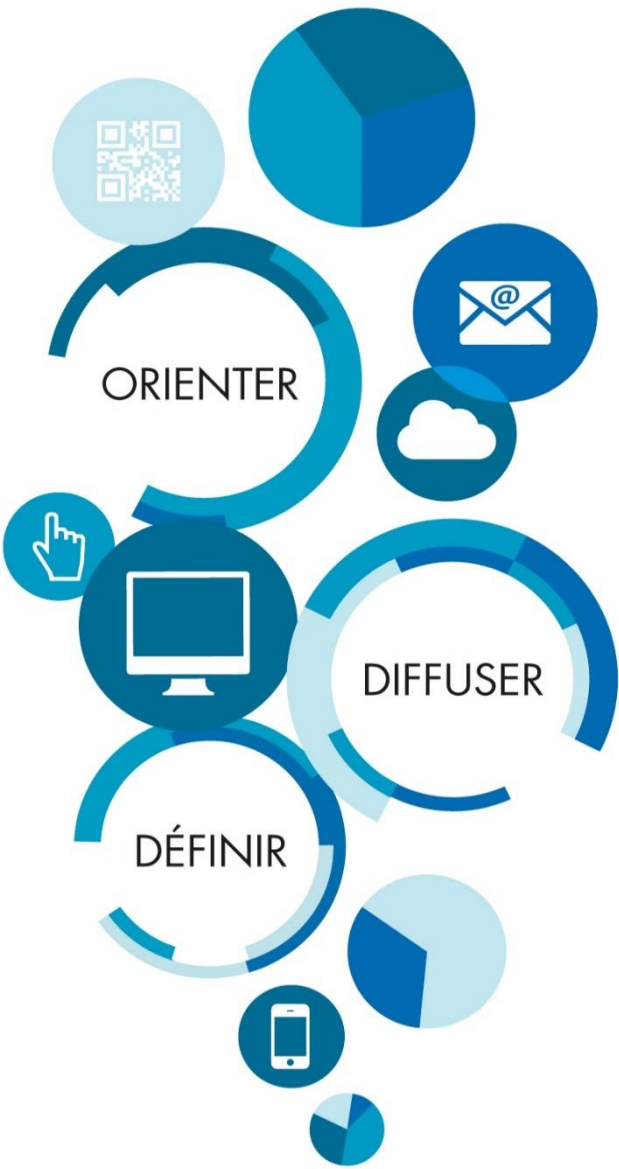


MIEUX
Qualifier **PLUB**
EMPLACEMENTS



LIGHT
Eⁿcrypte*d*
A^dCHOICES COMPLIANT
NON INTRUSIVE ADS





Des questions ?



Merci de votre attention

Vous pouvez suivre les activités de l'IAB :



@iabfrance



@iabfrance

