



## ALTICS, spécialiste de l'innovation Eye tracking

L'agence de conseil internet Altics, publie chaque trimestre une étude sur un sujet internet. Destinée à apporter des conseils et bonnes pratiques aux professionnels du web, la nouvelle étude analyse la publicité dans la presse online.

### L'Eye tracking, pour suivre le regard des internautes

Comment les internautes perçoivent-ils la publicité dans la presse en ligne ? Pour y répondre, Altics a filmé le regard de 50 utilisateurs dans ses laboratoires de tests sur des sites de presse à forte audience, grâce à l'Eye tracking. Cette technologie innovante enregistre les mouvements oculaires de l'internaute.



Eye tracking



### Quel impact de la publicité en ligne ?

Menée en juillet, l'étude révèle le manque d'impact de la publicité dans la presse en ligne. Les internautes recherchent de l'information rapide sur les sites de presse et zappent la publicité. La presse écrite incite davantage à l'exploration avec une publicité hiérarchisée et moins imposée. En termes de contenu, les lecteurs privilégient les bons plans et réductions. Les tests Eye tracking montrent que la bannière placée en haut de page est quasiment ignorée, seulement 14% des internautes l'ont repéré contre 43% pour l'encart publicitaire intégré dans le contenu du site.

### Chaque trimestre découvrez une nouvelle étude

Altics prépare sa prochaine publication sur le tunnel d'achat des sites e-commerce autrement dit l'optimisation du « passage en caisse », une étude en partenariat avec Paypal. L'agence de conseil implantée sur Paris et Lyon est en recherche constante d'utilisateurs pour des tests rémunérés, rendez-vous sur [www.altics.fr](http://www.altics.fr).

Les études sont vendues 49 euros HT à l'adresse [www.altics.fr](http://www.altics.fr).

■ Zones chaudes

■ Zones froides

Carte de chaleur  
Lefigaro.fr

### Contact presse :

ALTICS Hélène KONDRACKI

11 rue Auguste Lacroix 69003 Lyon

04 72 76 94 00

helene@altics.fr