



# ASSEMBLÉE NATIONALE

15ème législature

## Plan de restructuration - Pagesjaunes

Question écrite n° 6873

### Texte de la question

M. Laurent Garcia attire l'attention de M. le secrétaire d'État, auprès du Premier ministre, chargé du numérique, sur le plan de restructuration annoncé par le Groupe Solocal (Pages Jaunes) le 13 février 2018. Ce vaste plan implique la suppression de plus de 1 000 postes sur 3 500, soit près d'un tiers des postes, ainsi que la fermeture de 14 agences sur tout le territoire, dont celle de Nancy. Pages Jaunes, fleuron français du digital, *leader* dans la création de sites internet, a su prendre le virage numérique il y a plus de 10 ans et réalise aujourd'hui plus de 85 % de son CA sur le digital. Il intervient notamment pour assister le tissu de PME et de TPE à gérer au mieux leur transition numérique et digitale. Alors que les nouvelles orientations stratégiques de Pages Jaunes apparaissent assez floues, il lui demande si le Gouvernement entend prendre des initiatives pour permettre le maintien durable des emplois et garantir la pérennité de l'entreprise sur tout le territoire pour qu'elle puisse rester un partenaire important des entreprises dans le secteur du numérique.

### Texte de la réponse

Le modèle économique historique de SoLocal, la vente d'annonces publicitaires dans des annuaires, est en déclin depuis de nombreuses années. Si l'entreprise a su prendre le virage numérique il y a plus de 10 ans et réalise aujourd'hui plus de 85 % de son chiffre d'affaires dans le digital, le chiffre d'affaires global est en repli depuis plusieurs années. Ainsi, il s'est établi à 750 millions en 2017, en retrait de 7 % par rapport à 2016. Pour retrouver de la croissance sur le marché de la publicité digitale largement dominée par Google et Facebook, SoLocal n'a pas d'autre choix que de renforcer son offre de services digitaux en développant des plateformes technologiques innovantes et en revoyant sa stratégie fondée jusque-là, sur des relations de proximité avec ses clients. Ces évolutions organisationnelle et culturelle exigent des investissements importants et des profils de collaborateurs différents des commerciaux de régie publicitaire qui composent la majorité de son effectif. Pour devenir un acteur majeur de la publicité digitale et de ses services associés en France, SoLocal doit s'appuyer sur des développeurs Web, des data scientists, des community managers, des responsables de Medias sociaux, des télévendeurs digitaux, des graphistes ou encore des gestionnaires de contenus multimédia. Une restauration de ses capacités d'investissement doit soutenir l'arrivée de ces nouvelles compétences. Cette stratégie oblige l'entreprise à réduire ses coûts fixes notamment en rationalisant ses implantations. La nouvelle organisation basée sur la concentration d'activités de téléventes, sur un support clients omnical et la consolidation des activités marketing, nécessite malheureusement la suppression des agences locales trop petites. Elle impose aussi de nouveaux modes de management ainsi que l'assimilation de compétences et modalités de travail différentes pour les collaborateurs de l'entreprise. Le Gouvernement souhaite la réussite du projet industriel de SoLocal. En renouant avec la croissance, en créant de l'activité et des emplois et en répondant à de réels besoins des TPE/PME sur l'ensemble du territoire, SoLocal offrirait une alternative à Google et Facebook qui captent près de 80 % du marché de la publicité digitale. Parallèlement, le Gouvernement veillera à ce que l'entreprise respecte les engagements du plan social, qu'elle maintienne un dialogue afin d'offrir à ses collaborateurs des conditions optimisées de protection et d'accompagnement pour la suite de leur vie professionnelle et qu'elle propose des solutions aux salariés qui ne se pourraient pas s'inscrire

dans l'accélération du virage numérique pris par l'entreprise. Compte tenu de l'ampleur du plan proposé, le Gouvernement comprend les préoccupations formulées par certains salariés, leurs représentants syndicaux et les élus de la Nation. Néanmoins, l'évolution des marchés publicitaires n'offre pas d'alternative à SoLocal qui doit achever rapidement sa mutation digitale pour rebondir en valorisant pleinement les atouts dont l'entreprise dispose encore. A cette condition, SoLocal restera un partenaire important des entreprises dans le secteur du numérique.

## Données clés

**Auteur :** [M. Laurent Garcia](#)

**Circonscription :** Meurthe-et-Moselle (2<sup>e</sup> circonscription) - Mouvement Démocrate et apparentés

**Type de question :** Question écrite

**Numéro de la question :** 6873

**Rubrique :** Numérique

**Ministère interrogé :** [Numérique](#)

**Ministère attributaire :** [Numérique](#)

## Date(s) clé(s)

**Question publiée au JO le :** [27 mars 2018](#), page 2507

**Réponse publiée au JO le :** [8 mai 2018](#), page 3918