

**« REUSSIR AVEC UN MARKETING RESPONSABLE » - SELECTION 2013**

**ENTREPRISE / MARQUE**  
**Solocal Group / PagesJaunes**

**INITIATIVE**  
**Optimisation des annuaires imprimés et de leur distribution**



**6 DISTRIBUTION**

**Tout savoir sur la distribution des annuaires imprimés**

Chaque année, votre département est distribué à la même période. Les ouvrages que vous recevez ont une durée de validité d'un an.

**Gratuits et livrés à domicile**

- **Si vous habitez en immeuble**, les annuaires sont déposés dans votre boîte aux lettres (si normalisée) ou à proximité.
- **Si vous habitez en maison**, ils vous sont remis en main propre. En cas d'absence, ils sont déposés en boîte aux lettres si celle-ci est normalisée, ou mis dans un sac, accroché à la poignée de votre porte ou encore laissés à des voisins, et le distributeur vous le signale avec un avis de passage.

**Qui distribue ?**  
 Pour mener à bien cette distribution, PagesJaunes fait appel à plusieurs sociétés spécialisées, reconnues dans le secteur du portage publicitaire imprimé. Ces sociétés disposent de personnels qualifiés pour la distribution de type catalogues ou annuaires. Ce sont ces distributeurs qui déposent les annuaires chez les particuliers et les professionnels. Ces personnes sont identifiables au badge nominatif ci-dessous qui leur est remis.

**Quelle évolution envisagée ?**  
 La recherche d'information se développant de plus en plus sur internet, PagesJaunes a souhaité identifier les personnes qui ne souhaitent plus recevoir systématiquement les annuaires. En 2013, PagesJaunes a contacté et interrogé environ 9,4 millions de Français présents dans ses bases de données, afin de connaître leur souhait. Ce sondage a été réalisé par téléphone dans **90 départements de France métropolitaine**, auprès de personnes habitant en **maison ou en petit immeuble**\*\*, et abonnées à un service téléphonique. En moyenne **74% des répondants**\*\*\* nous ont indiqué qu'ils souhaitent recevoir les annuaires. En 2014, nous poursuivons ces consultations.

\* Hors DOM, Corse, 02, 18, 51, 86 - \*\* De 1 à 4 logements - \*\*\* Source interne PagesJaunes année 2013

**Donnez-nous votre choix !**  
 Depuis 2008, PagesJaunes a mis en place le site [www.recevoirmesannuaires.fr](http://www.recevoirmesannuaires.fr) sur lequel les utilisateurs peuvent exprimer leur souhait de recevoir ou ne pas recevoir les annuaires imprimés.

Dans les principales villes de France, les annuaires sont déposés dans les halls des grands immeubles. Après quelques jours, les distributeurs reviennent et récupèrent les annuaires qui n'ont pas été pris pour les proposer à une autre adresse. PagesJaunes réévalue chaque année les quantités d'annuaires à distribuer en fonction des annuaires pris l'année précédente.





© PagesJaunes 2014



*Un dispositif varié pour cibler la distribution des annuaires imprimés : Exemple de carte T envoyée à certaines cibles spécifiques - Page intégrée dans les annuaires mettant en avant les démarches entreprises en termes de distribution – Notre engagement auprès d'Ecofolio et nos certifications AFAQ*

## Description de l'initiative

### Date de lancement

2008

### Description synthétique

Le marché de la recherche locale se digitalise de plus en plus mais la France n'est pas uniforme en termes d'usages. L'utilisation des médias pour la recherche d'informations montre des différences importantes entre les zones très urbaines et les zones semi rurales à rurales.

Une analyse des usages nous a conduit à segmenter les départements selon leur taux d'utilisateurs des annuaires imprimés PagesJaunes et des médias en ligne.

En effet :

- L'activité annuaires imprimés en France décroît chaque année en chiffre d'affaires et en audience mais résiste mieux qu'à l'étranger. Le chiffre d'affaires de l'activité annuaires imprimés reste néanmoins significatif (20% du CA SoLocal Group à fin 2015, dont PagesJaunes SA est la principale filiale).

- L'annuaire imprimé se caractérise par un portage gratuit à domicile et en entreprise. Il est toujours fortement apprécié de ses utilisateurs.

- La diffusion d'annuaires devrait s'élever à plus de 21 millions d'exemplaires en 2016 (12 millions d'annuaires PagesJaunes et près de 9 millions d'annuaires PagesBlanches).

Il s'agit donc pour PagesJaunes :

- De servir correctement la demande en annuaires imprimés.

- De proposer aux annonceurs un support efficace et ciblé avec une promesse de Retour Sur Investissement en leur garantissant une distribution utile et qualifiée.

- D'accompagner les engagements de l'entreprise en terme de RSE (l'activité annuaires imprimés est doublement certifiée ISO 9001 et ISO 14001) pour éviter tout gâchis et maintenir le pilon au minimum (0.5% max/an).

### Comment a-t-elle été déployée ?

PagesJaunes a créé le site internet [www.recevoirmesannuaires.fr](http://www.recevoirmesannuaires.fr) pour recueillir les besoins d'annuaires (opt in et opt out). Ce site est accessible de toutes les plateformes (web et mobile).

PagesJaunes a mis en place des campagnes de sondages téléphoniques, en nombre conséquent (13 millions de foyers appelés en 4 ans).

Parallèlement à ces actions, un travail de nettoyage des listes de portage est effectué pour compléter les adresses afin de garantir une bonne distribution des ouvrages et le cas échéant éliminer les adresses indistribuables. Le travail est basé sur les typologies d'adresses, les regroupements de logements, les évolutions associées à la normalisation des adresses (par La Poste)... L'objectif étant toujours de produire des annuaires qui seront in fine distribués et d'éviter les stocks inutiles.

Par ailleurs, PagesJaunes est l'un des associés d'Ecofolio depuis sa création (éco-organisme créé en 2006 qui a pour but de permettre aux émetteurs de papier de respecter leurs obligations et de contribuer financièrement à la collecte et au recyclage de leurs imprimés par les collectivités locales). A titre de membre, PagesJaunes verse chaque année une éco-

contribution au titre des annuaires imprimés diffusés qui s'est élevée en 2015 à près de 380 000 euros.

Enfin, tous les processus de la direction des annuaires imprimés sont certifiés par l'AFNOR. Les annuaires imprimés sont conçus, produits et distribués selon une organisation certifiée conforme à la norme Qualité ISO 9001 version 2008 et à la norme Environnementale ISO 14001, version 2004 de l'AFAQ. Dans ce cadre, PagesJaunes met en œuvre des plans d'actions qui visent à diminuer l'impact sur l'environnement, de la fabrication et de la distribution des annuaires : encrage des pages allégé, optimisation des formats par rapport aux machines de coupe des imprimeurs et adaptation des quantités distribuées aux besoins des foyers.

### **Comment a-t-elle été communiquée auprès des consommateurs ?**

Plusieurs dispositifs de communication ont été mis en place pour faire connaître ces actions:

Une opération de communication interne est montée chaque année pour le lancement de l'édition. Elle a pour objectif de détailler aux collaborateurs les évolutions majeures de l'édition et notamment les évolutions mises en œuvre autour de la distribution. Par ailleurs, chaque mois, une synthèse des actions de distribution mises en place localement à date est envoyée à chaque directeur d'agence PagesJaunes et à son responsable marketing, afin qu'ils puissent relayer cette information auprès des commerciaux et des annonceurs.

Dans les ouvrages, une page consacrée aux démarches environnementales est présente en début d'annuaires. Elle permet de faire connaître à nos lecteurs, nos actions et nos démarches en termes d'environnement.

La direction Marketing a mis en place des campagnes de communication display sur les différents portails de SoLocal Group pour faire connaître le site [www.recevoirmesannuaires.fr](http://www.recevoirmesannuaires.fr) et inciter les gens à agir. Depuis que le site est en mode responsive, la Direction Marketing a renforcé les campagnes display sur les applications mobiles en intégrant le mode géolocalisé afin de cibler précisément les départements.

Enfin, chaque année, un communiqué de presse dédié aux annuaires imprimés est envoyé aux médias au fur et à mesure de la diffusion des annuaires dans les départements. Il met principalement en avant les nouveautés produits, nos actions de distribution et notre engagement en faveur du développement durable. Ces actions génèrent plus d'une cinquantaine de retombées médias par an. A travers des interviews, la directrice marketing détaille nos démarches auprès de journalistes de stations de radio locales pour chaque département.

### **En quoi est-elle innovante ?**

Elle s'appuie sur un dispositif cross-canal pour diffuser le message largement : pages dédiées dans les annuaires imprimés, intégration d'information dans les ouvrages, utilisation de supports internet web et mobile pour communiquer sur les actions et générer des opt-in /opt-out et Relations Presse.

### **Quelles ont été les difficultés et comment les avez-vous levées ?**

Le mode de consultation massif par appel téléphonique a soulevé des interrogations de la part du réseau commercial, habitué à vanter aux annonceurs la diffusion massive des ouvrages imprimés comme moyen de générer des contacts. Un dispositif d'information interne a été mis en place pour tenir informées toutes les agences commerciales PagesJaunes des opérations entreprises sur leur département et des résultats des actions.

## Quels sont les prochaines étapes et les prochains objectifs liés à cette initiative ?

La Direction des annuaires imprimés va poursuivre cette démarche de phoning afin d'obtenir une distribution de plus en plus ciblée et qualifiée pour avoir une base de distribution qualifiée sur toutes les adresses en habitat horizontal. Elle va aussi explorer d'autres pistes d'optimisation de la distribution auprès d'autres cibles (les résidentiels en habitat collectif, les professionnels).

## Création de valeur

### En quoi cette initiative a-t-elle été / est-elle créatrice de valeur

- *Pour la société (impact environnemental et social) ?*

**Impact social:** il s'agit de montrer la capacité de la société PagesJaunes à prendre en compte les souhaits individuels dans un contexte de profonde mutation des usages et d'une utilisation de plus en plus large des médias digitaux (proposer les annuaires aux personnes qui le souhaitent et pouvoir prendre en compte le refus des annuaires).

**Impact environnemental fort:** il s'agit d'adapter au mieux les quantités d'annuaires imprimés par rapport aux besoins réels, et ainsi diminuer la quantité de papier utilisé, maîtriser le taux de pilon. Ces actions ont contribué à la baisse de la consommation de papier annuaire (-41% entre 2013 et 2015). Le Bilan des émissions de Gaz à Effet de Serre (GES) a ainsi montré une réduction des émissions liées aux annuaires imprimés de l'ordre de -73% entre 2009 et 2014.

- *Pour l'entreprise ?*

Concernant une activité mature dont le CA se réduit, l'objectif de l'entreprise reste de maintenir la rentabilité de l'activité. Il s'agit aussi de satisfaire les fidèles utilisateurs des médias imprimés (non équipés d'internet ou simplement désireux de conserver ce mode de recherche des informations : simplicité de la recherche dans les annuaires, vision « panoramique de l'information »)

### Quelles sont selon-vous les clefs de réussite d'un projet de marketing durable?

Un projet expliqué en amont des actions, partagé par les collaborateurs, expliqué clairement au grand public et aux relais d'opinion

Un enjeu fort : permettre à chacun d'accéder au service PagesJaunes comme il le souhaite.

## Pour en savoir plus

[www.recevoirmesannuaires.fr](http://www.recevoirmesannuaires.fr)

[www.mesannuaires.pagesjaunes.fr](http://www.mesannuaires.pagesjaunes.fr)