

Publicité dans les annuaires

Publié le 22 novembre 2012

Les agences de publicité pourront concurrencer plus efficacement la régie publicitaire de PagesJaunes pour les achats d'espace des annonceurs.

L'Autorité de la concurrence rend aujourd'hui une décision par laquelle elle accepte et rend obligatoires des engagements pris par PagesJaunes. Ces engagements vont permettre aux agences de publicité de proposer aux annonceurs les mêmes prestations que celles de la régie publicitaire de PagesJaunes en matière d'achats d'espaces publicitaires dans les annuaires imprimés et en ligne de PagesJaunes.

Les pratiques reprochées par les agences de publicité

Pour faire paraître une publicité dans les annuaires de PagesJaunes, les entreprises (annonceurs) peuvent traiter directement avec la régie publicitaire de PagesJaunes ou passer par une agence de publicité, qui leur servira d'intermédiaire et les conseillera pour optimiser leur campagne.

Une dizaine d'agences de publicité¹ ont saisi l'Autorité de la concurrence de pratiques mises en œuvre par PagesJaunes. Elles reprochaient à cette dernière entreprise notamment de leur refuser l'accès à des données statistiques utilisées pour conseiller les annonceurs. Elles mettaient également en avant des cas de dénigrement, par les commerciaux de PagesJaunes, de la qualité et du prix de leurs prestations et de discrimination à leur encontre. Elles faisaient valoir en particulier que les agences de publicité devaient respecter plusieurs critères pour la parution de certaines annonces alors même que, dans certains cas, les forces de vente de PagesJaunes s'en affranchissaient.

Les préoccupations de concurrence

Pour mémoire, en décembre 2010 (voir décision 10-D-38), l'Autorité de la concurrence avait rejeté la demande de mesures conservatoires formulée par les saisissantes, considérant que les conditions d'urgence n'étaient pas réunies. Elle avait en revanche décidé de poursuivre l'instruction du dossier au fond.

En juillet dernier, les services d'instruction ont fait part à PagesJaunes de leurs préoccupations de concurrence, considérant que certaines des pratiques dénoncées par les saisissantes étaient susceptibles de restreindre la concurrence sur le marché de la vente d'espaces publicitaires dans les annuaires.

En réponse, PagesJaunes a proposé des engagements qui ont été soumis à consultation des acteurs du secteur sur le site Internet de l'Autorité (voir test de marché du 31 juillet 2012).

Les engagements proposés par PagesJaunes

PagesJaunes s'est engagée à :

- mettre à disposition des agences des statistiques de consultation des annonces identiques à celles dont disposent les commerciaux de PagesJaunes ;
- poursuivre la mise à disposition pour les agences du logiciel de calcul des tarifs d'insertion des annonces ;
- mettre en place un plan de communication externe visant à faire connaître aux annonceurs l'existence et le rôle des agences de publicité. Ce plan devra préciser qu'un achat d'espace effectué via une agence ou directement auprès de PagesJaunes n'entraîne aucune différence tarifaire ni de traitement ;

- mettre en place un programme de conformité comprenant notamment : la formation des conseillers commerciaux et des télévendeurs aux règles du droit de la concurrence, la mise en place d'un système d'alerte afin, d'une part, de recueillir et de traiter les plaintes éventuelles des agences relatives aux comportements de sa force de vente, d'autre part, de répondre à toute question des personnels PagesJaunes faisant part de préoccupations en matière de conformité aux règles de concurrence.

- faire respecter les règles de parution spécifiques des annonces par ses services commerciaux en instituant un contrôle aléatoire des commandes sur les rubriques dites « à risques » (telles que notamment : dépannages urgents à domicile, chauffage, plomberie, dépannages en serrurerie) et en pérennisant le contrôle systématique préalable sur certaines commandes mis en place en 2010, permettant ainsi d'assurer un contrôle effectif sur plus de 4000 de ces commandes par an.

L'Autorité a rendu obligatoires ces engagements

L'Autorité de la concurrence a considéré que ces engagements, pris pour trois ans, étaient pertinents, crédibles et vérifiables et les a rendus obligatoires.

Les agences, en ayant désormais les mêmes conditions de traitement que la régie publicitaire de PagesJaunes, seront à même de la concurrencer efficacement auprès des annonceurs.

Afin de vérifier la bonne application de ces engagements, PagesJaunes adressera chaque année un rapport à l'Autorité de la concurrence dans lequel elle fera le point sur leur effet (nombre d'agences demandant l'accès aux statistiques de consultation, nombre d'agences souscrivant une licence d'accès au logiciel de statistiques) et les résultats de la mise en place du programme de conformité (nombre de collaborateurs formés, nombre d'alertes reçues, suites données à ces alertes, etc.).

¹NHK conseil, Agence I&MA conseils, Sudmédia conseil, OSCP, Audit Conseil Publicité Annuaire, Charcot.net, Agence Heuveline, Avycom publicité annuelle, Toocom, Ecoannuaires, Netcreative-Pages Annuaire.

DÉCISION 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, Ecoannuaire, Netcreative- Pages annuaires à l'encontre de pratiques mises en œuvre par la société PagesJaunes SA.

Consultez le texte
intégral

Contact(s)

Yannick Le Dorze
Adjoint à la directrice de la
communication

01 55 04 02 14

[Contacter par mail](#)