

Enrichissement des contenus

# LE CONTRIBUTIF, FORT LEVIER D'ATTRACTIVITÉ

Depuis le début du mois, pagesjaunes.fr est un annuaire contributif : les internautes peuvent désormais, pour chaque professionnel, donner leur avis sur ses services ou ses produits. Pour un annonceur, s'exposer à d'éventuelles critiques est un risque *a priori* difficile à accepter, mais qui peut s'avérer très payant : des commentaires élogieux ont toutes les chances de convaincre d'autres internautes... et de constituer la meilleure des publicités.



Donner son avis, apporter son témoignage, produire, modifier, partager des informations... L'internaute, aujourd'hui, n'a plus rien du spectateur passif, rivé à son écran, qui attendait qu'on lui délivre informations et services. Depuis quelques années déjà, l'utilisateur du Net est entré dans l'ère du Web 2.0, qui lui propose d'intervenir à tout moment, de devenir acteur de l'information. Sur les sites, les opportunités ne manquent pas : forums et chats, sondages et quiz, agrégateurs et pages personnalisables, blogs et encyclopédies contributives (les célèbres wikis), constitution de communautés et partage d'informations, de données, de favoris... L'internaute devient actif et exigeant : il est de plus en plus sensible à l'offre éditoriale, aux dimensions ergonomiques et graphiques,

aux services et aux petits plus. Ne pas entendre cette demande très forte risquerait d'amener à se cantonner à un modèle révolu de site et à la préhistoire du Web...

## Coproduire l'information avec l'internaute

Par la nature même de leurs contenus très orientés services et grand public, pagesjaunes.fr et les autres sites du Groupe ne pouvaient ignorer cette évolution des usages de l'internaute. Celle-ci impulse une transformation du modèle de fonctionnement : passer de la simple mise en consultation des bases de données que sont les annuaires à la coproduction d'informations qualifiées. La définition que donne Jean-Marie Guille, directeur de pagesjaunes.fr, est sans ambi-



guité : « *Le contributif est le moyen d'enrichir l'information grâce aux autres internautes de manière fluide et pertinente.* » Si cette évolution est incontournable et même souhaitable, elle devait se faire selon un certain nombre de règles. « *Notre objectif, souligne Jean-Marie Guille, est d'enrichir l'expérience de l'utilisateur grâce à l'introduction du contributif, tout en restant dans l'univers de référence de PagesJaunes.* »

Un univers qui se définit par un certain nombre de valeurs, de points d'identité, que le contributif ne doit pas dénaturer, mais renforcer, enrichir. « *Les gens viennent sur notre site pour obtenir une information de qualité sur des professionnels, collectée dans un esprit de rigueur et d'impartialité.* » Deux conséquences à ce rappel des fondamentaux : d'une part, une charte claire et rigoureuse doit explicitement encadrer ce recours ●●●

## MODÉRER POUR ASSURER LA QUALITÉ DES CONTENUS

### **La modération ? C'est à la fois très compliqué, subjectif... et très attendu !**

Responsable des services contributifs et communautaires chez PagesJaunes, Mélanie Hanser résume tout l'intérêt du contributif... et la nécessité de son contrôle. PagesJaunes s'est donné les moyens d'éviter tout dérapage et d'assurer, aux annonceurs comme aux internautes, des commentaires de qualité. Cinq équipes de modérateurs se relaient de 9 h à 22 h, 7 jours sur 7, pour traiter jusqu'à 1 500 contributions par jour. La ligne éditoriale est claire : les avis ne doivent pas être agressifs ou diffamatoires, mais être détaillés, argumentés. Ils peuvent donc être négatifs à partir du moment où ils restent constructifs et objectifs. « *Ce que nous recherchons, souligne Mélanie Hanser, c'est la valeur ajoutée d'un témoignage différenciant, qui permet réellement d'apprendre quelque chose sur le service proposé.* »





## dossier

●●● aux contributions des internautes ; d'autre part, tous les contenus doivent apparaître comme des informations directement exploitables par l'internaute. « Rédigez l'avis que vous aimeriez lire, donnez les infos que vous aimeriez avoir » : la phrase pourrait servir de slogan à ces annuaires contributifs.

### Une version bêta pour amorcer la pompe

La mise en place des services contributifs s'est faite en accord avec ces principes de rigueur et de méthode. Après un *benchmark* des pratiques du contributif sur des sites concurrents, le projet a débuté. Pour peaufiner le futur lancement du service sur pagesjaunes.fr, une version bêta a d'abord vu le jour, associant des contributeurs internes, les collaborateurs du Groupe – 743 d'entre eux se sont pris au jeu. Cet appel à contributions à l'échelle du Groupe – avec, à la clé, un scooter à gagner et de nombreux autres prix –, couplé à une campagne d'e-mailing auprès de bases d'internautes, a permis d'amorcer la pompe, de récolter une matière première suffisamment riche – l'annuaire est, à ce jour, doté de plus de 40 000 avis – et de tester le système : rodage de la technique et des équipes de modération, connais-

sance approfondie des contributeurs en termes de profils, d'attentes, de rubriques le plus souvent commentées...

Très concrètement, l'annuaire contributif permet de noter de 1 à 5 les professionnels enregistrés dans pagesjaunes.fr et de laisser un commentaire dans un champ libre. Pour s'assurer de la pertinence des contributions et donc de leur qualité, des référentiels spécifiques ont été conçus pour chaque profession. Pour les hô tels par exemple, l'établissement est apprécié en fonction de sa situation géographique, de la qualité de la chambre, de la décoration, de l'ambiance, du service et, enfin, du rapport qualité/prix. Tous les avis font l'objet d'une modération (voir encadré p.7) aux principes bien définis. La version bêta a d'ailleurs permis de tester cette modération et de l'assouplir au passage, certains commentaires valables se trouvant rejetés par excès de rigueur.

### Contributeurs en réseau

Pour encourager les contributeurs à déposer des avis, un programme de fidélité a été mis en place. Chaque fois que l'internaute effectue une action contributive, il reçoit des points lui permettant de monter en grade et de recevoir des cadeaux. L'objectif recherché est bien entendu de fidéliser les internautes, mais aussi de constituer progressivement une véritable communauté, comme le souligne Mélanie Hanser responsable des services contributifs et communautaires : « Le communautaire est le prolongement logique du contributif. Les internautes échangent des informations

# 86 %

**C'est le nombre des internautes qui jugent intéressante ou très intéressante la possibilité de déposer son avis sur un produit et donc de bénéficier des conseils des autres acheteurs.**

Source : étude Benchmark Group, novembre 2008.

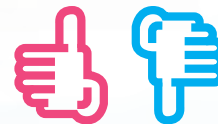
entre eux en fonction de leurs goûts communs, une sorte de moteur de recherche affinitaire. » Si l'intérêt du contributif semble évident pour les internautes, en est-il de même pour les annonceurs ? Difficile d'admettre que l'on paie pour figurer dans un annuaire et, éventuellement, s'y faire critiquer ! Ces acteurs essentiels du dispositif n'ont pas été oubliés, mais associés à la préparation du projet : « Notre étude préalable auprès d'un échantillon d'annonceurs (voir encadré 'Contributif, la vision des annonceurs'), précise Mélanie Hanser, montre qu'ils ne sont pas réticents au contributif, que certains le pratiquent déjà et qu'ils reconnaissent une légitimité à PagesJaunes dans ce domaine. » En outre, dans le dispositif contributif, l'annonceur comme le prospect disposent d'une parade idéale : le débrayage. Ils peuvent, s'ils le souhaitent, demander à ce que leur adresse ne permette pas le dépôt de commentaires. « Sur les 4 millions de professionnels présents sur PagesJaunes, très peu pour le moment ont demandé la suppression du contributif sur

### CONTRIBUTIF, LA VISION DES ANNONCEURS

Une étude menée auprès de 2 000 annonceurs du 24 septembre au 1<sup>er</sup> octobre 2009 a tenté de mesurer le niveau de leur intérêt pour le contributif, leur envie d'être évalués par les internautes et la légitimité de PagesJaunes dans ce domaine. Les réponses récoltées livrent trois enseignements essentiels : la moitié des annonceurs trouvent le contributif intéressant ou y participent déjà ; plus de 70 % accepteraient d'être évalués par les utilisateurs ; enfin, une majorité d'entre eux approuvent l'arrivée du contributif sur pagesjaunes.fr, à qui ils reconnaissent une légitimité en la matière.

### DE LA CRITIQUE À L'EXPERTISE

La mutation de l'internaute en contributeur peut se faire de différentes façons en fonction de critères d'implication plus ou moins forts. On peut lui demander de donner une appréciation (note, QCM, sondage) ou une opinion (dépôt d'avis sur un produit ou service, forum). Il peut aussi être incité à créer du contenu (écrire un billet, créer un diaporama ou une vidéo, choisir un parcours...), voire être intégré dans le processus d'élaboration du produit. Par la régularité, le nombre et la qualité de ses interventions, l'internaute peut même devenir un expert référent et reconnu par les autres internautes du site et de ses produits.





## Le communautaire est le prolongement logique du contributif.

leur parution », explique Mélanie Hanser. L'avis, toutefois, rassure l'internaute ; il est peut-être préférable, pour un annonceur, de ne pas s'en priver...

### Le communautaire, une chimère ?

Pour un projet d'une telle ampleur, les difficultés ne manquent pas. La première consistait à faire coexister les différentes

évolutions en cours de développement : le passage de l'annuaire au contributif s'est fait en même temps que l'apparition de fonctions aussi lourdes que la recherche par carte et par vidéo. « Il y a eu beaucoup de mouvements sur le site », concède Jean-Marie Guille sous forme d'euphémisme. La deuxième difficulté réside dans la volonté de développer

le communautaire, qui peut être le souhait du concepteur d'un site... mais pas forcément celui de l'internaute. Une étude réalisée par l'agence I&E présente les lois de la contribution en quelques chiffres clés : 1 % seulement des internautes contribuent fortement à un site (90 % des contributions), 9 % par intermittence (10 % des contributions)... et 90 % restent à l'affût sans jamais contribuer ! En résumé, beaucoup de suiveurs pour peu de leaders. Dès lors, développer une pratique contributive et, *a fortiori*, communautaire sur des bases de données comme les annuaires ne coule pas forcément de source. Les évolutions à venir permettront à l'internaute de consulter les avis et d'en déposer depuis son carnet d'adresses sur le site pagesjaunes.fr, de retrouver les avis d'un ami ou de le parrainer, de déposer ses contributions depuis son téléphone portable, de dialoguer avec les professionnels pour lesquels il aura laissé un commentaire, de suivre ses contributeurs préférés ou des contributeurs référents sur pagesjaunes.fr ou sur d'autres supports (Facebook, Twitter). La pratique contributive s'étendra également à d'autres sites du Groupe très prisés, comme PagesBlanches et Mappy. L'objectif, à terme, est aussi d'étendre le plus possible la dimension collaborative et communautaire. Une volonté d'exhaustivité résumée en une formule par Jean-Marie Guille : « Le contributif idéal ? Avoir le plus d'avis possible sur le plus de prestataires possible dans toutes les professions ! » Chiche... ●



### LE CAHIER 2.0 DU GROUPE PAGESJAUNES

Le groupe PagesJaunes a le plaisir de vous offrir avec ce magazine un « Petit cahier d'entraînement au contributif sur pagesjaunes.fr ». Grâce à lui et aux exercices pédagogiques qu'il vous propose, vous saurez, au bureau comme à la maison, donner votre avis argumenté et utile sur ce qui vous entoure, et surtout, surtout, sur vos pros dans pagesjaunes.fr...

