

## **Les Fran sais jugent sévèrement la publicité sur Internet** **Internet**

Post  par : JulieM

Publiée le : 1/7/2013 13:30:00

Loin de faire rêver, **la publicité en ligne dérange et agace** une large majorité d internautes

Pendant les 3 heures qu ils passent en ligne quotidiennement, les Fran sais estiment être exposés   70 publicités en moyenne, autant que devant leur téléviseur ! Que les annonceurs ne se réjouissent pas trop vite : selon lâ tude que vient de réaliser lâ Ifop pour Adyoulike1, 2 Fran sais sur 3 pensent que la publicité sur Internet est une mauvaise chose. 17 % la jugent même néfaste. Seuls 2% considèrent que la publicité en ligne comme une très bonne chose !

### **Ce que les Fran sais reprochent   la pub en ligne**

Presque unanimement, les Fran sais interrogés ont le sentiment d tre submergés par la publicité sur Internet : elle est  « omniprésente  » affirment 90% d entre eux, et ils la perçoivent largement comme un contenu parasite qui leur fait perdre du temps (84%). Son caractère intrusif, souligné par 80% des répondants, ne fait qu aggraver la situation   au point que 61% se déclarent stressés par ces sollicitations incessantes.



 « Un rejet aussi massif et sévère doit interpeller les agences tout autant que les annonceurs car non seulement les internautes se sentent envahis par la publicité mais, de plus, ils disent clairement qu elle ne leur apporte ni information ni rêve. Plus de 80% des personnes interrogées ne la trouvent même pas distrayante !  » souligne **Julien Verdier**, CEO de **Adyoulike**.  « Ce qui saute aux yeux dans cette étude, c est la faible adhésion des internautes fran sais, voire leur rejet complet de ce vers quoi les publicitaires poussent de plus en plus les annonceurs. Quand 85% des gens disent qu ils ne veulent pas que leurs données personnelles soient utilisées   des fins de ciblage publicitaires, lâ avenir de la publicité ultrapersonnalis e paraît nettement moins radieux.  »

**Pour les Fran sais, une pub doit d abord informer !**

Devant ce que disent les Français, on en vient   douter sérieusement de lâ efficacit  des recettes magiques des publicitaires   la sacro-sainte créativité, le graal de la personnalisation, le fun et le buzz   tout prix ! Rien de tout cela ne paraît déterminant pour séduire les internautes français. Pour eux, la réussite d une campagne tient avant tout   la pertinence de son contenu : 74% pensent qu une publicité doit d abord être informative et que le contenu affiché doit être de qualité (73%). Pour être efficace, elle doit être facilement mémorisable (68%) et, pour vraiment les attirer, proposer une remise ou un avantage financier important.

Quant aux formats, les créatifs en sont pour leurs frais : les personnes interrogées n attendent pas forcément un format extrêmement original. Ainsi, 56% jugent qu il n est pas nécessaire pour une publicité en ligne d  tre interactive ou ludique et seuls 33% pensent qu une campagne est réussie si elle fait le buzz ou circule sur les réseaux sociaux. Somme toute, la bonne vieille bannière cliquable est la forme que les Français préfèrent (38%), devant les liens sponsorisés (25%). Ils sont nettement moins nombreux   apprécier les formats qui parasitent ou dérangent leur navigation, tels que la publicité avant les vidéos (8%) et les pop-up (3%).

### **Pour une publicité en ligne contr lable !**

Les Français expriment clairement leur souhait que la publicité sur Internet n entrave et ne contrarie pas leurs activités en ligne. 88% veulent que la publicité en ligne soit mieux contrôlable (en termes de lieu, de durée et de moment de visionnage) et mieux intégrée au contenu des sites (73%). Ils aspirent également   des contenus publicitaires d une plus grande qualité (83%) et d une plus grande utilité (80%). Il est   noter que seule une personne sur deux souhaiterait des publicités plus interactives (49%).

### ** tre respectueuse de la vie privée**

La personnalisation des publicités sur Internet rencontre une forte résistance de la part des interviewés qui y voient un grand risque d intrusion dans leur vie privée. Si une personne sur deux souhaite que la publicité sur Internet soit davantage personnalisée (55%), lâ utilisation des données personnelles, qui rend cette personnalisation possible, rencontre une forte opposition : 85% des interviewés ne sont pas favorables   ce que les sites Internet utilisent leurs données personnelles   même anonymisées   pour leur proposer des publicités correspondant   leurs goûts ou   leurs besoins. 60% se disent même tout   fait opposés   cette pratique. Seulement 15% des personnes interrogées y sont favorables, dont 3%  « très favorables  »

 « Les internautes français sont beaucoup mieux informés sur la manière dont leurs données personnelles peuvent être utilisées. Le message qu ils envoient est clair : ils s opposent   la marchandisation de leurs données et aux pratiques intrusives portant atteinte   leur vie privée. En ligne, ils seront de moins en moins tolérants   la pression et aux intrusions publicitaires intempestives, même si elles sont personnalisées  », conclut **Julien Verdier**.