

**Décision n° 12-D-22 du 22 novembre 2012  
relative à une saisine présentée par les sociétés NHK Conseil,  
Agence I&MA conseils, Sudmédia conseil, OSCP, Audit Conseil  
Publicité Annuaire, Charcot.net, Agence Heuveline, Avycom  
publicité annuelle, Toocom, Ecoannuaires,  
Netcreative-Pages annuaires à l'encontre de  
pratiques mises en œuvre par la société PagesJaunes SA**

L'Autorité de la concurrence (section V),

Vu la lettre enregistrée le 10 mai 2010 sous les numéros 10/0050 F et 10/0051 M par laquelle les sociétés Nourredine Hached Kerkennah Conseil (NHK Conseil), Agence I&MA Conseils, Sudmedia Conseil, OSCP, Audit Conseil Publicité Annuaire (ACPA), Charcot.net, Agence Heuveline SARL, Avycom publicité annuelle, Toocom, Ecoannuaires, Netcreative-Pages Annuaire ont saisi l'Autorité de la concurrence de pratiques mises en œuvre par la société PagesJaunes SA et ont, en outre, sollicité le prononcé de mesures conservatoires ;

Vu le livre IV du code de commerce relatif à la liberté des prix et de la concurrence ;

Vu la décision de l'Autorité de la concurrence n° 10-D-38 du 22 décembre 2010 ;

Vu les décisions de secret des affaires n° 11-DSA-154 du 5 mai 2011, n° 11-DSA-289 du 27 septembre 2011, n° 12-DSA-183 du 7 mai 2012, n° 12-DSA-240 du 6 juillet 2012 ; n° 11-DSA-60 du 22 février 2011 et n° 11-DSA-188 du 26 mai 2011 ;

Vu la décision de déclassement n° 12-DEC-49 du 27 septembre 2012 ;

Vu l'évaluation préliminaire des préoccupations de concurrence du rapporteur du 16 juillet 2012, transmise aux parties et au commissaire du gouvernement le 18 juillet 2012 ;

Vu les engagements proposés par PagesJaunes le 27 juillet 2012 et mis en ligne sur le site de l'Autorité le 31 juillet 2012 ;

Vu les observations présentées par le commissaire du gouvernement le 14 septembre 2012 et par la société L.S.M le 7 septembre 2012 ;

Vu la nouvelle version des engagements proposés par PagesJaunes le 5 novembre 2012, complétée par l'annexe n° 2 reçue le 20 novembre 2012;

Vu les autres pièces du dossier ;

Le rapporteur, le rapporteur général adjoint, le commissaire du gouvernement et les avocats conseils des sociétés saisissantes et de la société PagesJaunes SA, entendus lors de la séance du 16 octobre 2012 ;

Adopte la décision suivante :

## SOMMAIRE

I.	CONSTATATIONS.....	3
A.	La saisine et le déroulement de la procédure.....	3
B.	Les parties concernées.....	3
	1. La personne morale mise en cause : la société PagesJaunes SA.....	3
	2. Les sociétés saisissantes : des agences de publicité indépendantes.....	4
	3. Les relations entre PagesJaunes et les sociétés saisissantes.....	5
C.	Les pratiques dénoncées.....	6
	1. La pratique liée à l'utilisation privilégiée de statistiques d'audiences par la force commerciale de PagesJaunes.....	6
	2. Les pratiques de dénigrement des agences par les commerciaux de PagesJaunes.....	6
	3. Les pratiques discriminatoires relatives au respect de règles de parution dans les annuaires.....	7
	4. La suppression de la remise de 5 % pour les commandes effectuées sur l'annuaire en ligne par l'intermédiaire d'une agence indépendante.....	7
	5. La rémunération des commerciaux de PagesJaunes.....	7
D.	La mise en oeuvre de la procédure d'engagements.....	7
	1. Les préoccupations de concurrence.....	8
	2. Les engagements proposés par PagesJaunes.....	12
	3. Les réponses au test de marché.....	18
II.	DISCUSSION.....	19
A.	Sur La suppression de la remise de 5 %.....	19
	1. Sur le caractère brutal de la suppression de la remise annonceurs de 5 %.....	19
	2. Sur l'effet d'éviction allégué.....	19
B.	Sur l'appréciation des engagements proposés.....	21
	1. Sur la pertinence des engagements proposés.....	21
	2. Sur l'accès aux statistiques et la mise a disposition du logiciel Sésame proposés par la société PagesJaunes (engagements n° 1 et 2).....	21
	3. Sur le plan de communication externe, le programme de conformité et le renforcement du contrôle des instructions de vente (engagements n°3, 4 et 5).....	23
	4. Sur la durée et le suivi des engagements proposés.....	26
C.	Conclusion.....	26
	DÉCISION.....	27

# **I. Constatations**

## **A. LA SAISINE ET LE DÉROULEMENT DE LA PROCÉDURE**

1. Par lettre enregistrée le 10 mai 2010 sous les numéros 10/0050 F et 10/0051 M, les sociétés Nourredine Hached Kerkennah Conseil (NHK Conseil), Sudmedia conseil, Agence I&MA conseils, OSCP, Audit Conseil Publicité Annuaire, Charcot.net, Agence Heuveline SARL, Avycom publicité annuaire, Toocom, Ecoannuaire, Netcreative-Pages Annuaire ont saisi l'Autorité de la concurrence sur le fondement de l'article L. 462-5-II du code de commerce de pratiques mises en œuvre par la société PagesJaunes SA, et ont demandé que des mesures conservatoires soient prononcées sur le fondement de l'article L. 464-1 du code de commerce.
2. Selon cette saisine, certaines pratiques de PagesJaunes SA seraient constitutives d'abus de position dominante, en vertu des dispositions de l'article L. 420-2 alinéa 1 du code de commerce.
3. Dans sa décision n° 10-D-38 du 22 décembre 2010, l'Autorité de la concurrence a rejeté la demande de mesures conservatoires des sociétés saisissantes, la condition d'atteinte grave et immédiate à l'économie générale, à celle du secteur intéressé, à l'intérêt des consommateurs ou à l'entreprise plaignante posée par l'article L. 464-1 alinéa 2 du code de commerce n'étant pas remplie. Elle a toutefois estimé qu'il n'était pas exclu que certaines des pratiques dénoncées puissent être constitutives d'un abus de la position dominante que la société PagesJaunes SA est susceptible de détenir sur les marchés de l'édition et de la publicité dans les annuaires. Elle a, en conséquence, décidé de poursuivre l'instruction de l'affaire au fond.

## **B. LES PARTIES CONCERNÉES**

4. Les entreprises parties à la présente affaire sont d'une part la société PagesJaunes SA (ci-après « PagesJaunes »), mise en cause, et d'autre part les sociétés saisissantes - listées ci-dessus (§1) - qui sont toutes des petites agences de publicité indépendantes.

### **1. LA PERSONNE MORALE MISE EN CAUSE : LA SOCIÉTÉ PAGESJAUNES SA**

#### **a) Généralités**

5. Le groupe PagesJaunes est issu de l'ODA - « Office d'Annonces » - filiale de la société Havas et opérateur historique de la commercialisation d'espaces publicitaires dans les annuaires téléphoniques des Postes et Télécommunications, la transformation en société commerciale sous dénomination « PagesJaunes » ayant été actée en 2000 et l'introduction en bourse réalisée en 2004. La cession par France Télécom de sa participation au capital de PagesJaunes est intervenue en 2006 avec la prise de participation majoritaire au capital de Médiannuaire (société holding détenue par les fonds d'investissement américains Kohlberg Kravis Roberts et Goldman Sachs). Le groupe PagesJaunes est le principal intervenant dans l'édition d'annuaires téléphoniques et dans la commercialisation d'espaces publicitaires dans lesdits annuaires téléphoniques en France. Le groupe PagesJaunes a

réalisé un chiffre d'affaires total de 1 101,6 millions d'euros en 2011, de 1 125,2 millions d'euros en 2010 et de 1 163,9 millions d'euros en 2009 (cf. les documents de référence sur le site Internet de PagesJaunes groupe).

6. PagesJaunes SA, société anonyme à conseil d'administration dont le siège social est sis 7, avenue de la Cristallerie à Sèvres (92317), est la principale société du groupe, dont elle représente plus de 90 % du chiffre d'affaires. Son capital est détenu à 54,7 % par la société Médiannuaire, à 1,1 % par groupe PagesJaunes (holding), à 0,6 % par les salariés et à 43,6 % par le flottant (public).
7. PagesJaunes SA compte un effectif de quelques 4 000 collaborateurs. Sa force de vente est composée de 800 télévendeurs et de 870 commerciaux de terrain (cf. procès-verbal d'audition de PagesJaunes SA du 20 juillet 2011, cote 2823).

#### **b) Les activités de PagesJaunes**

8. PagesJaunes vend des espaces publicitaires sur les différents supports qu'elle édite, supports dont elle assure la conception, l'animation et la promotion. PagesJaunes édite à la fois des annuaires papiers - plus communément dits « imprimés » - et un annuaire électronique avec le site « pagesjaunes.fr » en ligne sur Internet.
9. L'annuaire électronique « pagesjaunes.fr » a progressivement pris une place prépondérante par rapport aux annuaires imprimés. En 2011, la vente d'espaces publicitaires sur l'annuaire électronique - « *Internet fixe et mobile* » - a représenté plus de 575 millions d'euros de chiffre d'affaires, soit plus de 52,2 % des revenus consolidés du groupe PagesJaunes, alors que les annuaires imprimés ont généré 490,7 millions d'euros de chiffre d'affaires, soit 44,5 % du total. Les autres activités - services de renseignements par téléphone et par SMS, annuaire inversé QuiDonc, Minitel, etc. - ont contribué pour 35,9 millions d'euros au chiffre d'affaires total de PagesJaunes au cours de cette même année 2011 (cf. le site Internet de PagesJaunes groupe).
10. PagesJaunes revendique près de 700 000 clients (site internet groupe PagesJaunes).

#### **2. LES SOCIÉTÉS SAISSANTES : DES AGENCES DE PUBLICITÉ INDÉPENDANTES**

11. Les annonceurs intéressés par les espaces publicitaires dans les supports PagesJaunes peuvent soit les acheter et les faire réaliser directement auprès des forces commerciales de PagesJaunes, soit en confier l'achat et la réalisation à des agences de publicité indépendantes.
12. Les sociétés saisissantes, de type SARL, sont toutes des agences de publicité indépendantes. En 2011, leurs chiffres d'affaires respectifs sont compris entre 39 000 euros pour la plus modeste - la société NHK conseil - et 628 000 euros pour la plus importante - la société Toocom.
13. Depuis leur saisine du 10 mai 2010 et la décision de l'Autorité de la concurrence du 22 décembre 2010 rejetant leur demande de mesures conservatoires, les chiffres d'affaires de ces agences de publicité ont évolué de façon très différenciée. Deux d'entre elles - I&MA conseils et Avycom - ne sont plus en activité en 2012 sans que cette cessation d'activité ne puisse être attribuée à leur litige avec PagesJaunes. Cinq autres - Sudmédia conseil, Toocom, Netcreative, NHK conseil et OSCP - ont connu une hausse de leur chiffre d'affaires avec des résultats d'exploitation positifs et même en augmentation pour les

quatre premières de ces agences. Les chiffres d'affaires des sociétés Charcot.net et Audit Conseil Publicité Annuaire (ACPA) sont en stagnation mais leurs résultats d'exploitation sont en progression. L'agence Heuveline a connu une légère baisse de chiffre d'affaires mais une hausse du résultat d'exploitation. Enfin, l'agence Ecoannuaire a connu une baisse de son chiffre d'affaires et de son résultat d'exploitation<sup>1</sup>.

### **3. LES RELATIONS ENTRE PAGESJAUNES ET LES SOCIÉTÉS SAISSANTES**

#### **a) Rappel des dispositions légales : la loi n° 93-122 du 29 janvier 1993**

14. Le secteur de la publicité est notamment encadré par la loi n° 93-122 du 29 janvier 1993, dite loi Sapin, relative à « *la prévention de la corruption et à la transparence de la vie économique et des procédures publiques* ». Le chapitre II de cette loi, intitulé « *prestations de publicité* », a précisé les relations entre les différents acteurs économiques - annonceurs, intermédiaires, et vendeurs d'espaces publicitaires - impliqués dans les opérations d'achats d'espaces publicitaires.
15. L'article 20 de la loi n° 93-122 du 29 janvier 1993 dispose d'abord, dans son premier alinéa, que : « *Tout achat d'espace publicitaire ou de prestation ayant pour objet l'édition ou la distribution d'imprimés publicitaires ne peut être réalisé par un intermédiaire que pour le compte d'un annonceur et dans le cadre d'un contrat écrit de mandat* ».
16. Le même article 20 poursuit : « *Ce contrat fixe les conditions de la rémunération du mandataire en détaillant s'il y a lieu, les diverses prestations qui seront effectuées dans le cadre de ce contrat de mandat et le montant de leur rémunération respective. (...) Tout rabais ou avantage tarifaire de quelque nature que ce soit accordé par le vendeur doit figurer sur la facture délivrée à l'annonceur et ne peut être conservé en tout ou en partie par l'intermédiaire qu'en vertu d'une stipulation expresse du contrat de mandat. Même si les achats mentionnés au premier alinéa ne sont pas payés directement par l'annonceur au vendeur, la facture est communiquée directement par ce dernier à l'annonceur* ».
17. L'article 21 de ladite loi ajoute : « *Le mandataire mentionné au premier alinéa de l'article 20 ne peut ni recevoir d'autre paiement que celui qui lui est versé par son mandant pour la rémunération de l'exercice de son mandat, ni aucune rémunération ou avantage quelconque de la part du vendeur* ».

#### **b) Les relations entre PagesJaunes, les annonceurs et les agences de publicité**

18. En vertu des dispositions de la loi Sapin précitée, la société PagesJaunes SA se trouve dans une relation de vendeur vis-à-vis des annonceurs : elle commercialise les espaces publicitaires disponibles sur ses supports annuaires. Elle peut aussi leur proposer de concevoir et de réaliser les insertions publicitaires sur lesdits supports.

---

<sup>1</sup> Les évolutions constatées sont basées sur les exercices comptables 2011/2010, sauf pour OSCP, Heuveline et Ecoannuaire pour lesquelles les exercices concernés sont 2010/2009, ces dernières sociétés n'ayant pas encore publié au RCS leurs chiffres 2011.

19. Les annonceurs clients de PagesJaunes peuvent aussi confier l'achat et la réalisation technique des insertions publicitaires à une agence de publicité. Dans ce cas, un contrat de mandat lie l'annonceur à ladite agence, celle-ci n'étant aucunement liée à la société PagesJaunes. C'est en effet le mandant de l'agence - l'annonceur - qui est client de PagesJaunes et qui, à ce titre, doit payer pour les achats d'espaces réalisés, la facturation de PagesJaunes lui étant directement adressée.

### **C. LES PRATIQUES DÉNONCÉES**

20. Les sociétés saisissantes soutiennent que la société PagesJaunes SA abuse de la position dominante qu'elle détiendrait sur le marché « *de l'édition d'annuaires professionnels en France tant sous forme d'imprimés que l'annuaire en ligne sur l'Internet et de la commercialisation des espaces publicitaires sur ceux-ci* ». Elles allèguent des pratiques de refus d'accès à certaines données statistiques relatives aux consultations de l'annuaire en ligne pagesjaunes.fr (1), de dénigrement (2), de discrimination (3). Elles qualifient également d'anticoncurrentiels la suppression de la remise professionnelle de 5 % pour les annonceurs recourant aux services d'agences de publicité pour leur communication sur le site pagesjaunes.fr (4) et le mode de rémunération des forces commerciales de Pages Jaunes (5).

#### **1. LA PRATIQUE LIÉE À L'UTILISATION PRIVILÉGIÉE DE STATISTIQUES D'AUDIENCES PAR LA FORCE COMMERCIALE DE PAGESJAUNES**

21. Selon les agences saisissantes, l'utilisation, par les commerciaux de PagesJaunes, des bases de données d'audience de la base « AudienceActivité » interne à la société et non accessible aux agences de publicité pour leurs prospections commerciales auprès des annonceurs serait anticoncurrentielle.
22. Les commerciaux de la société PagesJaunes arguant de la possibilité d'utilisation de ces statistiques lors des démarchages auprès des annonceurs, celles-ci constituent un moyen supplémentaire pour gagner des clients annonceurs.
23. Certaines agences de publicité parmi les saisissantes, ainsi que la société X..., non saisissante (cf. cotes 3167 à 3174), allèguent que la détention de ces statistiques constitue un avantage pour la société PagesJaunes par rapport à ses concurrents agences indépendantes dans la mesure où ces statistiques leur seraient également nécessaires pour conseiller leurs clients.

#### **2. LES PRATIQUES DE DÉNIGREMENT DES AGENCES PAR LES COMMERCIAUX DE PAGESJAUNES**

24. Les plaignantes ont allégué que la force de vente PagesJaunes SA dénigrait régulièrement les agences de publicité, en particulier sur la qualité de leurs prestations ou sur les prix prétendument plus élevés qu'elles pratiqueraient par comparaison avec ceux de PagesJaunes en direct.

### **3. LES PRATIQUES DISCRIMINATOIRES RELATIVES AU RESPECT DE RÈGLES DE PARUTION DANS LES ANNUAIRES**

25. Les sociétés saisissantes considèrent que PagesJaunes abuse encore de sa position dominante sur le marché en exigeant de leur part un strict respect des règles de parution qu'elle a elle-même édictées pour un certain nombre de rubriques dites à risques (services de dépannages d'urgence, serrurerie, plomberie, déménagements, etc.) alors qu'elle s'en affranchirait pour sa propre force de vente.

### **4. LA SUPPRESSION DE LA REMISE DE 5 % POUR LES COMMANDES EFFECTUÉES SUR L'ANNUAIRE EN LIGNE PAR L'INTERMÉDIAIRE D'UNE AGENCE INDÉPENDANTE**

26. La décision de PagesJaunes de supprimer la « remise annonceur » de 5 % avait été annoncée en ces termes dans un courrier circulaire du 16 décembre 2009 : « *Compte tenu de la situation constatée sur le marché de la publicité sur Internet, PagesJaunes a décidé de modifier ses conditions tarifaires et de supprimer la remise professionnelle pour les annonceurs confiant à une agence de publicité toute nouvelle commande d'achat d'espaces publicitaires dans les annuaires en ligne et sur les services de renseignements téléphoniques de PagesJaunes à compter du 1<sup>er</sup> février 2010* ».
27. Les sociétés saisissantes ont dénoncé un éventuel effet d'éviction résultant de la suppression de la remise de 5 % sur les commandes réalisées sur l'annuaire en ligne « pagesjaunes.fr » par l'intermédiaire d'une agence de publicité ainsi que le caractère brutal de cette suppression, annoncée par courrier daté du 16 décembre 2009 pour une application effective au 1<sup>er</sup> février 2010.

### **5. LA RÉMUNÉRATION DES COMMERCIAUX DE PAGESJAUNES**

28. Selon les sociétés saisissantes, les agents commerciaux de la société PagesJaunes seraient rétribués, depuis janvier 2009, en partie en fonction du nombre de clients qu'ils parviennent à « reprendre » aux agences de publicité, ce qui expliquerait une agressivité particulière exercée vis-à-vis des clients de celles-ci.
29. Au point 99 de sa décision de mesures conservatoires précitée, l'Autorité de la concurrence a considéré qu'indépendamment de ses effets concrets sur le marché et de ses modalités de mise en œuvre, un tel comportement ne pouvait, à lui seul, être qualifié d'anticoncurrentiel. C'est en effet légitimement que chaque opérateur, quel qu'il soit, cherche à accroître sa clientèle et à orienter en ce sens les efforts de ses commerciaux. Dès lors qu'un tel schéma incitatif ne s'inscrit pas dans une pratique de prix prédateurs, de rabais fidélisant ou de dénigrement, laquelle ferait alors l'objet d'incriminations distinctes, il ne peut donc être qualifié d'anticoncurrentiel.

### **D. LA MISE EN OEUVRE DE LA PROCÉDURE D'ENGAGEMENTS**

30. Le 27 juillet 2012, PagesJaunes a transmis à l'Autorité de la concurrence ses propositions d'engagements en réponse aux préoccupations de concurrence formulées dans le courrier du 16 juillet 2012.

## 1. LES PRÉOCCUPATIONS DE CONCURRENCE

31. Par lettre datée du 16 juillet 2012, le rapporteur a fait connaître à PagesJaunes son évaluation préliminaire des pratiques en cause telles qu'appréciées par les services d'instruction « à ce stade de la procédure »<sup>2</sup>. Cette évaluation préliminaire s'appuie notamment sur un questionnaire (cotes 1 419 à 1 676, 2 598 à 2 639, 1 973 à 3 238) adressé à quatre-vingt-quatorze annonceurs faisant paraître des insertions publicitaires dans les annuaires « PagesJaunes ». L'échantillon d'annonceurs utilisé comprend à la fois des annonceurs recourant aux services d'agences de publicité indépendantes et des annonceurs clients en direct de PagesJaunes. Des auditions ont également été réalisées auprès de PagesJaunes, d'agences de publicité et d'annonceurs. L'instruction a permis de confirmer certaines des préoccupations de concurrence exprimées par l'Autorité dans la décision n° [10-D-38](#) précitée.

### a) Sur les marchés concernés et la position de PagesJaunes sur ces marchés

#### *Sur la substituabilité entre les marchés de l'édition d'annuaires et de la vente d'espaces publicitaires dans les annuaires en ligne et hors ligne*

32. Ainsi que le rappelait la décision n° 10-D-38 précitée, sur le marché de l'édition d'annuaires, les produits proposés en ligne et sur supports imprimés apparaissent très nettement distincts, le site internet proposant plus de services que l'annuaire imprimé (plans, vue aérienne, itinéraires, photos, etc.). Par ailleurs, sur le marché de la vente d'espaces publicitaires dans les annuaires, les autorités de concurrence ont à plusieurs reprises souligné que le marché de la publicité en ligne est distinct de celui de la publicité hors ligne<sup>3</sup>. Enfin, le marché de la publicité dans les annuaires imprimés serait a priori d'étendue locale<sup>4</sup>, alors que le marché de la publicité dans les annuaires internet serait plutôt de dimension nationale<sup>5</sup>. Il ne peut donc être exclu qu'existent deux marchés distincts de l'édition d'annuaires et de la vente d'espaces publicitaires afférentes, l'un concernant les annuaires sur formats papiers, l'autre les annuaires en ligne. Cette analyse était également celle proposée par la société PagesJaunes lors de l'instruction des mesures conservatoires.

---

<sup>2</sup> Point 18 du communiqué de procédure du 2 mars 2009 relatif aux engagements en matière de concurrence.

<sup>3</sup> Décision de la Commission du 27 mai 1998 n° IV/JVJ, Telia /Telenor/Schibstedt ; décision de la Commission du 3 octobre 1999 n° IV/M.1439, Telia/Telenor ; décision de la Commission du 20 juillet 2000 n° IV/M.0048, Vodafone/Vivendi/Canal Plus; décision de la Commission du 11 mars 2008 n° COMP/M.4731, Google/Double Click et décision de la Commission du 18 février 2010 n° COMP/M. 5727, Microsoft/Yahoo! Search business. Décision de l'Autorité de la concurrence n° 10-DCGI du 26 janvier 2010 relative à la prise de contrôle exclusif par le groupe TFI de la société NTI et Monte-Carlo Participations (groupe AB) du 26 janvier 2010 et décision n° [10-MC-01](#) du 30 juin 2010 relative à la demande de mesures conservatoires présentée par la société NavX.

<sup>4</sup> Décision du Conseil de la concurrence du 20 février 1996 relative à des pratiques mises en œuvre par France Télécom et par l'Office d'annonces (ODA).

<sup>5</sup> Décision n° 10-MC-01 du 30 juin 2010 relative à la demande de mesures conservatoires présentée par la société NavX.



### ***Sur la substituabilité entre les annuaires internet et les moteurs de recherche***

33. La société PagesJaunes soutient que ses produits, qu'il s'agisse des annuaires en ligne ou des espaces publicitaires qui y sont commercialisés, sont concurrencés par les moteurs de recherche, du fait de la similarité des services offerts et des modalités de fonctionnement de ces supports. Cependant, dans la décision n° [10-D-38](#) précitée, l'Autorité de la concurrence a souligné plusieurs différences entre ces produits, s'agissant de leur mode de tarification, du nombre de mots clé pouvant être choisis sur chaque support, de l'objectif recherché par l'annonceur et des caractéristiques et du nombre de clients potentiels, différences susceptibles de conduire à la définition de deux marchés pertinents distincts.
34. Les réponses du panel d'annonceurs interrogés postérieurement à la décision de mesures conservatoires confirment la pertinence d'une segmentation entre annuaires et moteurs de recherche : sur quatre-vingt-quatorze annonceurs répondants, les deux tiers font état du caractère spécifique de l'annuaire « PagesJaunes » dans sa version imprimée comme dans sa version en ligne et le caractère « incontournable » des supports « PagesJaunes » est fréquemment mentionné.
35. En définitive, ces deux produits en ligne, annuaires et moteurs de recherche, sont susceptibles de présenter entre eux une substituabilité insuffisante pour être considérés comme appartenant au même marché pertinent. Pour l'analyse qui suit, l'on distinguera donc deux marchés d'édition des annuaires, l'un pour les annuaires imprimés, l'autre pour les annuaires sur internet, et deux marchés de la publicité dans les annuaires, l'un pour les annuaires imprimés, l'autre pour les annuaires sur internet.

### ***Sur la position de PagesJaunes sur ces marchés***

36. La société PagesJaunes SA est susceptible de se trouver en position dominante sur les marchés de l'édition d'annuaires imprimés et sur Internet et de la vente d'espaces publicitaires sur ces supports. Pour l'édition de l'annuaire imprimé, il n'existe aucun annuaire téléphonique national regroupant l'ensemble des abonnés professionnels ou/et particuliers. Un constat identique peut être formulé pour ce qui concerne les marchés de l'édition d'annuaires en ligne dès lors que les moteurs de recherche ne sont pas, à ce stade de développement des marchés, suffisamment concurrents des annuaires pour être considérés comme appartenant au même marché pertinent.
37. Par ailleurs, s'agissant de la vente des espaces publicitaires dans les annuaires, PagesJaunes est en concurrence avec les agences de publicité. S'agissant de la conception de l'annonce, comme le rappelle la décision n° 10-D-38 précitée, les agences de publicité sont concurrentes de la force de vente interne de PagesJaunes dans la mesure où, comme cette dernière, elles interviennent dans la conception de l'annonce et dans sa réalisation technique. S'agissant de l'achat et de la vente d'espaces publicitaires, l'instruction a permis de mettre en lumière la concurrence existant entre PagesJaunes et les agences de publicité, ces dernières aidant les annonceurs à optimiser leurs stratégies publicitaires, ce qui peut les conduire à diminuer leurs dépenses de publicité sur les annuaires PagesJaunes. Ainsi, l'agence X... (non-saisissante) a indiqué : « *Nous sommes concurrents de la force commerciale de PagesJaunes, il y a une pression importante de la force de vente (1 800 personnes) de PagesJaunes pour reprendre nos clients, sachant que notre propre force de vente ne compte que cent personnes* » (cote 3 172). L'agence OSCP a quant à elle indiqué : « *Oui nous sommes dans le rôle classique d'une agence de publicité - nous sommes là pour conseiller les clients en termes de communication au mieux de leurs intérêts car nous sommes indépendants de PagesJaunes : par rapport aux commerciaux de Pages Jaunes je pense que nous sommes plus objectifs sur la pertinence des supports proposés. Cela a une*

*conséquence favorable pour les clients en termes d'impact et peut en avoir aussi en termes de prix pratiqués» (cote 3198). Enfin, PagesJaunes a elle-même indiqué : « En ce qui concerne le vendeur PagesJaunes il est là pour vendre exclusivement les offres et supports de PagesJaunes le mieux et disons le, le plus possible, tandis que l'agence de publicité tente d'acheter pour le compte de l'annonceur au meilleur prix sur un ensemble de supports qui ne sont pas exclusivement PagesJaunes » (cote 2777).*

38. Cependant, le chiffre d'affaires correspondant aux achats d'espaces publicitaires effectués par l'intermédiaire des agences de publicité indépendantes - dans le cadre de leurs mandats d'intermédiaires - auprès de PagesJaunes ne représente que 3 % du chiffre d'affaires global annuel de PagesJaunes (source : PagesJaunes ; cote 2 571 - dossier n° 10/0051 M). L'essentiel des ventes des supports publicitaires sur les annuaires, en ce compris les prestations de conception et de réalisation technique des annonces, est donc effectué par PagesJaunes, sans l'intermédiation des agences de publicité.

### **b) Sur les préoccupations de concurrence**

39. L'analyse des éléments des réponses du panel d'annonceurs et les autres actes d'instruction ont conduit l'Autorité de la concurrence à avancer trois préoccupations de concurrence, relatives respectivement à l'absence de communication de certaines statistiques de consultation des annonces sur le site « pagesjaunes.fr » et à des comportements adoptés par certains commerciaux de PagesJaunes susceptibles d'être qualifiés de dénigrants ou de discriminatoires à l'égard des agences de publicité. En revanche, la question de la suppression de la remise de 5 % sur les commandes réalisées sur l'annuaire en ligne « pagesjaunes.fr » par l'intermédiaire d'une agence de publicité, dite « remise annonceur », ne figure pas parmi les préoccupations de concurrence (cf. §60 à §63 infra).

#### ***Sur l'absence de communication aux agences de publicité de certaines statistiques de consultation des annonces utilisées par les commerciaux de PagesJaunes***

40. S'agissant de l'accès aux statistiques de consultations des annonceurs « *par annonceur, par rubrique et par localité* » développées par la société PagesJaunes, lors de leur audition, le 20 juillet 2011, à la question du rapporteur « *Durant la séance d'examen de la demande de mesures conservatoires des agences saisissantes en novembre 2010, PagesJaunes a soutenu que la diffusion des éléments statistiques concernant les consultations des internautes par rubriques et par départements et/ou localités n'avait pas été envisagée en faveur des agences et des annonceurs, pouvez-vous me le confirmer et m'expliquer pourquoi ?* », les responsables de PagesJaunes ont déclaré : « *Ces éléments sont des données internes à PagesJaunes qui concernent le moteur de recherche de pagesjaunes.fr et ce ne sont pas des données publiques ; on s'en sert au besoin ou pas : les commerciaux, le marketing de PagesJaunes. Ce sont d'abord des données d'analyse internes qui sont là pour nourrir les réflexions des acteurs internes à PagesJaunes ; par exemple chez un client fleuriste qui se demande sur quelles localités il doit vendre dans un département précis, ces statistiques peuvent être l'un des éléments servant pour argumenter la vente d'emplacements sur des localités et/ou sur un département donné (...)* ».
41. De fait, vingt-cinq des quatre-vingt-huit annonceurs ayant effectivement répondu sur ce point du questionnaire des services d'instruction (soit 28,5 %) ont fait état de l'utilisation, par les commerciaux de PagesJaunes, de la mise à disposition de statistiques exclusives permettant une gestion personnalisée des annonces et l'optimisation des plans de parution. Cinq des quatre-vingt-deux annonceurs ayant effectivement répondu à cette question ont opté pour la régie PagesJaunes - au détriment de leur agence indépendante - en raison de

cet accès à « *des statistiques plus individualisées et plus pertinentes* ». Les auditions des agences de publicité ont également confirmé que certaines de ces dernières jugeaient ces statistiques nécessaires pour conseiller leurs clients et concurrencer ainsi les forces de vente de PagesJaunes (cf. § 27 de l'évaluation préliminaire, cotes 3361 à 3371).

42. Par ailleurs, outre l'absence de communication de ces statistiques, la complexité tarifaire des supports d'annonces PagesJaunes a également engendré des difficultés pour les agences souhaitant indiquer aux annonceurs les tarifs correspondants aux produits proposés par PagesJaunes et pour l'établissement de devis (cf. cotes 1 940, 3 132, 3 133, 3 190). Or, la société PagesJaunes, dispose depuis de nombreuses années d'un logiciel développé en interne, appelé « Sésame », utilisé par ses propres services commerciaux pour l'élaboration des devis et le chiffrage des commandes des annonceurs. La mise à disposition de ce logiciel pour les agences qui en font la demande a été rendue effective depuis juillet 2011, moyennant un coût annuel de 650 euros HT par utilisateur.

***Sur les comportements des commerciaux de PagesJaunes susceptibles d'être qualifiés de dénigrants ou de discriminatoires à l'égard des agences de publicité***

*Sur les comportements susceptibles d'être qualifiés de dénigrants à l'égard des agences de publicité*

43. Les réponses apportées par certains annonceurs du panel de quatre-vingt-quatorze annonceurs ont confirmé l'existence de comportements de la part de la force de vente de PagesJaunes, susceptibles d'être assimilés à du dénigrement (cf. §32 de l'évaluation préliminaire).
44. Ainsi, l'annonceur « Accord assistance 34 » affirme qu'il y a eu « *dénigrement de l'agence de publicité par le commercial PagesJaunes* » (cf. cotes n° 2 114 à 2 121). Selon « Abatir 69 », le commercial a affirmé que « *PagesJaunes est moins chère et plus compétente que son agence* » (cf. cotes n° 2 122 à 2 127). La société « Art Abesque » indique quant à elle : « *Oui (il y a dénigrement) en disant que les agences sont plus onéreuses et ajoutent des frais, ce qui est faux* » (cf. cotes n° 2 253 à 2 255). L'annonceur Caillard d'Aillères écrit : « *Ils critiquent les agences de publicité et ils insistent sur leur monopole* » (cf. cotes n° 2 256 à 2 263). La société « Pavillon Still » mentionne « *des affirmations sur le travail souvent pas sérieux des agences* » de la part du commercial PagesJaunes (cf. cotes n° 2 384 à 2 389). Selon l'annonceur « Appiano », le commercial PagesJaunes avance « *que les agences sont forcément plus chères puisqu'elles sont obligées de passer par eux* » (cf. cotes n° 2 195 à 2 215). Pour l'annonceur Amplifon, « *les démarchages ont été plus fréquents avec des comparaisons négatives des prestations de l'agence par rapport à celles de PagesJaunes* » (cf. cotes n° 2 248 à 2 252).

*Sur les comportements susceptibles d'être qualifiés de discriminatoires à l'égard des agences de publicité*

45. Certaines des réponses des annonceurs au questionnaire des services d'instruction illustrent des comportements de la force de vente de PagesJaunes susceptibles d'être qualifiés de discriminatoires. Ainsi, sur dix-huit annonceurs échantillonnés dans le questionnaire des services d'instruction ayant rompu leurs relations avec leur agence de publicité au bénéfice

de la régie publicitaire de PagesJaunes entre 2009 et 2011, sept évoquent de la part de PagesJaunes, par comparaison avec l'offre de leur agence, « *des tarifs moins élevés, des mensualités de paiement, une optimisation de leur plan de parution* » (...), ou plusieurs de ces éléments à la fois<sup>6</sup>. En particulier, l'annonceur « K par K » décrit des « *difficultés au cours des deux dernières années (interruption de parution, non respect des engagements par PagesJaunes)* » du fait qu'il soit resté client de l'agence Heuveline (cf. cotes n° 2 035 à 2 041). L'annonceur « Amplitude » dénonce pour sa part : « *une pratique anti-commerciale de PagesJaunes pour la mise en pages et la résolution des problèmes, du fait que je passe par une agence et non par leur régie* » (cf. cotes n° 2 310 à 2 312). La société Portakabine a obtenu « *un calage de mensualités avec PagesJaunes* », ce qui n'était pas possible avec son agence qu'elle a quittée (cf. cotes 2 042 à 2 048). Enfin, la société ISIS, cliente de l'agence I&MA Conseils, fait état d'un classement litigieux d'utilisation de marque par une société concurrente et accepté par PagesJaunes, alors que ce classement lui avait été refusé par l'agence pour respecter les règles de parution de PagesJaunes (cotes 1 107 à 1 119), la décision de mesures conservatoires n° 10-D-38 précitée faisant également état d'un cas similaire (§39).

46. Dans leur saisine, les agences de publicité mettent également en avant huit cas de non-respect, par PagesJaunes, des règles de parution qu'elle a elle-même édictées (sur l'utilisation des adresses de domiciliation, sur l'obligation d'exercice d'une activité économique dans les locaux faisant l'objet de l'annonce et correspondant à la rubrique de parution, etc.) et dont elle exigerait en revanche un strict respect de la part des agences de publicité, avec pour effet allégué de désavantager ces dernières pour démarcher et conserver leur clientèle. Cette différenciation du traitement des demandes des annonceurs selon qu'ils recourent ou non aux services d'une agence de publicité concerne notamment les parutions dans les rubriques dites « à risque » (telles que dépannages urgents à domicile, chauffage, plomberie, dépannages en serrurerie) pour lesquelles les règles de parution (comme l'interdiction d'utilisation des adresses de domiciliation y compris lorsqu'il s'agit du siège social d'un annonceur) sont plus strictes. Comme le soulignait la décision de mesures conservatoires n°10-D-38 précitée, de tels comportements sont susceptibles d'être qualifiés de discriminatoires.

## 2. LES ENGAGEMENTS PROPOSÉS PAR PAGESJAUNES

47. Afin de répondre aux préoccupations de concurrence énoncées plus haut, PagesJaunes a proposé à l'Autorité de la concurrence, par courrier daté du 27 juillet 2012, des engagements. Ceux-ci sont exposés ci-dessous, dans l'ordre de leur présentation par PagesJaunes et dans leur formulation datée du 5 novembre, complétée par l'annexe n°2 communiquée le 20 novembre, et tenant donc compte des modifications apportées pour répondre aux observations formulées par l'Autorité en séance.

---

<sup>6</sup> Sept autres annonceurs ne donnent pas la raison de ce changement et seuls quatre évoquent un manque de suivi ou de réactivité de la part de leur agence sans que la cause de ces carences ne soit forcément imputable à la qualité intrinsèque des prestations de leur agence.

**a) Engagement n° 1 : L'accès aux statistiques de consultation des annonces sur « pagesjaunes.fr »**

48. « PagesJaunes (...) s'engage à mettre à la disposition des agences de publicité et de ses commerciaux un nouvel outil informatique de requêtage de la base de données AudienceActivité qui fournira aux agences de publicité un accès :

- pour toutes les activités et toutes les localités de la base de données AudienceActivité, sans aucune restriction,
- identique à celui qu'aura la force de vente de PagesJaunes,
- à des estimations mensuelles moyennes d'audience calculées sur les trois derniers mois complets écoulés<sup>7</sup>,
- pour toute requête portant sur un couple activité/localité donné.

En parallèle, PagesJaunes s'engage à supprimer tout accès à la base de données AudienceActivité pour ses propres commerciaux et à ne mettre à leur disposition que des données strictement identiques à celles qui seront accessibles aux agences de publicité via le nouvel outil à développer.

De plus, PagesJaunes créera au profit des agences de publicité une chaîne de soutien téléphonique (hotline) ouverte en demi-journée (matin ou après-midi), 5 jours sur 7.

Dès que PagesJaunes sera en mesure de mettre ce nouvel outil en service, elle proposera aux agences de publicité qui souhaiteront accéder audit outil un contrat de licence annuel avec tacite reconduction. Le contrat sera en tout état de cause résilié de plein droit à l'expiration des engagements (...).

L'accès à ce nouvel outil sera toutefois conditionné à la participation de l'agence de publicité à une session de formation organisée par PagesJaunes sur l'utilisation dudit outil. Le prix de la formation sera intégré au prix de la licence.

PagesJaunes sera en mesure de développer ce nouvel outil et d'y proposer un accès aux agences de publicité au plus tard le 31 janvier 2013.

(...)

PagesJaunes s'engage à proposer aux agences de publicité l'accès au nouvel outil, accompagné d'un service de hotline dédié ouvert en demi-journée du lundi au vendredi, à un prix inférieur à son coût incrémental, progressif par tranches de nombre de clients en portefeuille de l'agence de publicité. Ce prix pourra varier entre 500 euros au minimum

---

<sup>7</sup> Les statistiques fournies correspondront, pour chaque couple activité/localité, à la moyenne des données d'audience des trois derniers mois complets écoulés, c'est-à-dire à la somme des données d'audience mensuelles de ces trois derniers mois divisée par 3.

*pour les agences se trouvant dans la tranche la plus faible et 1.000 euros au maximum pour les agences se trouvant dans la tranche la plus élevée.*

*Par ailleurs, PagesJaunes s'engage à informer individuellement toutes les agences de publicité de la possibilité de souscrire une licence et des conditions de l'offre de PagesJaunes par courrier électronique quinze jours avant la mise en service de ce nouvel outil.*

*Dans l'attente du développement de ce nouvel outil, PagesJaunes s'engage à mettre à la disposition des agences de publicité qui le souhaiteraient, sur le site internet qui leur est dédié (« [www.mandataires.pagesjaunes.fr](http://www.mandataires.pagesjaunes.fr) »), une version simplifiée de l'outil statistique qu'elle a créé pour ses commerciaux et inclus dans la Magic Box installée sur leur ordinateur portable. PagesJaunes propose donc, pour cette période transitoire, de mettre à la disposition des agences de publicité gratuitement un outil qui contient :*

- les données mensuelles exactes d'audience des 100 activités<sup>8</sup> les plus importantes en termes de chiffre d'affaires du site [pagesjaunes.fr](http://pagesjaunes.fr) (représentant, en 2011, 55 % du chiffre d'affaires net de PagesJaunes S.A. et 64 % du total des commandes passées par les agences de publicité) ;*
- pour chaque département ;*
- sur 12 mois glissants ;*
- avec une mise à jour mensuelle.*

*PagesJaunes remplacera en conséquence l'outil statistique actuellement disponible sur la Magic Box par la version ainsi modifiée de façon à ce que les commerciaux de PagesJaunes disposent sur leur ordinateur portable de données identiques à celles qui seront accessibles aux agences de publicité.*

*Cet outil intermédiaire sera disponible dès la notification de la décision de l'Autorité de la concurrence.*

*La mise à disposition de ces statistiques sera formalisée par un contrat qui prendra en tout état de cause fin lors du lancement de l'outil définitif d'estimation d'audience décrit ci-dessus (point n° 1). Afin de limiter autant que possible les risques évoqués de divulgation de ces données sensibles et confidentielles, PagesJaunes exigera de l'agence de publicité un engagement de confidentialité, sanctionné par une pénalité à finalité dissuasive, sachant que le préjudice qui serait subi par PagesJaunes dans un tel cas serait à la fois incommensurable et irrémédiable ».*

---

<sup>8</sup> *L'outil transitoire permet d'effectuer des requêtes sur l'ensemble des activités de la base de données de [pagesjaunes.fr](http://pagesjaunes.fr) mais ne donne de résultats que pour ces 100 activités.*

**b) Engagement n° 2 : La mise à disposition gratuite du logiciel de calcul « Sésame »**

49. *« Pour répondre à la préoccupation de concurrence exprimée par les services d'instruction à ce sujet, PagesJaunes s'engage à continuer de mettre ce logiciel à la disposition des agences de publicité à titre gratuit pendant la durée des engagements.*

*PagesJaunes s'engage également à informer de nouveau l'ensemble des agences de publicité de la mise à leur disposition de ce logiciel à titre gratuit par courrier électronique lors du lancement des éditions 2014 et 2015 ».*

**c) Engagement n° 3 : La mise en place d'un plan de communication externe spécifique**

50. *« PagesJaunes s'engage à mettre en place un plan de communication externe spécifique visant à faire connaître au public, et surtout aux annonceurs, l'existence des agences de publicité et leur rôle, en spécifiant expressément, d'une part, que les tarifs de ses produits publicitaires sont identiques que les commandes soient passées directement auprès d'elle ou par le biais d'une agence de publicité et, d'autre part, que les commandes passées par leur intermédiaire sont traitées par PagesJaunes exactement dans les mêmes conditions que les commandes directes auprès d'un commercial de PagesJaunes.*

*Les modalités de ce plan de communication sont précisées en Annexe n° 2. De manière générale, PagesJaunes s'engage à ce que ce message soit diffusé sur tous ses grands supports de communication, à savoir :*

- *sur l'annuaire imprimé,*
- *sur la page d'accueil du site pagesjaunes.fr,*
- *sur l'extranet Business Center dédié aux annonceurs et accessible aux agences de publicité,*
- *ainsi que dans les conditions générales de prestation de services de PagesJaunes figurant au dos de tous ses bons de commande, y compris pour ses produits display et de création de sites Internet<sup>9</sup>.*

*Sur chacun de ces supports, le message sera inséré dans la rubrique où il est indiqué à l'annonceur comment prendre contact avec PagesJaunes, comment passer une commande, etc.*

*(...)*

*Ce plan de communication restera en vigueur pendant la durée des engagements (voir infra, point 23).*

---

<sup>9</sup> Il est à noter que, ce faisant, PagesJaunes va au-delà de ce qui est nécessaire pour répondre aux préoccupations de concurrence exprimées par les services d'instruction de l'Autorité de la concurrence dans la présente procédure, qui ne concernent que les produits de publicité liés à la recherche, et non la publicité *display* ni la création de sites Internet.

*PagesJaunes s'engage également à adresser un courrier reprenant le message énoncé ci-dessus au point 13 à tous les annonceurs clients d'une agence de publicité lors de l'édition 2012 ».*

**d) Engagement n° 4 : La mise en œuvre d'un programme de conformité au droit de la concurrence**

51. *« PagesJaunes s'engage à mettre en œuvre un programme de conformité au droit de la concurrence au sein des services concernés de la société PagesJaunes.*

*Ce programme est présenté en détail en Annexe n° 3.*

*Ce programme de conformité restera en vigueur pendant la durée des engagements (...) »*

52. Ce programme de conformité comprend notamment (annexe n° 3) :

- la diffusion d'un livret concurrence annexé au Règlement intérieur présentant l'ensemble des règles de droit de la concurrence, celles issues de la loi Sapin et la jurisprudence en matière de dénigrement ;
- l'organisation d'une formation annuelle obligatoire aux règles du droit de la concurrence à destination, entre autres, de tous les commerciaux de PagesJaunes (commerciaux et télévendeurs) incluant un module spécifique sur la question du dénigrement ;
- la mise en place d'une « cellule d'alerte et contrôle de conformité interne » au sein de la société, à destination de ses salariés, gérée par un « Responsable Conformité », qui permettra à tout salarié de s'adresser de façon confidentielle au Responsable Conformité pour (i) lui poser toute question relative aux règles de concurrence ou (ii) lui faire part de préoccupations qu'ils auraient en matière de conformité aux règles de concurrence ;
- la mise en place d'une « cellule de conformité et d'alerte externe » à destination des agences de publicité afin de recueillir leurs éventuelles plaintes et de répondre à leurs interrogations relatives au comportement des commerciaux de PagesJaunes à leur égard. Cette cellule d'alerte externe sera prise en charge par le responsable du service agences de publicité, qui est leur interlocuteur habituel, qui rapportera au Responsable Conformité. Le recueil, l'instruction et le traitement des plaintes devront être effectués par écrit de façon à permettre de retracer l'activité de cette cellule de conformité et d'alerte externe ;
- l'instauration de sanctions disciplinaires à l'encontre des collaborateurs qui violeraient sciemment les règles de concurrence allant jusqu'à la mutation, voire au licenciement ;
- l'implication de la direction générale de la société pour la mise en place et le suivi de ces différents dispositifs.

53. Dans cette annexe, PagesJaunes s'engage également à porter l'existence de la cellule d'alerte et de conformité externe à la connaissance de l'ensemble des agences de publicité par une campagne d'e-mailing.



**e) Engagement n° 5 : Le respect des instructions spécifiques de vente par la force commerciale de PagesJaunes**

54. « PagesJaunes s'engage à améliorer le contrôle de l'application des instructions de vente par ses propres commerciaux, en particulier sur les activités dites « à risque ».

(...)

PagesJaunes s'engage à prendre les trois mesures ci-dessous.

*En premier lieu, PagesJaunes s'engage à adresser à l'ensemble de ses commerciaux une circulaire générale rappelant les instructions de vente applicables aux diverses activités à risque dans la semaine qui suit la notification de la décision de l'Autorité de la concurrence.*

*En deuxième lieu, PagesJaunes s'engage à pérenniser et à rendre obligatoire le système de contrôle systématique préalable à la validation des commandes par la cellule MSQ (...) tel qu'il existe actuellement. Ce système, actuellement en vigueur, est présenté dans la note de la direction commerciale de PagesJaunes n° 2010/09 du 20 octobre 2010, mise à jour le 11 janvier 2012 [cf. texte des engagements et annexe n° 5].*

*Elle prend ainsi l'engagement de continuer à effectuer ce contrôle préalable systématique des commandes de plus de 2.000 euros prises sur au moins une des activités à risque concernées dans les départements visés pendant la durée des engagements.*

*En troisième lieu, PagesJaunes s'engage à renforcer le dispositif de contrôle existant en organisant un contrôle aléatoire des commandes qui ne font pas l'objet d'un contrôle a priori en application de la note de la direction commerciale n° 2010/09 précitée (Annexe 5), parce qu'elles concernent des départements et/ou des activités à risque non visées par cette note.*

*Cet audit sera réalisé selon les modalités suivantes :*

- *audit a posteriori de 100 commandes par semaine portant au moins sur une activité à risque et non soumises au contrôle préalable décrit ci-dessus parmi les commandes déjà validées par les services commerciaux et administratifs de PagesJaunes et dans un délai suffisamment court pour que ces commandes puissent, le cas échéant, faire l'objet d'une modification ;*
- *réalisé par le responsable du service MSQ, sous la direction du Responsable Conformité de l'entreprise ;*
- *en cas de non-respect des instructions de vente, le responsable du service MSQ adressera au responsable hiérarchique du commercial un rappel des règles applicables pour les commandes sur les activités à risque et lui enjoindra de les mettre en application ; les commandes suivantes prises par ce commercial feront l'objet d'une attention particulière ;*

- *PagesJaunes* corrigera immédiatement les parutions de l'annonceur concerné en conformité avec les instructions de vente sur *pagesjaunes.fr* et, si cela est possible, sur l'annuaire imprimé ;
- en cas de violation répétée des instructions de vente par un commercial, le responsable du service MSQ en fera part au Responsable Conformité ; le commercial de *PagesJaunes* sera susceptible de sanctions disciplinaires par sa hiérarchie, pouvant aller du simple rappel à la règle à l'avertissement, voire à la mise à pied en fonction de la gravité et du caractère récidivant du comportement du commercial.

*Ce système pourra être mis en œuvre dans un délai de 4 mois à compter de la notification de la décision de l'Autorité de la concurrence. »*

#### **f) Mise en œuvre**

55. *« PagesJaunes mettra en œuvre les engagements présentés dans les délais indiqués ci-dessus et ce, jusqu'au 31 mars 2016, soit pour une durée d'au moins trois ans à compter de la notification de la décision de l'Autorité de la concurrence.*

*(...)*

*L'ensemble des actions menées dans le cadre de l'exécution des engagements feront l'objet d'un rapport annuel préparé par le Directeur juridique du groupe, qui sera également adressé à l'Autorité de la concurrence afin que cette dernière puisse s'assurer de la mise en œuvre et de l'effectivité des engagements (voir Annexe n° 6 le contenu de ce rapport annuel) ».*

### **3. LES RÉPONSES AU TEST DE MARCHÉ**

56. Les sociétés saisissantes n'ont formulé aucune observation concernant les engagements proposés par *PagesJaunes* diffusés dans le cadre du « test de marché » sur le site de l'Autorité de la concurrence (cf. cotes n° 3585 à 3628).
57. Une seule société, la SARL L.S.M. - 'Leader stratégie multimédia' - une agence de publicité sise dans le département des Alpes-Maritimes qui commercialise, comme les sociétés saisissantes, des annonces publicitaires dans les supports « *PagesJaunes* », a transmis des observations en tant que tiers intéressé à l'Autorité de la concurrence. Selon elle, les engagements de *PagesJaunes* seraient insuffisants pour régler les pratiques en cause, que L.S.M. aurait elle-même eu à subir de la part des commerciaux de *PagesJaunes* : dénigrement de la société L.S.M., utilisation déloyale d'informations privilégiées pour la prospection des clients, discriminations diverses par rapport aux commandes passées par ces mêmes commerciaux, liées notamment aux offres promotionnelles dont ils auraient connaissance avant elle-même (cf. cotes n° 3586 et 3587). Il est répondu à ces observations lors de la discussion des engagements.

## II. DISCUSSION

58. Selon les dispositions du I de l'article L. 464-2 du code de commerce, l'Autorité de la concurrence peut « *accepter des engagements proposés par les entreprises ou organismes et de nature à mettre un terme à ses préoccupations de concurrence susceptibles de constituer des pratiques prohibées visées aux articles L. 420-1, L. 420-2 et L. 420-5* ».
59. Au préalable, il convient d'analyser la suppression de la remise de 5 % dénoncée par les sociétés saisissantes (A) avant d'examiner les engagements présentés (B).

### A. SUR LA SUPPRESSION DE LA REMISE DE 5 %

60. Dans leur saisine, les agences de publicité dénonçaient le caractère anticoncurrentiel de la suppression de la remise de 5 % sur les commandes réalisées sur l'annuaire en ligne « pagesjaunes.fr » par l'intermédiaire d'une agence de publicité, du fait de son caractère brutal, d'une part, des effets d'éviction qu'elle entraîne, d'autre part. Cependant, parmi les préoccupations de concurrence retenues dans l'évaluation préliminaire « *à ce stade de la procédure* »<sup>10</sup> ne figure pas la suppression de la remise de 5 %.

#### 1. SUR LE CARACTÈRE BRUTAL DE LA SUPPRESSION DE LA REMISE ANNONCEURS DE 5%

61. La décision n° 10-D-38 du 22 décembre 2010 a rappelé les termes de la loi n° 93-122 du 29 janvier 1993 précitée (cf. supra) pour en déduire qu'il n'y avait pas de relation commerciale entre PagesJaunes et les agences de publicité. Elle en conclut : « *Dès lors, il ne saurait être allégué que la société PagesJaunes a modifié de façon brutale ou non justifiée sa relation commerciale avec les agences de publicité, cette relation n'ayant jamais existé, sans qu'il soit nécessaire d'examiner les éventuels effets anticoncurrentiels induits par cette manière de procéder* » (§ 95). Il n'y a pas lieu de revenir sur cette analyse.

#### 2. SUR L'EFFET D'ÉVICTION ALLÉGUÉ

62. Selon la décision de mesures conservatoires précitée, « *l'effet d'éviction allégué par les saisissantes nécessite une évaluation et ne peut, à ce stade de l'analyse, être exclu* » (§ 97).
63. L'instruction au fond de la plainte des agences de publicité saisissantes a permis de démontrer que celles-ci conservent la possibilité de développer leur activité d'achats d'espaces et de conseil sur les supports PagesJaunes dès lors que sont assurées les conditions d'une concurrence par les mérites entre les forces commerciales de PagesJaunes et ces agences, ceci indépendamment de la suppression de la remise professionnelle de 5 %

---

<sup>10</sup> Cf. communiqué de procédure précité.

versée aux annonceurs qui utilisent leurs services pour les insertions sur le seul annuaire en ligne.

64. En effet, en premier lieu, PagesJaunes facture distinctement des frais techniques de réalisation des annonces publicitaires en sus des frais de ventes d'espaces, ainsi qu'en attestent plusieurs factures collectées lors de l'instruction (cf. cotes 2861, 2862, 2866, 2867, 2139, 2141, 2145 et 2016). Cette facturation distincte des prestations exclut que la vente concomitante par PagesJaunes de supports publicitaires et de prestations techniques de réalisation des annonces puisse être qualifiée de vente groupée, dont la suppression de la remise de 5 % aurait renforcé les effets.
65. Ensuite, la prestation de conseil fournie par les agences est susceptible d'apporter une optimisation des plans de parution des annonceurs faisant appel à elles, ce qui les différencie des prestations des commerciaux de PagesJaunes, qui n'interviennent que sur les seuls supports PagesJaunes. Elle justifie donc, le cas échéant, une rémunération spécifique, qui s'ajoute au prix des supports achetés auprès de PagesJaunes et dont ces agences peuvent bénéficier de la part des annonceurs qui font appel à leurs services. En outre, les auditions des agences de publicité comme de PagesJaunes ont permis d'établir que les prestations d'achat d'espaces et de conseil étaient indissociablement liées<sup>11</sup>, ce qui exclut à nouveau que la fourniture concomitante de conseils et d'espaces publicitaires puisse être considérée comme une vente groupée, dont la suppression de la remise de 5 % aurait renforcé les effets.
66. De surcroît, il peut être relevé que la suppression de la remise de 5 % ne porte que sur l'annuaire « on line » alors que les agences de publicité réalisent encore la majeure partie de leur chiffre d'affaires avec PagesJaunes sur les annuaires imprimés - 64 % en 2010 (cf. cote 3621 du dossier n° 10/0051 M). L'activité de conseil des agences de publicité portant également sur d'autres supports que les annuaires « PagesJaunes », notamment les moteurs de recherche et la création de sites internet, cette diversification de l'activité des agences de publicité réduit encore leur risque d'éviction.
67. Enfin, les prestations offertes par la société PagesJaunes sur Internet sont d'une durée plus brève que sur les annuaires imprimés (éditions annuelles), ainsi que la société PagesJaunes l'a déclaré : « *Nous vous confirmons que sur l'Internet il y a des parutions mensuelles, trimestrielles, semestrielles et annuelles voire même quotidiennes. L'intérêt de l'internet, c'est la réactivité ; exemple un produit d'affichage (display) peut avoir un cycle de 3 mois, de 6 mois et 12 mois ; il y a des produits intitulés «pole-position» qui sont d'une durée de un mois ; il y a même des produits à durée d'une journée pour l'habillage de la home page.* » (cf. cote 2779). Dès lors, un annonceur peut facilement tester le produit de

---

<sup>11</sup> Ainsi, l'agence I&MA Conseil a indiqué lors de son audition : « *Ma prestation de conseil ne peut donc être facturée qu'à la signature de l'ordre d'insertion auprès de PagesJaunes. Cela vaut également, je pense, pour les autres agences de publicité (...) PagesJaunes procède de la même manière que nous agence de publicité, quand bien même ils fournissent des conseils objectifs, ils ne sont pas en mesure de les facturer indépendamment de la vente des espaces publicitaires* ». La société X..., non-saisissante, établit le même constat : « *Nous établissons parfois des devis à la demande de nos clients mais sans les faire payer (sachant que notre clientèle est essentiellement constituée de petites entreprises et de TPE) mais le risque est que ces clients se servent de ces devis pour repartir chez PagesJaunes si nous sommes plus chers, ce qui se produit fréquemment dans la réalité* » (cote 3171).

PagesJaunes pour une durée (et un coût) limité et faire ensuite appel à une agence s'il estime que celle-ci sera mieux à même d'améliorer la performance de sa communication.

68. Aussi, l'effet d'éviction allégué par les saisissantes ne peut être retenu.

## **B. SUR L'APPRÉCIATION DES ENGAGEMENTS PROPOSÉS**

### **1. SUR LA PERTINENCE DES ENGAGEMENTS PROPOSÉS**

69. Dans son communiqué de procédure du 2 mars 2009 relatif aux engagements en matière de concurrence, l'Autorité de la concurrence indique que, si le code de commerce ne précise pas la typologie des comportements susceptibles de faire l'objet d'engagements, elle n'applique pas la procédure d'engagements dans les cas où, en tout état de cause, l'atteinte à l'ordre public économique impose le prononcé de sanctions pécuniaires, notamment lorsque le dommage à l'économie généré et/ou la taille du marché est important.

70. Les pratiques concernées par la présente affaire sont susceptibles de restreindre le fonctionnement concurrentiel des marchés de la vente d'espaces publicitaires dans les annuaires imprimés et en ligne, notamment en empêchant les agences de publicité d'exercer leur rôle de conseil auprès des annonceurs et de limiter ainsi le pouvoir de marché de la société PagesJaunes en aidant leurs clients à optimiser leur budget de communication. Pour autant, l'Autorité de la concurrence relève que les comportements des commerciaux de PagesJaunes à supposer qu'ils soient qualifiés de dénigrants ou de discriminatoires n'atteignent pas un degré de publicité ou de généralité tel que le dommage causé à l'économie puisse être considéré comme important. Elle observe également que les statistiques auxquelles les agences de publicité demandent l'accès, si elles procurent un avantage à PagesJaunes pour commercialiser directement ses propres supports publicitaires et si elles aident les agences de publicité indépendantes à optimiser leurs prestations de conseil auprès des annonceurs, ne sont pour autant pas indispensables à l'activité de certaines agences indépendantes. Le dommage causé par les pratiques, à supposer que celles-ci puissent être qualifiées d'anticoncurrentielles à suffisance de droit, est donc limité, d'autant qu'indépendamment des pratiques mises en œuvre, le poids de ces agences sur le marché apparaît restreint.

71. Ainsi, la procédure d'engagements paraît de nature à garantir à court terme un bénéfice réel pour le fonctionnement de la concurrence sur les marchés concernés.

### **2. SUR L'ACCÈS AUX STATISTIQUES ET LA MISE A DISPOSITION DU LOGICIEL SÉSAME PROPOSÉS PAR LA SOCIÉTÉ PAGESJAUNES (ENGAGEMENTS N° 1 ET 2)**

#### **a) Sur l'accès aux statistiques (engagement n° 1)**

72. Par cet engagement, la société PagesJaunes SA propose aux agences de publicité un accès aux statistiques provenant de sa base de données « AudienceActivité ». Les statistiques mises à disposition des agences indépendantes fournissent les chiffres moyens de consultation des annonces figurant sur le site « pagesjaunes.fr », par mois (calculés en moyenne mobile sur trois mois), par activité et par localité et sont identiques à celles auxquelles auront désormais accès les commerciaux de PagesJaunes. Cet engagement sera mis en œuvre au travers d'un nouvel outil informatique d'interrogation de la base de

données « AudienceActivité », accessible en mars 2013. Pour être effectif, cet accès s'accompagne de la mise en place d'une *hotline téléphonique* et d'une formation dédiée, et le coût d'accès à cet outil sera inférieur à son coût incrémental, progressif par tranche de nombre de clients en portefeuille et compris entre 500 et 1000 euros. PagesJaunes s'engage également à informer individuellement, par courrier électronique, toutes les agences de publicité de la possibilité de souscrire cette licence, et ce au moins quinze jours avant la mise en service de ce nouvel accès.

73. Par ailleurs, avant la mise en place effective de ce nouvel outil statistique en mars 2013, PagesJaunes s'engage également à mettre gratuitement à disposition des agences de publicité qui le souhaiteront, sur l'extranet qui leur est dédié, une version simplifiée de l'outil statistique créé pour ses propres commerciaux et comprenant les données de consultation moyennes mensuelles des 100 activités les plus importantes en termes de chiffres d'affaires sur l'annuaire « pagesjaunes.fr ». Cet outil « provisoire » sera mis en place dès la notification de la décision de l'Autorité.
74. L'accès proposé par la société PagesJaunes paraît donc répondre à la préoccupation de concurrence en ce sens que les statistiques proposées aux agences de publicité sont suffisamment détaillées pour que les agences qui le souhaitent puissent affiner leurs prestations de conseils et identiques à celles dont disposeront les commerciaux de PagesJaunes. L'engagement proposé répond donc à la préoccupation de concurrence identifiée dans l'évaluation préliminaire.
75. La société L.S.M. soutient qu'un tel engagement serait insuffisant pour répondre aux préoccupations de concurrence identifiées dans la mesure où PagesJaunes utiliserait également des informations tirées des commandes effectuées par les agences de publicité pour optimiser son propre démarchage commercial et profiter de l'expertise des agences de publicité. De la même façon, lors de sa discussion de l'engagement n° 5, la société L.S.M. indique que les commerciaux de la société PagesJaunes seraient informés, bien avant les agences, des offres promotionnelles de la société PagesJaunes, ce qui nécessiterait un engagement complémentaire de PagesJaunes, contraignant cette dernière à transmettre aux agences en même temps qu'à ses propres commerciaux, le détail des offres promotionnelles.
76. Cependant, sans préjudice de l'analyse qu'elle effectuerait si de telles pratiques étaient avérées, l'Autorité de la concurrence relève que les comportements de PagesJaunes allégués par la société L.S.M. ne figurent pas parmi ceux décrits par les agences de publicité dans leur saisine. Ils n'ont pas non plus été relevés lors de l'audition de certaines de ces dernières ou lors de l'audition de l'agence X..., non-saisissante. Les comportements allégués par la société L.S.M. ne pouvaient donc figurer parmi les préoccupations de concurrence identifiées dans l'évaluation préliminaire. Or, la procédure d'engagements ne peut répondre qu'à des préoccupations identifiées dans l'évaluation préliminaire : le communiqué du 2 mars 2009 relatif aux engagements en matière de concurrence énonce en effet que « *l'entreprise qui sollicite le recours aux engagements doit être en mesure d'apporter une réponse aux préoccupations de concurrence identifiées dans le cadre de l'évaluation préliminaire* » (§21).
77. L'accès proposé à la base de données de PagesJaunes constitue donc une réponse crédible, pertinente, proportionnée et vérifiable aux préoccupations de concurrence exprimées dans le cadre de la présente procédure.

### **b) Sur la mise à disposition du logiciel « Sésame » (engagement n° 2)**

78. PagesJaunes s'engage à mettre à disposition des agences de publicité, à titre gratuit, le logiciel « Sésame » de calcul des prix des parutions des annonceurs sur les supports «PagesJaunes», et ce pendant toute la durée des engagements, à partir de l'édition 2013. Cet engagement est destiné à remédier aux difficultés rencontrées par les agences de publicité liées à la complexification des nouveaux tarifs de PagesJaunes SA.
79. Dans ses observations, la société L.S.M. fait observer que ce logiciel était déjà proposé à titre gratuit. En effet, comme l'indiquait la société PagesJaunes dans sa proposition d'engagement initiale, dès le 12 avril 2012, elle informait les agences de publicité indépendantes qu'elles pouvaient, pour l'édition 2013, souscrire un contrat de licence du logiciel « Sésame » à titre gratuit.
80. La proposition d'engagement n° 2 de PagesJaunes est donc de « *continuer de mettre ce logiciel [Sésame] à la disposition des agences de publicité à titre gratuit pendant la durée des engagements* » et d'« *informer de nouveau l'ensemble des agences de publicité de la mise à leur disposition de ce logiciel à titre gratuit par courrier électronique lors du lancement des éditions 2014 et 2015* ». Bien qu'il ne constitue qu'une prolongation, pendant une période de trois ans, de la situation existante, cet engagement contribue ainsi à renforcer la pression concurrentielle exercée par les agences de publicité sur la société PagesJaunes. La critique de la société L.S.M. à l'égard de cet engagement, considérant qu'il est en réalité déjà mis en œuvre par PagesJaunes, n'est pas pertinente, dès lors que la gratuité totale du logiciel est assurée durant trois années et que toutes les agences de publicité indépendantes en seront informées, par courriel, lors du lancement des éditions 2014 et 2015. L'engagement apporte donc bien une amélioration par rapport à la situation existante. De plus, il a déjà été mis en œuvre dès 2012 pour l'édition 2013.
81. En conclusion, ces deux engagements - accès à la base de données « AudienceActivité » de PagesJaunes dans les modalités décrites supra (n° 1) et poursuite de la politique de gratuité du logiciel « Sésame » (n° 2) - constituent une réponse crédible, pertinente, proportionnée et vérifiable à la première préoccupation de concurrence exprimée dans l'évaluation préliminaire.

### **3. SUR LE PLAN DE COMMUNICATION EXTERNE, LE PROGRAMME DE CONFORMITÉ ET LE RENFORCEMENT DU CONTRÔLE DES INSTRUCTIONS DE VENTE (ENGAGEMENTS N° 3, 4 ET 5)**

#### **a) Sur le plan de communication externe proposé par PagesJaunes (engagement n° 3)**

82. PagesJaunes s'engage à mettre en place un plan de communication externe visant à faire connaître au public - en particulier aux annonceurs - l'existence et le rôle des agences de publicité, en spécifiant expressément et sur différents supports, d'une part, que les tarifs des insertions publicitaires dans les supports « PagesJaunes » sont identiques, que les commandes aient été passées par le biais d'une agence de publicité ou directement auprès de PagesJaunes, et d'autre part, que leurs commandes auprès d'elles sont traitées par PagesJaunes exactement dans les mêmes conditions que celles passées auprès des commerciaux de sa force de vente. PagesJaunes s'engage également à adresser un courrier reprenant ce message à tous les annonceurs clients des agences de publicité lors de l'édition 2012.

83. En rappelant aux annonceurs la possibilité de recourir aux services d'une agence et l'égalité tarifaire et de traitement des achats d'espaces, qu'ils soient effectués par l'intermédiaire des commerciaux de PagesJaunes ou par des agences indépendantes, l'engagement proposé permet de corriger les messages erronés éventuellement communiqués par certains commerciaux à certains annonceurs et d'atténuer la portée des messages de même nature qui pourraient être communiqués à l'avenir en dépit des engagements.
84. L'observation émise par la société L.S.M., qui produit un courrier envoyé par PagesJaunes à un annonceur l'avertissant que « *certaines sociétés se présentent comme étant « mandatées » par PagesJaunes ou par France Telecom pour vendre ou renouveler des insertions publicitaires dans les annuaires de PagesJaunes (...) que l'utilisation par ces sociétés de termes tels que « les annuaires de France Telecom » ou encore « négociateur PagesJaunes » sur leurs documents peut prêter à confusion* » et rappelant que « *les professionnels peuvent souscrire de la publicité dans nos annuaires soit auprès d'un conseil en communication locale PagesJaunes, soit par un intermédiaire [mais que] l'intermédiaire (par exemple une agence de publicité) n'est cependant en aucun cas lié contractuellement avec PagesJaunes qui ne mandate aucune société pour la représenter* » n'est pas de nature à remettre en cause la pertinence, la crédibilité et le caractère vérifiable de cet engagement, PagesJaunes étant évidemment libre de rappeler le cadre légal entourant l'activité des agences de publicité mandatées par des annonceurs.

**b) Sur le programme de conformité proposé par PagesJaunes (engagement n° 4)**

85. Le programme de conformité proposé par PagesJaunes suit les axes présentés par l'Autorité de la concurrence dans son document-cadre du 10 février 2012. Ainsi, la direction de la société est impliquée dans la mise en œuvre du programme de conformité, en introduisant les formations et en préfaçant le « Livret Concurrence » annexé au Règlement intérieur. Le directeur juridique, qui dispose de l'autorité et des compétences nécessaires et a accès aux organes de direction de l'entreprise, est désigné pour la mise en œuvre de ce programme de conformité. Enfin, des mesures effectives d'information et de sensibilisation des salariés sont mises en place, au travers des formations et du « Livret Concurrence » et des mécanismes de contrôle, d'alerte (via la cellule conformité) et de suivi (via les questions qui peuvent être posées à cette dernière et les sanctions qui peuvent éventuellement être prises) sont instaurés. L'Autorité de la concurrence sera en outre destinataire d'un bilan d'activité annuel des cellules de conformité interne et externe, comprenant notamment les suites données aux alertes reçues.
86. Dans ses observations, la société L.S.M. fait observer qu'actuellement, les plaintes des agences de publicité envoyées à la société PagesJaunes se concluent systématiquement en faveur du salarié de PagesJaunes, les annonceurs hésitant à mettre en cause le comportement des commerciaux de PagesJaunes, société dont ils seraient dépendants pour leur communication. Cependant, en mettant en place un dispositif de formation et une cellule de conformité interne, en assurant un suivi plus détaillé et plus systématique des plaintes formulées par les agences au travers d'une cellule de conformité externe, en envoyant des communications régulières (dépêches) émanant de la direction et insistant sur la nécessité de se conformer aux règles du droit de la concurrence, en enrichissant le « Livret Concurrence » existant, en insérant dans le Règlement intérieur une obligation, pour le collaborateur, de se conformer aux règles de concurrence et aux principes énoncés dans le « Livret Concurrence », PagesJaunes a très significativement enrichi son dispositif de détection et de correction des comportements inappropriés des commerciaux. De



surcroît, l'insertion de ces dispositifs dans une procédure d'engagements devant l'Autorité de la concurrence, qui contrôlera leur respect et sanctionnera les manquements éventuels, leur confère une efficacité accrue. En effet, conformément aux dispositions de l'article L. 464-3 du code de commerce, si les entreprises concernées contreviennent à leurs engagements, l'Autorité peut être saisie sur demande du saisissant, du ministre de l'économie, ou de toute autre entreprise ayant un intérêt à agir, ou se saisir de sa propre initiative. Ainsi, des comportements passés qui ne seraient pas conformes aux propositions d'engagements en cours d'examen ne sauraient préjuger du comportement futur de PagesJaunes, une fois ces engagements rendus obligatoires par une décision de l'Autorité de la concurrence.

**c) Sur le renforcement du contrôle du respect des instructions de vente pour les rubriques à risque proposé par PagesJaunes (engagement n° 5)**

87. Pour vingt-trois activités dites « à risque », correspondant à celles donnant lieu à des déplacements du professionnel chez des particuliers, notamment dans des contextes d'urgence, PagesJaunes applique des règles renforcées de contrôle des intitulés des annonces, des adresses indiquées. Dix de ces vingt-trois activités se voient également appliquer des règles de parution plus strictes sur les adresses de domiciliation, des établissements secondaires et de négociation. Pour ces dix activités, dites « à risque spécifique », et pour trois activités à risque dans le secteur du déménagement, PagesJaunes a mis en place un contrôle a priori de la conformité des commandes d'un montant supérieur à 2 000 euros dans quatorze départements.
88. L'engagement n° 5 pérennise ce système de contrôle a priori systématique pendant trois ans. L'engagement ajoute à ce dispositif de contrôle un contrôle aléatoire des commandes portant sur les autres rubriques à risque et les autres départements. Le nombre de commandes analysées est alors significativement augmenté, passant de 2,5 % à environ 12,5 % du nombre total de commandes portant sur au moins une rubrique à risque. Il peut également être relevé que les cas de non-respect signalés dans la saisine des agences de publicité portent tous sur des commandes de plus de 2 000 euros.
89. La constatation d'un non-respect des règles de parution entraînera soit l'interdiction de la parution, soit la rectification immédiate des parutions pour les mettre en conformité, sanction rendue obligatoire par l'engagement pris devant l'Autorité. Elle entraînera également l'envoi d'un rappel des règles de parution au responsable hiérarchique du commercial concerné, dont les commandes ultérieures feront l'objet d'une « *attention particulière* » (§ 25 de la proposition d'engagement). En cas de violations répétées des instructions de vente par un commercial, celui-ci sera susceptible de sanctions disciplinaires, allant du rappel à la règle à l'avertissement, voire à la mise à pied en fonction de la gravité et du degré de récurrence.
90. La société L.S.M. fait observer qu'« *un tel engagement ne traite pas la difficulté à laquelle se trouve confrontée l'agence qui se voit refuser sa commande par Pages Jaunes au motif qu'elle ne respecte pas les instructions de vente, alors même que ces mêmes instructions de vente n'avaient pas été respectées l'année précédente par le commercial Pages Jaunes. Dans une telle hypothèse, l'annonceur ne peut qu'en conclure qu'il est préférable de passer commande par l'intermédiaire des Pages Jaunes puisque leurs commerciaux bénéficient de meilleures conditions* ». La société L.S.M. préconise alors de compléter l'engagement en obligeant PagesJaunes à accepter les commandes passées par les agences aux mêmes conditions que les commandes passées antérieurement par les commerciaux PagesJaunes. Cependant, la mise en place d'instructions de ventes répond à l'obligation, pour la société

PagesJaunes, de garantir la conformité des parutions des annonceurs dans les supports de PagesJaunes aux conditions réelles d'activité des annonceurs. PagesJaunes peut en effet voir sa responsabilité engagée pour complicité de publicité mensongère lorsque les informations qu'elle publie ne sont pas conformes à l'activité exercée par l'annonceur ou aux services qu'il propose. L'Autorité ne saurait donc, au travers de cet engagement, contraindre PagesJaunes à publier des annonces qui ne répondent pas à ces exigences. La demande de la société L.S.M. paraît donc disproportionnée à ce titre.

91. En définitive, les engagements n° 3 (programme de communication), 4 (programme de conformité) et 5 (pérennisation et extension du programme de contrôle des annonces) proposés par PagesJaunes sont suffisamment crédibles, substantiels et vérifiables pour répondre à la préoccupation de concurrence relative aux comportements dénigrants et discriminatoires qui ont pu être identifiés dans le cadre de l'instruction.

#### 4. SUR LA DURÉE ET LE SUIVI DES ENGAGEMENTS PROPOSÉS

92. Les engagements sont pris pour une durée « *d'au moins trois ans à compter de la notification de la décision par l'Autorité de la concurrence et ce jusqu'au 31 mars 2016* ». (§ 26 de la proposition d'engagement).
93. Un rapport annuel sera adressé à l'Autorité de la concurrence, son contenu permettant de suivre l'effet des engagements sur les agences de publicité (nombre d'agences demandant l'accès aux statistiques de consultation, souscrivant une licence au logiciel « Sésame ») et leurs résultats sur les comportements des commerciaux de PagesJaunes (nombre de collaborateurs formés, nombre d'alertes reçues par les cellules internes et externes, suites données à ces alertes, etc.) (cf. § 24 de la proposition d'engagement et annexe 6).
94. La durée de trois ans des engagements de PagesJaunes s'explique par les évolutions rapides que connaît le secteur de la publicité en ligne. Ainsi, dans la décision n° [10-D-30](#) du 28 octobre 2010 relative au secteur de la publicité sur Internet, l'Autorité de la concurrence a estimé : « *La proposition de Microsoft de porter la durée des engagements à cinq ans est disproportionnée compte tenu de l'évolution rapide du secteur de la publicité en ligne. L'Autorité considère que la durée des engagements proposés par Google [d'une durée de trois ans] est conforme à la politique décisionnelle de l'Autorité dans le secteur des nouvelles technologies* ». De même, dans son avis n° [10-A-29](#) du 14 décembre 2010 relatif au secteur de la publicité en ligne, l'Autorité de la concurrence, tout en relevant les spécificités de la publicité dans les annuaires électroniques (§199-212), soulignait que la position dominante de PagesJaunes sur le marché des annuaires en ligne était « *contestable, au moins à moyen terme, comme le prouve l'entrée sur ce marché de Google, avec des produits pour l'instant gratuits. La question de savoir si cette concurrence potentielle exerce une pression suffisante sur PagesJaunes pour remettre en cause les indices convergents relevés plus haut peut rester ouverte* » (§282).

#### C. CONCLUSION

95. En conclusion, il y a lieu d'accepter et de rendre obligatoires les engagements proposés par PagesJaunes, tel que formulés dans leur version du 5 novembre 2012 en réponse aux observations de l'Autorité en séance, dans la mesure où ils répondent aux préoccupations

de concurrence soulevées dans l'évaluation préliminaire et sont substantiels, crédibles et vérifiables.

## DÉCISION

**Article 1<sup>er</sup>** : L'Autorité de la concurrence accepte les engagements pris par PagesJaunes, qui font partie intégrante de la présente décision. Ces engagements, complétés par l'annexe 2 qui est jointe à cette décision sont rendus obligatoires à compter de sa notification.

**Article 2** : La saisine enregistrée sous le numéro 10/0050 F est close.

Délibéré sur le rapport oral de M. Alain-Dominique Dupont, rapporteur, et l'intervention de M. Etienne Pfister, rapporteur général adjoint, par M. Patrick Spilliaert, vice-président, président de séance, Mmes Laurence Idot et Pierrette Pinot ainsi que MM. Emmanuel Combe et Thierry Tuot, membres.

La secrétaire de séance,  
Caroline Orsel-Sébès

Le vice-président,  
Patrick Spilliaert

---

© Autorité de la concurrence

Aff. 10/0050 F - PagesJaunes c/ NHK Conseils et autres

## Annexe n° 2

### Description du plan de communication à destination des annonceurs relatif aux agences de publicité (engagement n° 3)

---

1°) Le message diffusé auprès des annonceurs :

*« Les professionnels peuvent souscrire de la publicité dans nos médias internet, mobile et papier (notamment dans l'annuaire PagesJaunes, le site internet [www.pagesjaunes.fr](http://www.pagesjaunes.fr) et le 118008) soit directement auprès d'un conseiller en communication locale PagesJaunes, soit par un intermédiaire (agence de publicité...).*

*Les tarifs des insertions publicitaires dans nos supports sont identiques que la souscription soit effectuée directement auprès d'un conseiller PagesJaunes ou par un intermédiaire. Les commandes directes et celles passées par un intermédiaire sont traitées dans les mêmes conditions ».*

2°) Les supports sur lesquels le message sera diffusé :

- a) **Sur l'annuaire imprimé**, le message sera inséré dans le livret intitulé « Les annonceurs et PagesJaunes », en deuxième page, sur laquelle figurent les coordonnées des agences commerciales locales PagesJaunes en France.

Taille de police de caractère utilisée : 8.

Le message figurera dans un encadré de couleur bleue (**voir la maquette ci-après**).

Date de mise en œuvre : au fil du calendrier de parution des annuaires imprimés selon les départements.

00 PAGESJAUNES

## Vos objectifs

### 1 - ÊTRE PRÉSENT

Pour être trouvé là où l'on vous cherche.

### 2 - ÊTRE CHOISI

Pour mettre en avant vos atouts et séduire les acheteurs du moment !

### 3 - SE DIFFÉRENCIER

Pour sortir du lot parce que vous êtes unique et affirmer vos différences autrement !

Les professionnels peuvent souscrire de la publicité dans nos médias internet, mobile et papier (notamment dans l'annuaire imprimé PagesJaunes, le site internet pagesjaunes.fr et le 118008), soit directement auprès d'un conseiller en communication locale PagesJaunes, soit par un intermédiaire (agence de publicité...).

Les tarifs des insertions publicitaires dans nos supports sont identiques que la souscription soit effectuée directement auprès d'un conseiller PagesJaunes ou par un intermédiaire. Les commandes directes ou celles passées par un intermédiaire sont traitées dans les mêmes conditions.

PagesJaunes se réserve le droit de ne pas publier les insertions publicitaires qui lui paraîtraient contraires aux lois et règlements, aux recommandations de l'ARPP ou susceptibles de nuire à l'image de PagesJaunes. PagesJaunes adhère comme membre actif à l'ARPP (Autorité de Régulation Professionnelle de la Publicité) et s'engage à suivre ses avis. Elle s'efforce d'elle-même d'éliminer de ses colonnes la publicité mensongère, fallacieuse ou trompeuse.

## Les agences

Pour améliorer encore sa qualité de service et se rapprocher de ses clients, PagesJaunes est présente avec 16 agences en province et 3 agences en Île-de-France

#### 1 BORDEAUX

Vente terrain  
Parc Cadéra Nord - Bât. B4  
av. du Président-Kennedy  
33700 Mérignac

Télévente  
Centre multipôle d'Eysines  
33, route de Pauillac  
33327 Eysines Cedex

#### 2 MARSEILLE

Vente terrain  
Parc d'activités de Gémenos  
399, av. du Château  
de Jouques

13420 Gémenos  
Télévente  
8, traverse de la Montre  
BP 80015  
13367 Marseille Cedex 11

#### Corse

Immeuble Effrico 1  
Sarrola Carcopino  
BP 70970  
20700 Ajaccio Cedex 9  
Tél. : 04 95 10 64 50

#### 3 DIJON

3, rond-point de l'Europe  
21000 Dijon

#### 4 GRENOBLE

City Parc - Imm. C  
38, rue de la Tuilerie  
38170 Seyssinét-Pariset

#### 5 LILLE

Vente terrain et Télévente  
4, rue des Frères-Gontier  
BP 70179  
59444 Wasquehal Cedex

#### 6 LYON

Vente terrain  
Immeuble « Le Président »  
42, av. Georges-Pompidou  
69003 Lyon

Télévente  
7, rue Charlie-Chaplin  
69625 Villeurbanne Cedex

#### 7 MONTPELLIER

Parc-Club du Millénaire  
Bât. 21  
1025, rue Henri-Becquerel  
34000 Montpellier

#### 8 NANCY

Vente terrain et Télévente  
40, rue Victor  
CS 80238  
54004 Nancy Cedex

#### 9 NANTES

9, rue du Général-Marguerite  
BP 31207  
44012 Nantes Cedex 1

#### 10 NICE

Avenue Georges-Guynemer  
Cap Var - Bât. C2  
06700 Saint-Laurent-du-Var

#### 11 ORLÉANS

2, rue Carbone  
45072 Orléans Cedex 2

#### 12 POITIERS

2, rue Alfred-Nobel  
Z.I. République III - BP 10  
86062 Poitiers Cedex 9

#### 13 RENNES

Vente terrain et Télévente  
115, boulevard Albert I<sup>er</sup>  
CS 80818  
35208 Rennes Cedex 2

#### 14 ROUEN

Immeuble « Le Normandie 1 »  
98, av. de Bretagne  
76108 Rouen Cedex

#### 15 STRASBOURG

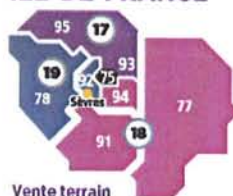
Parc Club des Tanneries - Bât. 7  
9, rue de la Faisanderie  
67380 Lingolsheim

#### 16 TOULOUSE

Vente terrain et Télévente  
Immeuble Premium - Bât. C  
10, rue de Vidailhan  
31130 Balma



#### ÎLE-DE-FRANCE



Vente terrain

#### 17 PARIS NORD

75 (1<sup>er</sup>, 2<sup>e</sup>, 3<sup>e</sup>, 6<sup>e</sup>, 7<sup>e</sup>, 9<sup>e</sup>, 10<sup>e</sup>, 18<sup>e</sup>,  
19<sup>e</sup>, 20<sup>e</sup>) 77 - 92 - 93 - 95  
1, av. François-Mitterrand  
93212 La Plaine St-Denis Cedex

#### 18 PARIS SUD

75 (4<sup>e</sup>, 5<sup>e</sup>, 11<sup>e</sup>, 12<sup>e</sup>, 13<sup>e</sup>, 14<sup>e</sup>)  
77 - 91 - 94  
3, rue Renon  
94306 Vincennes Cedex

#### 19 PARIS OUEST

75 (8<sup>e</sup>, 15<sup>e</sup>, 16<sup>e</sup>, 17<sup>e</sup>) 77 - 78 - 92 - 95  
Immeuble Central Park  
9, rue Maurice-Mallet  
92130 Issy-les-Moulineaux  
Télévente Sèvres  
7, av. de la Cristallerie  
92317 Sèvres Cedex

Centre Relation Client

<http://relationclient.pagesjaunes.fr>

- b) Sur le site pagesjaunes.fr, le message sera accessible à partir de la page d'accueil, dans la partie « A PROPOS » en bas de page, dans un nouvel onglet intitulé « Souscrire de la publicité ».

Taille de police de caractère utilisée : 13, soit la même police de caractère que le reste du texte (**voir la maquette ci-après**).

Date de mise en œuvre : lors de la prochaine actualisation du portail pagesjaunes.fr (les prochaines actualisations sont prévues les 21 novembre 2012 et 8 février 2013).

Page d'accueil du site [www.pagesjaunes.fr](http://www.pagesjaunes.fr)

The screenshot shows the homepage of the real estate section on the Pages Jaunes website for the town of Saleux. The layout includes a top navigation bar with categories like 'Pages Jaunes', 'Pages Blanches', 'Annuaire Inverse', 'Pages Annuaire', 'Guides Pratiques', and 'Plus de Services'. The main header features the 'Immobilier' logo and the tagline 'Acheter, vendre, louer un bien immobilier?'. Below this, there are several sections: 'Les guides' with sub-sections for 'Acheter', 'Vendre', 'Louer', and 'Financer'; 'Guides pratiques immobiliers' featuring a selection of 18 guides; 'Questions / Réponses' with a search bar and a list of questions; 'Annonces immobilières' with a search filter and a list of properties; 'Services partenaires' with logos for various services; and 'Tous les professionnels de l'immobilier' with a search bar. The footer contains contact information and a list of partner logos, including 'pagesjaunes', 'pagespro', 'pagesparticuliers', and 'pagesaffaires'. A blue arrow points to the footer area.

Zoom sur le footer

Professionnels, pilotez votre communication, optimisez votre référencement local et vos contenus sur [PagesJaunes Business Center](#)

<p><b>Les annonceurs</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Les derniers sites du Pack Visibilité Internet</li> <li>Tous les sites du Pack Visibilité Internet</li> </ul>	<p><b>Les hôtels</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Hôtels Paris</li> <li>Réserver un hôtel</li> </ul>	<p><b>Recherche de personnes</b></p> <p>A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z</p>
-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------

**PagesJaunes et l'eco-responsabilité**

- Découvrez la charte éco-responsabilité PagesJaunes
- Professionnels, déclarez votre engagement éco-responsable
- Recevoir / ne plus recevoir les annuaires imprimés
- Failliter les annuaires en ligne

**À propos**

- [Pages Jaunes Groupe](#)
- Pages Jaunes recrute
- Part du 100
- Webmaster
- [Souscrire de la publicité](#)
- Écrire à PagesJaunes
- Aide

**Retrouvez PagesJaunes sur Facebook**

**Sites PagesJaunes**

[pagespro](#)
[PagesJaunes Annuaire Imprimé](#)
[moppy](#)
[Stages](#)
[pagespro](#)
[emploi.com](#)
[emploi.com](#)
[emploi.com](#)
[emploi.com](#)
[emploi.com](#)

[PagesJaunes](#) est un service PagesJaunes Groupe
 [Charte du groupe](#)
[Données personnelles](#)
[Conditions d'utilisation](#)

© 2011 Pages Jaunes

Accès à la page « Comment souscrire une annonce »

PagesJaunes PagesBlanches Annuaire inversé Petites Annonces Guides Pratiques Plus de Services Se connecter

**Comment souscrire de la publicité ?**

**Contactez-nous**

**Par téléphone**  
 Appelez le Centre Relation Client au 0 800 850 801 (prix d'un appel local)

**Par courrier**  
 PagesJaunes - Centre Relation Client  
 7, avenue de la Constitution - 92517 SEVRES CEDEX

Les professionnels peuvent souscrire de la publicité dans nos médias internet, mobile et papier (notamment dans l'annuaire imprimé PagesJaunes, le site internet pagesjaunes.fr et le 118000), soit directement auprès d'un conseiller en communication locale Pages Jaunes, soit par un intermédiaire (agence de publicité...)

Les tarifs des insertions publicitaires dans nos supports sont identiques que la souscription soit effectuée directement auprès d'un conseiller PagesJaunes ou par un intermédiaire. Les commandes directes ou celles passées par un intermédiaire sont traitées dans les mêmes conditions.

Professionnels, pilotez votre communication, optimisez votre référencement local et vos contenus sur [PagesJaunes Business Center](#)

<p><b>Les annonceurs</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Les derniers sites du Pack Visibilité Internet</li> <li>Tous les sites du Pack Visibilité Internet</li> </ul>	<p><b>Recherche de personnes</b></p> <p>A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z</p>
-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------

**PagesJaunes et l'eco-responsabilité**

- Découvrez la charte éco-responsabilité PagesJaunes
- Professionnels, déclarez votre engagement éco-responsable
- Recevoir / ne plus recevoir les annuaires imprimés
- Failliter les annuaires en ligne

**À propos**

- [Pages Jaunes Groupe](#)
- Pages Jaunes recrute
- Part du 100
- Webmaster
- [Souscrire de la publicité](#)
- Écrire à PagesJaunes
- Aide

**Retrouvez PagesJaunes sur Facebook**

**Sites PagesJaunes**

[pagespro](#)
[PagesJaunes Annuaire Imprimé](#)
[moppy](#)
[Stages](#)
[pagespro](#)
[emploi.com](#)
[emploi.com](#)
[emploi.com](#)
[emploi.com](#)

[PagesJaunes](#) est un service PagesJaunes Groupe
 [Charte du groupe](#)
[Données personnelles](#)
[Conditions d'utilisation](#)

© 2012 Pages Jaunes



- c) **Sur le Business Center**, extranet dédié aux annonceurs et également accessible aux agences de publicité, le message sera accessible aux annonceurs depuis quatre endroits distincts (**voir la maquette ci-après**) :
- depuis le footer, identique sur l'ensemble des pages du Business Center, en cliquant sur « PagesJaunes », l'annonceur accédera à une page d'information générale sur PagesJaunes sur laquelle figurera le message ;
  - depuis le footer, identique sur l'ensemble des pages du Business Center, en cliquant sur « CGV », l'annonceur accédera à une page d'information générale sur les conditions générales de prestation de services de PagesJaunes, en haut de laquelle figurera le message ;
  - depuis le footer, identique sur l'ensemble des pages du Business Center, en cliquant sur « Aide », l'annonceur accédera aux FAQ (« *frequent asked questions* »), le message figurant en réponse à la question « Comment souscrire chez PagesJaunes ? » ;
  - depuis chaque page présentant un bouton cliquable « ? », l'annonceur accédera aux FAQ (« *frequent asked questions* »), le message figurant en réponse à la question « Comment souscrire chez PagesJaunes ? ».

Taille de police de caractère utilisée : 12, soit la taille de police utilisée le plus couramment sur le Business Center.

Délai de mise en œuvre : une semaine.



PagesJaunes

Proposition d'insertion « mention AP »  
sur Business Center

## Accès depuis le footer à la page dédiée à PagesJaunes

nos médias :

Sur tous ses supports, elle propose des **contenus informatifs publicitaires, pratiques, de proximité**, qui suscitent **une consultation massive du public et des consommateurs**.

PagesJaunes est ainsi un partenaire privilégié des entreprises françaises depuis plus de 60 ans. PME, TPE, grands comptes nationaux, professions réglementées, auto-entrepreneurs... PagesJaunes les conseille pour leur investissement publicitaire dans une gamme permettant de s'adapter à leurs budgets et à leurs objectifs. Son offre Internet est régulièrement renforcée, avec l'ambition de mieux les accompagner dans leur «webification».

**Près de 4000 collaborateurs assurent la qualité des contenus édités, la commercialisation des espaces publicitaires et la parution ou mise en ligne des supports.** Au service des professionnels, la force de vente de PagesJaunes compte plus de 2000 conseils en communication locale terrain ou téléphone, répartis en 20 agences régionales.

Les professionnels peuvent souscrire de la publicité dans nos médias internet, mobile et papier (notamment dans l'annuaire imprimé PagesJaunes, le site internet pagesjaunes.fr et le 118008), soit directement auprès d'un conseiller en communication locale Pages Jaunes, soit par un intermédiaire (agence de publicité...). Les tarifs des insertions publicitaires dans nos supports sont identiques que la souscription soit effectuée directement auprès d'un conseiller PagesJaunes ou par un intermédiaire. Les commandes directes ou celles passées par un intermédiaire sont traitées dans les mêmes conditions.

PagesJaunes est une filiale française de **PagesJaunes Groupe**.



### Principaux services proposés

- ▶ **pagesjaunes.fr**  
Le portail de référence de l'information pratique locale.
- ▶ **PagesJaunes sur mobile**  
L'application PagesJaunes pour les terminaux mobiles remporte un grand succès, notamment auprès des utilisateurs d'iPhone™.
- ▶ **118008 par téléphone ou par sms**  
Le service de renseignements de PagesJaunes par téléphone ou par SMS.
- ▶ **annoncesjaunes.fr**  
Site de petites annonces immobilières, automobiles, moto, emploi, stages et services à la personne. Les références de la recherche de professionnels et de particulier.
- ▶ **Création de sites Internet**  
1er créateur de sites Internet en France, PagesJaunes apporte une offre clé en main aux meilleurs standards du marché.
- ▶ **pagespro.com**  
Annuaire de professionnels pour les professionnels.



## BUSINESS CENTER

### ESPACE CLIENT ?

Performances, mise à jour, factures...  
Pilotez vos parutions

**Je me connecte**

[Je crée mon compte](#)

[Accueil](#)

[Business Mag](#)

[Nos solutions](#)

[Boutique en ligne](#)

## PagesJaunes

PagesJaunes est le leader français de la publicité et de l'information locales sur l'ensemble de ses médias : Internet, mobile et imprimé.

Sur tous ses supports, elle propose des **contenus informatifs publicitaires, pratiques, de proximité**, qui suscitent **une consultation massive du public et des consommateurs**.

PagesJaunes est ainsi un partenaire privilégié des entreprises françaises depuis plus de 60 ans. PME, TPE, grands comptes nationaux, professions réglementées, auto-entrepreneurs... PagesJaunes les conseille pour leur investissement publicitaire dans une gamme permettant de s'adapter à leurs budgets et à leurs objectifs. Son offre Internet est régulièrement renforcée, avec l'ambition de mieux les accompagner dans leur «webification».

**Près de 4000 collaborateurs assurent la qualité des contenus édités, la commercialisation des espaces publicitaires et la parution ou mise en ligne des supports.** Au service des professionnels, la force de vente de PagesJaunes compte plus de 2000 conseils en communication locale terrain ou téléphone, répartis en 20 agences régionales.

Les professionnels peuvent souscrire de la publicité dans nos médias internet, mobile et papier (notamment dans l'annuaire imprimé PagesJaunes, le site internet pagesjaunes.fr et le 118008), soit directement auprès d'un conseiller en communication locale Pages Jaunes, soit par un intermédiaire (agence de publicité...). Les tarifs des insertions publicitaires dans nos supports sont identiques que la souscription soit effectuée directement auprès d'un conseiller PagesJaunes ou par un intermédiaire. Les commandes directes ou celles passées par un intermédiaire sont traitées dans les mêmes conditions.

PagesJaunes est une filiale française de **PagesJaunes Groupe**.



### Principaux services proposés

- ▶ **pagesjaunes.fr**  
Le portail de référence de l'information pratique locale.
- ▶ **PagesJaunes sur mobile**

offre Internet est régulièrement renforcée, avec l'ambition de mieux les accompagner dans leur «webification».

**Près de 4000 collaborateurs assurent la qualité des contenus édités, la commercialisation des espaces publicitaires et la parution ou mise en ligne des supports.** Au  
none, répartis en 20 agences

## Accès depuis le footer à la page des CGV

Les professionnels peuvent également souscrire de la publicité dans nos annuaires auprès d'un intermédiaire (agence de publicité...). Les tarifs des insertions publicitaires dans nos supports sont identiques que la souscription soit effectuée directement auprès d'un commercial de PagesJaunes ou par un intermédiaire. Les commandes directes et celles passées par un intermédiaire sont traitées dans les mêmes conditions.

PagesJaunes est une filiale française de **PagesJaunes Groupe**.



### Principaux services proposés

- **pagesjaunes.fr**  
Le portail de référence de l'information pratique locale.
- **PagesJaunes sur mobile**  
L'application PagesJaunes pour les terminaux mobiles remporte un grand succès, notamment auprès des utilisateurs d'iPhone™.
- **118008 par téléphone ou par sms**  
Le service de renseignements de PagesJaunes par téléphone ou par SMS.
- **annoncesjaunes.fr**  
Site de petites annonces immobilières, automobiles, moto, emploi, stages et services à la personne. Les références de la recherche de professionnels et de particulier.
- **Création de sites Internet**  
1er créateur de sites Internet en France, PagesJaunes apporte une offre clé en main aux meilleurs standards du marché.
- **pagespro.com**  
Annuaire de professionnels pour les professionnels.



# BUSINESS CENTER

## ESPACE CLIENT ?

Performances, mise à jour, factures...  
Pilotez vos parutions

**Je me connecte**

[Je crée mon compte](#)

[Accueil](#)

[Business Mag](#)

[Nos solutions](#)

[Boutique en ligne](#)

## CGV

Les professionnels peuvent souscrire de la publicité dans nos médias internet, mobile et papier (notamment dans l'annuaire imprimé PagesJaunes, le site internet pagesjaunes.fr et le 118008), soit directement auprès d'un conseiller en communication locale Pages Jaunes, soit par un intermédiaire (agence de publicité...). Les tarifs des insertions publicitaires dans nos supports sont identiques que la souscription soit effectuée directement auprès d'un conseiller PagesJaunes ou par un intermédiaire. Les commandes directes ou celles passées par un intermédiaire sont traitées dans les mêmes conditions.

Tous les documents ci-dessous sont au format .pdf. Leur lecture nécessite une version 8 ou plus d'Acrobat Reader.

Conditions générales de prestations de services "produits publicitaires annuaires imprimés, annuaires en ligne et service de renseignements téléphoniques".

- [CGPS Annuaires](#)
- [CGPS Annuaires Mayotte](#)
- [CGPS Annuaires hors Union Européenne](#)

Conditions Générales de Prestations de Services site "Pack Visibilité Internet"

- [CGPS site Pack Visibilité Internet](#)
- [CGPS site Pack Visibilité Internet Mayotte](#)
- [CGPS offre MarketingConnect](#)

Conditions Générales de Prestations de Services "Site Internet Présence"

- [CGPS Sites Internet Présence](#)

Conditions générales de prestations de services sites Internet traditionnels

- [CGPS Sites Internet](#)

Conditions générales de prestations de services "produits publicitaires Display" annuaires en ligne

- [CGPS Display](#)
- [CGPS Display hors Union Européenne](#)

## Accès aux FAQ depuis le footer

The screenshot displays the 'BUSINESS CENTER' section of the PagesJaunes website. The header includes the PagesJaunes logo and navigation links: 'Accueil', 'Business Mag', 'Nos solutions', and 'Boutique en ligne'. A 'Je me connecte' button is visible in the top right, along with a 'Je crée mon compte' link. A central video player shows a woman smiling in an office setting. To the left, there are two informational boxes: 'Consultez notre FAQ' and 'Déjà client?'. The main content area is titled 'Vous avez une question?' and lists three ways to contact support: 'obtenir une information sur un produit ou un service PagesJaunes', 'créer ou supprimer votre référencement gratuit', and 'recevoir ou ne plus recevoir vos annuaires imprimés'. Below this, contact information is provided for 'Par téléphone' (0 800 850 801) and 'Par courrier' (7, avenue de la Cristallerie - 92317 SEVRES CEDEX). The footer at the bottom contains a navigation menu with 'Aide' circled in blue, followed by 'Contact', 'PagesJaunes', 'CGV', 'Plan du site', 'Conditions d'utilisation', 'Charte des données personnelles', and 'Annuaire PVI'.

**BUSINESS CENTER**

Accueil Business Mag Nos solutions Boutique en ligne

ESPACE CLIENT  
Performances, mise à jour, factures...  
Pilotez vos parutions

Je me connecte

Je crée mon compte ?

Pour toutes les questions concernant le site,  
[Consultez notre FAQ](#)

**Déjà client ?**

Pour nous permettre de mieux répondre à vos questions, identifiez-vous dans la zone espace client.

**Vous avez une question ?**

Vous souhaitez nous contacter pour :

- ▶ **obtenir une information sur un produit ou un service PagesJaunes :** consultez l'espace Nos solutions et rendez-vous sur la fiche concernée,
- ▶ **créer ou supprimer** votre référencement gratuit,
- ▶ **recevoir ou ne plus recevoir** vos annuaires imprimés,
- ▶ **acquérir** des annuaires imprimés.

**Par téléphone**

Appelez le Centre Relation Client au 0 800 850 801 (prix d'un appel local)

**Par courrier**

PagesJaunes - Centre Relation Client  
7, avenue de la Cristallerie - 92317 SEVRES CEDEX

[Aide](#) | [Contact](#) | [PagesJaunes](#) | [CGV](#) | [Plan du site](#) | [Conditions d'utilisation](#) | [Charte des données personnelles](#) | [Annuaire PVI](#)



Accès aux FAQ depuis le footer et depuis chaque page présentant un « ? »

**PAGESJAUNES BUSINESS CENTER**

Accueil Business Mag Nos solutions Boutique en ligne

**ESPACE CLIENT**  
Performances, mise à jour, factures...  
Pilotez vos parutions

Je me connecte

Je crée mon compte ?

**Vos objectifs**

- Captez vos premiers clients
- Informez sur vos spécificités
- Démarquez-vous de vos concurrents
- Captez de nouveaux clients
- Fidélisez votre clientèle
- Développez votre clientèle sur d'autres localités
- Gagnez en notoriété
- Découvrez l'ensemble de nos solutions médias

**La Carte de Visite Premium**  
Déclenchez le contact.

Un espace publicitaire pour mettre en valeur vos activités, vos spécificités, vos services et vos infos horaires.

**Boutique en ligne**

Pour plus d'informations, appelez le

N°Azur 0 800 850 801  
prix d'appel local

Ecrivez-nous

**LE SAVIEZ-VOUS ?**

1/3 des recherches dans l'annuaire PagesJaunes passe par l'index alphabétique des rubriques.

source

Pour toute question

N'hésitez pas à nous contacter



**Faq par thèmes**[Mon compte](#)[Mon audience mesurée](#)[Ma mise à jour](#)[Ma gestion](#)[Mes annuaires](#)[Souscrire chez PagesJaunes](#)[Je n'ai pas trouvé de réponse à ma question](#)**Faq****Souscrire chez PagesJaunes****Comment souscrire chez PagesJaunes ?**

Les professionnels peuvent souscrire de la publicité dans nos médias internet, mobile et papier (notamment dans l'annuaire imprimé PagesJaunes, le site internet pagesjaunes.fr et le 118008), soit directement auprès d'un conseiller en communication locale Pages Jaunes, soit par un intermédiaire (agence de publicité...).

Les tarifs des insertions publicitaires dans nos supports sont identiques que la souscription soit effectuée directement auprès d'un conseiller PagesJaunes ou par un intermédiaire. Les commandes directes ou celles passées par un intermédiaire sont traitées dans les mêmes conditions.

[Je ferme la page](#)

- d) Sur les conditions générales de prestation de services imprimées au dos des bons de commande de l'ensemble des produits de PagesJaunes (*search, display, sites Internet, etc.*), le message sera inséré en préambule.

Taille de police de caractère utilisée : 6, soit la même taille de police que celle qui est utilisée dans les conditions générales (**voir la maquette des conditions générales de prestations de service Annuaire ci-après**).

Délai de mise en œuvre : il est nécessaire d'attendre l'impression des nouveaux bons de commandes préimprimés de l'édition 2014.



Le défaut de paiement à l'échéance entraînera l'exigibilité immédiate de la totalité de la créance et une indemnité de retard égale à 3 (trois) fois le taux d'intérêt légal. En outre, il sera alors appliqué de plein droit une indemnité égale à 15% de la somme impayée qui ne pourra être inférieure à 17 €, outre les frais judiciaires qui pourraient être exposés.

En cas de défaut de paiement d'un contrat antérieur ou en cours, PagesJaunes pourra résilier, 7 jours après mise en demeure restée sans effet, tous les contrats conclus avec son Client, sans préjudice du versement par celui-ci des sommes restant dues et d'une indemnité compensatrice forfaitaire correspondant à 10% du montant du prix des insertions commandées et non parues.

Tout règlement partiel effectué au titre d'un contrat en cours sera, dès lors que ledit contrat aura été résilié, imputé de convention expresse, sur le solde débiteur du client relatif à un ou plusieurs contrats, même antérieurs.

PagesJaunes peut accepter ou demander des conditions de paiement particulières, en cas d'incidents de paiement antérieurs, si la solvabilité du client présente des risques anormaux ou si les modalités de recouvrement présentent des difficultés particulières.

Dans le cas où le Client serait domicilié hors Union Européenne, celui-ci fera alors son affaire du règlement, auprès des autorités concernées, des taxes éventuellement dues au titre du présent contrat. En conséquence, les sommes dues à PagesJaunes SA seront augmentées, par le Client, du montant nécessaire pour que PagesJaunes SA reçoive, en net, la somme qui aurait été reçue si aucune retenue ou taxe n'avait été due.

#### **Paiement et garantie des Agences de Publicité**

Des conditions particulières de garantie sont communicables sur demande auprès de PagesJaunes aux Agences de Publicité qui, agissant en tant que mandataires des Clients, réalisent, avec plus de 40 Clients, un chiffre d'affaires annuel supérieur à 76.000 € TTC et dont l'encours de paiement à reverser à PagesJaunes dépasse 38.000 € TTC. Ces mêmes conditions pourront s'appliquer à toute Agence de Publicité de création récente (moins de 24 mois d'activité) même si le nombre de Clients est inférieur à 40.

#### **Garantie**

Par la Signature du présent contrat, le Client garantit avoir les capacités de règlement suffisantes pour assurer la couverture de la créance de PagesJaunes.

Si, après analyse, les capacités de règlement du Client se révèlent insuffisantes, PagesJaunes l'en informera dans un délai de 30 (trente) jours après la Signature de la commande. Dans ce cas, PagesJaunes précisera au client la ou les adaptations de la commande de nature à assurer à ce dernier une garantie de règlement satisfaisante. En cas de refus ou de non exécution de cette ou ces adaptations par le Client, PagesJaunes sera en droit de ne pas exécuter la présente commande.

#### **Suspension/Résiliation**

PagesJaunes se réserve le droit de suspendre et/ou de résilier de plein droit, sans délai, sans formalité et sans droit à indemnité, l'insertion publicitaire ou un lien hypertexte, en cas de non respect par le Client des conditions de paiement ou si toute ou partie de l'insertion publicitaire s'avérait être non conforme aux lois et règlements applicables, aux conditions du présent ordre d'insertion, notamment aux bonnes mœurs ou à l'ordre public. Cette suspension/résiliation ne fera pas obstacle à ce que PagesJaunes réclame au Client des dommages et intérêts en fonction du préjudice subi par PagesJaunes.

#### **Attribution de compétence**

En cas de litige, seul le Tribunal de Commerce de Paris sera compétent, si le Client est commerçant.

#### **Droit d'accès et de rectification aux fichiers informatisés**

Conformément aux dispositions des articles 38, 39 et 40 de la loi informatique et libertés du 6 janvier 1978, telle que modifiée par la loi du 6 août 2004, le Client dispose auprès de PagesJaunes, d'un droit d'accès et de rectification aux données le concernant dont PagesJaunes est destinataire.

PagesJaunes peut être amené à communiquer à PagesJaunes Groupe et/ou ses filiales et/ou à ses partenaires toutes les coordonnées ainsi que le contenu des insertions publicitaires recueillis dans le cadre de la présente commande, dans le but d'effectuer des opérations de prospection commerciale, de marketing direct, d'édition d'annuaires et/ou de renseignements téléphoniques, en France ou à l'étranger. Le client peut s'opposer à cette communication en le notifiant par lettre simple adressée à PagesJaunes SA, Centre de Relations Clients

7, avenue de la Cristallerie 92317 Sèvres Cedex ou par courriel à l'adresse <http://relationclient.pagesjaunes.fr>.

- e) Le **courrier** suivant sera **adressé à tous les annonceurs clients d'une agence de publicité** lors de l'édition 2012 :

« Cher Annonceur,

Tout d'abord, nous souhaitons vous remercier de l'intérêt que vous portez aux produits et services que nous vous proposons.

PagesJaunes, soucieux de vous apporter toujours le meilleur service et les meilleures solutions de communication locale, innove et développe considérablement sa gamme de supports internet fixe et mobile, tant dans son contenu éditorial que dans ses produits publicitaires.

Nous optimisons nos supports imprimés. Aujourd'hui 3 Français sur 4 consultent les annuaires imprimés.

PagesJaunes met aussi à votre disposition toujours plus de services et d'outils pour mettre à jour en fluide vos parutions internet, mesurer le retour sur investissement de vos campagnes, piloter vos parutions, vos factures, etc. N'hésitez pas à consulter notre Business Center qui vous est spécialement dédié : <http://businesscenter.pagesjaunes.fr>. Toutes nos solutions de communication locale vous sont présentées selon vos objectifs et vos besoins.

Nous profitons de ce courrier pour vous rappeler que les professionnels peuvent souscrire de la publicité dans nos médias internet, mobile et papier (notamment dans l'annuaire imprimé PagesJaunes, le site internet [www.pagesjaunes.fr](http://www.pagesjaunes.fr) et le 118008) soit directement auprès d'un conseiller en communication locale PagesJaunes, soit par un intermédiaire (agence de publicité...). Dans ce dernier cas, conformément aux dispositions légales en vigueur, le professionnel doit mandater cet intermédiaire afin qu'il passe en son nom et pour son compte les commandes dans les annuaires PagesJaunes.

Les tarifs des insertions publicitaires dans nos supports sont identiques que la souscription soit effectuée directement auprès d'un conseiller de PagesJaunes ou par un intermédiaire. Les commandes directes et celles passées par un intermédiaire sont traitées dans les mêmes conditions.

Nous vous remercions de votre confiance et vous prions d'agréer, cher Annonceur, nos salutations distinguées ».

Destinataires : l'ensemble des annonceurs clients d'une agence de publicité pour l'édition 2012.

Envoi unique.