

Paris, le 19 septembre 2018

## COMMUNIQUÉ DE PRESSE

### Google Analytics : AdBack révèle les données bloquées

AdBack, la start-up française qui analyse les tendances des utilisateurs d'adblockers et accompagne les sites dans leur stratégie de reconquête pour une publicité responsable, vient de sortir une nouvelle fonctionnalité permettant aux sites web d'analyser gratuitement les utilisateurs qui bloquent les données Google Analytics. Le connecteur AdBack injecte alors toutes ces données directement dans l'outil Google qui détient plus de 80 % de parts de marché dans ce domaine.

#### Des performances biaisées jusque-là

C'est avec surprise que l'on observe que certains adblockers ne bloquent pas uniquement les publicités mais également des outils de tracking internes et externes aux sites web. À l'ère du RGPD (Règlement général sur la protection des données), l'éditeur se doit de recueillir le consentement de l'internaute sur le traitement de ses données personnelles. Lorsque l'internaute a donné son consentement mais est équipé d'un bloqueur de publicité, le bloqueur rend malgré tout **ses données invisibles** aux yeux des éditeurs. Pour certains sites, le blocage de ces scripts représente plus de **40 % de leur audience**.

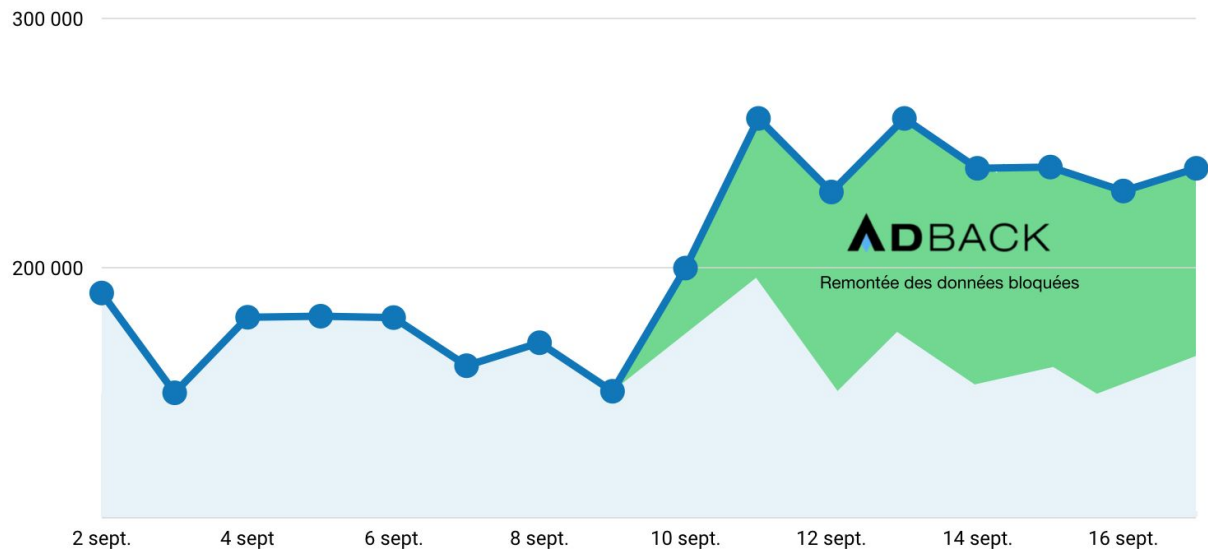
Les sites e-commerce ou media sont alors privés de données qui leur appartiennent et qui sont vitales pour l'exercice de leur activité.

Avec 34 % d'utilisateurs de bloqueurs de publicité en 2017, la France est l'un des pays les plus équipés après l'Allemagne (39 %) et la Pologne (54 %) <sup>1</sup> faisant perdre aux éditeurs entre **15 et 20 % de revenus publicitaires**.

Antoine Ferrier-Battner, CEO d'AdBack, solution d'analyse et de monétisation d'adblockers commente : *“Cela concerne tous les sites, tous types confondus : éditeurs, e-commerçants, et les conséquences sont considérables. Une partie invisible de votre trafic biaise complètement l'analyse des performances et les prises de décisions qui se basent uniquement sur votre partie visible, engendrant ainsi des **investissements financiers faussés.**”*

## Reprendre le contrôle de son site

Grâce au connecteur Google Analytics d'AdBack, tout site accède à 100 % de ses données directement depuis l'interface Google Analytics, **gratuitement**.



Part de trafic bloqué remonté par AdBack dans Google Analytics

Le connecteur Google Analytics est le premier d'une série d'un ensemble d'outils disponibles sur le marché.

## Des résultats impressionnants observés chez les éditeurs

Sur les 300 sites partenaires de la plateforme AdBack, les statistiques de blocage sont étonnantes. Antoine Ferrier-Battner témoigne : *“La surprise fut grande pour nos sites partenaires qui ont intégré AdBack à leur Google Analytics, réalisant la perte de données qu'ils avaient depuis tout ce temps sans se rendre compte”*.

Sur un célèbre site de planification de séries, **le taux de blocage monte à 40 % par mois**, presque la moitié du trafic. Sur d'autres, le blocage est plus léger mais bien présent comme sur un grand éditeur de presse sportive avec 10 % de blocage en moyenne. Pour d'autres sites de presse, le blocage va de 3 % à 40 %.

Il est important de spécifier que le taux de blocage dépend aussi de la répartition du trafic sur desktop/mobile. En effet, les adblockers étant plus présents sur desktop, sur un site ayant un trafic majoritairement mobile, on observera un taux de blocage beaucoup plus faible.

D'après les analyses d'AdBack, le taux de blocage moyen d'un site web se trouve **aux alentours de 15 %**.

## Une nouvelle audience avec laquelle il faut composer

La fonctionnalité a pour but d'identifier une nouvelle audience avec laquelle tout éditeur doit composer : les utilisateurs d'adblockers. Les sites de ventes en ligne, par exemple, manquent de visibilité sur l'origine de leurs ventes ainsi que de leurs leviers d'acquisition. Grâce au redressement statistique, un champ inexploré s'ouvre et permet d'adresser **une cible délaissée depuis trop longtemps**.

La volonté d'AdBack est de montrer que les bloqueurs de publicités ne sont pas à prendre comme une menace mais bien comme une **opportunité** dans l'approche d'un monde publicitaire responsable.

AdBack accompagne ainsi tous les éditeurs de contenu et e-commerçants dans leur stratégie de reconquête d'utilisateurs de bloqueurs de publicités. Connaître les utilisateurs de bloqueurs de pub, les analyser, pour leur adresser **une solution respectueuse** de leur navigation et de leurs données personnelles tout en continuant à financer le site web qu'ils visitent, telle est la mission d'AdBack.

Antoine Ferrier-Battner explique le but d'AdBack : *“Nous ne faisons pas la guerre aux bloqueurs de publicités. Nous comprenons et nous savons pourquoi ils sont là. Maintenant, le problème est qu'ils remettent complètement en cause le modèle économique du web. Notre force de proposition est de vouloir conserver un Internet gratuit et responsable. Chez AdBack, nous arrivons à identifier des profils d'utilisateurs d'adblocker : du plus au moins réfractaire à la publicité. Ainsi, nous écartons les hard blockers, et nous affichons la publicité aux utilisateurs de bloqueurs de publicité qui acceptent la publicité, de façon non-intrusive, pour maintenir un revenu publicitaire viable pour l'éditeur et proposer aux annonceurs des impressions qu'ils n'avaient pas jusque-là. Pour les e-commerçants, nous donnons la possibilité de chiffrer les pixels de tracking qui sont malheureusement eux aussi bloqués.”*

### À propos d'AdBack

Fondée par Antoine Ferrier-Battner et les équipes de la régie Dekalée, AdBack est l'une des plateformes les plus complètes et adaptatives d'analyse des adblockers. À la manière de Socrate et de Jon Snow, AdBack a été créé avec l'idée qu'on ne sait rien ou pas grand chose de ceux qui utilisent les adblockers. AdBack offre aux éditeurs une solution légère et économique pour comprendre ce qui pousse leurs utilisateurs à recourir au blocage publicitaire. AdBack a ainsi développé des profils d'utilisateurs permettant de mettre en place des outils de communication et publicitaires plus créatifs et adaptés aux publics spécifiques des éditeurs et de dépasser le blocage actuel dans la création de valeur sur le web. AdBack accompagne les éditeurs du monde entier dans la création de leur nouveau modèle économique.

Pour plus d'information rendez-nous visite sur

<https://landing.adback.co/vos-donnees-google-analytics-debloquees/>

<https://landing.adback.co/>

Twitter : @adback\_co / Facebook : AdBack / LinkedIn : AdBack

Sources :

<sup>1</sup> <https://www.blogdumoderateur.com/adblockers-france-monde-2017/>

<sup>2</sup> <https://www.blogdumoderateur.com/ecommerce-trimestre-2-2018/>

<sup>3</sup> <http://www.cbnews.fr/etudes/128-millions-d-internautes-francais-utilisent-un-adblocker-en-2017-a1035855>