

La 'super' liste blanche d'AOL: les annonceurs pleurent...

Avec la 9.0, dont la moitié des abonnés AOL se seraient dotés, le navigateur bloquerait les images et les liens dans les e-mails reçus. Ces restrictions fortes sont destinées à lutter de manière active contre le 'spam'.

Bien évidemment cette mesure de protection ne fait pas les affaires des annonceurs, qui d'une part voient leurs messages arriver tronqués sur le bureau des internautes, et qui d'autre part perd toute l'efficacité des clics sur les images comme sur les liens. C'est pour répondre aux attentes des spécialistes du marketing en ligne que AOL a créé la *'Enhanced white list'*, une super liste blanche destinée à autoriser les messages publicitaires en provenance de sites ayant apporté la preuve de leur sérieux. Les listes blanches existent depuis longtemps, mais le développement de cette 'super liste blanche' avait été simplement annoncée en septembre, et nous ignorions son utilisation réelle, qui a d'ailleurs été découverte en recherchant une explication à la chute des taux de retour des annonceurs depuis le lancement d'AOL 9.0. A noter que pour figurer automatiquement sur cette *'Enhanced white list'* d'AOL, le serveur d'e-mail doit déjà figurer sur une liste blanche du fournisseur d'accès, et n'avoir fait l'objet d'aucune plainte d'internautes au cours des 30 derniers jours.