

PagesJaunes révèle le nouveau territoire d'expression de sa marque à travers une nouvelle signature et sa 1^{ère} campagne publicitaire multicanale

- **La réussite au coeur de la marque PagesJaunes**
- **Une nouvelle signature : « PagesJaunes. Source de réussites »**

PagesJaunes, n°1 sur le marché français des annuaires imprimés et leader européen du marché de la recherche locale sur Internet, redéfinit le territoire d'expression de sa marque et choisit la réussite comme clé de voûte de sa communication de marque. Un nouveau territoire qui s'incarne dès aujourd'hui à travers une nouvelle signature - « PagesJaunes. Source de réussites » - et la création de sa 1^{ère} campagne publicitaire multicanale mettant en scène l'ensemble de ses services. Réalisée par l'agence M&C Saatchi.GAD, cette campagne publicitaire 100 % TV sera diffusée à partir du 2 septembre.

Une nouvelle signature pour incarner sa marque

« PagesJaunes. Source de réussites ». En mettant la réussite au coeur de sa communication de marque, PagesJaunes souhaite se positionner comme l'accompagnateur et le facilitateur de la vie quotidienne de chacun. Il ne s'agit donc pas de « La » réussite au sens littéral, mais d'une réussite « bien-être » qui permet la réalisation, jour après jour, de ses petits et de ses grands projets tant personnels que professionnels.

Pour PagesJaunes, être de source de réussites, c'est être :

- Source d'informations notamment à travers ses 28 millions de particuliers et de professionnels répertoriés, ses plans de ville, le trafic routier...
- Source d'idée et de bien-être grâce à des services inédits et des suggestions de loisirs proposés sur ses différents accès
- Source de confiance avec la fiabilité et la qualité de ses données

« PagesJaunes est une marque historique enracinée dans le quotidien des Français. À ce titre, nous souhaitons à travers cette nouvelle signature incarner le lien relationnel qui nous unit à nos utilisateurs et nos annonceurs mais également refléter la dimension multicanale de notre marque. Car PagesJaunes ce n'est pas l'addition mais bien la conjugaison de trois services pour accompagner les Français dans la réussite de leurs projets quotidiens », indique Thomas Abikhalil, directeur de la Communication de PagesJaunes.

Une campagne publicitaire multicanale sous le signe de la réussite

Pour soutenir le développement de ses services et incarner son nouveau territoire d'expression, PagesJaunes s'exprime pour la première fois dans un spot publicitaire multicanal réunissant l'ensemble de ses services, intitulé « La nouvelle voisine ».

Le pitch : trois adolescents charmés par leur nouvelle voisine se lancent le défi de la conquérir. Chacun va avoir recours à l'un des 3 services PagesJaunes pour être celui qui réussira à la séduire. Invitation à un concert, sortie à la patinoire ou cadeau, chacun obtient un rendez-vous grâce au 118 008, pagesjaunes.fr ou à son annuaire PagesJaunes. Nos trois amis se retrouvent, mais à leur grande surprise, ils arrivent tous accompagnés de la même jeune fille. Il s'agit en effet de triplées. Les trois soeurs éclatent de rire !



Les partis-pris : pour cette première campagne, PagesJaunes et son agence M&C Saatchi.GAD, ont fait le choix d'une création publicitaire placée sous le signe de l'émotion et de l'humour. L'objectif était de raconter une histoire de réussite simple et ancrée dans le quotidien et dans laquelle chacun puisse se retrouver et se projeter. En effet, pour cette première campagne de marque, les services cèdent leur place aux utilisateurs qui deviennent les héros de la publicité. Le fameux « Runner », symbole des publicités PagesJaunes, devient l'ambassadeur de la marque et incarne désormais l'ensemble des services de l'entreprise en conclusion de la publicité.

Pour illustrer le dynamisme de sa marque et s'inscrire dans la réussite des projets quotidiens de chacun, PagesJaunes a choisi le morceau « Nice Day » du groupe Persephone's Bees comme musique emblématique de sa nouvelle communication de marque.

« PagesJaunes est une véritable marque relationnelle. Pour exprimer son expertise dans un monde de l'information de plus en plus complexe, il fallait un concept simple et ludique et généreux qui crée de la confiance et permette de retrouver et d'incarner les 3 canaux de PagesJaunes », souligne Gilles Masson, Président de M&C Saatchi.GAD

Un plan média 100 % TV

Dévoilée pour la première fois le 2 septembre au soir en prime time pour un impact maximum, la nouvelle campagne marque de PagesJaunes sera diffusée jusqu'au 17 septembre. D'envergure nationale, la campagne couvrira l'ensemble des chaînes hertziennes mais également le câble et le satellite.

Fiche technique

Responsables annonceur :	Thomas Abikhalil/Gérard Lenepveu
Responsables agence :	Daniel Fohr/Antoine Barthuel
Directeur commercial :	Mathieu Porri
Chefs de pub :	Emeline Keundjian, Nicolas Lemée
Concepteur/rédacteur :	Christophe Paviot/Fabien Chiffirino
Directeur artistique :	Christophe Paviot/Fabien Chiffirino
Réalisateur :	Laurence Dunmore
TV Prod :	Nelly Meunier

Visuels et film disponible sur demande

À propos de PagesJaunes SA

PagesJaunes est une filiale de PagesJaunes Groupe (cotée sur Euronext Paris), 1er éditeur européen d'annuaires sur Internet (pagesjaunes.fr, 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 638 399 annonceurs en 2006, PagesJaunes est la deuxième entreprise française par le chiffre d'affaires publicitaire.

Les informations disponibles sur PagesJaunes sont accessibles sur <http://www.bienvenue.pagesjaunes.fr>

Contacts presse

Thomas Barbelet – 01 46 23 35 31/06 72 75 49 14 – tbarbelet@pagesjaunes.fr

Orith Tabeur – 01 46 23 34 64 – otabeur@pagesjaunes.fr

Carissa Dupont – 01 56 03 13 94 – cdupont@i-e.fr