

2018

# Redéfinir la publicité native

Comment voyez-vous actuellement la publicité native ? certaines réponses comme, "intégrée", "personnalisée", "performante" viennent facilement à l'esprit.

Mais vous trouverez quelques réponses inattendues dans les résultats de notre nouvelle étude : Redéfinir la publicité native (2018), dans laquelle nous avons interrogé nos utilisateurs et mesuré leur réactions implicites devant les formats natifs.

Enders suggère que la publicité native pèsera pour 52% des dépenses publicitaires en digital d'ici à 2020

(étude mandatée par Oath).

## Une étude innovante et unique



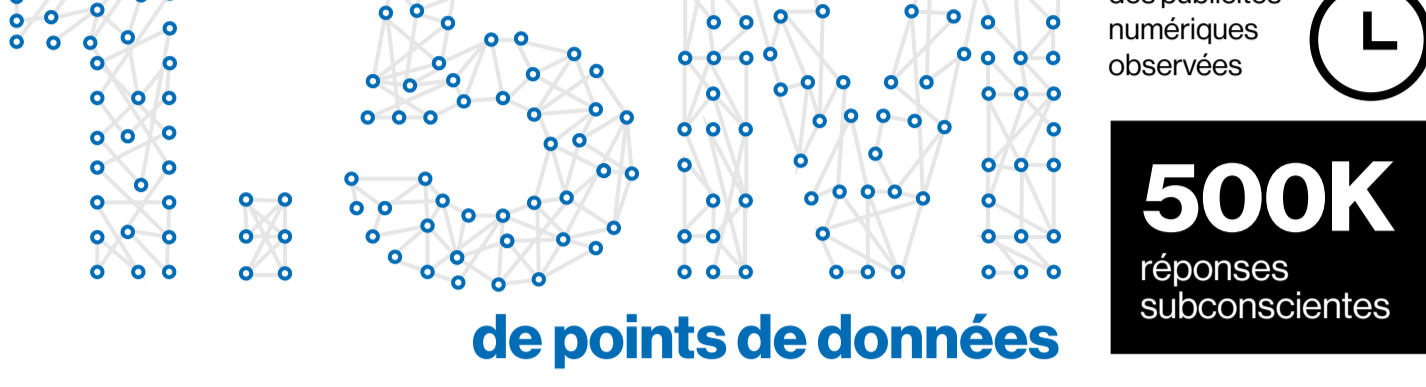
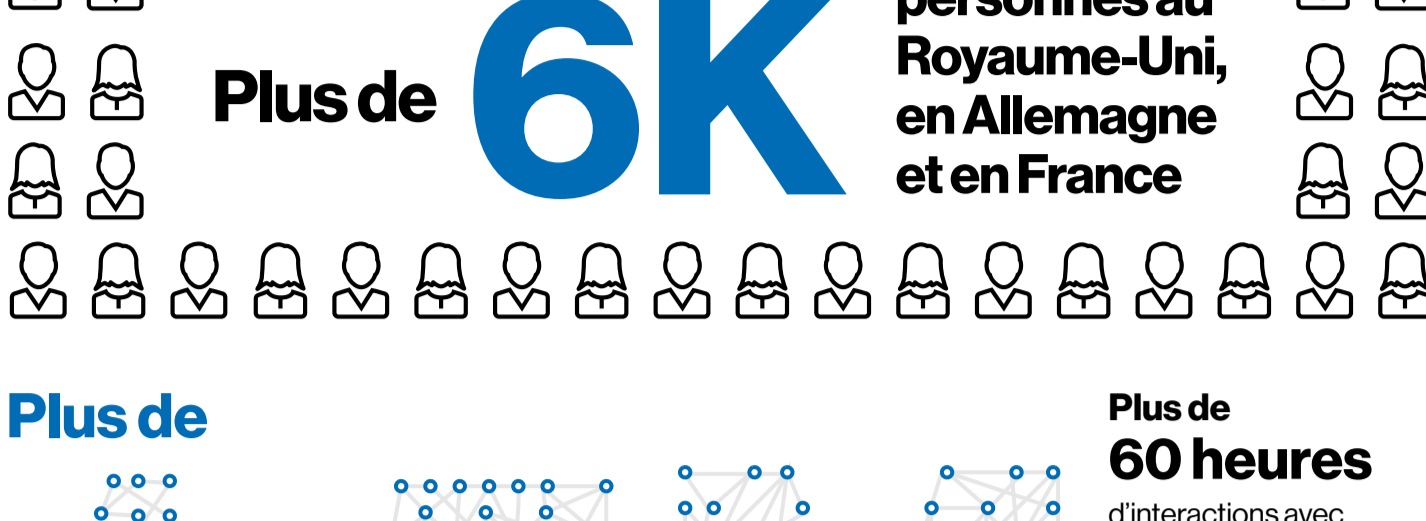
Tests de comportement



Analyses des réponses implicites



Avis d'experts



de points de données

## Les dépenses en publicité native devraient augmenter



Source: Enders Analysis: Native Advertising in Europe to 2020 (2016-17)

## Les personnes recherchent des expériences sans couture



**79%** souhaitent voir une publicité qui se fonde dans la page

## Perçue comme une meilleure expérience

**4/5** reconnaissent la publicité native comme une forme de contenu



## Le format natif se fonde mieux que le display traditionnel sur le mobile et le desktop

Source : Oath - (2018) Redéfinir la publicité native

**23%** plus nombreux à trouver la publicité native naturelle (sur desktop et mobile)

**34%** plus nombreux à trouver la publicité native naturelle sur mobile

## La publicité native est 8 fois plus performante (taux de clic)

Source: Résultats constatés sur les campagnes display / outils de benchmark Google (Smartinsights.com/internet-advertising/internet-advertising-analytics/display-advertising-clickthrough-rates/) - Résultats formats natifs - Interne Oath

## 45% plus nombreux à recommander

un marque qui utilise la publicité native

## 27% plus enclins à acheter

une marque qui utilise la publicité native

**Un format natif est visible 25% plus longtemps**

La publicité native génère une croissance de **17% d'opinion positive** sur une marque, un phénomène qui s'accroît sur mobile (**26%**)

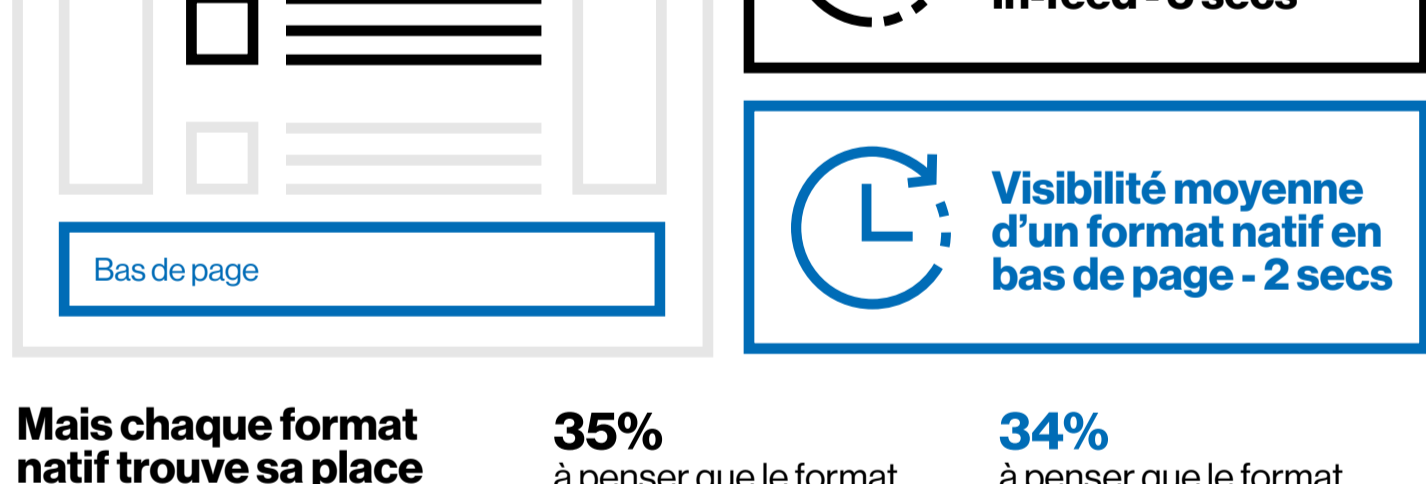
**La publicité native accroît la préférence de marque (+14% sur desktop et mobile)**

## Une croissance constatée sur tous les indicateurs de performance de la marque

- Respect du consommateur **+11pt**
- Partage des valeurs **+6pt**
- Crée la tendance **+4pt**
- Confiance **+7pt**
- Réponse aux attentes **+5pt**
- Améliore l'expérience **+3pt**

## Toutes les solutions natives ne sont pas égales

Le format In-feed propose plus de visibilité et d'impact pour la marque



**Mais chaque format natif trouve sa place dans la page. Les consommateurs sont**

**35%** à penser que le format in-feed se fonde mieux au coeur de la page

**34%** à penser que le format natif se fonde mieux en bas de page

**In-feed native** +14% de préférence de marque quand une marque utilise un format natif sur un site premium. +16% de croissance de l'intention d'achat en associant natif et site premium

**Un impact publicitaire plus important sur les environnements premium ... en particulier pour la publicité native**

Les formats natifs sur les sites premium ont un **impact 17% supérieur** pour la marque



**Plus de préférence de marque quand un annonceur utilise une solution native sur un environnement premium.**

**+40%**

+35% de préférence de marque quand une marque utilise un format natif sur un site premium

+16% de croissance de l'intention d'achat en associant natif et site premium

## Une croissance constatée sur tous les indicateurs de performance de la marque

- Respect du consommateur **+10pt**
- Partage des valeurs **+5pt**
- Crée la tendance **+6pt**
- Confiance **+7pt**
- Réponse aux attentes **+5pt**
- Améliore l'expérience **+4pt**

## Pour résumer

- 17% croissance** de l'opinion positive inconsciente pour la marque
- La publicité native est visible **25% plus longtemps**
- Les formats natifs augmentent de **63% l'engagement** de l'utilisateur



**Et dans un environnement premium** +35% d'opinion positive inconsciente pour la marque +40% de préférence de marque

Pour savoir comment intégrer la publicité native à votre stratégie marketing, contactez nous : [contact-france@oath.com](mailto:contact-france@oath.com)



Source: Oath - Redefining Native (2018; UK, DE, FR)