



LA
QUALITÉ,
NOUVELLE
MONNAIE
D'ÉCHANGE
10 MARS 2016



**harris
interactive**™

Présentation de **Patrick Van Bloeme**
Co-Président et co-fondateur d'**Harris Interactive France**



@harrisint_fr



1069 PERSONNES

Représentatives de la **population française**, âgées de 18 ans et plus

628 PERSONNES

Issues du marché US ont effectué une mise en regard de certaines questions

Enquête effectuée en **février 2016**



Les Français jugent particulièrement important que les publicités qu'ils regardent soient **courtes**, avec un **message clair**...



Être courte
58%



Avoir un message clair
56%

...Mais également qu'elles soient **créatives** et qu'elles **leur correspondent**



Agréable à regarder
51%



Utile
49%



Créative, Originale
48%



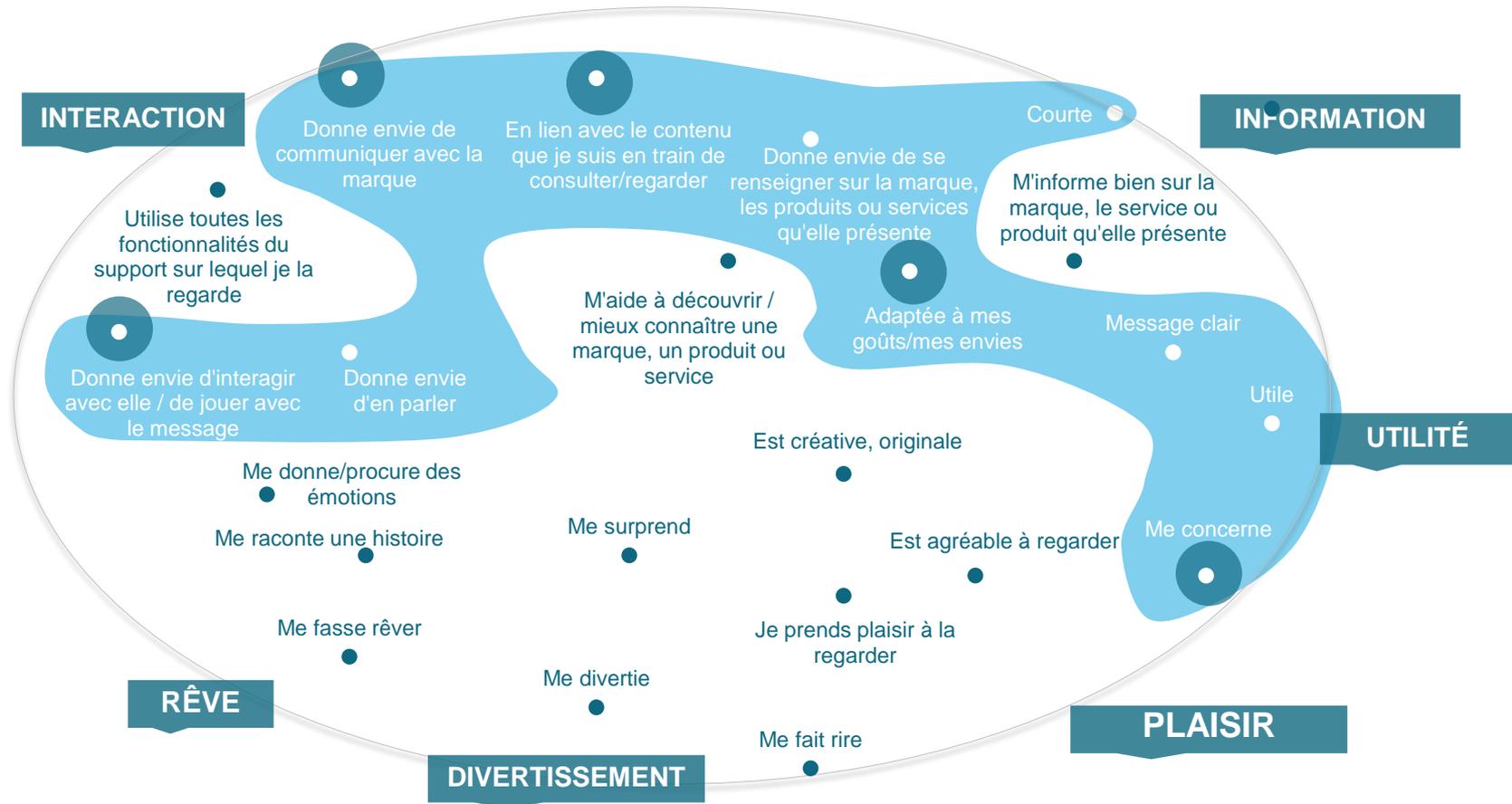
Qu'elle m'informe bien sur la marque, le service ou le produit qu'elle représente

48%

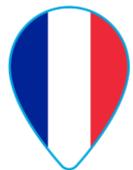


Qu'elle me concerne
40%

La publicité digitale possède un territoire et des attentes qui lui sont bien spécifiques: un contrat clair et assumé !



Si le contrat avec la publicité digitale est bien compris,
la « contextualisation » est jugée à date peu satisfaisante



- 35 ans



30%

43%

55%

Les publicités digitales sont **bien faites**,
elles **correspondent vraiment à
mes critères**

19%

23%

37%

Les publicités digitales apparaissent
généralement au **bon moment**,
quand vous en avez besoin

Un modèle US **plus REUSSI et PERTINENT**

Des publicités digitales qui peuvent aller plus loin en termes de « contextualisation »



59%



64%

Les publicités digitales ne sont pas assez adaptées aux envies / besoins de celui qui les regarde

55%

66%

Les publicités digitales ne sont pas assez En lien avec le contenu que l'on est en train de consulter / regarder

53%

63%

Les publicités digitales n'utilisent pas assez Les fonctionnalités du support sur lequel on les regarde

Un marché US encore plus ouvert à la contextualisation des publicités digitales

La publicité reste la meilleure monnaie d'échange pour accéder à du contenu payant sur Internet



20%



36%

Pour accéder à des contenus payant vous seriez prêt à...

Payer chaque contenu qui vous intéresse (article, vidéo,...) à l'unité

25%

47%

Vous abonner au site/ à l'application (à la semaine, au mois, à l'année,...)

28%

58%

Communiquer des informations personnelles (votre adresse postale, mail, coordonnées réseaux sociaux,...)

47%

76%

Accepter que des publicités vous soient adressées en échange d'un accès gratuit

18- 24 ans
62%





Contrôle

- « Consulter la publicité de mon choix »
- « Que je puisse gérer moi-même les publicités »



Bénéfice et expérience utilisateur

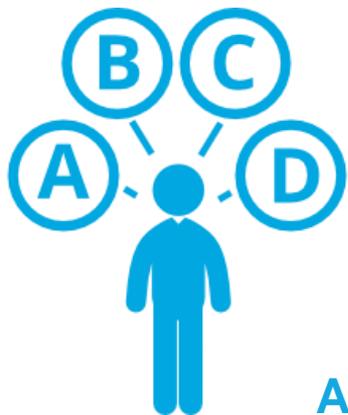
- « Une rémunération »
- « Des réductions »
- « Qu'elles me correspondent »
- « Qu'elles soient interactives »



Repenser les formats Adresser au bon moment

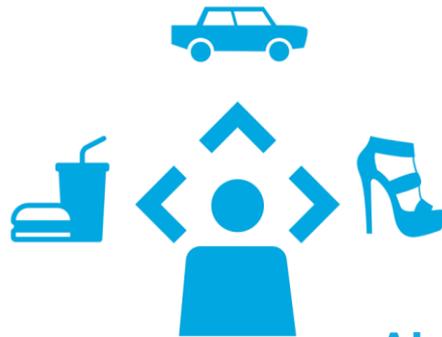
- « Des formats moins envahissants »
- « une publicité plus discrète »
- « Qu'elles arrivent au bon moment »

A l'avenir, une volonté de « choisir », voire « contrôler » les publicités...



Aimeraient
pouvoir choisir les types / la nature
des publicités qu'ils regardent

75%



Aimeraient
pouvoir choisir les contenus

72%