



Paris, le 21 janvier 2020

## COMMUNIQUÉ DE PRESSE

### Publicité solidaire

## Les internautes séduits par WhatRocks™, le label qui propose aux internautes des dons en échange de leurs clics

A l'issue d'un test mené avec Verizon Media, l'Oréal France, Nestlé et Publicis Media France

Comment rajeunir sa base de donateurs ? La question se pose depuis longtemps aux associations mais devient particulièrement urgente cette année : **en 2018, les dons en France ont diminué de 4,2%<sup>[1]</sup>**, notamment du fait de la suppression de l'ISF.

Dans ce contexte, WhatRocks Foundation a développé **une mécanique de don à la fois originale et indolore** : elle propose de **récompenser les internautes qui acceptent d'être exposés et d'interagir avec les publicités Internet, pour qu'ils puissent verser des dons aux associations de leur choix**. Concrètement, lorsque les internautes voient une publicité labellisée WhatRocks™ ou cliquent dessus, ils gagnent des jetons blockchain, baptisés « Rocks™ ». Plus ils interagissent avec les publicités labellisées WhatRocks™ (en regardant entièrement la vidéo publicitaire, en visitant le site Internet de la marque après avoir cliqué sur sa publicité, en s'inscrivant à la newsletter de la marque, en achetant en ligne le produit...), plus ils reçoivent de « Rocks™ ». Ils peuvent alors faire don de leurs « Rocks™ » aux associations de leur choix.

Ces associations convertissent ensuite leurs Rocks™ en Euros. Un dispositif dans lequel l'annonceur finance les dons réalisés par les internautes, en utilisant un pourcentage de son budget publicitaire.

### ***Une publicité digitale mieux acceptée quand elle affirme sa solidarité***

Restait à vérifier l'intérêt des internautes pour cette solution : pour cela, **Publicis Media France** et WhatRocks Foundation ont mené ensemble un Proof of Concept (POC) : ce **pilote grandeur nature** a été mené auprès de **720 internautes français\*** en septembre 2019. D'autres partenaires se sont associés à cette opération : **L'Oréal France** et **Nestlé France** ont labellisé deux campagnes publicitaires vidéo diffusées par leurs régies **Verizon Media**, Teads et FreeWheel. Epic et ses organisations sociales ont quant à elles rejoint le POC afin de recevoir les dons des internautes.

A l'issue de ce pilote, les réactions des internautes sont spectaculaires : **80% déclarent adhérer au principe**. Ce taux grimpe même jusqu'à **87% chez les 18-25 ans !**

Mieux, lorsqu'ils font l'expérience complète du label WhatRocks™ (exposition aux publicités labellisées, versement des Rocks™ sur leur porte-monnaie WhatRocks™, don aux associations de leur choix etc.), **86% des internautes** s'affirment plus disposés à **se renseigner sur le produit** mis en avant dans la publicité labellisée et 71% sont prêts à **acheter ce produit**.

Ces déclarations sont confirmées par leur comportement face à ces publicités : le taux de clic progresse de 16 %, et le taux de complétion vidéo de 8.5% en moyenne médiane.

Plus largement, 61% des internautes déclarent avoir une image plus positive de la publicité digitale si elle affiche le label WhatRocks™. Et surtout, **83% des utilisateurs de bloqueurs de publicités** sont prêts à les **désactiver pour les sites et applications mobiles diffusant des publicités labellisées WhatRocks™**. Un point particulièrement important, puisqu'en France **43% des 18-34 ans utilisent un adblocker[2]**.

*« Le label WhatRocks™ permet aux internautes d'identifier facilement les publicités Internet qui présentent une utilité sociale, car elles leur donnent les moyens financiers de soutenir les causes qui leur tiennent à coeur, résume **Njara Zafimehy, Président-Fondateur de WhatRocks Foundation**. Les résultats du pilote démontrent que notre label a tous les atouts pour devenir la norme sociale de la publicité digitale. »*

*« Pour nous, ce label présente un double intérêt, ajoute **Erik-Marie Bion, VP France et Allemagne de Verizon Media**. D'une part, il offre aux marques une opportunité unique de **créer de nouvelles relations avec les consommateurs**. D'autre part, le fait de le proposer sur nos sites médias premium, comme Yahoo, permet de **fidéliser nos utilisateurs**. »*

A l'image des internautes, d'autres marques, agences et éditeurs, également séduits, rejoignent actuellement la communauté WhatRocks™. Le lancement du label en France est prévu à l'horizon du premier trimestre 2020.

*\* Echantillon représentatif de la population nationale*

### **A propos de Verizon Media**

Verizon Media Group est une division de Verizon au croisement des médias, de la publicité et de la technologie, créée pour servir un écosystème de milliards d'utilisateurs. En tant que l'un des leaders mondiaux du digital et du mobile, Verizon Media Group dessine le futur. Plus d'information sur [verizonmedia.com](http://verizonmedia.com)

### **A propos de WhatRocks Foundation**

En tant qu'organisation à but non lucratif, WhatRocks Foundation a pour mission de donner aux internautes les moyens financiers de faire des dons aux associations de leur choix grâce à WhatRocks™, le premier label social dédié à la publicité sur Internet.

Grâce à WhatRocks™, les marques récompensent financièrement les internautes avec des jetons blockchain appelés Rocks™ lorsqu'ils voient ou qu'ils cliquent sur leurs publicités Internet qui affichent le label WhatRocks™. Les internautes utilisent leurs Rocks™ directement depuis leur porte-monnaie WhatRocks™ sur leur mobile pour faire des dons aux associations de leur choix ou pour acheter des billets ou codes promo pour des soirées ou des événements. Les organisateurs de ces événements reversent ces Rocks™ aux associations de leur propre choix.

Ces associations financent leurs activités caritatives en revendant leurs Rocks™ à des marques qui en ont besoin pour récompenser les internautes exposés à leurs propres publicités. Dans cette économie circulaire du don, l'ouverture de compte et les transactions sont 100% gratuites\* afin de ne pas toucher aux dons.

WhatRocks™ est plus qu'un label social : c'est une communauté mondiale d'internautes, de marques, d'éditeurs et d'associations qui agissent ensemble pour financer le changement social.

Plus d'infos sur [www.whatrocks.co](http://www.whatrocks.co)

### **Contacts presse**

**Delphine Bionne** - [dbionne@lcmconseil.info](mailto:dbionne@lcmconseil.info) - 06 74 74 11 48

**Constance Legrand** - [clegrand@lcmconseil.info](mailto:clegrand@lcmconseil.info) - 06 79 98 30 92

**Magalie DANREY** - [press@whatrocksfoundation.com](mailto:press@whatrocksfoundation.com)

---

[1] Baromètre France Générosités 2018

[2] Etude e-marketer 2018