

Sèvres, le 7 juin 2006

## Première création publicitaire pour l'Annuaire 2006 de Paris

En 2006, l'Annuaire\* de Paris change de look : nouvelle couverture, nouveaux formats, nouveau découpage par arrondissement... Pour refléter et accompagner ce changement, PagesJaunes a créé une identité visuelle qui se décline sur tous les supports de communication du nouvel Annuaire à Paris. Plus intime, cette création reflète la nouvelle promesse de l'Annuaire : "Tout pour ma vie locale".

### Une création centrée sur l'individu et son quartier

---

Pour sa première campagne publicitaire autour de l'Annuaire intitulée "Le Nombriil", PagesJaunes a opté pour une création en décalage avec son univers visuel habituel afin de refléter les innovations apportées au support en 2006. Plus personnelle, elle met en scène un "nombriil" autour duquel un plan de quartier est dessiné. L'objectif est de montrer que l'individu est au coeur du nouvel Annuaire ; celui-ci devient un outil qui l'aide à construire son propre monde dont il est le centre.



Le nombril comme centre du plan de quartier symbolise la proximité, l'intimité et le lien, et incarne ainsi le nouveau positionnement de l'Annuaire : aider les gens à mieux s'intégrer et s'appropriier le lieu dans lequel ils vivent. Un parti pris soutenu par la base line : "Le nouvel Annuaire : Moi, ma vie, mes voisins, mon quartier".

L'originalité et la simplicité du visuel contribuent à valoriser l'Annuaire plus particulièrement auprès des 25-35 ans. Un outil qui s'adapte bien à leurs modes de vie et leur apporte une information pratique, rapide et proche d'eux.

---

\*L'Annuaire : l'annuaire imprimé alphabétique des particuliers et des professionnels, anciennement Les Pages Blanches

Cet univers visuel est décliné sur tous les supports de communication et de promotion de l'Annuaire 2006 de Paris : site internet [www.lannuaire2006.fr](http://www.lannuaire2006.fr) ; campagne d'affichage sur les réseaux Decaux et Médiatables ; dans la presse gratuite (20 Minutes, Métro, Paru Vendu et A Nous Paris) ; leaflets (750 000) ; sacs plastiques pour les commerçants (3 900 000) ; plateaux monnaie (8 400) ; sacs shopping sur les marchés (70 000) ; sachets baguettes (2 250 000) dans les boulangeries...

Cette création a été réalisée par l'agence Callegary Berville Grey.

### **À propos de PagesJaunes**

PagesJaunes est une filiale de PagesJaunes Groupe (cotée sur Euronext Paris), 1er éditeur européen d'annuaires sur Internet ([pagesjaunes.fr](http://pagesjaunes.fr), [qdq.com](http://qdq.com)) et 1er éditeur français d'annuaires imprimés (l'annuaire PagesJaunes, l'Annuaire, PagesPro). PagesJaunes offre également en France un service de renseignements téléphoniques, le 118 008. Avec près de 620 000 annonceurs en 2005, PagesJaunes est la deuxième entreprise française par le chiffre d'affaires publicitaire. Les informations disponibles sur PagesJaunes sont accessibles sur <http://www.pagesjaunesgroupe.com>.

### **Contacts presse :**

Orith TABEUR : 01 46 23 34 64 / [otabeur@pagesjaunes.fr](mailto:otabeur@pagesjaunes.fr)

Sabrina HEINZ : 01 56 03 13 21 / [sheinz@i-et-e.fr](mailto:sheinz@i-et-e.fr)