

## COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Boulogne-Billancourt, le 11 juin 2018

# Global Bing Partner Awards 2018 SoLocal remporte quatre récompenses :

- **Global Channel Partner 2018**
- **Partner of the Year (EMEA)**
- **Partnership of the Year (EMEA)**
- **Influencer of the Year (EMEA)**

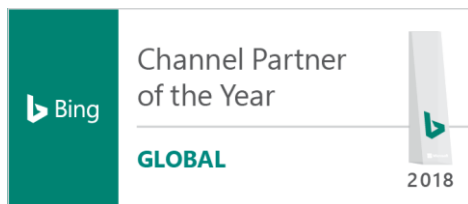


Dans le cadre de l'expansion du Bing Partner Program aux Agences et aux Partenaires commerciaux et technologiques, Microsoft a remis, lors de la cérémonie des Global Bing Partner Awards 2018 organisée début mai à Seattle, quatre récompenses à SoLocal : le Global Channel Partner, le Partner of the Year (EMEA), le Partnership of the Year (EMEA), l'Influencer of the Year (EMEA) pour Thomas Glita (Directeur opérationnel - projet Booster Contact chez SoLocal).

Ces prix distinguent, parmi les partenaires de Bing Ads en Europe, en Amérique du Nord et dans la région Asie-Pacifique, les personnalités et organisations à l'origine des initiatives les plus performantes, innovantes et ambitieuses.

« Après l'obtention du label Elite au sein du Bing Partner Program en 2017, nous sommes aujourd'hui très fiers d'avoir reçu ce Global Channel Partner Award. Cette distinction est une reconnaissance de notre travail au côté de Microsoft et atteste du leadership de SoLocal sur le marché de la communication locale digitale. En tant que partenaire de confiance des entreprises françaises, nous sommes convaincus que les synergies entre Bing Ads et nos Lignes Produits sont créatrices de valeur pour les 460 000 TPE/PME et les enseignes à réseaux que nous accompagnons chaque jour, partout en France. Notre collaboration renforcée vise à accélérer à la fois la croissance de SoLocal, et bien sûr, celle de nos clients ! » déclare **Eric Boustouller, Directeur général de SoLocal**

« Nous sommes ravis de récompenser le travail de SoLocal Group avec ce titre de Global Channel Partner à l'occasion de la cérémonie des Bing Partner Awards » a déclaré **Steve Sirich, Directeur général Bing Ads France, Microsoft**. « Le Bing Partner Awards permet à Microsoft de dévoiler la qualité du travail accompli par le programme global de partenariat Bing et de reconnaître la valeur que ces partenariats représentent pour Bing Ads et pour nos clients. Encore toutes nos félicitations pour cette superbe récompense ! »



**En tant que Elite Channel Partner dans le programme de Bing Partner**, SoLocal, le partenaire, local, digital de confiance des entreprises pour accélérer leur croissance, a été reconnu comme faisant partie des acteurs les plus performants, agissant en tant que tiers de confiance auprès de ses clients pour gérer leurs campagnes de Search

Advertising<sup>1</sup> sur le réseau publicitaire Bing<sup>2</sup>. Garantissant l'accès exclusif à des formations, à des dispositifs d'accompagnement marketing et aux technologies API Bing et Microsoft les plus récentes, le badge Elite Channel Partner permet aux équipes de SoLocal d'optimiser encore davantage la qualité de leur expertise en Bing Ads<sup>3</sup> et la performance du service fourni à leurs 460 000 clients en France et en Espagne (via sa filiale QDQ media basée à Madrid).

Engagé dans la digitalisation des entreprises françaises, SoLocal démontre, avec l'obtention de ce Bing Award, sa capacité à répondre à leurs besoins en termes d'accompagnement en Search Advertising. Un marché porteur qui représente, aujourd'hui, près de 50 % des investissements publicitaires<sup>4</sup> digitaux des entreprises globalement et constitue un levier prioritaire pour les clients et les prospects de SoLocal et de Bing.

**A travers ses services digitaux Booster Site, Booster Contact et Booster Réseaux, SoLocal propose en effet toute une série d'offres de performance garantie qui permettent aux entreprises de toute taille d'optimiser leur visibilité sur les moteurs de recherche du marché.**

Les campagnes (plus de 20000 générées en 2017) sont gérées à travers une plateforme propriétaire réunissant l'expertise de media traders certifiés et l'efficacité d'algorithmes intervenant en continu sur de multiples facteurs d'optimisation des campagnes : choix des mots-clefs, niveau des enchères, etc. Cette association unique d'industrialisation et de personnalisation permet à SoLocal de garantir à ses clients l'efficacité de leur publicité au maillon le plus local, au plus proche de leur client final, et se matérialise, selon le choix de l'annonceur, par du trafic supplémentaire sur son site internet, des rendez-vous en ligne, des appels téléphoniques, ou de la visite en magasin que SoLocal.

« En plus de célébrer la dynamique de notre partenariat, nous sommes particulièrement fiers que certains de ces prix reconnaissent le talent de nos collaborateurs, et derrière eux leurs équipes produits et techniques. La plateforme de génération de leads qu'elles développent depuis 2016, notamment avec l'appui des experts Microsoft, est devenu un actif véritablement différenciant pour SoLocal dans son ambition d'apporter le meilleur des solutions publicitaires pour les TPE-PME et les enseignes à réseaux » indique **Amaury Lelong, Directeur Publicité digitale, Directeur Digital Advertising, data et nouveaux produits chez SoLocal.**

« Je tiens à saluer la qualité de l'accompagnement fourni par les équipes de Microsoft qui nous ont aidés et conseillés tout au long des développements qui ont eu lieu cette année. Grâce à eux, les efforts considérables fournis par l'équipe technique Effilab sur les projets d'intégration de Bing Ads à notre solution publicitaire ont été couronnés de succès. C'est une très bonne nouvelle pour des milliers de nos clients, pour qui les prospects qualifiés issus de nos nouvelles campagnes Bing Ads sont une source importante d'activité et de croissance » conclut **Thomas Glita, Directeur opérationnel - projet Booster Contact chez SoLocal.**

<sup>1</sup>Le Search Marketing ou Search Engine Marketing (SEM) regroupe l'ensemble des techniques consistant à positionner favorablement des offres commerciales, sites Internet, applications mobiles ou autres contenus (images, vidéo, actualités) sur les pages de réponses des moteurs de recherche relatives à des requêtes.

<sup>2</sup>Le réseau publicitaire de Bing se nomme le Bing Network et réunit Yahoo!, AOL ainsi que des réseaux partenaires.

<sup>3</sup> Liens sponsorisés.

<sup>4</sup> Source : eMarketer

### Chiffres clés

SoLocal Group a réalisé en 2017 un chiffre d'affaires de 756 millions d'euros, dont 84% sur Internet, et se classe ainsi parmi les premiers acteurs européens en termes de revenus publicitaires sur Internet

SoLocal Group a généré 2,4 milliards de visites en 2017

\*Bing est le 2<sup>ème</sup> moteur de recherche le plus utilisé au monde avec près de 19 % de parts de marché en France

Taux d'adoption de Bing Ads en croissance de +15%

Microsoft enregistre une croissance de 24% de ses revenus sur ses produits Search entre 2017 et 2018

### Pour plus d'informations sur le Global Channel Partner, merci de visiter :

<https://advertise.bingads.microsoft.com/en-us/blog/post/may-2018/bing-announces-partner-of-the-year-award-winners>

### Pour plus d'informations à propos du Bing Partner Program, merci de visiter :

<https://advertise.bingads.microsoft.com/fr-fr>

\* ComScore qSearch, Explicit Core Search (Custom), Sept 2017

### À propos de SoLocal

SoLocal ambitionne de devenir le partenaire, local, digital de confiance des entreprises pour accélérer leur croissance. Pour réussir cette transformation, il s'appuie sur ses six atouts fondamentaux, pour certains uniques en France : des médias à très fortes audiences, une data géolocalisée puissante, des plateformes technologiques évolutives (scalables), une couverture commerciale dans toute la France, des partenariats privilégiés avec les GAFAM et de nombreux talents (experts en matière de data, de développement, de digital marketing, etc.). Les activités de SoLocal Group sont structurées autour de deux axes. D'un côté, une gamme de services digitaux « full web & apps » sur tous les terminaux (PC, mobiles, tablettes et assistants personnels), proposés sous forme de packs et d'abonnements, (« Digital Presence », « Digital Advertising », « Digital Website », « Digital Solutions » et « Print to Digital »), et intégrant un service de coaching digital, pour faciliter la réussite des entreprises. De l'autre, des médias propriétaires (PagesJaunes et Mappy) qui sont au cœur du quotidien des Français et leur offrent une expérience utilisateur enrichissante et différenciante. Avec plus de 460 000 clients partout en France et 2,4 milliards de visites sur ses médias, le Groupe a généré en 2017 un chiffre d'affaires de 756 millions d'euros, dont 84% sur Internet, et se classe ainsi parmi les premiers acteurs européens en termes de revenus publicitaires sur Internet. SoLocal Group est cotée sur Euronext Paris (LOCAL). Les informations sont accessibles sur [www.SoLocalgroup.com](http://www.SoLocalgroup.com).

### Contacts presse SoLocal

Delphine Penalva

Directrice de la communication

dpenalva@SoLocal.com

Edwige Druon

Responsable des relations presse

edruon@SoLocal.com

06 23 24 35 09