

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

AdBack publie le premier classement des sites web perdant des revenus publicitaires à cause des adblockers

AdBack, la start up française qui analyse les tendances des utilisateurs d’adblocker et accompagne les sites dans leur stratégie de reconquête publicitaire, vient de publier le premier classement estimatif par site des pertes annuelles de revenus publicitaires dues aux adblockers, en France et dans le monde.

Des pertes qui concernent l’ensemble des sites web en France et n’épargnent aucun secteur d’activité

Le classement, basé sur la liste du million de sites accueillant les plus fortes audiences mensuelles au monde et par pays, répertorie le top 100 des sites web perdant le plus de revenus publicitaires.

Premier enseignement : tout le monde est concerné. Géants du e-commerce ou de la vidéo en ligne, sites de médias ou pour adulte, l’hémorragie est globale.

Parmi le top 100 mondial, on retrouve des sites comme Youtube ou Yahoo respectivement en 6e et 7e position perdant plus de 200 millions d’euros par an, et plus de 440 millions d’euros pour le premier site de la liste.

Voici ci-dessous le top 10 des sites français :

Classement AdBack	Classement Alexa	Site Web	Pertes de revenus annuelles (k€)
1	6	amazon.fr	5 235
2	7	leboncoin.fr	3 706
3	2	youtube.com	3 389
4	8	yahoo.com	3 128
5	50	twitch.tv	2 479
6	28	jeuxvideo.com	2 253
7	21	buzzfil.net	1 667
8	132	darty.com	1 379

9	19	lefigaro.fr	1 364
10	38	pornhub.com	1 145

Un phénomène qui continue de s'amplifier

Depuis quelques années, les utilisateurs d'adblocker sont de plus en plus nombreux, les principales raisons de cette hausse étant les publicités trop intrusives et la protection des données, comme l'a montré la dernière étude IAB-IPSOS de mars 2016.

En France, on compte aujourd'hui 30% d'utilisateurs d'adblocker parmi les internautes et 419 millions d'utilisateurs dans le monde. Leurs motivations relèvent principalement de la perturbation de la navigation par la publicité (85%) et un agacement global face à la pub (71%).

Antoine FERRIER-BATTNER, fondateur et président d'AdBack qui analyse ce sujet depuis plusieurs années précise : "On identifie une perte de revenus publicitaires due aux adblockers située entre 15 et 20% pour les éditeurs de contenus. Pour les éditeurs qui sont contraints à la gratuité d'accès par leur taille ou le business modèle de leur industrie, c'est en somme une amputation de 15% à 20% de leur chiffre d'affaires global."

Un classement qui doit permettre de faire prendre conscience que si des solutions existent, il faut les mettre en place d'urgence.

Antoine FERRIER-BATTNER, CEO d'AdBack explique : "le but est de faire prendre conscience de l'ampleur du phénomène de l'adblocking. Les revenus perdus estimés pourraient atteindre 3,5 millions d'euros en France par an pour des gros sites comme Youtube.com ou Yahoo.com, voire plus pour certaines catégories de sites dont l'audience bloque plus de publicités que la moyenne des utilisateurs."

Le phénomène concerne autant les éditeurs que les annonceurs. Les revenus des éditeurs sont touchés ce qui met en péril le financement de leurs activités. D'un point de vue annonceur, l'enjeu est également de taille puisque l'efficacité de leurs campagnes publicitaires se trouve amoindrie par le blocage des publicités.

Dans ce contexte, la mission d'AdBack est de proposer des solutions alternatives à la publicité pour accéder aux contenus et d'adapter ces propositions à chaque profil d'utilisateur. C'est ce que la start-up française a mis en place à l'automne 2016 avec le GESTE dans le cadre de sa campagne de sensibilisation à l'adblocking et qui a réuni tous les médias français.

"Avec AdBack, explique Antoine FERRIER-BATTNER, nous développons les outils pour réengager le dialogue entre éditeurs et utilisateurs et permettons à chacun de trouver un bénéfice dans ce mode de fonctionnement. Nous avons pour cela une approche de conseil aux éditeurs sur mesure : les besoins d'un petit et d'un grand sont différents. Mais c'est aussi le cas si vous êtes dans l'information, la vente en ligne ou le divertissement. Nos

solutions permettent de récupérer entre 28 et 60% de ces revenus qui sont la principale source de rémunération des éditeurs. Nous arrivons ainsi à toucher trois fois plus d'internautes grâce à l'affichage de messages ciblés offrant des propositions alternatives à la simple désactivation. Ces solutions peuvent être des vidéos publicitaires, des mini-sondages, des abonnements à des newsletters... Toutes sortes d'engagements publicitaires choisis plutôt que subis."

Méthodologie du classement

Sur son site, AdBack permet de visualiser le classement mondial des sites, de filtrer par pays, de rechercher un site en particulier ou encore de soumettre un site n'apparaissant pas dans la liste pour connaître ses revenus perdus.

AdBack a utilisé la liste du million de sites d'Alexa basée sur les audiences puis a calculé pour cette liste les revenus publicitaires perdus estimés.

La méthode de calcul est la suivante :

Nombre d'éléments publicitaires bloqués par page x CPM de \$0.42 x taux d'adblocker du pays x nombre de pages vues mensuelles x 12

Toutes les sources utilisées sont disponibles sur la page du classement.

A propos d'AdBack

Fondée par Antoine Ferrier-Battner et les équipes de la régie Dékalée, AdBack est l'une des plateformes les plus complètes et adaptatives d'analyse des adblockers. A 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 identifié 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://www.adback.co/fr/>

Découvrez le classement des sites sur :

<https://www.adback.co/revenue-loss-adblock-websites-ranking#FR>

www.adback.co

Twitter : [@adback_co](https://twitter.com/adback_co) / Facebook : [AdBack](https://www.facebook.com/AdBack) / LinkedIn : [AdBack](https://www.linkedin.com/company/adback)